



france•tv

RENCONTRES PRODUCTEURS Fiction

France Télévisions
USPA – SPI – SPECT – SACD – Guilde – U2R

10/02/2025



1. **Retour sur notre stratégie éditoriale**
2. Point sur les nouveaux usages 2024 et 2025
3. Par genre : fiction française, fictions internationales et jeunes adultes

Horizon 2024-2025

RESONANCE

priorité stratégique n°1 pour

- Créer davantage d'**échange et de conversation** avec les publics en suscitant des émotions et des réactions
- Renforcer l'**utilité de nos offres** : rendre le meilleur service possible aux publics
- Favoriser l'**attribution** de nos programmes à france.tv
- Gagner en **impact** auprès des Français : laisser une trace en créant du commun



Changer l'image de France Télévisions pour la moderniser et la « désinstitutionnaliser »

UNIVERSALITE

Représenter tous les français, élargir les publics sans renoncer à la puissance

EMERGENCE

Etre un point de repère identifié, le lieu des grands événements

ATTACHEMENT

Se distinguer et surprendre, être un acteur du monde d'aujourd'hui et de demain et favoriser la conversation

Prise en compte des enjeux écologiques dans l'ensemble de l'offre

Restaurer la confiance dans la démocratie

Favoriser l'inclusion et la représentation de la diversité

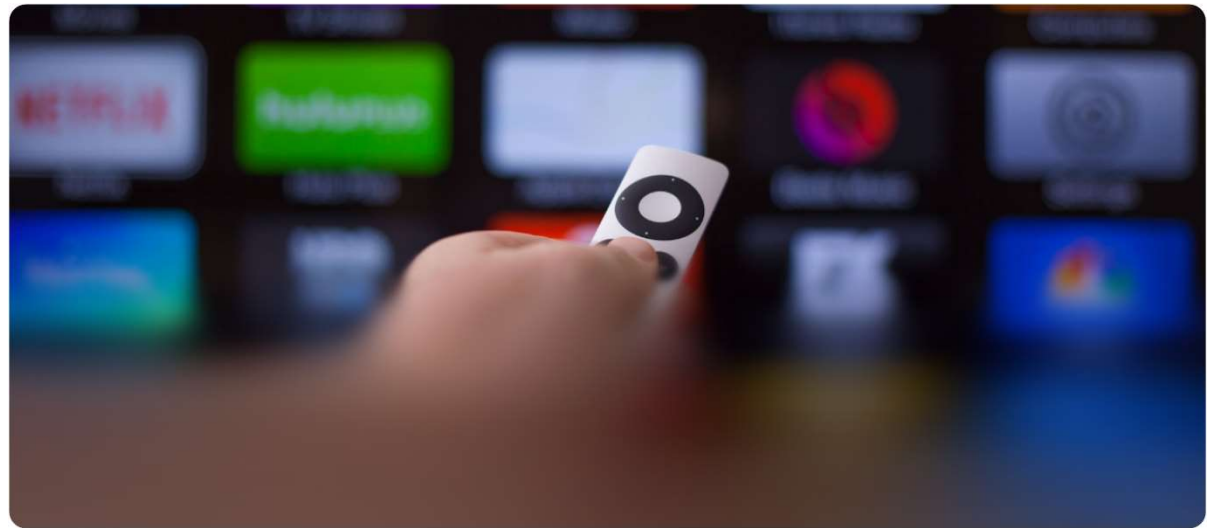
Concrètement, des priorités éditoriales par genre





1. Retour sur notre stratégie éditoriale
2. Point sur les nouveaux usages 2024 et 2025
3. Par genre : fiction française, fictions internationales et jeunes adultes

Un rapport au média TV en mutation rapide



La télévision reste le média le plus consommé.

- Les Français consomment 4h23 de contenus vidéos par jour.
- Si 64% de cette consommation se fait sur la TV live, progression importante de la vidéo à la demande (36%, +3 pts en 1)

Explosion des usages à la demande

- Boom du marché de la SVOD: un marché à maturité ?
- Développement de l'AVOD : YouTube média #1 des moins de 25 ans.
- Emergence des chaînes FAST
- Influence grandissante des réseaux sociaux et progression de leur audience.

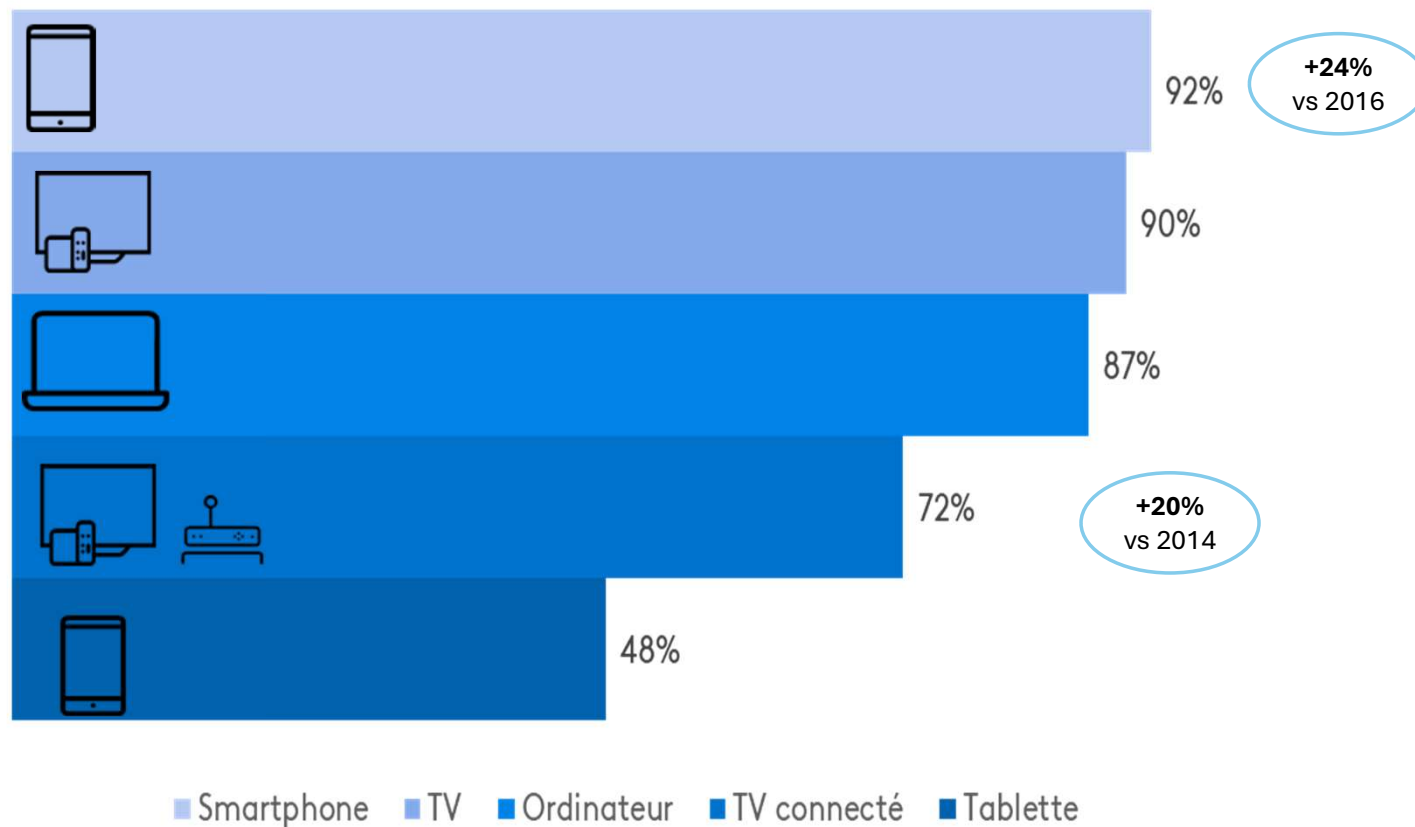
Des écarts générationnels croissants

- Décrochage des 15-24 ans des usages traditionnels : consommation vers les plateformes de vidéo et les réseaux sociaux.
- Attente de personnalisation et d'interaction
- Boom des shorts

Le **Smartphone**
est désormais le
1^{er} écran

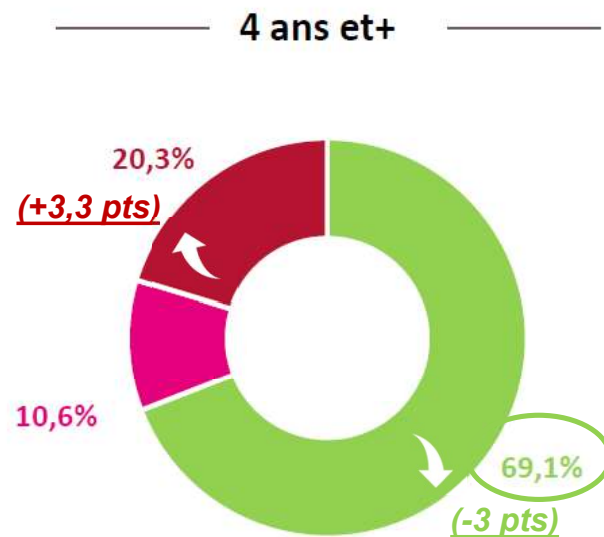
92% d'équipés

Equipements des foyers Français 2014-2024



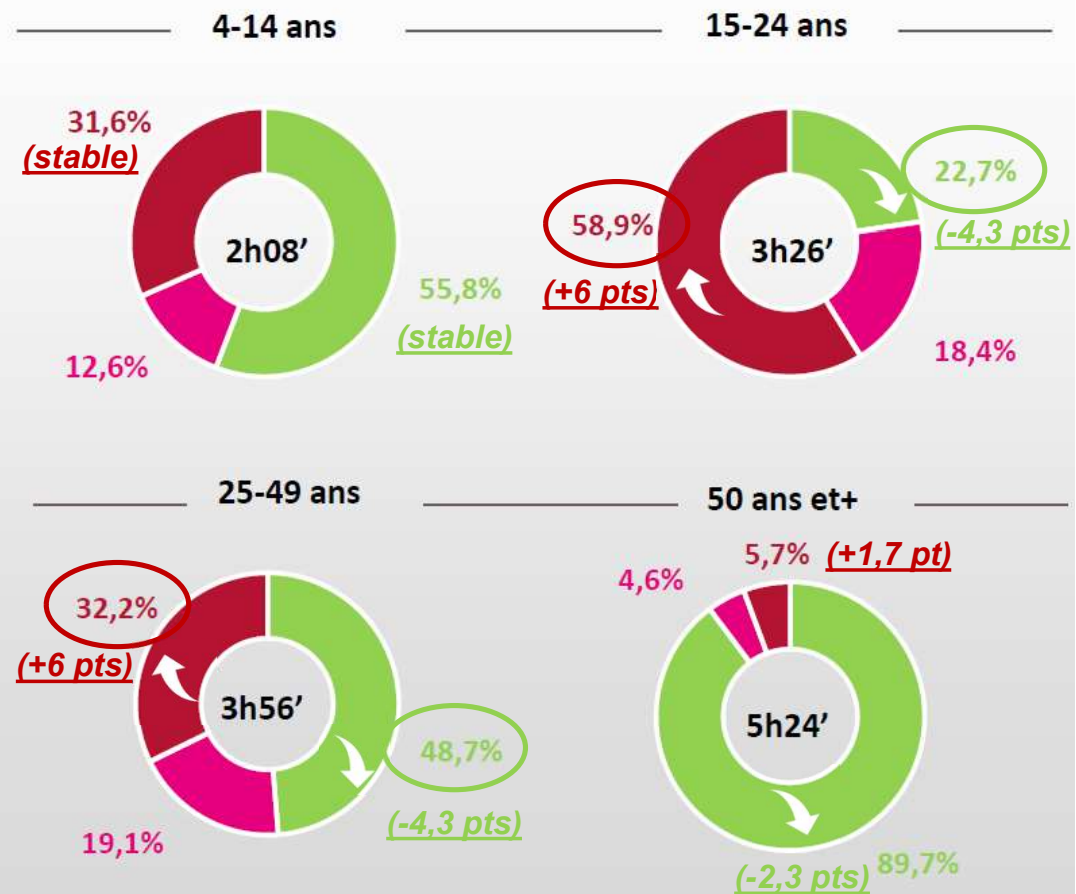
Source : Médiamétrie - Baromètre des équipements - S1 2014 à S1 2024 / TV connectée : Un écran de télévision connecté à internet par quelque moyen que ce soit, directement ou via un device externe - une smart TV connectée, via une box FAI, via une console de jeu connectée ou via un boîtier TV connecté

La TV reste majoritaire dans les usages vidéo au global (69% sur les 4+)
 mais ne l'est plus sur les 15-49 ans
 et elle perd du terrain vs vidéo internet sur toutes les cibles adultes

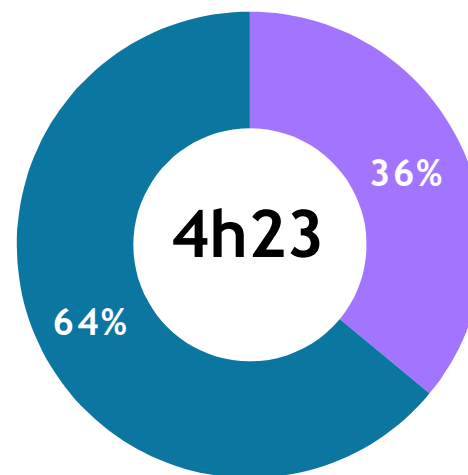


(Evolution en un an)

► TV Tous lieux et tous écrans : en live, différé ou replay – mesure Médiamat. du 08 avril au 23 juin 2024
 ► TV sur écrans internet à domicile 4-14 ANS, Vod/Svod et Vidéos sur Internet – Global Vidéo
 ► Global Vidéo – Vague 33 – avril-juin 2023 – France entière
 Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés



Plus d'1/3
de la
consommation
vidéo des
Français se fait à
la demande, sur
une plateforme



- Consommation vidéo sur plateforme
- Consommation TV live

AVoD



SVoD



Plateformes sociales



BVoD



Source : Global Vidéo, Vagues 33 et 34 - Base : Ind4+ France entière - Tous écrans - Médiamat : Ind4+ France entière - Tous écrans - Liste de plateformes non-exhaustive

Le Replay, une pratique désormais bien implantée dans le quotidien des Français



En 2024, les
contenus replay
dépassant les
500 M de tisp
sont en hausse
de

+80%

vs. 2019



2,6M tisp replay
Novembre 2024



1,9M tisp replay
en moyenne
Saison 3 - Mai 2024



1,3M tisp replay
Août 2024

Source : Médiamétrie - Médiamat - Ind4+ France entière - Tous écrans - Replay à J+28 à date

Avec le replay et le preview, des pratiques délinéaires installées, notamment pour les fictions

72% des contenus consommés en preview sont des programmes de fiction

Sur les mini-séries

■ Preview ■ Live ■ Différé



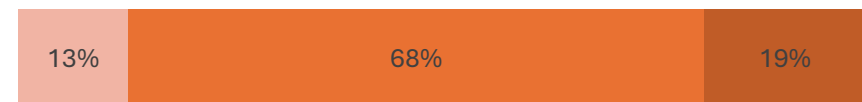
4,7M tisp



4,2M tisp

Audiences consolidées (preview et rattrapage J+8) des 6 épisodes

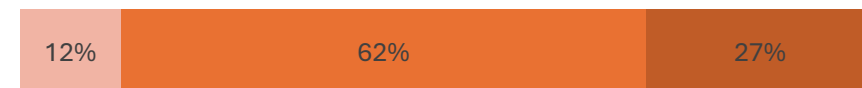
Sur les feuilletons



2,9M tisp

Répartition de la consommation de la série – Saison en cours

Sur les séries internationales



3,2M tisp

Audiences consolidées (preview et rattrapage J+28) des 8 épisodes

***Rivages*, la série
événement de la
rentrée de janvier**

**Un très beau succès
dans l'absolu : 4,2M
de tvsp sur les 6
premiers épisodes en
consolidé**

**Dans le détail, des
résultats délinéaires
exceptionnels**



7,0M de
vues

en 1 mois sur france.tv

Une audience et un poids historiques en délinéaire au global :

- 2.0M de tvsp en délinéaire, soit 48% de l'audience

Un rajeunissement du public et de l'âge moyen :

56 ans à la demande

67 ans en live

Des seuils historiques atteints en délinéaire sur
l'épisode



-25 jours de preview-

Répartition de la consommation (à j+8) de l'ep. 5 diffusé le 20/01/2025

France Télévisions domine les usages délinéaires en fiction

Sa présence dans le top 12 a doublé en 5 ans

TOP DELINEAIRE
(PREVIEW + RATRAPAGE – SAISON EN COURS)

1.	TF1	HPI (+3)	2 490 000
2.	France 2	RIVAGES (+3)	2 240 000
3.	TF1	CAT'S EYES (+7)	2 050 000
4.	France 2	ASTRID ET RAPHAELLE (+8)	2 040 000
5.	France 2	L'ECLIPSE (+5)	1 890 000
6.	France 2	LES INVISIBLES (+4)	1 620 000
7.	France 2	UN SOUPCON (+1)	1 620 000
8.	TF1	BROCELIANDE (+5)	1 570 000
9.	France 2	ZORRO	1 360 000
10.	TF1	ERICA (+1)	1 350 000
11.	France 3	MEURTRES A HONFLEUR (+1)	1 330 000
12.	France 2	FORTUNE DE FRANCE	1 170 000

↪ Soit 31 épisodes FTV pouvant intégrer le top, soit 6 fois plus qu'il y a 5 ans

VS. TOP IL Y A 5 ANS
(SANS PREVIEW – MOIS EQUIVALENTS)

1.	TF1	LE BAZAR DE LA CHARITE (+7)	1 720 000
2.	France 3	CAPITAINE MARLEAU (+1)	1 420 000
3.	TF1	POUR SARAH (+3)	1 280 000
4.	TF1	LE TEMPS EST ASSASSIN (+5)	1 150 000
5.	TF1	GOOD DOCTOR (+11)	1 120 000
6.	TF1	BALTHAZAR (+7)	1 120 000
7.	TF1	PEUR SUR LE LAC (+4)	1 110 000
8.	France 2	LES RIVIERES POURPRES	1 080 000
9.	TF1	NEW AMSTERDAM (+1)	1 010 000
10.	France 2	LES PETITS MEURTRES D'AGATHA CHRISTIE	990 000
11.	TF1	LE PREMIER OUBLIE	960 000
12.	France 2	LA DERNIERE VAGUE	960 000

↪ Soit 5 épisodes FTV pouvant intégrer le top

Retour sur l'année 2024 Fiction de France Télévisions

Les tops audiences de 2024

des rendez-vous fédérateurs

2



TOP AUDIENCES 4+

1.	ASTRID ET RAPHAELLE (+7)	6,7M	32,4
2.	CAPITAINE MARLEAU (+4)	5,9M	30,2
3.	TROPIQUES CRIMINELS (+5)	5,3M	24,9
4.	CESAR WAGNER (+2)	5,3M	26,0
5.	DISPARITION INQUIETANTE (+2)	5,3M	24,5
6.	L'ART DU CRIME	5,0M	23,6
7.	LE CRIME LUI VA SI BIEN	5,0M	24,1
8.	ZORRO (+1)	4,9M	22,8
9.	L ECLIPSE (+5)	4,9M	22,3
10.	FLAIR DE FAMILLE (+1)	4,8M	23,1

3



TOP AUDIENCES 4+

1.	ALEX HUGO (+8)	6,1M	27,2
2.	MORT D UN BERGER	5,7M	26,4
3.	LE VOYAGEUR - 2019 - (+4)	5,5M	28,4
4.	MEURTRES A CHATEAU-THIERRY	5,4M	25,4
5.	MEURTRES SUR LA COTE BLEUE	5,4M	24,7
6.	BRIGADE DU FLEUVE	5,3M	26,2
7.	TANDEM	5,3M	23,7
8.	MEURTRES EN ARBOIS	5,2M	26,3
9.	LA STAGIAIRE (+7)	5,1M	22,9
10.	ALEXANDRA EHLE (+1)	5,0M	25,8

Audiences consolidées / Année 2024 – Le meilleur épisode de chaque programme/marque est conservé (entre parenthèses est indiqué le nombre d'épisodes en capacité d'intégrer le top 10)

Fiction internationale

Des propositions différenciantes



Cœurs Noirs

3.0M de tvsp. à J+28

dont **1.0M** en délinéaire
(33% de l'audience)



Nautilus

3.5M de tvsp. à J+28

dont **1.8M** en délinéaire
(50% de l'audience)



Les Gouttes de Dieu

3.4M de tvsp. à J+28

dont **1.5M** en délinéaire
(43% de l'audience)



Zorro

3.2M de tvsp. à J+28

dont **1.2M** en délinéaire
(38% de l'audience)

Audiences consolidées (preview et rattrapage J+28)

A fortune teller with a gold coin headband and star face paint, holding a crystal ball over a red cloth.

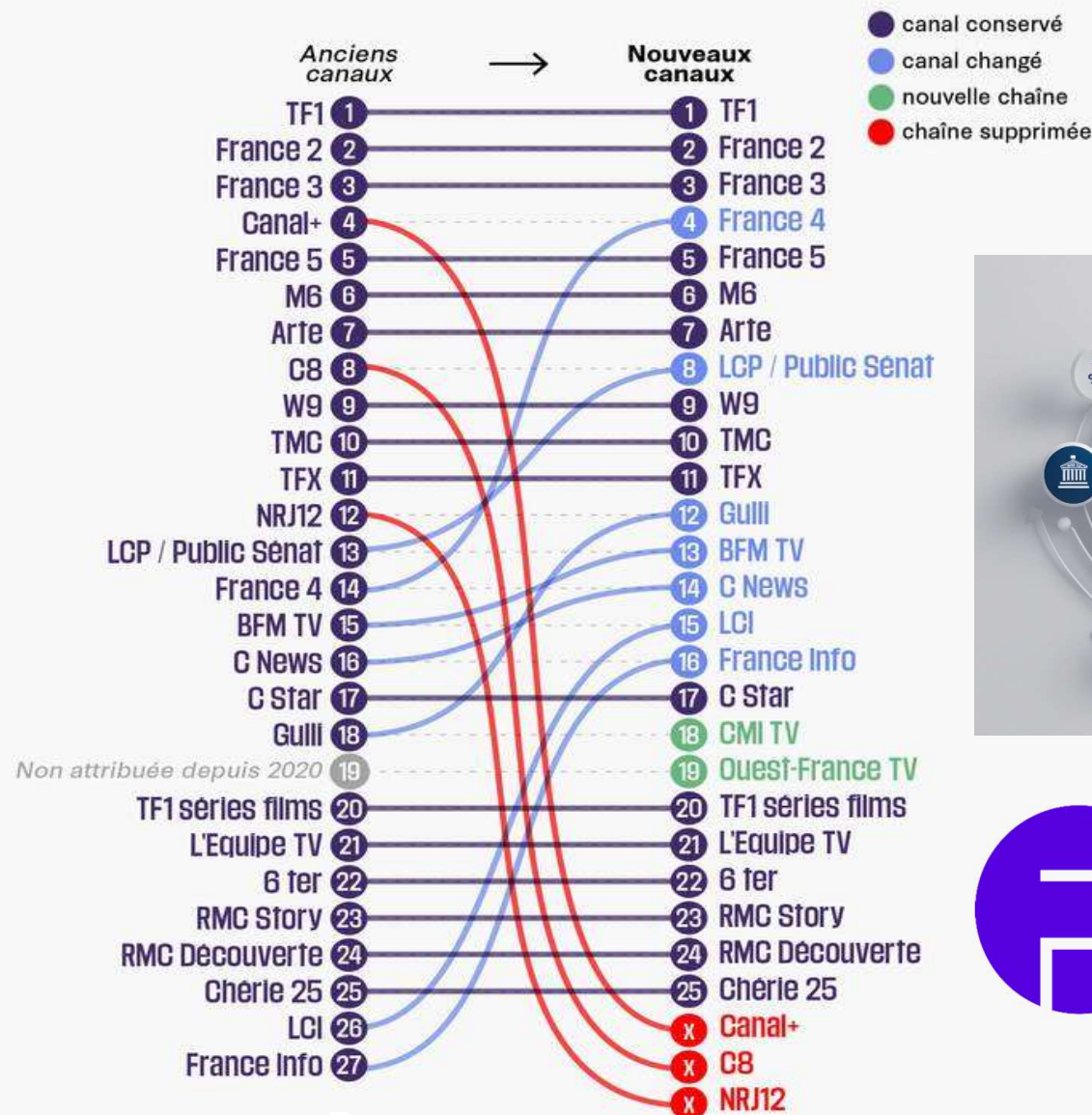
Quelles perspectives en 2025 ?

Numérotation sur la TNT : Le grand chamboule-tout

Changement de canaux effectifs
à partir du 6 juin 2025

Un numérotation qui concerne a minima :

- Les 19% d'individus exclusifs TNT (soit via la réception hertzienne soit via du satellite gratuit)
- Les 70% en réception ADSL / Fibre / Câble / Sat Payant, sans OTT, dont les fournisseurs d'accès reprennent le plan de service TNT



Visuel : Alice Clair, Julien Guillot © Libération



Une nouvelle mesure d'audience Total Vidéo de Médiamétrie, en complément du Médiamat

À compter de 2025

ÉDITEURS

PLAYERS

NIVEAU MARQUES

Volet Éditeurs TV / Vidéo

Étendre la mesure Médiamat à tous les contenus (y compris les exclusivités numériques)

Volet plateformes de streaming & de partage de vidéos

Disposer d'une mesure des players

NIVEAU CONTENUS

Volet Contenus SVOD

Top des audiences contenus consommés sur Prime Vidéo, Netflix et Disney+ sur une période donnée

Volet Contenus BVOD

Top des audiences des programmes consommés à la demande* sur les plateformes de BVOD sur une période donnée.

*exclusivités numériques des éditeurs TV incluses.

Périmètre actuel - Médiamat

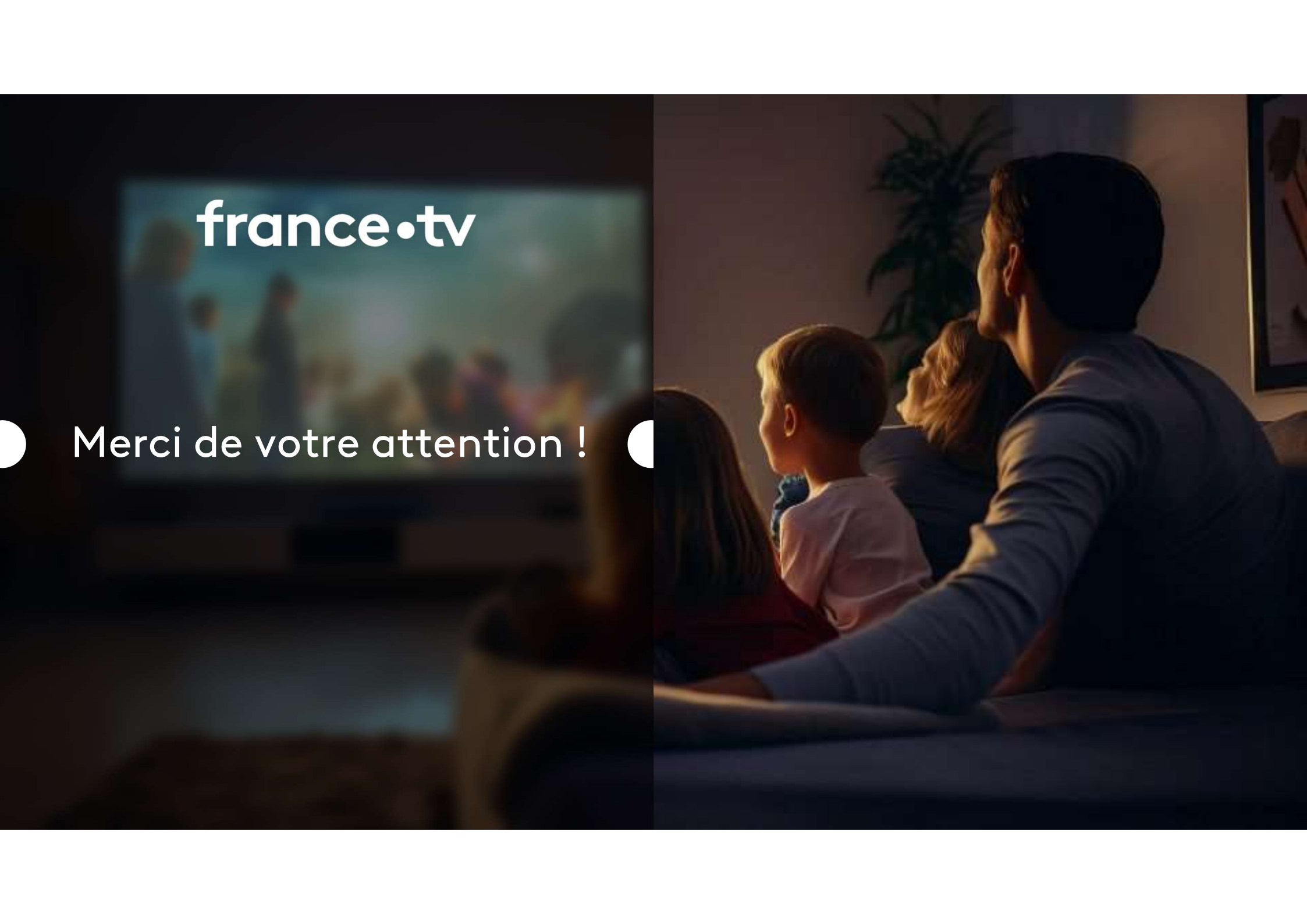


Contenus TV (antenne)

Tous Écrans, Toutes localisations, France

Entière, Toutes temporalités

(contenus uniquement linéaires pour la publicité)

A photograph of a family (a man, a woman, and two children) sitting on a couch in a dimly lit room, watching a television. The television screen shows the 'france.tv' logo and the text 'Merci de votre attention !'. The room is dark, with light coming from the TV and a small lamp in the background.

france.tv

Merci de votre attention !