

france•tv
culture

**12 MOIS APRÈS LE LANCEMENT :
PREMIER BILAN**

SOMMAIRE

- 1. RAPPEL DE L'AMBITION**
- 2. LA LIGNE ÉDITORIALE**
- 3. UN LANCEMENT RÉUSSI**
- 4. L'ORGANISATION**
- 5. LA SUITE**

RAPPEL DE L'AMBITION



***France tv culture* c'est l'offre vidéo de référence qui centralise tous les contenus culturels du groupe (programmes, partenariats) et propose des formats originaux, qu'ils soient liés à l'actualité ou intemporels.**

NOTRE OBJECTIF



**Contribuer à la mission de France Télévisions :
diffuser et faire découvrir au plus grand nombre
la culture, la musique et le spectacle vivant,
conformément à son cahier des charges :**



**Toucher le plus grand nombre possible,
jouer de tous les genres et n'abandonner aucun public.
Ses différentes antennes seront les instruments
de sa diversité. »**

Avec la verticale France tv culture cette mission est portée majoritairement auprès des publics plus jeunes là où ils sont présents, dans une écriture adaptée au média social et attirante pour le plus grand nombre.

FUSIONNER

POUR MIEUX RAYONNER

La fusion des marques « *France tv arts* » et « *France tv Culturebox* » a permis de rationaliser et de renforcer la présence de l'offre culturelle sur les réseaux sociaux.

- * **Éliminer** les doublons et concentrer les ressources sur une seule et unique marque.
- * **Consolider** l'audience en regroupant toutes les thématiques culturelles sous une seule marque ombrelle.
- * **Maximiser** la visibilité des contenus culturels du groupe via une verticale attractive et exhaustive pour tous les publics.

Les comptes [@cultureboxftv](#)
et [@francetvarts](#) fusionnent pour
devenir :



Abonnez-vous à [@francetvculture](#)
pour suivre toute l'offre culturelle
de France Télévisions.

La culture partout. Pour tous.

S'INSCRIRE

DANS L'ÉCOSYSTÈME DU GROUPE

- * **Une identité visuelle dédiée, en cohérence avec l'univers de marque**
(bug .tv, couleurs en lien avec la plateforme, habillage numérique commun...)
- * **Une présence de la verticale culture dans les bilans d'audience**
(bilan mensuel réseaux sociaux avec les vidéos France tv culture mais aussi celles labellisées Culture Prime).
- * **La participation à un point hebdo pour se coordonner avec les autres social media managers**
(france.tv, france.tv slash...)
- * **La mise en place de points dédiés pour les grands rendez-vous culturels avec l'équipe édito de france.tv et le pôle event** (les festivals de l'été, les Molières, les Victoires de la Musique Classique...)

DES MÉTIERS

REPENSÉS

- * S'inscrire uniquement dans la création de contenus à destination des réseaux sociaux, que ce soit en accompagnement des programmes ou en création de contenus natifs.
- * Fin de la gestion et mise en ligne de programmes numériques (replays et directs) par l'équipe.
- * Mise en place d'un nouveau process avec Sherlock / la vidéo factory / le CDE / france.tv / le pôle event pour qu'un programme numérique culture soit traité comme n'importe quel autre programme du groupe.

UNE ÉQUIPE

RESTRUCTURÉE



1 Responsable d'équipe

PÔLE CRÉATION



5 Chefs de projets vidéo



1 Chargée d'édition vidéo



1 Graphiste & Motion Designer

PÔLE SOCIAL MEDIA



1 Social Media Manager pour les réseaux sociaux de France tv culture



1 Social Media Manager partagé avec les partenaires de Culture Prime



1 Chef de projet en charge de l'animation sur France.tv et YouTube et en binôme réseaux sociaux



1 Chargé d'édition numérique en charge des mises en ligne France.tv et YouTube

**LA LIGNE
ÉDITIONNALE**



1^{ER} AXE : VALORISER L'OFFRE CULTURELLE DU GROUPE

- * **Reboutiquage et création autour des programmes des antennes** (linéaires et numériques) avec une écriture spécifique par réseau et un accent sur les directs France.tv.
- * **Création de contenus autour des opérations événementielles de France Télévisions et des partenariats groupe** sur du spectacle vivant, des expositions mais aussi des événements (Festival de Cannes, Festival d'Avignon, Festival de la BD à Angoulême avec le Prix du Public France Télévisions, etc.)

2^E AXE : CRÉER DU CONTENU ORIGINAL, INTEMPOREL OU EN LIEN AVEC L'ACTUALITÉ

- * **Publication de contenus natifs** qui suscitent de l'engagement sur les différents réseaux sociaux.
- * **Réaction à l'actualité chaude** : nécros, éphémérides (anniversaires, fêtes, etc.)
- * **Création de collections de formats courts intemporels** (« Un musée, une expo », « Lu et approuvé », « Artivistes », « Dans la bibliothèque de... », etc.)
- * **Publication de contenus non vidéo et de posts fixes pour créer de l'engagement** (citations, carrousels, statuts, stories...)

Notre travail est purement éditorial : qu'il s'agisse d'un format original ou d'un reboutiquage, **chaque contenu doit valoriser le programme d'origine** mais aussi se suffire à lui-même dans son unité éditoriale.

La ligne éditoriale de France tv culture s'inscrit aussi dans la continuité du succès de Culture Prime, le média social culturel des six entreprises de l'audiovisuel public lancé en 2018 : Radio France, France Télévisions, France Média Monde, Arte, l'INA et TV5MONDE.

CULTURE PRIME, C'EST :

- * **Un média complémentaire des offres linéaires et numériques** de chaque entreprise, fruit d'un engagement collectif qui vise à rendre la culture toujours plus accessible et attractive auprès du plus grand nombre.
- * Presque **2 millions d'abonnés** sur l'ensemble des réseaux (Facebook, Instagram, X, TikTok, Threads, WhatsApp, Bluesky, LinkedIn, YouTube).
- * **2 milliards de vidéos vues** depuis son lancement.
20 millions de vidéos vues en moyenne par mois tous réseaux confondus.
- * **Un travail collaboratif** mené par un comité éditorial composé de représentants des six entités, qui respecte l'identité de chaque partenaire.
- * Des formats vidéo - *natifs ou réalisés à partir de programmes* - repris en collaboration ou par crosspost par l'ensemble des partenaires.
- * **Un média francophone accessible partout dans le monde**, sans blocages territoriaux.

**UN
LANCEMENT
RÉUSSI**

3

CROISSANCE DES COMMUNAUTÉS

JANVIER À DÉCEMBRE 2025

Une forte croissance des communautés et des audiences a marqué la première année de France tv culture.



AU TOTAL, PRÈS DE 200 MILLIONS DE VUES
TOUTES PLATEFORMES CONFONDUES

LES COLLABORATIONS ONT ÉTÉ UN LEVIER MAJEUR DE CROISSANCE

Elles permettent :

- * **De toucher différentes communautés**
- * **Une hausse de la viralité**
- * **Une cohérence éditoriale avec le groupe France Télévisions**

LES AXES DE DÉVELOPPEMENT POUR 2026

- * **Proposer un catalogue de vidéos plus riche sur YouTube** (augmenter la publication de formats courts et la mise en ligne d'intégrales).
- * **Développer de nouveaux formats** pensés par réseau pour promouvoir la culture sous toutes ses formes auprès d'un large public.



LES GRANDS GAGNANTS ÉDITORIAUX

TOUTES PLATEFORMES CONFONDUES



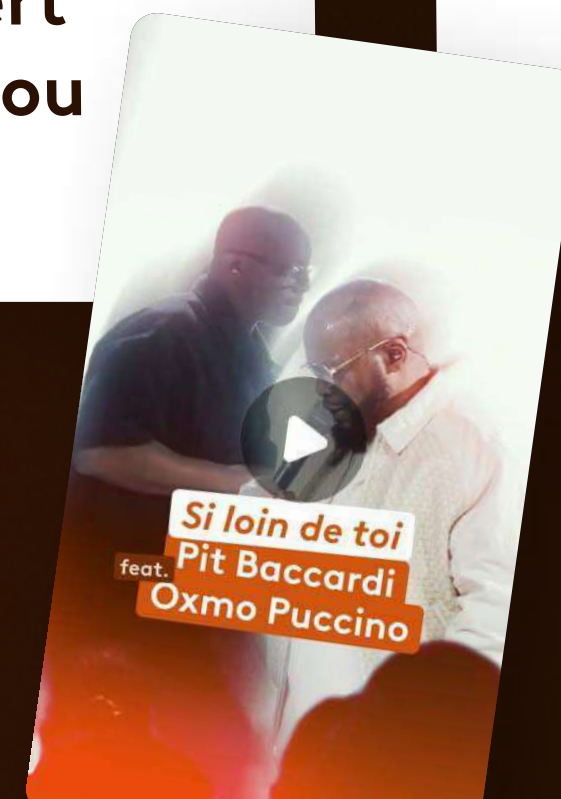
THÉÂTRE

- 1 Molière du Meilleur spectacle :
« Les gros patinent bien »
1 414 372 vues
- 2 Thomas Jolly reçoit le Molière
d'honneur 2025
1 030 919 vues
- 3 Les Misérables signent
l'ouverture des Molières 2025
211 617 vues



MUSIQUE ACTUELLE

- 1 Pit Baccardi « Si loin de toi »
en live dans Bâtiment B
2 794 581 vues
- 2 Barbara Pravi - Mourir sur
scène
1 678 802 vues
- 3 Franz Ferdinand : concert
privé au Centre Pompidou
1 034 029 vues



HUMOUR

- 1 Paul Mirabel
Molière de l'humour
2 732 012 vues
- 2 Florian Lex, les gens qui
dansent aux mariages
2 002 485 vues
- 3 Malik Fares « Je viens vous
parler de ma femme »
493 181 vues





LES GRANDS GAGNANTS ÉDITORIAUX

TOUTES PLATEFORMES CONFONDUES



DANSE

- 1 Le Boléro par Hugo Marchand
2 107 040 vues
- 2 2.BOLERO.S
par Mehdi Kerkouche
515 017 vues
- 3 Le Clair de lune de Hugo
Marchand & Khatia Buniatishvili
221 197 vues



MUSIQUE CLASSIQUE

- 1 La Liste de Schindler par le
violoniste Renaud Capuçon
1 326 786 vues
- 2 Lucas Chiche « prodige » du
piano à 13 ans
1 247 043 vues
- 3 Le Boléro de Ravel par l'Orchestre
philharmonique de Vienne
890 658 vues



DOCUMENTAIRE

- 1 François Pignon
par Jacques Villeret
1 854 000 vues
- 2 « Goncourt des détenus »,
s'évader grâce à la lecture
787 894 vues
- 3 Lio revient sur son succès
« Banana Split »
515 189 vues





LES GRANDS GAGNANTS ÉDITORIAUX

TOUTES PLATEFORMES CONFONDUES

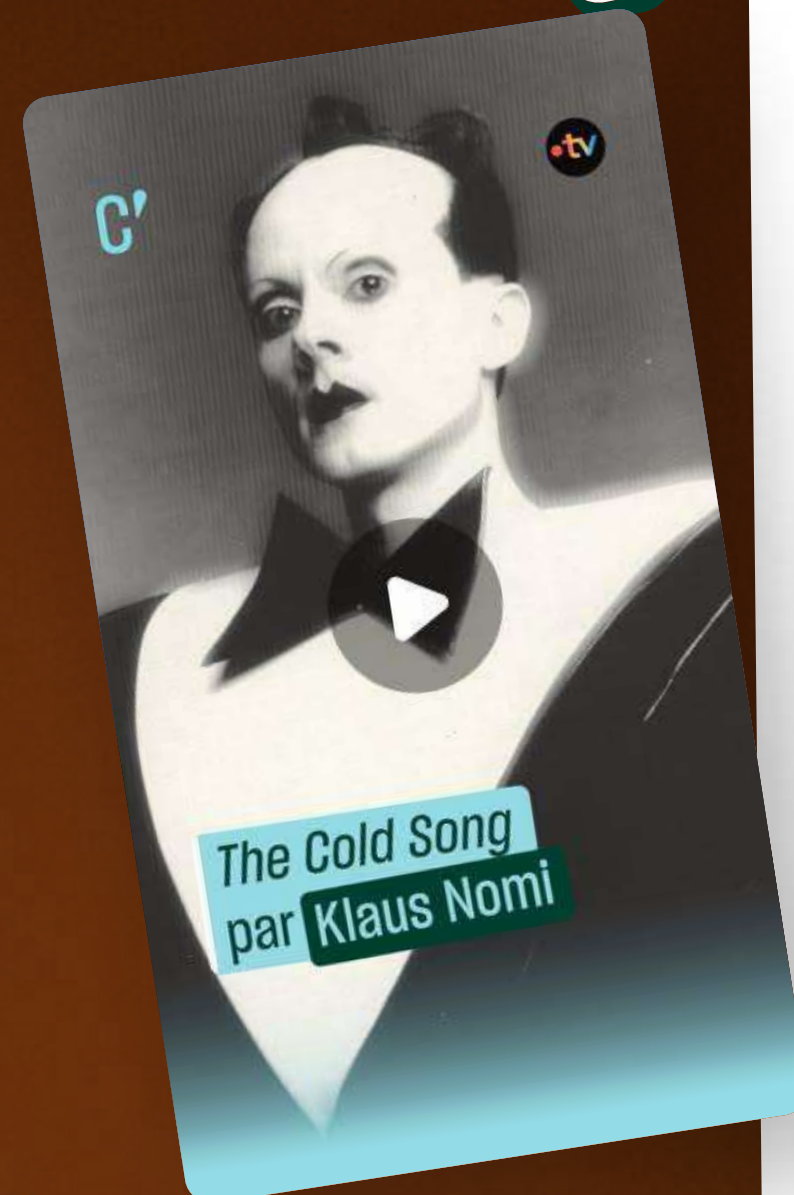
TOP 5

LES ORIGINAUX CULTURE PRIME

- 1** The Cold Song - Klaus Nomi
3 602 635 vues
- 2** Le destin tragique de Sœur Sourire
2 848 663 vues
- 3** La genèse de notre terre - Salgado
1 868 464 vues

- 4** The Elephant Man
1 008 384 vues

- 5** Supertramp - Dreamer
969 098 vues



L'ORGANISATION

4

COMMENT ON FONCTIONNE ?

Notre priorité est d'optimiser l'impact de chaque contenu plutôt que la quantité. Le processus de production suit 4 étapes :

1

S'INFORMER

- * L'équipe travaille en étroite collaboration avec les conseillers de programme de toutes les unités (spectacle vivant, docs, cinéma, magazines, info, etc.), les offres thématiques et la plateforme france.tv pour connaître les programmes et les priorités.
- * Recherche de temps forts culturels (événements, partenariats, éphémérides, actualités, etc.)

2

SÉLECTIONNER

- * Réunion édito tous les lundis matin avec une visibilité *a minima* à deux semaines.
- * Choix du format d'accompagnement (reboutiquage, original, carrousel, stories, etc.)
- * Pitch de sujets originaux pour Culture Prime.
- * Répartir et prioriser les sujets entre France tv culture et Culture Prime.

3

FABRIQUER

- * Après visionnage des programmes on confirme ou non le choix de les accompagner, dans quel format et avec quel angle.
- * Pour les originaux, les créateurs de contenu envoient leur script à la responsable pour validation. Possibilité de partir en tournage, acheter des images, faire des recherches INA, travailler avec une société de production, etc.
- * Les contenus vidéo originaux sont tous voicés et sous-titrés.
- * Déclinaison des vidéos en 9/16 pour les réseaux (Facebook, Instagram, X, TikTok, YouTube) et en 16/9 pour les originaux (YouTube et france.tv)

4

DIFFUSER

- * Les contenus sont publiés sur l'ensemble des réseaux et sur france.tv pour les originaux en fonction du planning éditorial défini en amont.
- * Il est nécessaire de le faire connaître l'offre en maximisant les collaborations en interne, avec les personnalités et les institutions culturelles.
- * Les vidéos Culture Prime peuvent être mises en avant dans la newsletter Culture Prime commune aux partenaires.

LA SUITE

5

Anticipation éditoriale

- * **Identifier le plus en amont possible** les temps forts avec les équipes programmes, les antennes, les partenariats pour accompagner au mieux les contenus culturels du groupe.

Innovation native

- * **Proposer de nouveaux formats natifs** pour les réseaux dans la continuité de notre mission mentionnée ainsi dans le cahier des charges : « Rendre compte des différentes formes d'expression culturelle et artistique » et « informer sur l'actualité culturelle et artistique ».

Hybridation des contenus

- * **Proposer davantage de programmes numériques hybrides** (antenne / réseaux sociaux) comme « Les coulisses de l'Opéra » ou « Un musée, une expo ». Quid d'une case antenne dédiée ?

Synergie audiovisuelle

- * **Continuer à faire rayonner l'offre Culture Prime** avec les partenaires de l'audiovisuel public sur l'ensemble des réseaux sociaux et le faire savoir.

Leadership créatif

- * **Assoir l'offre de France tv culture** comme une référence en matière de production de contenus culturels natifs.



culture.numerique@francetv.fr

noemie.roussel@francetv.fr

[06.72.39.65.36](tel:06.72.39.65.36)