



RAPPORT annuel



francetélévisions



sommaire

→ Cliquez sur un titre pour accéder directement à la page concernée.

éditorial 3

le groupe 5

LA CULTURE 6

LA CRÉATION 11

L'INFORMATION ET LE SPORT 19

L'INNOVATION 22

NOS ENGAGEMENTS 24

RELATIONS TÉLÉSPECTATEURS 30

ANNEXES 33

les chaînes 37

EN 2009, FRANCE 2, PREMIÈRE CHAÎNE DU SERVICE PUBLIC, RENFORCE LE VIRAGE ÉDITORIAL 38

FRANCE 3, CHAÎNE DE LA PROXIMITÉ ET DE L'OUVERTURE AU MONDE 66

FRANCE 4, LA CHAÎNE DES NOUVELLES GÉNÉRATIONS 95

FRANCE 5, QUINZE ANS ET DÉJÀ GRANDE ! 113

UNE ANNÉE DANS LA VIE DE FRANCE Ô 133

les chaînes thématiques 146

PLANÈTE THALASSA 147

PLANÈTE JUSTICE 148

MEZZO 149

EURONEWS 151

GULLI 153

les filiales 154

FTD 155

FTVI 156

FRANCE 2 CINÉMA 159

FRANCE 3 CINÉMA 160

MFP 161

FTP 162



éditorial

Patrick de Carolis



2009 fut une année de profond changement pour le service public. En continuant d'approfondir notre différence éditoriale, en offrant toujours plus de place à la culture et à la création, nous avons mis en place la réforme. Dans un contexte de réorganisation, marquée par une conjoncture économique délicate et la montée en puissance de la concurrence, le groupe a résisté tout en prenant de véritables risques éditoriaux. Au terme d'une période décisive et passionnante, c'est avec sérénité et fierté que nous pouvons nous retourner sur l'année passée. France Télévisions était déjà une maison solide, c'est désormais une maison à toute épreuve.

Grâce à sa capacité de transformation et à sa faculté à anticiper l'avenir, le groupe progresse. La mise en œuvre de la nouvelle organisation nous offre un souffle nouveau, une ambition décuplée. France Télévisions et ses audiences relèvent le défi de la TNT et d'Internet, qui modifient radicalement, mois après mois, le monde de l'audiovisuel. France Télévisions demeure le leader européen en termes d'audience. Pour renforcer les positions du groupe, nous

avons accompagné l'avènement du média global en nous adaptant aux évolutions technologiques du secteur. Enfin, nous avons accentué notre logique de bouquet : nos antennes marquent leur différence et affinent leur complémentarité.

Dans les programmes, l'exposition de la culture est encore plus forte cette année. Nous soutenons tous les artistes et sommes partenaires des plus grands événements culturels. Donnant tort aux habituelles Cassandra, nous avons, comme toujours, honoré nos obligations en matière de diffusion et de production.

France Télévisions est le premier média culturel en France : nous avons diffusé 250 spectacles vivants. La littérature renforce sa place prépondérante dans les grilles. À travers *La Grande Librairie*, de François Busnel, *Café Picouly*, présenté par Daniel Picouly, ou encore *Vous aurez le dernier mot !* présenté par Frantz-Olivier Giesberg, le service public fait aimer la culture et le livre.

En 2009, France Télévisions a soutenu la création audiovisuelle et cinématographique, avec plus de 382,9 M€ investis. Cette année encore, nos filiales cinéma ont brillé en produisant notamment *Un prophète*, de Jacques



Audiard, grand prix du Festival de Cannes et prix Louis-Delluc, sélectionné pour représenter la France aux Oscars 2010. Alain Resnais, qui venait présenter *Les Herbes folles*, film auquel nous avons également apporté notre soutien, a obtenu un César pour l'ensemble de sa carrière. Entre les Français et le service public, l'information demeure plus que jamais un rendez-vous incontournable et quotidien. Le savoir-faire de nos rédactions s'est vu confirmé par les percées d'audience exceptionnelles de nos JT et de nos magazines. Enfin, depuis maintenant plus d'un an, l'information est disponible gratuitement, en direct, à tout moment et partout dans le monde grâce au portail France Télévisions Info. Le média global n'est plus, à France Télévisions, un terrain d'expérimentation, mais une réalité tangible.

En termes de diversité, notre volonté est claire : en créant un comité composé à part égale de responsables du groupe et

de personnalités qualifiées extérieures, nous avons fixé un cap et posé les jalons d'une politique de promotion de la diversité forte, efficace, et qui ne peut se construire que dans la durée. L'installation du comité le 3 juin 2009 a déjà commencé à faire bouger les choses. Dans le même temps, un certain nombre d'initiatives dans la programmation comme *Aïcha*, *Le Choix de Myriam* ou *Danse avec la poussière*, accompagnés de réels succès d'audience, nous confortent dans notre ambition. France Télévisions est bien la télévision de tous les Français.

Depuis cinq ans, le service public renforce une ligne éditoriale qui fait sa différence. Aujourd'hui et demain, France Télévisions demeurera le premier partenaire de la culture en France. La passion pour la culture et le devoir d'indépendance sont depuis toujours au cœur de notre engagement. ■

Patrick de Carolis
PRÉSIDENT DE FRANCE TÉLÉVISIONS



le groupe

LA CULTURE

LA CRÉATION

L'INFORMATION ET LE SPORT

L'INNOVATION

NOS ENGAGEMENTS

RELATIONS TÉLÉSPECTATEURS

ANNEXES

→ Cliquez sur un titre pour accéder directement à la page concernée.



Le groupe

La culture

PARTAGEONS LA CULTURE

De francs succès d'audience ont récompensé les innovations mises en place en 2009. La saison passée, France Télévisions fut aux côtés des artistes, au cœur de chacun des plus grands événements culturels : le service public entend demeurer encore longtemps le premier partenaire de la culture en France.



31
spectacles
vivants
sur France 3

Spectacles vivants

Donner vie au spectacle

France Télévisions assume son rôle de premier média culturel en France : en 2009, nous avons diffusé 250 spectacles vivants. Les chaînes du groupe France Télévisions sont partenaires de l'Opéra national de Paris, de la Comédie-Française et de tous les grands festivals. Nos antennes soutiennent et retransmettent également la soirée des Molières, *les Victoires de la musique* et *les Victoires de la musique classique*.

Les spectacles vivants sont au cœur de notre politique culturelle, ils représentent une part significative de la programmation de France Télévisions : 39 spectacles vivants sur France 2, 31 sur France 3, 79 sur France 4, 101 spectacles vivants pour France Ô. ■

39
spectacles vivants
sur France 2



101 spectacles vivants
sur RFO/France Ô

79 spectacles vivants
sur France 4

Théâtre

Un lieu où le théâtre se voit

Pour que le théâtre vive, il faut qu'il soit vu. France Télévisions veut qu'il le soit par le plus grand nombre. Depuis maintenant plus de deux ans, nous accordons une place toujours plus grande au théâtre.

Avec des cases de première et de deuxième partie de soirée, France 2 a programmé neuf pièces en direct, produites tant par les théâtres privés que par de grandes scènes publiques de Paris ou de sa région. On peut notamment citer *La Maison du lac*, au Théâtre de Paris, avec **Jean Piat** et **Maria Pacôme** ; *L'Éloignement* de **Loleh Bellon**, au Théâtre Edouard-VII, avec **Pierre Arditi** et **Carole Bouquet** ; *Chat et souris*, avec **Francis Perrin** et **Jean-Luc Moreau** au Théâtre de Rueil-Malmaison, et enfin *L'Avare*, mis en scène par **Catherine Hiegel**, avec **Denis Podalydès**, de la Comédie-Française.

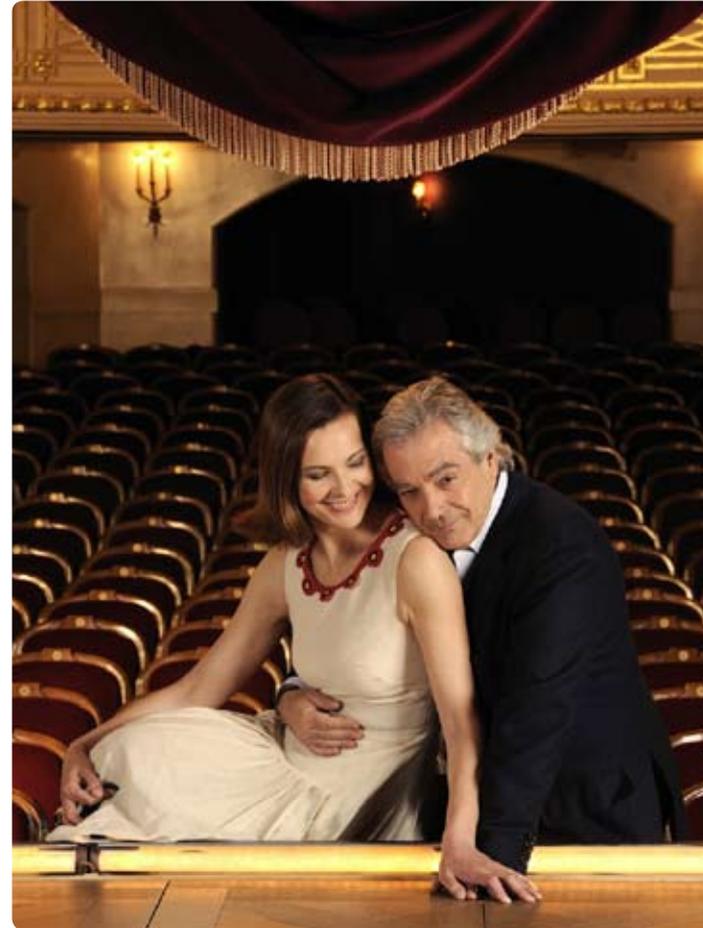
France 3 a aussi diffusé des pièces de théâtre, parmi lesquelles, dans le cadre de l'accord avec la Comédie-Française, la récréation, au Théâtre de Gennevilliers, des *Précieuses ridicules* de **Molière** (mise en scène de **Dan Jemmett**) et le spectacle regroupant *L'Amour médecin* et *Le Sicilien ou l'Amour peintre*, de **Molière**. Il est à

noter que la série « *L'heure de...* » d'Alain Duault s'ouvre régulièrement au théâtre avec notamment une émission consacrée à Molière.

France 4, comme elle le fait depuis sa création, a poursuivi sa politique de captation de spectacles, chaque mois, en direct d'un théâtre à Paris ou en province.

Sur France Ô, la case « *Multiscénik* » du vendredi soir est consacrée au théâtre – de la comédie au spectacle vivant en passant par l'adaptation de grands classiques –, avec une mise en valeur de l'originalité et de la diversité des théâtres francophones. Le Festival d'Avignon a également trouvé sa place sur la chaîne, qui cette année a diffusé quarante pièces de théâtre.

Notre volonté est de faire grandir ce lien qui unit le théâtre et les téléspectateurs autour des plus grandes œuvres, et dans les plus belles salles. ■

Carole Bouquet et Pierre Arditi *L'Éloignement* sur France 2

Vive Offenbach sur France 3

France Télévisions
un média
pour toutes
les musiques



Musique

La musique nous rassemble, France Télévisions la partage

Depuis toujours, France Télévisions soutient les musiciens et invite ses téléspectateurs à découvrir toutes les musiques. C'est avec curiosité et ouverture que nous faisons partager cet éclectisme et cette passion.

Nous continuons notre travail de promotion de la musique classique : *La Boîte à musique*, de **Jean-François Zygel**, poursuit sa démarche avec élégance et pédagogie. Cette année, France Télévisions fut encore

plus proche du monde de la musique : chaque lundi, dans la case « *Au clair de la lune* », France 2 propose des œuvres musicales en intégralité, des concerts, des opéras, des ballets et des documentaires. Cette année, quatre documentaires commandés par France 2 pour cette case ont été sélectionnés et présentés lors du FIPA 2009.

France 2 a poursuivi son partenariat avec *les Chorégies d'Orange*. La diffusion en direct de *La Traviata* de **Verdi**, avec

Roberto Alagna, a été suivie par près de 2 millions de téléspectateurs.

France 3 est devenue cette année la chaîne événementielle pour la musique classique. Outre la traditionnelle cérémonie des *Victoires de la musique classique*, en direct de Metz, France 3 a consacré trois soirées exceptionnelles à la musique et à l'opéra. Le 20 juin, pour *la Fête de la musique*, **Offenbach** était à l'honneur face au dôme des Invalides avec l'orchestre de la Garde républicaine. Cette soirée, mise en scène par **Alain Sax**, a réuni près de 2 millions de téléspectateurs.

France 4 – outre la couverture de festivals en direct, entre avril et juillet, comme *Le Printemps de Bourges*, *Le Rock dans tous ses états* ou *Les Francfolies de La Rochelle* – propose chaque semaine en première partie de soirée l'émission musicale de référence *Taratata*, présentée par **Nagui**.

France Ô a renouvelé pour la 5^e fois l'opération « *9 semaines et un jour* » : 9 lieux d'outre-mer, 4 concerts captés et des documentaires racontant l'aventure de ces artistes qui montent sur scène pour chanter la musique de leur région. Ils participent ainsi à une opération qui permet aux meilleurs d'entre eux (un par pays) de s'exprimer devant 15 000 spectateurs sur la grande scène des Francfolies. France Ô a également monté le même type opération avec les banlieues : 9 banlieues, 9 concerts captés, 9 films racontant ces villes vues à travers les yeux de ces artistes qui y vivent et le revendiquent, avec en conclusion un plateau des lauréats aux Francfolies. ■



La Foire du livre de Brive affiche

Livre

Comme dans un livre ouvert

« Mettez des livres partout ! » lançait Victor Hugo. À France Télévisions, nous avons fait nôtre cette injonction : accompagner la création littéraire, cultiver une relation privilégiée avec les auteurs et inviter au jour le jour nos téléspectateurs à la lecture, telles sont les ambitions du groupe.

La littérature est par essence un langage universel. Pour cette raison, le livre est depuis toujours au cœur de nos programmes. Aujourd'hui, *La Grande Librairie*, seule émission littéraire en prime time de l'histoire de la télévision, *Tropismes*, *Des mots de minuit*, *Café Picouly*, *Ce soir (ou jamais !)*, *Vous aurez le dernier mot*, prennent la relève, poussant plus loin l'exploration du rapport entre l'œuvre et son auteur. En parallèle, des programmes courts, tels *Un livre un jour*, *Un livre toujours* — qui fait la part belle à des œuvres diverses allant du XIX^e siècle à nos jours et au patrimoine littéraire du monde entier grâce au livre au format de poche — ou *Dans quelle étagère*, sont autant de respirations littéraires au sein de nos grilles, comme des mises en bouche qui sont proposées pour raviver notre appétit pour la lecture.

Les émissions culturelles sur nos antennes donnent la parole aux écrivains. Des rencontres donnent lieu à des débats d'opinion, des portraits tels : *Studio M*, *L'Objet du scandale*, *Espace francophone*, *Thé ou café*.

Au-delà de nos émissions littéraires et culturelles, le livre est partout à l'honneur sur France Télévisions. De nombreuses chroniques dans nos émissions généralistes ou de divertissement, ainsi qu'au sein de nos journaux télévisés nationaux et régionaux, participent à valoriser la lecture sur nos antennes. Nombreuses sont également les adaptations d'œuvres littéraires en fictions ou en films d'animation pour la jeunesse.

Par ailleurs, le groupe poursuit sa politique de promotion du livre. France Télévisions soutient les moments forts de la vie littéraire en s'associant aux grandes manifestations littéraires nationales et régionales telles que *la Semaine de la langue française*, *le Salon du livre de Paris*, *le Goncourt des lycéens*, *Paris en toutes lettres*, ou encore *Étonnants Voyageurs* à Saint-Malo, *La Foire du livre de Brive*, *Le Livre sur la place* à Nancy. Une façon pour le service public d'apporter son soutien au livre et d'entretenir le lien privilégié qui l'associe au monde littéraire. ■



le groupe

la création

SOUTENIR TOUTES LES CRÉATIONS, ÉVEILLER TOUTES LES ÉMOTIONS

En annonçant « **Sur France Télévisions, vous avez tous les choix** », le groupe conforte une politique d'harmonisation dynamique favorisant la circulation et la complémentarité des publics d'une chaîne à l'autre.

France Télévisions a confirmé sa place de premier partenaire de la création en France. Le soutien à la culture et à la création reste, cette année encore, les maîtres mots. Approfondissant une ligne éditoriale allant vers toujours plus de qualité, de diversité et de complémentarité, France Télévisions a encore accru son soutien à la création audiovisuelle et cinématographique.

Fidèle, cette année encore, à son ambition de constituer un patrimoine audiovisuel français et européen et de se poser en partenaire majeur du cinéma français, France Télévisions a de nouveau amplifié sa contribution à la création audiovisuelle et cinématographique, avec plus de 382,9 M€ (contre 370,2 M€ en 2008) investis dans tous les genres : films, fictions, documentaires, ou animations. Cette année constitue ainsi un premier aboutissement de la politique volontariste enclenchée depuis 2005.

Les Herbes folles d'Alain Resnais, coproduit par France 2 Cinéma



Cinéma

Grand écran

France Télévisions soutient tous les cinémas. Avec près de 56,9 M€ investis et 58 films coproduits par les filiales du groupe, le groupe confirme en 2009 son statut de partenaire essentiel de la création cinématographique.

France 2 Cinéma a coproduit 32 films (avec 29 producteurs différents), dont 4 premiers et 9 deuxième films, et a comptabilisé 18 millions d'entrées.

Ces succès s'accompagnent en 2009 de belles récompenses : le grand prix au Festival de Cannes et le prix Louis-Delluc pour *Un prophète*, de **Jacques Audiard**, film également sélectionné pour représenter la France aux Oscars 2010 ; le prix exceptionnel pour l'ensemble de sa carrière et sa contribution à l'histoire

du cinéma pour **Alain Resnais** qui venait présenter *Les Herbes folles* à Cannes.

France 3 Cinéma a coproduit 26 films (avec 26 producteurs différents), dont 7 premiers films et 3 deuxième films. Les films coproduits par France 3 Cinéma et sortis en salles en 2009 ont atteint un niveau satisfaisant avec 11,6 millions d'entrées pour 24 films. Sur les sept dernières années, 2009 est l'année la plus performante après l'année exceptionnelle de 2006.

Ajoutons à cela de belles récompenses dans les festivals et les cérémonies de récompense du 7^e art (la palme d'or, 9 César, 1 Bafta). Lors de la 35^e cérémonie des Césars, France 2 Cinéma et France 3 Cinéma ont remporté un total de seize Césars sur vingt prix.

Cette année sur nos antennes, pas moins de 566 films ont été diffusés, des

Welcome de Philippe Lioret, coproduit par France 3 Cinéma

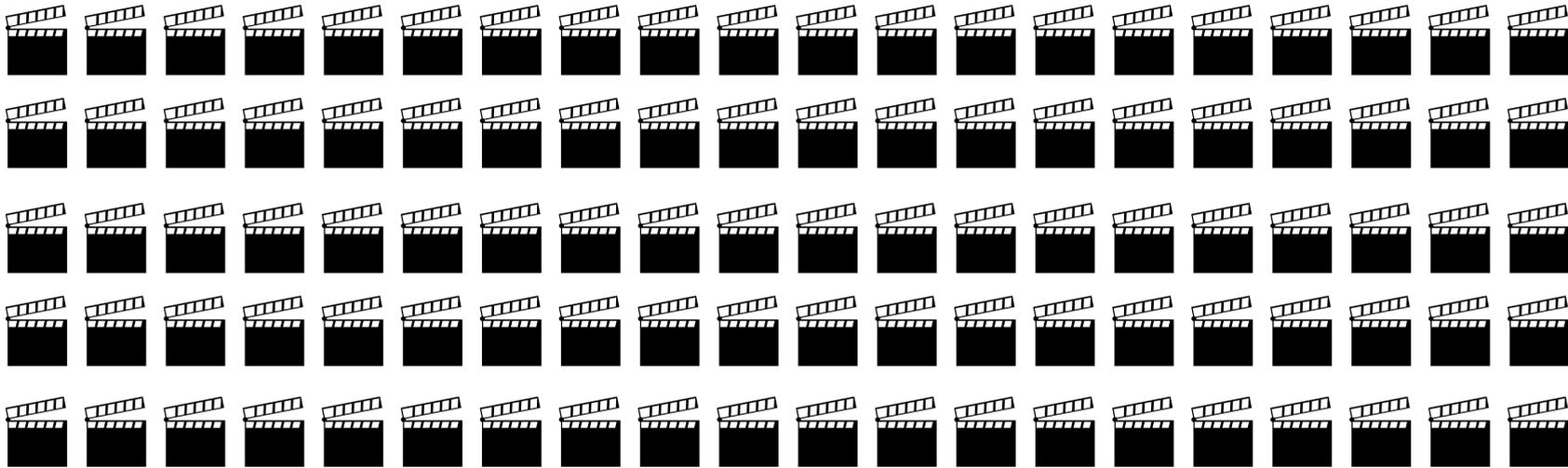


plus grands succès du cinéma étranger jusqu'aux grands classiques du cinéma français.

Le Ciné-Club s'est orienté vers une valorisation des films du patrimoine faisant écho à la société. Des soirées spéciales ont été programmées : *Un éléphant ça trompe énormément* et *Nous irons tous au paradis* d'**Yves Robert**, *Le Tatoué* et *La Traversée de Paris* avec **Jean Gabin**.

Le cinéma en après-midi a encore été renforcé avec une programmation renouvelée proposant majoritairement des comédies le lundi et de l'aventure ou des policiers le vendredi : *Don Camillo*, *Crésus*, *La Cuisine au beurre*, *Le Magnifique*, *20 000 Lieues sous les mers*, *Fanfan la Tulipe*, *Bronco Billy*... France Télévisions préserve et met ainsi en valeur ce que le cinéma a de plus précieux. ■

102
courts-métrages
diffusés sur France 2
dans *Histoires courtes*



Cinéma

Court-métrage

France Télévisions encourage toutes les expressions de la création cinématographique. Le service public a mis à l'honneur le court-métrage : France 2 a diffusé 102 courts-métrages, soit 33 heures dans son émission *Histoires courtes*.

À noter : en février, une soirée spéciale « Oscars » avec trois courts-métrages français oscarisés.

Cette année, France Télévisions a également créé un prix France Télévisions du court-métrage, avec un jury présidé par **Philippe Lioret**, réalisateur de *Welcome*. Ce prix a couronné le film *C'est gratuit pour les filles*, soutenu par France 3, avant que celui-ci ne reçoive également le César du meilleur court-métrage. ■

Fiction

Étonner, raconter, divertir

France Télévisions a continué à travailler pour l'évolution de la fiction française, mettant en valeur une plus grande diversité dans les formats, mais aussi dans l'écriture. Depuis un peu plus d'un an, chaque rendez-vous de première partie de soirée a une couleur précise et une thématique.



Un village français sur France 3

Les fictions historiques ont traité de grands événements actuels ou anciens qui ont passionné les téléspectateurs. Sur France 3, on soulignera le succès de la série *Un village français* (12 x 52 min), qui retrace l'histoire de villageois pendant la Seconde Guerre mondiale (saison 1 et saison 2), et des unitaires comme *La Maîtresse du président* (90 min), *À droite toute* (2 x 90 min) ou encore *Le Commissariat* (90 min).

En matière de polar, France Télévisions a souhaité évoluer et innover. Il y a une volonté de montrer une représentation du monde tel qu'il est, avec réalisme et lucidité — dans des polars classiques tels que la série *Les Petits Meurtres d'Agatha Christie* (4 épisodes de 90 min en 2009) ou le polar historique *Nicolas Le Floch* (2 épisodes de 90 min) — ou très noirs, à l'image de l'unitaire *Jusqu'à l'enfer* avec **Bruno Solo** (90 min), qui réalise la meilleure audience d'une fiction sur France 2 pour l'année 2009 (6 millions de téléspectateurs et 23,4 % de PdA). Des films à suspense ont également participé aux succès de nos antennes, en proposant notamment des thématiques jouant avec les tensions internes, les mises en danger et les apparences trompeuses. Sur France 3, la série *Enquêtes réservées* (12 x 52 min) en a été un bel exemple.

France Télévisions utilise le média audiovisuel pour mettre en valeur la littérature, en travaillant à l'adaptation de grandes œuvres littéraires classiques et contemporaines. On soulignera sur France 2 *La Reine morte* (90 min) d'**Henry de Montherlant** ou *La Dame de Monsoreau* (2 x 90 min) d'**Alexandre Dumas**, *L'Homme aux cercles bleus* (90 min) et *L'Homme à l'envers* (90 min) de **Fred Vargas**, *Plus tard tu comprendras* (90 min) d'Amos Gitai, adapté du roman éponyme de **Jérôme Clément**, ou encore l'adaptation du *Bourgeois gentilhomme* (90 min) pour France 3.

Cette année, France Télévisions a aussi renoué avec succès avec les débats de société en proposant sur France 2 *Mourir d'aimer* (90 min) avec **Muriel Robin**, et *Un viol* (90 min), deux grandes œuvres de fiction suivies d'un débat directement lié à la thématique du film et présenté par **Christophe Hondelatte**.

France 3 poursuit sa rencontre avec un public toujours plus nombreux avec la saison 5 de son feuilleton quotidien *Plus belle la vie*, dont les scores d'audience restent excellents (une part d'audience moyenne sur l'année de 21,6 % pour 5,1 millions de téléspectateurs). Deux

Un viol sur France 2



spéciales ont été proposées à 20h35 en juin et en décembre, fédérant toutes les deux 5,5 millions de fidèles.

Tout en poursuivant sa politique d'accompagnement de la création sur les formats de 52 et 90 minutes (premières parties de soirée), France Télévisions a continué à travailler, aux côtés des créateurs, au renouvellement des formats et des contenus de diffusion. ■



Documentaire

Tous les visages, tous les messages

France Télévisions est le premier diffuseur de documentaires en France. En proposant un grand choix de thèmes – de l'histoire aux sciences, de la culture à l'environnement –, en améliorant l'exposition au grand public, tous les documentaires ont droit de cité sur les antennes du groupe.

France 2 a diffusé en première partie de soirée 13 grands documentaires historiques ou scientifiques. France 3, avec 579 heures de diffusion, dont 67 en première partie de soirée, a innové face à la concurrence : elle a développé des documentaires avec des écritures différentes accompagnant le monde en

mouvement. Des sujets originaux, forts et percutants sur certains tabous ou failles de la société contemporaine ont été abordés. France 5, avec 3 832 heures diffusées, reste le premier diffuseur français de documentaires ; tous les genres sont traités : découverte, enquête, société, art de vivre, art et culture, mais aussi l'histoire, l'économie, la science, l'environnement et l'immersion. En ce qui concerne France Ô, avec plus de 16 heures de documentaires par semaine, la chaîne contribue à apporter une vision complémentaire aux autres chaînes du groupe en matière d'évasion et de découverte. On peut être fier de *La Liberté générale* (52 min), *Retour à Canala* (52 min) ou encore *Biblioburro* (52 min). ■

Biblioburro sur France Ô



Animation et jeunesse

Grandir et s'amuser

L'animation est le premier contact que les enfants ont avec l'image. C'est pourquoi nous veillons à la qualité et à l'éthique des programmes jeunesse. Stimuler l'imagination, la curiosité, le goût artistique des enfants tout en les instruisant : voilà l'ambition de France Télévisions.

La réforme organisationnelle des unités jeunesse de France 2, France 3 et France 5, regroupées depuis octobre 2008 au sein de la Direction jeunesse de France Télévisions, a permis de mettre en place une nouvelle stratégie pour l'offre jeunesse du groupe, destinée à tous les enfants mais aussi à un public familial.

Le 19 décembre 2009, France Télévisions a lancé sa marque Jeunesse : Ludo, qui réinvente l'offre du genre, tout en cultivant la différence éditoriale du groupe. Avec monludo.fr, France Télévisions lance un nouveau portail interactif pour les



enfants de 5 à 12 ans. France 3, France 4 et France 5 proposeront sur www.monludo.fr une sélection de leurs programmes pour enfants. France Télévisions, cette année, a continué de développer une plus grande complémentarité entre ses antennes, pour offrir à tous les âges de l'enfance des programmes intelligents

et attractifs. Chaque chaîne a donc un rendez-vous phare, agrémenté d'une multitude de programmes variés allant de la fiction à l'animation, en passant par le documentaire (avec des sujets tel que l'anorexie, la relation mère/fille, la difficulté de rendre justice, le droit de vote, les classes préparatoires...).



Divertissement

Le bonheur est un service public

Le service public encourage l'innovation, la diversité des programmes et le renouvellement des talents.

En quête de concepts innovants, France Télévisions a lancé de nouveaux formats de divertissement et de magazine en 2009. On peut citer *ADN*, un magazine consacré à la science présenté par **Sébastien Folin** pour France 2 ; *C à vous*

présenté par **Alessandra Sublet** et *Teum Teum* présenté par **Juan Massena** à la découverte des banlieues et de leurs habitants pour France 5 ; *Chabada* présenté par **Daniela Lumbroso**, chaque dimanche après-midi à partir de 15 heures sur France 3 ; *Quels drôles de jobs !* (90 min) pour France 4, une émission où des humoristes de renom changent de métier pendant 24 heures avant d'écrire un sketch et monter sur scène afin de rendre compte de leur expérience. ■

Le groupe

l'information et le sport

LIBERTÉ DE TON, INDÉPENDANCE DE L'INFORMATION

Avec plusieurs éditions quotidiennes sur France 2, France 3 et France Ô, le maillage unique de France 3 Régions, et nos nombreux magazines et émission de débats, France Télévisions est bien le bouquet de l'info.



Générique du *19/20*, France 3

2758h
cumulées
d'information
sur France 2 et France 3

Information

Partout, tout le temps, toute l'information

L'information est le poumon de France Télévisions, avec comme lignes directrices l'indépendance éditoriale, la liberté de ton et la complémentarité des rédactions.

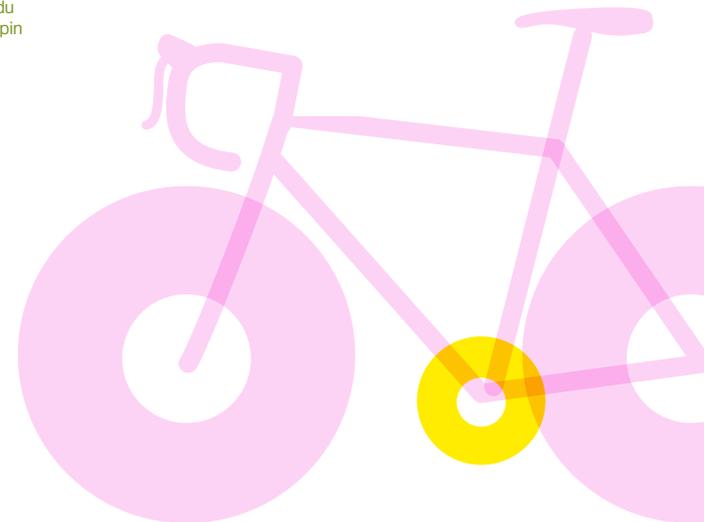
Le volume horaire consacré à l'information nationale s'est situé, pour les deux chaînes principales du groupe (France 2 et France 3 – hors rédactions ultra-marines de RFO, rédactions régionales de France 3, et FTVI) à 2 758 heures sur l'ensemble de l'année 2009. Les magazines de débat, d'investigation et de reportages ont complété et approfondi cette offre d'actualité.

Cette année a été intense dans les domaines de l'actualité française, européenne et internationale. Les rédactions se sont montrées très réactives à l'actualité en réalisant un nombre important d'opérations exceptionnelles, parmi lesquelles on trouvera 16 heures et 15 minutes de retransmission de cérémonies (60^e anniversaire de l'OTAN, 65^e anniversaire du Débarquement, 8 mai 1945, 11 novembre, les vingt ans de la chute du mur de Berlin), ainsi que les élections européennes et des interventions du président de la République. À noter cette année : la refonte des tranches d'information

autour du *19/20*, avec l'allongement des éditions locales et régionales, et du *Soir 3*, qui propose un rendez-vous quotidien avec l'actualité régionale et locale, et la programmation de *Tout le sport* deux fois par jour, à 20h05 et après *Soir 3* depuis le 5 janvier. France 5 a proposé tout au long de l'année un débat quotidien du lundi au vendredi animé par **Yves Calvi**, *C dans l'air*, et un nouveau rendez-vous avec *C politique* présenté par **Nicolas Demorand**. Deux autres rendez-vous décryptent l'actualité : *Revu et corrigé*, présenté par **Paul Amar**, et *C à dire*, avec **Thierry Guerrier**, qui reçoit chaque jour un invité lié à l'actualité. ■



Le site des Championnats du monde de ski alpin de Val d'Isère sur france3.fr



Sport

Le plus grand terrain de sport

En 2009, nous avons à nouveau proposé plus d'une centaine de sports différents. Partout où vit la passion du sport, France Télévisions se mobilise. Année non olympique, 2009 a toutefois vu la diffusion de 928 heures de sport sur France 2, France 3 et France 4, dont 738 heures de retransmission en direct.

En plus des retransmissions sportives, France Télévisions a couvert en 2009 l'actualité d'un très grand nombre de disciplines sportives différentes à travers une large offre de magazines sportifs sur France 2 et France 3 (*Stade 2, Rencontres à XV, les deux éditions de Tout le sport*), complétée par les magazines sportifs régionaux de France 3 et par le traitement de l'actualité sportive dans les journaux

télévisés nationaux et régionaux. S'y ajoute la couverture de l'actualité sportive ultramarine à travers les différents magazines sportifs et journaux télévisés des stations de RFO, y compris *Couleur sport* sur France Ô.

À travers une offre Internet sans équivalent, France Télévisions élargit les dimensions du « plus grand terrain de sport » et propose une offre sportive adaptée à l'évolution des modes de consommation des téléspectateurs. En attendant les premières captations en 3D prévues dans le courant de l'année 2010, France Télévisions a mobilisé à nouveau le savoir-faire de ses équipes techniques et de production pour offrir aux événements sportifs la meilleure qualité de

retransmission. La production assurée par France Télévisions pour les **Championnats du monde de ski alpin de Val d'Isère** a illustré cette capacité à faire bénéficier les retransmissions sportives du dernier état de l'art en matière d'innovation technique. Riche désormais de nombreux événements tels que le **Tournoi des VI Nations, Roland-Garros** ou le **Tour de France**, le volume de captations en haute définition s'est encore accru, permettant notamment d'enrichir l'offre de retransmissions sportives en HD native sur France 2 HD.

Chaque année, France Télévisions améliore son portefeuille de droits sportifs, notamment en renouvelant les contrats primordiaux et en essayant de toujours s'ouvrir aux nouvelles disciplines. ■

Le groupe

l'innovation

ÊTRE EFFICACE AUJOURD'HUI, C'EST ANTICIPER DEMAIN

France Télévisions continue de marquer sa différence de service public tout en relevant les défis liés aux évolutions technologiques.

Accompagnant la révolution du média global, France Télévisions mise sur l'innovation permanente, qui reste la clé du développement des audiences : c'est l'adaptation à la diversification des supports de diffusion qui offrira les marges de manœuvre nécessaires à la télévision publique de demain. C'est pourquoi, cette année, France Télévisions a conclu des protocoles d'accord pour la diffusion de son bouquet sur les réseaux des différents opérateurs de mobiles. France Télévisions propose également depuis janvier 2009, un site Internet mobile <http://m.francetv.fr>, à destination des iPhones et Smartphones 3G. Il permet notamment de consulter un programme télé, de regarder aussi bien les infos que la météo, ou d'interagir avec une émission en envoyant un message par le biais d'une interface simplifiée. Ce premier site a la vocation naturelle de s'enrichir des différents contenus des sites Internet du groupe France Télévisions.

C'est ainsi notamment que France Télévisions a proposé pour la première fois en 2009, à l'occasion du Tournoi de Roland-Garros, la diffusion gratuite sur Internet, en HD et avec faculté de contrôle du direct, de l'intégralité des matches disputés sur les sept courts donnant lieu à une captation pour le signal international du Tournoi. ■



Le site internet Mobile m.francetv.fr



Le groupe

nos engagements

ÊTRE DIFFÉRENT

Tenir tête
sur France 2

Clandestin sur France 2



Diversité

La télévision de tous les Français

Le Comité permanent de la diversité de France Télévisions a été installé par Patrick de Carolis en présence de Christine Albanel en juin 2009. Il est présidé par Hervé Bourges et a tenu cette année quatre plénières abordant divers enjeux de la diversité dans les structures de France Télévisions, dans ses programmes et en termes de visibilité à l'antenne.

De nombreux acteurs ont été auditionnés : le CSA, la Halde, des associations (Club Avernois, Collectif Égalité, CNC, ACSE, France Télévisions Diversité), producteurs, réalisateurs.

En ce qui concerne les programmes, France 3, avec le feuilleton *Plus belle la vie*, a continué à affirmer les valeurs de la solidarité et la défense d'une communauté nationale où chacun a sa place. En outre, la case de seconde partie de soirée sur France 2 intitulée « *Identités* » permettra d'évoquer, entre autres, de façon libre et

audacieuse, la question de l'intégration et des origines. Les titres des trois premiers films tournés en 2009 sont : *Clandestin*, *Tenir tête* et *J'ai oublié de te dire*.

Comme chaque année, France Télévisions a accueilli des artistes venant de tous les horizons tels que **Oxmo Puccino, Krystel Warren, Yaël Naim, Amadou et Mariam, Grand Corps Malade, Tiken Jah Fakoly, Noa, Mira Awad, Ayo, Keziah Jones, Gonzales, Cœur de pirate, Sia, Miss Platnum, Mousse et Hakim...** Des *Victoires de la musique* à *CD'Aujourd'hui*, en

passant par *Vivement dimanche*, *Taratata*, *Fort Boyard* ou *Les Années bonheur*, entre autres, France 2 ouvre quotidiennement son antenne à tous les artistes et à tous les genres, et continuera de le faire.

Cinquième chaîne du bouquet France Télévisions, France Ô est la chaîne où tous les regards se croisent pour parler de nos différences et mettre en valeur ce qui unit la communauté nationale.

Par ailleurs, une réflexion a été menée cette année afin de définir une politique de développement RH ayant pour objectif de développer les compétences des collaborateurs en permettant une meilleure adéquation hommes/postes. Parallèlement, une réflexion est conduite avant la nouvelle organisation de la filière RH au plus près du terrain, des collaborateurs et des managers. ■

Développement durable

Un média durable

France Télévisions grandit en harmonie avec son environnement. Un partenariat a été signé avec Ecoprod*.

Cet accord a permis notamment la création d'un site Internet dédié aux professionnels de l'audiovisuel. **Ce site** met à disposition des fiches de bonnes pratiques, des études, des témoignages... pour inviter les acteurs du groupe à continuer d'adopter un comportement responsable et respectueux de l'environnement. L'accord qui a été signé vise avant tout à réduire l'impact carbone de la filière audiovisuelle. En ce sens, France Télévisions entend être pionnier pour montrer l'exemple et inciter les téléspectateurs à adopter une attitude et des réflexes citoyens pour une télévision durable.

L'action de France Télévisions s'inscrit donc dans une double logique : celle d'une entreprise qui évolue constamment pour prendre en compte la variable environnementale, mais également

celle d'un média voulant promouvoir le développement durable et le respect de l'environnement. Être un média durable, c'est d'abord élargir nos programmations « développement durable », tant par le nombre que par la qualité, la pertinence et l'actualité des sujets traités. Parce que lutter pour le respect de l'environnement est un enjeu collectif, parce qu'il concerne tout le monde et à tout moment, les antennes de France Télévisions sont mobilisées : journaux, magazines d'information, magazines culturels, programmes courts, documentaires et docu-fictions. France Télévisions, se développe pour durer. ■

* *Ecoprod a été lancé en avril 2009 avec l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie, Audiens, la Commission du film d'Ile-de-France, la Direction régionale de l'industrie, de la recherche et de l'environnement d'Ile-de-France, France Télévisions et TF1.*



Handicap

Regarder au-delà de nos différences

France Télévisions souhaite ouvrir, faire connaître, désenclaver le handicap, pour permettre une normalisation du quotidien de nombre de salariés de l'entreprise, et pour faciliter l'embauche de toujours plus de travailleurs en situation de handicap.

Pour la deuxième année consécutive, le groupe poursuit l'application de l'accord en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap signé avec les partenaires sociaux le 8 octobre 2007. Grâce à une mobilisation de l'ensemble des équipes, de nombreuses actions ont été conduites en matière de recrutement et d'intégration, de formation, de sensibilisation ou de maintien dans l'emploi de collaborateurs en situation de handicap. Cet engagement s'est traduit par des résultats mesurables. On peut citer quelques actions remarquables : le groupe propose un centre d'appel permettant de répondre à l'ensemble des questions relatives au handicap au sein de l'entreprise, il respecte les quatre axes majeurs de l'accord en faveur de l'emploi de personnes en situation de handicap : informer et sensibiliser les collaborateurs, former les managers et les RH, recruter et maintenir l'emploi des travailleurs handicapés, développer des partenariats avec le secteur adapté au titre de la sous-traitance. ■



La semaine du handicap





Fondation

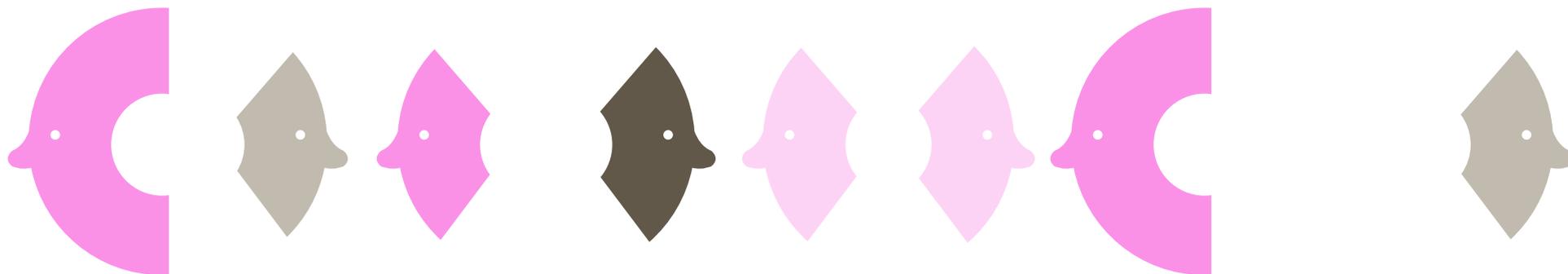
Une certaine idée du partage

Dans un contexte économique difficile, la Fondation d'entreprise France Télévisions a eu à cœur de renforcer ses soutiens existants et de multiplier les initiatives. Elle a soutenu 23 projets, dont 11 nouveaux. Ceux-ci portent sur l'accès à la culture, la pédagogie, la découverte.

La Fondation s'engage résolument auprès d'associations qui luttent contre les discriminations. Elle soutient des projets aux ambitions diverses : actions locales, initiatives durablement installées ou, au contraire, plus récentes. Elle remplit sa mission de service public au profit des populations en difficulté (personnes âgées, handicapées, emprisonnées, défavorisées...) et des jeunes (dans les écoles primaires, les collèges, les lycées, les quartiers), pour que ses actions sur le terrain confirment le sens de l'engagement de France Télévisions envers la culture.

Les projets à dimension pédagogique se sont manifestés à travers la sensibilisation à l'environnement, la citoyenneté, l'éveil artistique, l'éducation à l'image, l'éducation et l'insertion par le sport. La Fondation se mobilise également autour de grandes causes : la lutte contre le cancer, l'autisme (scolarisation et accompagnement personnalisé des enfants). Les projets pour lesquels la Fondation s'est investie sont localisés en Île-de-France pour 35 % des actions et en régions pour 57 %. Enfin, les actions menées dans les DOM-TOM représentent 8 % de l'engagement de la Fondation.

Toujours aussi active, la Fondation d'entreprise France Télévisions a reçu plus de 900 sollicitations. 23 projets ont été soutenus, dont 12 reconductions représentant un budget de 453 100 euros de subventions accordées. Ces aides ont bénéficié à plus de 200 000 personnes. **Le site Internet de la Fondation** a accueilli plus de 12 000 visites par mois. Les aides financières accordées aux projets retenus se sont matérialisées par le versement d'une subvention de 2 000 à 50 000 euros en fonction du projet. ■



Université

Susciter la créativité de chacun

Agora des carrières et du développement de l'entreprise, l'université France Télévisions constitue désormais un atout majeur pour une entreprise tournée vers son avenir. Pour sa deuxième année de fonctionnement, elle a dépassé l'objectif initialement arrêté, avec un résultat de 16 700 jours de formation stagiaires (contre 16 000 jours en 2008).

Chaque département (Information et édition multisupports, Technologies et innovation, Stratégie antenne, Qualité et satisfaction du téléspectateur) a renouvelé son offre par la création de 20 à 25 stages nouveaux. Au-delà de son activité de formation, l'Université a développé d'autres activités en 2009 : l'organisation de conférences dites « Rencontres de l'Université » ayant pour but de valoriser et de porter à la connaissance du plus grand nombre les bonnes pratiques

internes de France Télévisions ; la mise en place d'un espace dédié, sur l'Intranet France Télévisions, qui a vocation à consolider une identité partagée et à rendre compte des activités et des formations proposées par l'Université ; la mise à l'antenne au pôle France 3, sous le label de l'Université, d'une partie des reportages réalisés durant les stages. Enfin, une offre de formation à l'international et à distance est en voie d'expérimentation. ■

16 700 jours
de formation stagiaires
sur l'année 2008

Le groupe

Relations téléspectateurs

TOUT UN GROUPE AU SERVICE DU PUBLIC

Chaque année, à l'occasion des Journées du patrimoine, France Télévisions ouvre ses portes aux téléspectateurs. Tout au long de l'année, France Télévisions renforce le lien qui l'unit à son public.



Médiateur de
l'information
de France 2 [↗](#)

Médiatrice
des Rédactions
de France 3 [↗](#)

Médiateur
pour les
programmes
FTV [↗](#)

Médiateur
de France 5 [↗](#)

Médiatrice
de RFO [↗](#)

Les médiateurs

Faciliter l'échange

Parce que nous tenons à la relation de confiance qui nous lie à nos téléspectateurs, les médiateurs sont les interprètes des téléspectateurs auprès des antennes : ils sont les courroies de transmission du groupe. Parce que la transparence est essentielle à France Télévisions, ce sont des interlocuteurs indépendants.

En 2009, la médiation de l'information de France 3 a poursuivi ses activités de dialogue auprès des téléspectateurs en recueillant quotidiennement leurs observations, leurs critiques, leurs analyses et leurs témoignages au sujet des différents rendez-vous d'information. Ces réactions sont régulièrement transmises aux rédactions afin de nourrir une réflexion sur le traitement de l'information.

Ce lien privilégié avec les téléspectateurs est l'occasion d'une rencontre mensuelle dans l'émission *Votre télé et vous*. Ce sont leurs réactions qui déterminent le thème de l'émission de médiation.

Ont notamment été traités au cours de l'année 2009 les thèmes suivants : les élections européennes, la crise sociale, les nouveaux médias, la guerre des images (Gaza-Israël), le traitement médiatique de la grippe A, la justice et les médias, les enfants face aux images et les emballements médiatiques.

Un site dédié aux activités de la médiation de l'information a été mis en ligne : <http://info.france3.fr/mediateur> [↗](#).

Cet espace de dialogue a pour vocation d'enrichir les échanges entre les téléspectateurs et France 3. Les autres fonctions du médiateur de l'information

de France 3 l'ont amené à intervenir et à participer à différentes rencontres : interventions en régions, Entretiens de l'information, Assises du journalisme à Lille, Assises de la culture, réunion de travail sur le rôle des médiateurs à l'initiative de l'UER à Genève, participation aux réunions du groupe de travail sur l'élaboration d'un code de déontologie, réunions du Club des médiateurs de la presse française et du Club des médiateurs des services publics, rencontre avec l'association les Compagnons de la nuit, participation aux travaux de la Communauté des télévisions francophones, intervention dans le cadre d'un colloque organisé par l'université de Toulouse sur la réforme de l'audiovisuel, membre du jury de présélection et du jury du Festival du scoop d'Angers, intervention dans le cadre des forums citoyens organisés par la Fondation France Télévisions... ■

Le Club des téléspectateurs

Votre France Télévisions

La priorité de France Télévisions a toujours été l'entretien d'une relation de proximité et de confiance avec ses téléspectateurs. C'est pourquoi, au-delà des missions d'information, de culture et de soutien à la création, la priorité de France Télévisions est de cultiver ce lien privilégié qui nous unit aux téléspectateurs.

C'est dans cet esprit que France Télévisions a créé sur Internet, en décembre 2006, son Club des téléspectateurs. Entièrement gratuit et simple d'accès, **le Club** permet à ses adhérents de bénéficier d'offres et de privilèges tels que des places réservées pour assister aux émissions, des projections en avant-première, des billets coupe-file pour certains événements culturels, des réductions à la boutique France Télévisions, des cadeaux à gagner (DVD, CD, livres...), des rencontres avec les animateurs, des journées sur le tournage de nos fictions et de nos séries, sans oublier des informations et des reportages exclusifs sur les coulisses de la télévision publique.

Fin décembre 2009, signe de son succès, le Club compte plus de 3 millions d'adhérents.

En juin 2009, un appel à candidatures a été lancé auprès de 100 000 membres du



Le site du Club

Club afin de constituer le premier Conseil consultatif des programmes du groupe. Composé de vingt téléspectateurs qui seront renouvelés tous les ans, le Conseil est chargé d'émettre des avis et des recommandations sur nos programmes.

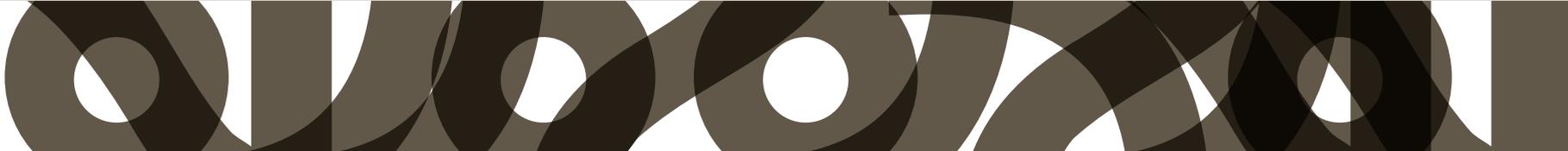
Le fruit de leurs débats et de leurs travaux fera l'objet d'un rapport qui sera remis à la représentation nationale de façon que celle-ci puisse prendre connaissance des principales attentes des représentants du public. ■

Le Conseil consultatif des programmes

Le Conseil consultatif des programmes représente les téléspectateurs français dans toute leur diversité d'âges, d'origines géographiques, de situations professionnelles et culturelles. Composé de vingt membres issus du Club des téléspectateurs, il s'est réuni quatre fois cette année au siège de France Télévisions. Entre chaque session, France Télévisions a entretenu un lien permanent avec les membres, par le biais d'un blog dédié, d'une newsletter et de suggestions d'émissions à visionner.

le groupe

ANNEXES



annexes

Rapport financier

Pour plus d'informations, vous pouvez consulter le rapport financier 2009 [en cliquant ici](#)



annexes

L'écosystème France Télévisions



annexes

Comité de direction 2009



Patrick de Carolis
Président Directeur Général



Patrice Duhamel
Directeur Général en charge
de l'antenne, du développement
et de la diversification



Damien Cuier
Directeur Général en charge
de la gestion, des finances
et des ressources humaines



Camille Pascal
Secrétaire général de FTV SA



François Guilbeau
Directeur Général



Geneviève Giard
Directrice Générale



Claude-Yves Robin
Directeur Général



Yves Garnier
Directeur Général



Philippe Santini
Directeur Général



les chaînes

EN 2009, FRANCE 2, PREMIÈRE CHAÎNE DU SERVICE PUBLIC,
RENFORCE LE VIRAGE ÉDITORIAL

FRANCE 3, CHAÎNE DE LA PROXIMITÉ ET DE L'OUVERTURE
AU MONDE

FRANCE 4, LA CHAÎNE DES NOUVELLES GÉNÉRATIONS

FRANCE 5, QUINZE ANS ET DÉJÀ GRANDE

UNE ANNÉE DANS LA VIE DE FRANCE Ô

→ Cliquez sur un titre pour accéder directement à la page concernée.





les chaînes

EN 2009, FRANCE 2, PREMIÈRE CHAÎNE DU SERVICE PUBLIC, RENFORCE LE VIRAGE ÉDITORIAL

L'année 2009 a été marquée pour France 2 par un renforcement du virage éditorial avec le développement d'une offre forte en matière de fictions patrimoniales, une place accrue accordée aux grands documentaires et l'accentuation de la diffusion de spectacles vivants – au nombre de 39, dont une programmation mensuelle de pièces de théâtre en première partie de soirée.

L'ensemble de la politique d'antenne et de programmes a visé à conforter France 2 en tant que 1^{re} chaîne publique et 2^e chaîne nationale, tout en consolidant son positionnement de chaîne généraliste, dont l'une des vocations est de fédérer un large public, un public populaire et néanmoins exigeant.

Dans un contexte concurrentiel difficile, France 2 enregistre une

part d'audience moyenne de 16,7%, effectuant une belle rentrée à partir de septembre et réduisant à nouveau son écart avec la chaîne leader (9,4 points vs 9,7 en 2008).

L'ensemble de son fond de grille (7h-20h) reste solide, France 2 étant la seule chaîne à progresser en journée entre septembre et décembre. Les matinées (*Télématin*, *C'est au programme*, *Tout le monde veut prendre sa place*) restent le point fort de la journée, en nette hausse entre 6h30 et 13 heures à 26,6 % de PdA, plaçant ainsi la chaîne largement en position de leader. D'autre part, l'installation en septembre de deux nouveaux programmes entre 18 et 20 heures (*En toutes lettres* et *N'oubliez pas les paroles*) a permis un gain de 2 points d'audience avec 11,7 % de PdA moyenne.

Par ailleurs, l'information, maillon essentiel d'une chaîne de service

public, a confirmé la bonne santé de ses JT sur l'ensemble de la semaine, les éditions du week-end continuant de progresser. Quant au sport, avec une présence sur tous les grands événements de l'année, France 2 mérite encore et toujours sa place de leader sur le « plus grand terrain de sport » qu'est France Télévisions.

En première partie de soirée, France 2 a quotidiennement réuni 4,2 millions de téléspectateurs en moyenne et s'est placée leader à 39 reprises, contre 36 en 2008. La fiction française remporte de beaux succès : entre 5 et 6 millions de téléspectateurs ont regardé *Mourir d'aimer*, *L'Homme à l'envers* ou *Jusqu'à l'enfer*, et la collection « Maupassant » s'est poursuivie avec une deuxième saison. Quant aux documentaires, ils ont offert des soirées records à France 2 avec les deux meilleures audiences de l'année : *Home* (8,3 millions) et

Apocalypse (6,6 millions en moyenne pour les six volets de la série). À signaler, *Rendez-vous en terre inconnue* qui reste une marque forte et un rendez-vous incontournable suivi, pour chaque numéro, par plus de 5 millions de fidèles, tout comme *Envoyé spécial* qui affiche à nouveau une très belle année : plus de 4 millions de téléspectateurs chaque semaine.

Magazines d'information, de société, de divertissement ou documentaires de la case « Infrarouge », les deuxième parties de soirée ont vu leur audience progresser, leur horaire de démarrage ayant été nettement avancé du fait de l'arrêt de la publicité à partir de 20 heures.

En 2009, France 2, par ses choix éditoriaux audacieux et son soutien actif à la production française, réaffirme donc sa vocation d'être au service de la création.





Les chiffres clés

Coût global de la grille France 2

794,90 M€

Effectifs permanents au 31 décembre

1565

part d'audience
moyenne

16,7%



Bernard Pierre Donnadieu et Daniel Mesguich *L'Affaire Salengro*



Jeanne Moreau et Hippolyte Girardot
Plus tard tu comprendras



france 2 Création : le mariage de la culture et du plaisir

Fictions contemporaines ou patrimoniales, théâtre populaire et spectacle vivant en direct, documentaires historiques, de science ou de société : France 2 est la chaîne généraliste qui offre le plus vaste choix de programmes, cultive la diversité et la créativité, joue la carte de la différence, de la complicité et du plaisir.

La fiction française : Histoire, patrimoine et société contemporaine

Richesse de l'Histoire et de la littérature, modernité des scénarios

France 2 a constitué, ces dernières années, un catalogue sans précédent

d'œuvres romanesques qui prennent leurs sources dans l'Histoire de notre pays – tant elle offre d'exceptionnelles opportunités de scénarios – ou s'inspirent du patrimoine de la littérature et des grands auteurs contemporains, dont ceux qui ont donné au roman noir ou policier ses lettres de noblesse.

Daniel Russo *Un homme d'honneur*

En 2009, le public a ainsi pu revenir sur l'abolition de la peine de mort en 1981 avec *L'Abolition*, un téléfilm en deux parties autour du rôle joué par Robert Badinter sur ce tournant majeur de l'évolution de la société. *L'Affaire Salengro*, d'**Yves Boisset**, a fait un retour sur la fin tragique, dans les années 30, d'un homme politique acculé au suicide et, plus près de nous, *Un homme d'honneur* nous rappelait une autre fin tragique, celle de Pierre Bérégovoy (plus de 4 millions de téléspectateurs). France 2 diffusait également – parallèlement à une sortie en salles – un superbe film signé **Amos Gitai** où un homme renoue avec ses origines juives, d'après l'œuvre autobiographique de Jérôme Clément, *Plus tard tu comprendras* (3,7 M).





Marc Bodnar, Évelyne Bouix, Mélanie Bernier,
Françoise Gillard, Régis Laspalès et Marie Vincent
La Maison du chat qui pelote



Philippe Chevalier, Eddy Mitchell, Alain Doutey et Marie Anne Chazel *La Cagnotte*



Frédéric Diefenthal
Cartouche

Les couleurs du « costume » sont, par ailleurs, toujours aussi vives, avec un flash-back à la cour de Louis XV (*Jeanne Poisson, marquise de Pompadour*) et un classique revisité du film de cape et d'épée (*Cartouche* – 4,2 M en moyenne sur les deux épisodes).

Avec la collection *Au siècle de Maupassant : contes et nouvelles du XIX^e*, les adaptations d'auteurs du XIX^e siècle se sont poursuivies, grands réalisateurs et immenses comédiens honorant Hugo, Balzac, Barbey d'Aureville et bien d'autres (près de 5 M pour *La Cagnotte*).



Antoine Duléry
et Marius Colucci
*Les Petits Meurtres
d'Agatha Christie*



Jean-Hugues Anglade
et Charlotte Rampling
L'Homme aux cercles bleus

D'autres auteurs ont aussi fait l'objet de belles adaptations : Agatha Christie (*Les Petits Meurtres d'Agatha Christie* – près de 5 M) ; Fred Vargas (*L'Homme aux cercles bleus* et *L'Homme à l'envers*, deux films réalisés par **Josée Dayan** – près de 5 M) ; Jean-François Parot (saison 2 de *Nicolas Le Floch*) ; Georges Simenon (*Jusqu'à l'enfer* avec **Bruno Solo** - 6 M) ; Henri de Montherlant (*La Reine morte*) ; Patrick Modiano (*Des gens qui passent*) ; Michel Déon (*Un souvenir*) ; Alexandre Dumas (*La Dame de Monsoreau*).

Jérémie Covillault et Bruno Solo
Jusqu'à l'Enfer





Muriel Robin et Sandor Funtek *Mourir d'aimer*



Isabelle Renauld et Daniel Russo
Le Doux Pays de mon enfance



Zoom sur la société d'aujourd'hui

En 2009, France 2 s'est à nouveau engagée sur des films de télévision et des séries qui questionnent notre société, sa diversité, ses mouvements ou son quotidien. Des films qui ont souvent rencontré un large public.

Plus de quarante ans plus tard, une histoire d'amour réelle condamnée par la société est restée dans les mémoires et émeut toujours autant les Français, surtout quand elle est portée par l'interprétation remarquable de **Muriel Robin** : *Mourir d'aimer* a été suivi par 5,5 millions de téléspectateurs, ce score plaçant le film de **Josée Dayan** parmi les 20 meilleures audiences de l'année.

En 2009, **Daniel Russo** a, à deux reprises, fait la preuve, s'il le fallait, de son immense talent dans deux téléfilms dramatiques : *Le Doux Pays de mon enfance*, autour de l'usurpation d'identité (4,3 M) et *Un viol* (4,8 M).

Sur la question de la diversité et de l'intégration, un film a aussi marqué l'année, *Aïcha*, de **Yamina Benguigui** (5,3 M).

À noter : le succès des *Poissons marteaux* — histoire de musiciens handicapés mentaux — et deux belles prestations d'actrices, **Michèle Bernier** et **Sara Giraudeau** (4,2 M). Diffusée en 2^e partie de soirée, *Suite Noire* mérite la mention de la collection polar la plus décalée et la plus décapante du genre.



Sofia Essaidi *Aïcha*

Valerie Bonneton *Fais pas ci, fais pas ça*

Le quotidien nourrit les séries. *Équipe médicale d'urgence* s'attache à ces héros du SAMU qui donnent leur temps et leur énergie sans compter ; *La Cour des grands* s'immerge dans la vie d'une école primaire ; *Fais pas ci, fais pas ça* met en scène deux familles au style de vie opposé sous la forme d'une comédie-miroir aussi drôle que réaliste (plus de 4 M).

Deux séries ont été particulièrement appréciées d'un public jeune (15-24 ans)

et familial : *Foudre* pour sa 3^e saison et *Chante*, une comédie musicale qui revenait en 2^e saison.

À deux reprises, quand le sujet s'y prêtait, France 2 a proposé une soirée thématique, un magazine suivant et éclairant le téléfilm : *Un jour, un destin : Pierre Bérégo* de Laurent Delahousse diffusé après *Un homme d'honneur* ; un numéro de *Ça se discute* sur le handicap après *Les Poissons marteaux*.

Josephine Jobert *Foudre*, saison 3

Deux séries américaines toujours plébiscitées

FBI, portés disparus, a vu sa 7^e saison toujours aussi suivie, allant jusqu'à plus de 7 millions de téléspectateurs. Quant à *Cold Case*, même succès, avec un pic à 6,7 M.

*Cold Case : affaires classées* saison 6



Eddy Mitchell et Cécile de France *Le Temps des cerises*

Carole Bouquet et Pierre Arditi *L'Éloignement*



L'affiche de *La Maison du lac*



Spectacle vivant et culture pour tous

Le théâtre se joue en direct

S'associer à un théâtre, parisien ou de province, pour produire et diffuser une pièce en direct le samedi en première partie de soirée était un pari audacieux lancé par France 2 en 2007.

En 2009, non seulement la chaîne renouvelle cette politique d'offre théâtrale pour la troisième année consécutive,

mais elle l'accentue en proposant une programmation mensuelle. Diffuser du théâtre un samedi soir est plus qu'un pari, c'est un défi à l'audience, même si tout est réuni pour un succès potentiel : pièces, auteurs et acteurs populaires.

Globalement, la chaîne peut afficher un résultat positif, car le nombre de téléspectateurs réunis en une seule soirée a de quoi faire rêver les directeurs de salle, les auteurs vivants, les metteurs en scène et les comédiens. Que l'on en juge. *La Maison du lac* (Maria Pacôme,

Jean Piat) a attiré 4,5 millions de téléspectateurs ; *L'Éloignement* (Carole Bouquet, Pierre Arditi), 3,5 M ; *Chat en poche* de Feydeau (Valérie Mairesse, Jean Benguigui), *ADA, l'argent des autres* (Alexandra Lamy, Michel Boujenah), *Chat et souris* (Francis Perrin), *Le Temps des cerises* (Cécile de France, Eddy Mitchell) ont approché ou atteint les trois millions. Combien d'années de représentations faudrait-il pour atteindre de tels chiffres ? En ce sens, même *L'Avare* (enregistré à la Comédie-Française, avec Denis Podalydès) est un succès avec ses 930 000 téléspectateurs.

Jean-François Zygel *La Boîte à musique*

Toutes les musiques

Sur France 2, la musique est plurielle, qu'il s'agisse de la célébrer avec les traditionnelles *Victoires de la Musique* ; de faire tomber les barrières entre le classique, la variété et le jazz, comme l'a proposé *Tandem* ; d'offrir aux talents les plus divers de la chanson française et internationale l'espace *live* du cultissime *Taratata* de **Nagui** (en 2^e diffusion après France 4) ; d'ouvrir les frontières en diffusant, après France Ô, la cérémonie du *Trophée des Arts afro-caribéens* ; d'initier de façon ludique le grand public à la musique classique, comme sait si bien le faire **Jean-François Zygel** avec sa *Boîte à musique*.

La musique, c'est aussi l'opéra, genre (faussement) réputé pour ne plaire qu'à un petit nombre d'adeptes et de connaisseurs. Toutefois, quand France 2 consacre une soirée exceptionnelle à *La Traviata, en direct des Chorégies d'Orange*, ça marche ! Près d'1,4 million de téléspectateurs ont suivi l'ensemble de la soirée, la retransmission de l'opéra étant précédée d'un documentaire-fiction, *Faites entrer la Traviata* (plus de 2 M). Une telle soirée est emblématique de la mission de service public de France 2, son succès étant la preuve que l'opéra est bien un vrai spectacle populaire.

Le Trophée des Arts afro-caribéens



Baromètre qualitatif 2009 : le spectacle vivant dans les « 20 meilleures notes »

Trois soirées culturelles figurent dans le baromètre qualitatif 2009, soit les programmes les mieux notés par le public :

<i>La Traviata</i>	8,8
<i>La Maison du lac</i>	8,6
<i>Tandem</i>	8,4



Instauré fin 2007, le baromètre qualitatif de France Télévisions permet aux téléspectateurs de noter (sur 10) leurs émissions en fonction de critères purement qualitatifs.



Home

8,3 M

de téléspectateurs

Le documentaire,
genre télévisuel majeur

Des soirées records en prime time

En lui offrant, chaque mois en première partie de soirée, une exposition exceptionnelle, France 2 considère le documentaire comme un genre majeur,

et le public répond présent jusqu'à des records d'audience tout aussi exceptionnels quand il s'agit d'événements que seule une chaîne de service public peut proposer.

L'année 2009 a été marquée par deux œuvres documentaires que les téléspectateurs ont largement plébiscitées.



Apocalypse

6,6 M

de téléspectateurs
en moyenne
sur les 6 épisodes

Home, le film plaidoyer de **Yann Arthus-Bertrand** pour la préservation de la planète, diffusé simultanément dans le monde entier et sur France 2, a rassemblé 8,3 millions de téléspectateurs, passionnés autant par le sujet que par les images somptueuses du film. Dans un genre totalement différent, *Apocalypse*, série en 6 épisodes signée **Daniel Costelle et**

Isabelle Clarke, a fidélisé sur l'ensemble de sa diffusion une moyenne de 6,6 millions de téléspectateurs (7,8 M pour le dernier volet). Un succès qui s'explique par l'intérêt que porte le public à la Deuxième Guerre mondiale quand on l'aborde sous un nouvel angle, avec des images et un regard inédits.



Ce jour-là tout a changé -
L'Assassinat d'Henri IV



L'Odyssée de l'amour



Frédéric Lopez *Rendez-vous en terre inconnue - Édouard Baer chez les Dogons*

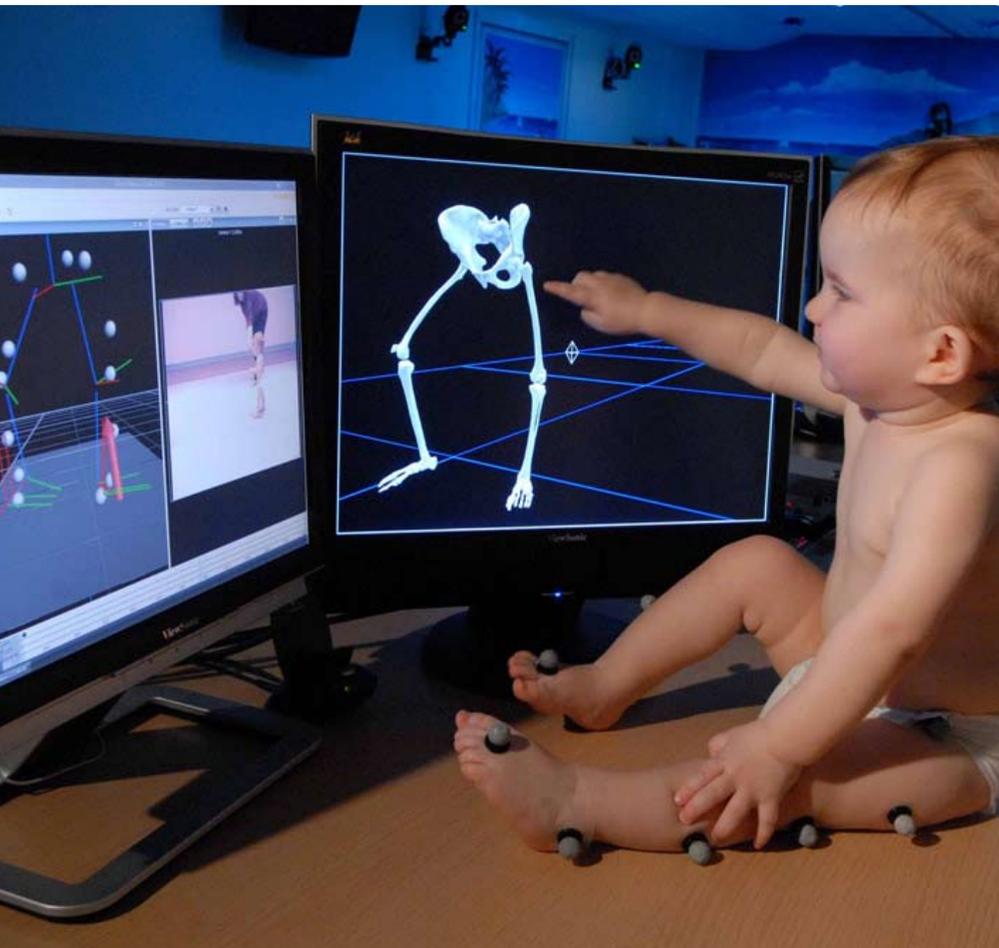
Qu'il touche à l'Histoire ou à la science, le docu-fiction est de facture originale, rigoureuse sur le fond, séduisante par la forme, qui permet de raconter une histoire. Ainsi, en 2009, France 2 a remonté le temps, avec — sous le titre générique *Ce jour-là tout a changé — L'Assassinat d'Henri IV* (4,6 M) et *L'Évasion de Louis XVI*, et avec *Louis XV à Versailles*, une soirée en deux parties : *Louis XV le soleil noir* et *Versailles, la vie dorée*. La chaîne s'est aussi

propulsée dans le futur avec *Les temps changent*, un film-frisson sur l'évolution climatique. Plus léger et sur un ton de comédie, *L'Odyssée de l'amour* a décrypté scientifiquement le phénomène amoureux.

Sous le signe du voyage, de l'aventure et de la découverte, le *Rendez-vous en terre inconnue* de Frédéric Lopez connaît le même succès à chaque numéro, le record allant à *Édouard Baer chez les Dogons* (5,9 M).



Du bébé au baiser



Mais qui a tué Maggie ?



Infrarouge : le documentaire de société

Chaque jeudi, en deuxième partie de soirée, « Infrarouge » s'intéresse essentiellement aux tendances sociétales, à travers le regard d'historiens, de sociologues, de scientifiques et de témoins. Des documentaires qui offrent, par leur diversité et leur qualité, la vision riche d'une société souvent complexe. Citons, *Violences conjugales en guise d'amour*, *Nos années 70 : les insouciantes*, *Vivre avec 1 500 €*, *Du bébé au baiser*, *Voyage vers l'inconnu* (signé **Mireille Darc**), *Parasomnie : le sommeil impossible*, *Une épuration française*, *Ces catastrophes qui changèrent le monde*, *Les Prêcheurs de l'apocalypse : quand l'écologie perd la boule*. Signalons également deux films qui ont marqué l'année : *Mais qui a tué Maggie ?* (ou comment Margaret Thatcher a été évincée du pouvoir) et *Einsatzgruppen, les commandos de la mort*. ■



Un mur à Berlin

Le Mur de Berlin

Le 9 novembre, l'anniversaire de la chute du Mur était célébré un peu partout dans le monde et France 2 le commémorait à la hauteur de l'événement. Au cœur de l'ensemble des opérations, *Un Mur à Berlin*, vaste fresque documentaire signée **Patrick Rotman** et diffusée en prime time, revenait le 3 novembre sur l'histoire du Mur.



L'information : dynamisme et réactivité

Journaux télévisés, magazines de la rédaction ou opérations spéciales, l'information est au cœur de l'antenne avec 1 250 heures de programmes, dont 773 pour les éditions des journaux et 330 pour les magazines. Les audiences, performantes et en progression, apportent la preuve que le public a été sensible à l'évolution, amorcée en 2008 et confirmée en 2009, des sessions d'information sous toutes leurs formes.

Des JT en bonne santé

En privilégiant les sujets de fond et les dossiers, en veillant à la rigueur des reportages tout en dynamisant leur rythme, les journaux télévisés de France 2 n'ont cessé de gagner en crédit auprès des téléspectateurs.

En 2009, ils ont été 2,5 millions en moyenne à suivre *le 13 heures* présenté par **Élise Lucet** du lundi au jeudi (à 19,1 % de part d'audience, l'écart avec TF1 n'a jamais été aussi réduit) et 4,7 M *le 20 heures* présenté par **David Pujadas** du lundi au jeudi (20,5 % de PdA). Quant à l'information du week-end, présentée par **Laurent Delahousse**, elle a continué de progresser, affichant, samedi et dimanche à 13 heures, 19,5 % de PdA, soit 2,8 M.



Élise Lucet *Le 13 heures*



David Pujadas *Le 20 heures*



Laurent Delahousse *Journaux du week-end*



Réactivité à l'événement et force du direct

En 2009, la direction de l'information et la rédaction de France 2 ont réagi à des événements d'importance : les élections européennes, les 60 ans de l'OTAN, le 65^e anniversaire du débarquement en Normandie, la visite de Barack Obama en France, le 20^e anniversaire de la chute du Mur de Berlin. France 2 n'a jamais hésité à bouleverser ses programmes pour donner la priorité à l'actualité avec des émissions spéciales et des journalistes en direct sur le terrain.

Arlette Chabot
À vous de juger



Benoît Duquesne *Complément d'enquête*



Les magazines : l'information en perspective

France 2 réserve une place centrale à l'information approfondie. Les débats de *Mots croisés* et d'*À vous de juger*, les dossiers fouillés sur des sujets d'actualité de *Compléments d'enquête*, les investigations à l'international d'*Un œil sur*

Yves Calvi *Mots croisés*



Françoise Joly et Guilaine Chenu
Envoyé spécial



la planète sont devenus des classiques des deuxièmes parties de soirée de France 2. Quant à *Envoyé spécial*, il réalise à nouveau une très belle année avec une moyenne de 4,1 millions de fidèles. Mention spéciale pour les deux magazines de **Laurent Delahousse**, *13h15 le samedi* et *13h15 le dimanche*, en constante progression (19,2 % et 19,6 % de PdA). ■

Christophe Hondelatte *Faites entrer l'accusé*Arnaud Poivre d'Arvor *Non élucidé*

Les magazines : audace et diversité

Récurrents en deuxième partie de soirée, événements en prime time, rendez-vous consacrés en journée, les magazines ont occupé un temps d'antenne important. En prise directe avec la société actuelle, sans a priori et souvent avec audace, ils restent une marque forte de France 2.

Le plaisir de savoir sur tous les terrains

Fleuron des succès de deuxième partie de soirée, le magazine présenté par **Christophe Hondelatte**, *Faites entrer l'accusé*, a confirmé l'attrait que porte le public aux enquêtes policières et aux faits divers en rassemblant une moyenne de 2,1 millions de téléspectateurs sur l'année. Sur le même terrain mais dans un registre différent, **Arnaud Poivre d'Arvor**, avec *Non*

élucidé, est revenu sur les zones d'ombre qui n'ont pas permis la conclusion d'une affaire criminelle. *Les Infiltrés*, magazine d'investigation d'un nouveau type sur des sujets de société qui font débat — présenté par **David Pujadas** — était un pari audacieux lors de son lancement et, en 2008 comme en 2009, le pari a été gagné (1,6 M pour le numéro consacré au travail précaire).

David Pujadas *Les Infiltrés*

Laurent Delahousse *Un jour, un destin*

Les destinées de femmes et d'hommes qui ont marqué leur temps ou l'Histoire passionnent les téléspectateurs qui ont suivi autant **Laurent Delahousse** dans sa série d'*Un jour, un destin* (Tapie, Bashung, Gainsbourg, Depardieu, Tom Cruise ou Ségolène Royal) que **Stéphane Bern** dans ses *Secrets d'Histoire* (Henri VIII, Henri IV, Catherine II). Plus léger, et sous forme de divertissement, *Panique dans l'oreillette* de **Frédéric Lopez** affiche une moyenne d'1,9 M. Quant au rendez-vous du samedi soir avec **Laurent Ruquier**, *On n'est pas couché*, il reste très performant avec une moyenne de 21,7 % de PdA, soit 1,6 M.

Guillaume Durand *L'Objet du scandale*

Si connaissance et découverte sont souvent associées aux magazines, sur France 2, ce n'est pas fortuit, qu'il s'agisse de la vie intellectuelle et culturelle avec *Vous aurez le dernier mot* de **Franz-Olivier Giesberg** ou *Des mots de minuit* présenté par **Philippe Lefait** ; des mouvements de société avec *L'Objet du scandale* de **Guillaume Durand** ; de la nature avec les deux magazines présentés par **Sébastien Folin** (*ADN - Accélérateur de neurones*, émission à vocation scientifique, et *Grandeurs nature*, une sélection des meilleurs documentaires dans le monde).

Frédéric Lopez *Panique dans l'oreillette*



De toujours belles réussites en journée

Ils sont leaders et ils le restent ! *Télématin* progresse en semaine, à 43,4 % de PdA, soit 1,3 million de téléspectateurs, et garde la tête le week-end ; *C'est au programme* est toujours aussi solide sur une tranche horaire où les autres TV ont gagné du terrain. Le samedi/dimanche, *Thé ou café* est nettement leader. Quant à *Vivement dimanche* et *Vivement dimanche prochain*, ils sont toujours autant appréciés du public. ■

William Leymergie et trois chroniqueurs *Télématin*



Catherine Ceylac *Thé ou café*



Le magazine en grand format

Sur France 2, 2009 a été marqué par de grandes soirées autour de thèmes aussi variés que la santé (*Donnez du sang à la vie*, présenté par **Jean-Luc Delarue**, sur le don d'organes, *Se libérer de l'alcool*, présenté par **Élise Lucet**) ; le tourisme, l'Histoire et la culture (*Voyage en Méditerranée*, présenté par **Marie et Michel Drucker**) ; le retour sur le 40^e anniversaire d'un événement planétaire (*Ils ont marché sur la Lune*, une nuit spéciale présentée par **Igor et Grichka Bogdanoff**) ; la célébration du 14 Juillet (*Au cœur de l'Armée de terre*, présenté par **Michel Drucker**) ; le réchauffement climatique et ses conséquences au moment du Sommet de Copenhague (*Un soir pour la Terre*, avec un

documentaire signé **Yann Arthus-Bertrand** qui coanimait ensuite un débat avec **Marie Drucker**). Sans oublier *Prise directe*, grand plateau animé par **Béatrice Schönberg** sur un sujet d'actualité qui fait débat.

Entre magazine et divertissement, deux soirées ont rassemblé un large public et affiché de très belles audiences à 4,5 millions de téléspectateurs chacune :

— *Le Grand Défi des animateurs*, un quiz sur la télévision publique présenté par **Julien Courbet**

— et *On a tout révisé*, ou l'actualité de l'année en questions et des réponses de **la bande à Ruquier**.



Michel Drucker et Marie Drucker *Voyage en Méditerranée*



Le Tour de France



Roland-Garros



Sport : rugby, tennis, cyclisme dans le peloton de tête

Avec 461 heures de sport, dont 336 heures de direct, France 2 place la compétition sportive au cœur de ses programmes phares. Chaîne du rugby, elle occupe aussi, encore et toujours, une place prépondérante dans les retransmissions du Tournoi de Roland-Garros et du Tour de France.

Le Tournoi des VI Nations passionne toujours autant les Français et, sur l'ensemble des 15 matchs diffusés sur France 2 (dont un en prime), il a représenté une part d'audience de 22,5 %, les matches France/Ecosse et Angleterre/France réunissant respectivement 4,3 millions et 5,1 millions de téléspectateurs.

Roland-Garros compte toujours autant d'aficionados et réalise sur l'ensemble du tournoi une moyenne de 20 % de PdA (1,8 million), la finale rassemblant 3,7 M, soit 31,1 % de PdA. Par ailleurs, un rajeunissement du public a été constaté avec une progression de 13 % sur les 15-24 ans.

Le Tour de France affiche toujours une très grande forme avec une moyenne de 3,7 millions de téléspectateurs (37,8 % de PdA). La répartition du public dans toutes les tranches d'âge fait de cette compétition mythique un véritable rendez-vous familial.

Si les *Championnats du monde d'athlétisme* ont surtout été retransmis sur France 3, *Stade 2* a pris le relais dans la foulée des directs avec d'excellentes audiences.

Quant au *handball*, il a réservé de jolies surprises : quand la France va en finale des *Championnats du monde*, elle est supportée, via France 2, par 4,6 millions de téléspectateurs sur la durée du match contre la Croatie. ■



L'Aventure inattendue, avec Mimi Mathy

Le Plus Grand Cabaret du monde



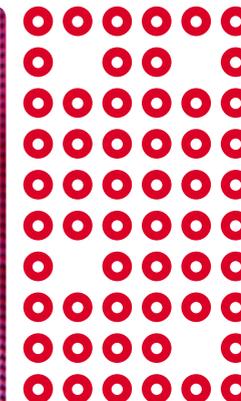
france
2

Le divertissement : performant et fédérateur

Qu'elles soient récurrentes ou exceptionnelles, les soirées du samedi estampillées « divertissement » offrent des moments de détente en famille et continuent de fédérer un large public. Quant aux jeux, sur France 2, ils jouent dans la cour des grands.

Onze ans et toujours le même succès ! *Le Plus Grand Cabaret du monde* reste le rendez-vous de référence des amateurs de music-hall, **Patrick Sébastien** rassemblant à chaque numéro entre 4 et 5 millions de téléspectateurs (22 % de PdA). Un public qui aime aussi le retrouver dans la nostalgie des *Années bonheur* (20 % de PdA).

Autres succès : ceux de **Patrick Sabatier**, qu'il convoque *Les Stars du rire* (4 M et 20 % de PdA) ou qu'il invite à une *Aventure inattendue* (l'émission consacrée à **Mimi Mathy** a réuni 5,7 millions de téléspectateurs).



Anne Roumanoff
Roumanoff, c'est rigolo



À divertissements exceptionnels audiences remarquables : *Roumanoff, c'est rigolo* a amusé 5,7 millions de téléspectateurs tandis que *La Fête de la musique* en conservait une moyenne de 3,7 M durant ses quatre heures de direct, *La Fête de la chanson française*, 4,3 M et *Les 25 ans du Top 50*, 5,1 M.

En 2009, *Fort Boyard* fêtait ses 20 ans et faisait toujours les beaux jours de l'été de France 2. ■



La Boule,
Anne-Gaëlle Riccio,
Olivier Minne,
Père Fouras,
Felindra,
Passe-Partout,
Passe-Muraille,
Passe-Temps,
Mr Tchan
Fort Boyard

Les jeux : des atouts dans leur manche !

Quand ils sont à la fois intelligents et divertissants, les jeux gagnent la partie. **Nagui** en sait quelque chose avec ses deux rendez-vous quotidiens : *Tout le monde veut prendre sa place* rassemble à midi 2,4 millions de téléspectateurs (25,4 % de PdA) et *N'oubliez pas les paroles* connaît un succès dans les mêmes proportions.



Nagui *N'oubliez pas les paroles*

En septembre 2009, France 2 a mis à l'antenne un nouveau jeu, *En toutes lettres*, animé par **Julien Courbet**. Un jeu qui n'a cessé de progresser, renforçant la tranche 18-20 heures. Le samedi, à 18 h 55 (le dimanche à la même heure durant l'été), les candidats et les téléspectateurs sont invités par **Patrick Sabatier** à trouver le *Mot de passe*. Un jeu qui a passionné 2 millions de personnes en moyenne.



Patrick Sabatier *Mot de passe*



Saint-Jacques... La Mecque



Casino Royale



Le cinéma : France 2 aime les films français

Du prime time au Ciné-Club, des soirées thématiques aux courts-métrages, France 2 offre une large place au 7^e art.

En 2009, France 2 a particulièrement défendu le cinéma français, avec de nombreux inédits en prime time (*Saint-Jacques... La Mecque*, *L'Entente cordiale*, *Le Héros de la famille*, *Ô Jérusalem*, *Hors de prix*, *Le Serpent*, *Danse avec lui*, *Dialogue avec mon jardinier...*), tout en honorant le cinéma européen (*Orgueil et préjugés*, *The Constant Gardener*, *Le Parfum*, *Casino Royale...*).

Fantômas, *Le bonheur est dans le pré*, *Un crime au paradis*, *Les Enfants du Marais*, *L'Aile ou la cuisse*, *La Folie des grandeurs* : quand il s'agit de films français qui appartiennent au patrimoine du cinéma, les rediffusions sont toujours accueillies avec plaisir par le public.

Passé à un rythme hebdomadaire, le *Ciné-Club* a privilégié la valorisation des films français « reflets de la société » en les éditorialisant par cycles (*Nous sommes tous des assassins*, *À nous la liberté*, *L'Argent de poche*, *Les Biches*, *La Règle du jeu*, *Le Crime de M. Lange*).

France 2 a également proposé des programmations spéciales : hommage à **Claude Berri** (*Le Cinéma de papa*), commémoration de la Shoah (*Belzec*), soirées continues avec un documentaire suivi d'un film (*Good bye Lénine* après *Un Mur à Berlin*, *La Chute* après *Apocalypse*, *Sept ans de réflexion* après *Marilyn, dernières séances*).

Quant aux courts-métrages, France 2 en a diffusé 102 sur l'année, soit 33 heures, dans le cadre d'« Histoires courtes ». ■



Le site de *Tout le monde veut prendre sa place*



site
numéro un
pour France 2
et tous
les sites de
France Télévisions

Top 5 des sites les plus visités (visites cumulées sur l'année)

108 millions
Tout le monde veut prendre sa place

10 millions
JT de 20 heures

6 millions
Le 4^e Duel

5,6 millions
Roland-Garros

5 millions
JT de 13 heures

france2.fr : records d'audience battus !

En moyenne, chaque mois sur l'ensemble de l'année 2009, le site Internet de France 2 a été fréquenté par plus de 3,8 millions de visiteurs uniques (+ 34 % vs 2008), enregistrant 17,8 millions de visites (+ 42 % vs 2008) pour 190 millions de pages vues (+ 45 % vs 2008). Autrement dit, france2.fr a très largement battu ses records d'audience et de fréquentation.

Ces remarquables performances tiennent à la grande richesse, à la qualité et à la diversité des contenus de programmes proposés aux internautes.

Parmi les grandes réussites de l'année 2009, le site Internet exceptionnel conçu pour *Apocalypse, la 2^e guerre mondiale*, la série documentaire diffusée sur France 2 en six volets.

Parallèlement à une diffusion qui a fait événement, France Télévision Interactive a développé un programme Web novateur et ambitieux, véritable guide multimédia, indispensable pour se repérer historiquement, prolonger la réflexion, aider à la compréhension et au décryptage de la plus effroyable tragédie du xx^e siècle (200 vidéos d'images d'archives, vidéo du making of, une centaine de photos d'époque, dossiers, biographies...). Un forum a également permis au public d'échanger, de témoigner et d'interroger les auteurs de la série. ■



Distinctions

En 2009, France 2 a été primée dans de prestigieux festivals. Sélection des récompenses les plus importantes.

Fiction

Un homme d'honneur

réal. : Laurent Heynemann

- 22^e FIPA :
– FIPA d'argent

Sagan

réal. : Diane Kurys

- Globes de cristal Arts et Culture (Paris) :
– Globe du meilleur téléfilm ou série télévisée
– Globe de la meilleure actrice pour **Sylvie Testud**.

Les Poissons marteaux

réal. : André Chandelle

- Festival de Luchon :
– Prix de l'interprétation féminine pour **Michèle Bernier**
– Prix du public ex æquo

Fais pas ci, fais pas ça

réal. : Pascal Chaumeil

- Festival de Luchon :
– Prix de la meilleure série
- 49^e Festival de télévision de Monte-Carlo :
– Nymphes d'or de la meilleure actrice pour **Valérie Bonneton**

Michèle Bernier et Sara Giraudeau dans *Les Poissons marteaux* réalisé par André Chandelle



- Nymphes d'or du meilleur acteur pour **Bruno Salomone**
– Nymphes d'or du producteur international pour **Elephant Story**

Seule

réal. : Fabrice Cazeneuve

- Lauriers de la radio et de la télévision (Sénat) :
– Laurier Fiction

Douce France

réal. : Stéphane Giusti

- 11^e Festival de la fiction TV de La Rochelle :
– meilleur interprète masculin pour **Mehdi Nebbou**
– révélation féminine pour **Karina Testa**

Des gens qui passent

réal. : Alain Nahum

- 11^e Festival de la fiction TV de La Rochelle :
– révélation masculine pour **Théo Fritel**



Documentaire

Mais qui a tué Maggie ?

réal. : William Karel

- 22° FIPA :
- FIPA d'argent

14-18, le bruit et la fureur

réal. : Jean-François Delassus

- Lauriers de la radio et de la télévision (Sénat) :
- Laurier Documentaire
- Étoiles de la Scam :
- Étoile

Le Rêve d'un roi

réal. : Thierry Binisti

- Lauriers de la radio et de la télévision (Sénat) :
- Laurier, catégorie docu-fiction

L'Autre 8 mai 1945

réal. : Yasmina Adi

- Étoiles de la Scam :
- Étoile

Face au sida

réal. : Judith du Pasquier

- Étoiles de la Scam :
- Étoile

Grotte d'Ouvéa, autopsie d'un massacre

réal. : Elisabeth Drevillon

- Étoiles de la Scam :
- Étoile

Étienne Leenhardt, *Un œil sur la planète*



Reportage magazine

Australie : le pays de la soif

Nicolas Chateaufort et Jean-Marie Lequertier pour *Un œil sur la planète*

- 5° Festival du film écologique de Bourges :
- Prix du meilleur film de reportage

France : une arrogante solitude

Jeff Wittenberg et Jean-Marie Lequertier pour *Un Œil sur la planète*

- 26° Prix franco-allemand du journalisme :
- Prix télévision

Ecole en Afghanistan : un tableau noir

Gilles Jacquier pour *Envoyé spécial*

- 24° Festival international du Scoop et du Journalisme d'Angers :
- Grand Prix J.L. Calderon

La Jungle du Nord

Vincent Nguyen et J.S. Desbordes pour *Envoyé spécial*

- 24° Festival international du Scoop et du Journalisme d'Angers :
- Prix du documentaire

Envoyé spécial – générique



L'Iran au cœur de la contestation

Manon Loiseau et Cyril Thomas pour *Envoyé spécial*

- 24° Festival international du Scoop et du Journalisme d'Angers :
- Prix Planète du public

Court-métrage

Les Miettes

réal. : Pierre Pinaud/*Histoires courtes*

- César du meilleur court-métrage 2009

Montparnasse

réal. : Mikhaël Hers/*Histoires courtes*

- Prix Jean Vigo 2009 ■



Olivier Minne, Daniela Lumbruso et Patrick Bruel
La Fête de la musique



Partenariats

Parce que France 2 est la chaîne de l'événement, elle développe sa marque par une politique accrue en matière de partenariat.

En 2009, ce sont plus de 100 opérations qui ont été réalisées par les partenariats de la communication autour de deux axes majeurs : les programmes et les événements extérieurs, majoritairement culturels.

Les programmes

- La fiction et les séries à destination de tous les publics : *Au siècle de Maupassant : contes et nouvelles du XIX^e, F.B.I portés disparus, Mourir d'aimer, Cœur Océan, Chante.*
- Les grands rendez-vous des magazines : *Retour en terre inconnue, Un soir pour la terre.*
- Le divertissement emblématique : *Taratata, Les 25 ans du Top 50, La Fête de la musique, Roumanoff c'est rigolo, Fort Boyard.*
- Le documentaire-événement : *Home, L'Odyssée de l'amour.*

- Les compétitions sportives : *Roland-Garros, le Tour de France.*

Les événements culturels

- Concerts et festivals (Olivia Ruiz, Abd Al Malik, Solidays, Leonard Cohen).
- Humour (Valérie Lemerrier, Anne Roumanoff).
- Expositions (Tati).
- Théâtre (*Sentiments provisoires, La Nuit des rois, Douze hommes en colère*).
- Ballet (Béjart, *Le Concours* et *Le Tour du monde en 80 jours*).
- Institutionnel (*La Nuit des musées*).

C'est ainsi que France 2 a su enrichir son Club des Téléspectateurs en proposant des offres toujours plus attractives à son public.

Très investis dans les nouveaux médias, les partenariats Web de France 2 représentent en 2009 plus de 20 % de l'activité, sur france2.fr mais aussi via des accords avec les plus grands acteurs du secteur de l'Internet. ■

2

Les 20 meilleures audiences

en fond :
Home, de Yann Arthus-Bertrand

Dates	Heure	Programme	Aud.	PDA	Nbre Tvsp
Ven. 5 juin	20.42	DOCU. Home	14,3	33,0	8 301 000
Mar 22 sept.	20.31	DOCU. Apocalypse (6 ^e volet)	13,5	31,0	7 870 000
Lun 2 fév.	20.36	SÉRIE FBI portés disparus	12,7	26,7	7 288 000
Dim. 4 jan.	19.59	20 HEURES Le Journal	11,7	24,2	6 676 000
Lun. 14 déc.	20.38	SÉRIE Cold Case	11,6	24,5	6 744 000
Sam. 28 nov.	20.35	RUGBY France / Nouvelle-Zélande	11,5	28,9	6 689 000
Jeu. 12 fév.	20.35	MAG. Envoyé spécial	10,3	25,8	5 885 000
Ven. 27 fév.	20.49	RUGBY Rugby : Tournoi de VI Nations	10,3	25,5	5 877 000
Ven. 4 déc.	20.37	TÉLÉF. Jusqu'à l'enfer	10,3	23,4	5 968 000
Dim 6 déc.	20.37	FILM Casino Royale	10,2	22,8	5 910 000
Lun. 5 janv.	20.35	MAG. Rendez-vous en terre inconnue (E. Baer)	10,2	21	5 865 000
Dim. 8 mars.	20.36	FILM Saint-Jacques... La Mecque	10,1	22,5	5 773 000
Jeu. 5 fév.	20.15	MAG. Face à la crise	10,1	21,8	5 767 000
Sam. 12 déc.	20.36	DIVERT. Roumanoff, c'est rigolo	9,8	26,4	5 719 000
Sam. 19 déc.	20.38	DIVERT. L'Aventure inattendue (M. Mathy)	9,8	24,6	5 709 000
Dim. 1 ^{er} fév.	19.10	MAG. Stade 2	9,7	24,5	5 571 000
Sam. 9 mai.	20.35	FOOT. Coupe de France (Rennes/Guingamp)	9,6	28,5	5 573 000
Lun. 27 déc.	20.38	TÉLÉF. Mourir d'aimer	9,5	20,2	5 497 000
Ven. 9 janv.	20.35	FILM La Folie des grandeurs	9,3	21,9	5 398 000
Dim. 11 jan.	20.35	SÉRIE Les Petits Meurtres d'Agatha Christie	9,3	20,4	5 332 000



Frédéric Lopez
Rendez-vous
en terre inconnue
avec Gilbert Montagné
au Zanskar

France

2

Baromètre qualitatif 2009 : les 20 meilleures notes du palmarès

Programme	date	Note /10
DOCU. <i>Rendez-vous en terre inconnue Gilbert Montagné</i>	01/09/2009	9,1
DOCU. <i>Apocalypse, la 2^e guerre mondiale 5^e volet</i>	22/09/2009	9
MAG. <i>Retour en terre inconnue la spéciale</i>	01/12/2009	9
DOCU. <i>Rendez-vous en terre inconnue Zazie chez les Korowai</i>	30/06/2009	8,8
FICTION FR. <i>L'Abolition 2^e partie</i>	03/02/2009	8,8
FILM US. <i>La Liste de Schindler</i>	18/01/2009	8,8
OPÉRA. <i>La Traviata en direct des Chorégies d'Orange</i>	15/07/2009	8,8
SÉRIE US. <i>Urgences</i>	23/08/2009	8,7
RUGBY. <i>Rugby match amical France/Afrique du Sud</i>	13/11/2009	8,6
THÉÂTRE. <i>La Maison du lac en direct du Théâtre de Paris</i>	14/03/2009	8,6
DOCU. <i>Un Mur à Berlin</i>	03/11/2009	8,6

DOCU. <i>Soirée spéciale Home</i>	05/06/1009	8,5
FILM US. <i>L'Âge de glace</i>	28/12/2009	8,5
FICTION FR. <i>L'Affaire Salengro</i>	14/04/2009	8,5
MAG. <i>Spéciale Faites entrer l'accusé Que faire des criminels fous ?</i>	17/02/2009	8,5
FILM FR. <i>Les Enfants du marais</i>	08/02/2009	8,5
SÉRIE US. <i>Cold Case</i>	30/11/2009	8,4
FICTION FR. <i>Désobéir Aristide de Sousa Mendes</i>	12/06/2009	8,4
MAG. <i>Tandem Natalie Dessay-Michel Legrand</i>	02/06/2009	8,4
FICTION FR. <i>Au siècle de Maupassant, contes et nouvelles du XIX^e/Le Bonheur dans le crime</i>	17/03/2009	8,3



Instauré fin 2007, le baromètre qualitatif de France Télévisions permet aux téléspectateurs de noter (sur 10) leurs émissions en fonction de critères purement qualitatifs.



les chaînes

FRANCE 3, CHAÎNE DE LA PROXIMITÉ ET DE L'OUVERTURE AU MONDE

Chaîne nationale à vocation régionale et locale, bénéficiant d'un réseau unique en métropole, France 3 est la chaîne de la proximité, du lien social et du débat citoyen. Elle contribue à la connaissance et au rayonnement des territoires mais aussi à l'expression des langues régionales. Dans un monde globalisé, elle offre à chacun la possibilité de réfléchir sur ses racines, tout en suivant l'évolution de la société contemporaine en ouvrant une fenêtre sur le

monde. Grâce à ses nombreux décrochages régionaux, elle est aussi le reflet de la diversité de la vie économique, sociale et culturelle en région.

Chaîne de la proximité et de l'ouverture au monde, France 3 a proposé en 2009 une offre particulièrement étoffée en matière d'information, de magazines, de documentaires, de programmes jeunesse et de fictions !





france
3

Chiffres clés



Frédéric Taddei *Ce soir (ou jamais !)*

Chiffre d'affaires

1 225,6 M€

Coût de la grille des programmes

807,6 M€

Nombre d'heures diffusées

25 987

Part d'audience

11,8 %

Nombre d'implantations
sur tout le territoire

101

Nombre de salariés permanents
au 31/12/2009

4 866

Carole Gaessler *Soir 3*

Nombre
d'implantations
sur tout le territoire

101

Générique de *Tout le sport*

Les faits marquants

Comme les autres chaînes de France Télévisions, France 3 a été marquée par l'entrée en vigueur de la loi qui rend effective la transformation du groupe France Télévisions en entreprise commune et instaure la disparition de la publicité sur les antennes entre 20 heures et 6 heures du matin. Depuis le 5 janvier 2009, les programmes de première partie de soirée ont été avancés pour débiter à 20h35, permettant à *Soir 3* d'être diffusé chaque jour à 22h30 et *Ce soir (ou jamais!)* à 23 heures.

Le 27 juin 2009, à l'occasion du lancement de sa grille d'été, les 14 antennes nationale et régionales de France 3 ont basculé avec succès au format 16/9. Une étape préalable à la diffusion en HD prévue en 2011.

Refonte des tranches d'information autour du *19/20* (allongement des éditions locales et régionales) et du *Soir 3*, qui propose

un rendez-vous quotidien avec l'actualité régionale et locale, et la programmation de *Tout le sport* deux fois par jour à 20h05 et après *Soir 3* depuis le 5 janvier.

Ouverture d'un bureau d'information permanent à Bressuire (Deux-Sèvres) qui porte à 101 le nombre d'implantations du réseau métropolitain de France Télévisions.

Développement des prises d'antenne exceptionnelles sur les antennes régionales autour d'événements d'actualité, culturels, sociétaux ou sportifs : près de 528 événements couverts, dont 296 relayés sur l'antenne nationale. Tous étaient visibles sur france3.fr.

Le 9 octobre, France 3 a créé l'événement en installant la totalité de son antenne au

cœur d'une capitale régionale, Marseille, pour une journée spéciale de 10 heures à minuit. Quatorze heures d'antenne continue aux couleurs de Marseille, dont 7 JT en public et en direct du Vieux-Port, et 11 émissions spéciales qui confortent de manière inédite la proximité que France 3 entretient avec ses téléspectateurs.

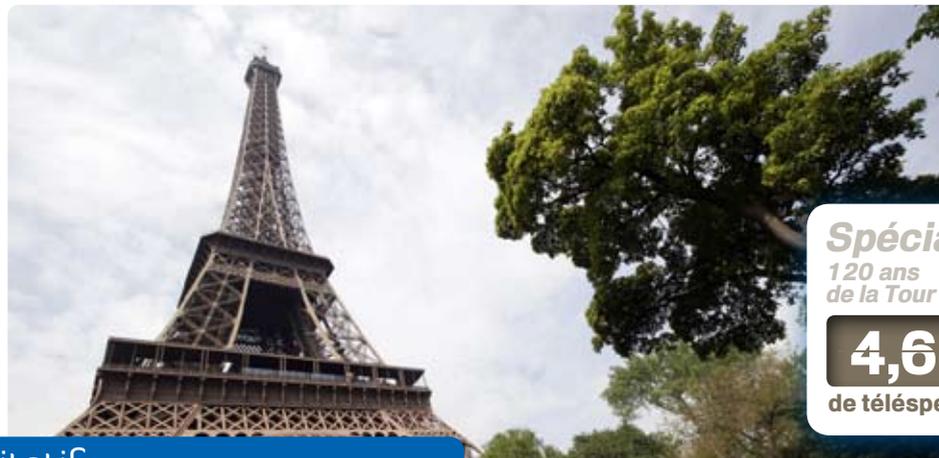
Depuis le 28 octobre, tous les foyers équipés d'un décodeur TNT Fransat (sans abonnement) peuvent recevoir les 24 offres régionales de France 3 en qualité numérique. Cette offre vient s'ajouter à celle de TNT Sat, mise en œuvre à l'initiative de Canal Sat via le satellite Astra.

Développement de l'offre de proximité sur Internet par le biais de 13 sites régionaux (prochainement 24). ■



Des racines & des ailes Les 120 ans de la Tour Eiffel

Pièces à conviction : Uranium, le scandale de la France contaminée



Spéciale
120 ans
de la Tour Eiffel

4,6 M
de téléspectateurs



Audience et baromètre qualitatif

Avec 11,8 % de PdA, France 3 reste en 2009 la 3^e chaîne du paysage audiovisuel français.

Face à la montée en puissance des chaînes de la TNT, France 3 s'attache à prendre appui sur ses marques fortes, comme les fictions *Plus belle la vie*, toujours aussi performante en quotidienne (21% de PdA), ou *Un village français*, avec une moyenne de plus de 4 millions de téléspectateurs à chaque diffusion, les magazines *Thalassa*, *Faut pas rêver*, *C'est pas sorcier*, *Pièces à conviction* ou *Des racines & des ailes* qui assure toujours de très beaux succès d'audience à la chaîne, dont une audience record avec la spéciale sur les 120 ans de la Tour Eiffel (4,6 millions de téléspectateurs pour 18,8 % de PdA), mais aussi *Ce soir (ou jamais!)* qui s'installe définitivement comme un magazine de référence.

La chaîne a également développé de nouvelles marques comme *Slam*, *Faits divers*, *Chabada*, *Des histoires et des vies* et *18:30 aujourd'hui*, lancés en septembre, et innové en proposant une soirée par semaine consacrée aux documentaires. Ainsi la case *Hors Série* du lundi qui, dès son lancement, a rencontré de beaux succès d'image et d'audience avec des films emblématiques, comme *La Mise à mort du travail* ou *102 minutes qui ont changé le monde*, qui a réuni 4,2 millions de téléspectateurs (16,5 % de PdA).

En 2009, le site Internet de [France 3](#) a battu très largement tous ses records d'audience et de fréquentation avec une moyenne mensuelle de **3 535 000 visiteurs uniques** (+ 22,3 % vs 2008), **11,7 millions de visites** (+ 24 % vs 2008) pour **115 millions de pages vues** (+ 21,7 % vs 2008).

Sources : Médiamétrie Nielsen / Netratings - Individus 2 ans et plus, domicile + travail & Médiamétrie Cyberstats.



Hors Série : Les dernières heures du mur



Adopte-moi de Gilles de Maistre

*Femmes pilotes de chasse :
Du rêve à la réalité*



Un nouvel outil permet aussi de mesurer la satisfaction des téléspectateurs et d'évaluer les qualités qu'ils attribuent aux programmes : le baromètre qualitatif. Source Harris Interactive

Chaque mois, 10 000 téléspectateurs âgés de plus de 15 ans sont sollicités pour évaluer les émissions de nos chaînes en les notant de 1 à 10. ■



Le Lien avec Marthe Keller

Baromètre qualitatif 2009

Si les fictions ont régulièrement dépassé la barre de 8 sur 10

Un village français entre **8,6** et **8,3** pour six épisodes sur douze

Le Piano oublié **8,5**

Le Lien **8,4**

les documentaires sont le genre le mieux noté.

Adopte-moi **9,0**

Le Mystère des jumeaux **8,4**

La Mise à mort du travail **8,3**

Femmes pilotes de chasse, du rêve à la réalité **8,3**

Particulièrement appréciés également sont les Spectacles vivants

l'opéra *Cavalleria Rusticana* en direct des *Chorégies d'Orange* **8,8**

Vive Offenbach ! en direct des Invalides **8,4**

et les magazines tels

Thalassa **7,9**

Des racines & des ailes **8,3**

Faut pas rêver **8,3**

ou le magazine d'investigation

Pièces à conviction **8,7**

Vraie réussite qualitative en 2009 pour *Ce soir (ou jamais !)* qui, avec une note moyenne de **8/10**, figure parmi les meilleurs scores de France 3



Instauré fin 2007, le baromètre qualitatif de France Télévisions permet aux téléspectateurs de noter sur 10 leurs émissions en fonction de critères purement qualitatifs.



Laurent Bignolas *18:30 Aujourd'hui*



25 987
heures de programmes
diffusées

8 066
heures sur l'antenne
nationale

17 921
heures cumulées
sur les antennes
régionales



Diffusion

En 2009, France 3 a diffusé 25 987 heures de programmes, dont 8 066 heures sur l'antenne nationale et 17 921 heures cumulées sur les antennes régionales, dont 8 426 heures d'information. (Soit une progression de 9,6 % par rapport aux 24 460 heures diffusées en 2008.)

Ce volume total de diffusion prend en compte 4 136 heures dévolues à la chaîne **Via Stella**, conçue pour le développement

de l'offre audiovisuelle régionale et linguistique corse, et 509 heures de prises d'antenne événementielles.

La contribution des antennes régionales a été un axe fort en 2009, puisque 213 heures de programmes produits en régions ont été diffusées sur l'antenne nationale. ■



Catherine Matausch 12/13 et 19/20 week-end



L'Information, la colonne vertébrale de France 3

Audrey Pulvar, Gérard Leclerc, Francis Letellier
Spécial élections européennes

Le 12/13, le 19/20 et Soir 3 sont les trois rendez-vous quotidiens d'actualité de France 3. En 2009, la rédaction nationale a enrichi son 19/20 – présenté à partir de septembre par Laurent Bignolas – avec une nouvelle tranche d'information de proximité, 18:30 aujourd'hui. Ce nouveau magazine de réseau fédère en moyenne 1,7 million de téléspectateurs chaque jour (12,2% de PdA).

Plusieurs événements ont alimenté dans l'année les rédactions : le discours du président de la République devant le Congrès de Versailles le 22 juin, la délocalisation des éditions à Marseille

le 9 octobre, sans oublier les émissions spéciales consacrées aux élections européennes, notamment 1 heure d'antenne pour *Soir 3* le 7 juin.

À noter que, en 2009, la rédaction nationale de France 3 a assuré davantage de retransmissions en direct de l'Assemblée nationale et du Sénat, en raison de l'allongement des sessions parlementaires. Elle assure en outre depuis fin octobre la retransmission des nouvelles questions cibles thématiques du Sénat, instituées depuis la révision constitutionnelle de juillet 2008.



L'offre magazine a continué à décrypter l'information, à approfondir les thèmes marquants de l'actualité, à ouvrir le débat sur des sujets nationaux et européens. C'est le cas de *Pièces à conviction* (4 numéros en 2009, soit 9 heures d'antenne) présenté par **Élise Lucet** en première partie de soirée. Le magazine d'investigation qui réunit régulièrement une moyenne de 2,5 millions de téléspectateurs a réalisé son meilleur score le 11 février (+ de 3 millions de téléspectateurs) avec



Élise Lucet *Pièces à conviction*

son enquête : *Uranium, le scandale de la France contaminée*, récompensée du prix spécial du jury au FIGRA. *Comme un vendredi* (17 numéros au 1^{er} semestre) a laissé sa place en septembre à *7 à voir*, le dimanche, toujours présenté par **Samuel Étienne**. Ce magazine politique et de société est proposé par la rédaction nationale avec l'apport des rédactions régionales.



Samuel Étienne *Comme un vendredi*

En cette année d'élections européennes, *Avenue de l'Europe* a plus que jamais fait œuvre de pédagogie et d'explications sur tous les chapitres concernant l'Europe. Le magazine présenté par **Véronique Auger** a également diffusé une *Spéciale Mémoire* le 7 novembre à l'occasion du 20^e anniversaire de la chute du Mur de Berlin. À noter aussi : *Plus belle l'Europe*, une émission inédite sur le Web, alimentée par les questions et les témoignages des internautes.



Véronique Auger *Avenue de l'Europe*

En régions, les magazines des rédactions ont représenté un volume annuel de diffusion de 1 245 heures. Citons l'emblématique *La voix est libre*, qui propose chaque samedi des débats de proximité, politiques et citoyens, au plus proche de la vie politique et sociale des régions.

Sur France 3, l'information a également occupé une place significative au sein de la stratégie de prises d'antenne exceptionnelles en régions, avec 119 événements sur l'année : 44 en décrochage sur l'antenne nationale et 75 dans les grilles régionales.

Journaux en direct et rattrapage, reportages exclusifs, directs d'événements d'actualité, émissions d'info, sont visibles depuis août 2008 sur [le Portail Info](#) du groupe France Télévisions.



La voix est libre – générique



Rédaction européenne

Avec la réunion de l'Otan à Strasbourg en avril, les élections au Parlement européen en juin et la mise en place progressive des nouvelles prérogatives institutionnelles issues du Traité de Lisbonne, la rédaction européenne installée à Strasbourg a connu une année de forte activité, avec 448 prestations contre 415 en 2008. Sans oublier les reportages et les directs réguliers des institutions européennes et les différents sujets réalisés pour *Avenue de l'Europe*. ■

Générique du magazine transfrontalier franco-belge *Confluence*



Louis Laforge *Des racines & des ailes*Frédéric Taddei *Ce soir (ou jamais !)*Olivier Barrot *Un livre un jour*

Spectacles vivants et magazines culturels : toutes les cultures sont sur France 3

France 3 affiche une politique culturelle ambitieuse en assurant tout au long de l'année la promotion du spectacle vivant auprès du plus grand nombre grâce à son site [Culturebox](#), ses magazines culturels phares et ses nombreux autres rendez-vous sur toutes ses antennes. En 2009, France 3 était sans conteste la chaîne de la musique classique ! Outre la traditionnelle cérémonie des *Victoires de la musique classique*, en direct de Metz cette année, la chaîne a consacré trois soirées exceptionnelles à la musique et à l'opéra !

Ce soir (ou jamais !) présenté par Frédéric Taddei, s'installe définitivement comme un magazine de référence qui, à son niveau, a enregistré des scores intéressants, avec une moyenne de 580 000 téléspectateurs (sept.-déc.), soit un gain de plus de 20 % par rapport aux saisons précédentes. Un lieu incontournable de débats aussi riches qu'animés et qui se poursuivent sur le Net, grâce à son site interactif qui a enregistré

en 2009 près de 2 millions de visites. **Le magazine a reçu en 2009 le prix de la meilleure émission de l'année, décerné par CB News, en sa qualité de seul magazine culturel quotidien en Europe !**

Un livre un jour, animé par Olivier Barrot, a fêté sa 4 000^e le 16 janvier, et témoigne toujours quotidiennement de la richesse de la littérature.

Enfin, les 18 numéros de *Des racines & des ailes* présentés par Louis Laforge, ont continué de participer au rayonnement et à la mise en valeur des territoires, et assuré de très beaux succès d'audience à la chaîne (3 600 000 téléspectateurs en moyenne en 2009).



Amira Selim *Vive Offenbach* ! aux Invalides



Cavalleria Rusticana *En direct des Chorégies avec Roberto Alagna*



Une journée avec... Rolando Villazon



Le 20 juin à 20 h 35, pour la Fête de la musique, **Offenbach** était à l'honneur face au dôme des Invalides, avec l'orchestre de la Garde républicaine, pour une soirée mise en scène par Alain Sax et présentée par **Alain Duault** (plus de 2 millions de téléspectateurs), le 4 août, la soirée en prime et en direct du théâtre antique d'Orange était consacrée à Roberto Alagna, héros de deux opéras : *Cavalleria Rustica* et *Pagliacci*. Un documentaire consacré à la Sicile de Roberto Alagna précédait la diffusion du spectacle. Le 14 septembre, *Mireille* de Gounod, le spectacle d'ouverture de la saison de l'Opéra de Paris, était retransmis en direct du Palais Garnier, et *Nabucco* le 21 novembre, enregistré au Stade de France. Enfin, pour les fêtes de fin d'année, France 3 a proposé, toujours en première partie de soirée, *Carmen* de Bizet, dans la magnifique production de l'Opéra-Comique.

Parmi les magazines consacrés à la musique, citons *Une journée avec...* qui a permis à France 3 de rendre hommage à des artistes tels que Béatrice Uria Monzon, Rolando Villazon, Le Sirba Octet, Misia... *L'Heure de...*, la collection documentaire qui décrypte en 52 minutes les plus grandes œuvres classiques et populaires, a mis à l'honneur Luciano Pavarotti, Cécilia Bartoli, *Don Giovanni* de Mozart, *La Belle Héléne* d'Offenbach, *Tosca* et *Aïda*... À noter aussi : l'émission quotidienne *Les Matinales* consacrée chaque matin à la musique classique, et *Toute la musique qu'ils aiment*, qui accueille aussi bien des musiciens confirmés que des nouveaux talents. À noter également en régions, le samedi, *En avant la musique* sur France 3 Nord Pas-de-Calais Picardie, *Et si on dansait* en Lorraine Champagne-Ardenne et *Son da Zont* (« Musiques de l'avenir ») en langue bretonne en région Ouest.

Le Ballet de l'Opéra national de Paris *Casse-Noisette*La grande parade du *Festival interceltique de Lorient*

Toutes les musiques étaient sur France 3 en 2009 : outre les *Victoires du jazz* enregistrées à la Cité de la Musique à Paris, *Jazz sous les pommiers* en Normandie, *Le Printemps de Bourges* sur Paris Ile-de-France Centre, et *La Parade du Festival interceltique de Lorient*, quatre représentations chorégraphiques ont eu leur place sur l'antenne, dont *Le Lac des cygnes* et *Casse-Noisette*...

L'été 2009, *Les Carnets des Festivals* (9 numéros de 12 min) d'**Alain Duault** ont fait partager aux téléspectateurs la riche actualité de la vie culturelle française, avec, notamment, le concert de l'Orchestre philharmonique de Berlin dirigé par Sir Simon Rattle au *Festival d'Aix-en-Provence*, et *Zaïde*, l'opéra de Mozart, diffusé sur Internet..

*Les Victoires du jazz*



France 3 a aussi diffusé de nombreuses pièces de théâtre, dont *Une heure et demie de retard* le 4 janvier, *La Locandiera* le 17 juillet, *Oscar et la Dame rose* le 22 juillet, *Un fil à la patte* en décembre et, dans le cadre du partenariat avec la Comédie-Française, *Les Précieuses ridicules*, *L'Amour médecin* et *Le Sicilien ou l'Amour peintre*, trois pièces de Molière.

Comme chaque année, **le Cirque** a bénéficié d'une belle visibilité sur notre chaîne : 22 heures sur l'année pour 22 spectacles, composés en grande partie d'inédits coproduits par la chaîne. Citons le spectacle *Légendes* par les Étoiles du Cirque de Pékin, Les Étoiles de Moscou au Cirque Phénix, la retransmission du *32^e Festival du cirque de Monte Carlo* ou encore le *16^e Festival international du cirque de Massy*.

Les spectacles vivants ont aussi leur place sur les antennes régionales. En 2009, on peut retenir du théâtre en langue alsacienne, un *Festival de marionnettes* en Lorraine Champagne-Ardenne, *les Musicales du Cadre Noir de Saumur* en Aquitaine, *Bartabas* et *Le Festival*

d'automne en Normandie, *Un été sur la côte* en Méditerranée, *Les Mécaniques savantes* en région Sud ou le spectacle de Patrick Timsit en Ile-de-France. Enfin, en région Rhône-Alpes Auvergne, le théâtre, la danse et la musique ont été présents à l'antenne tout au long de l'année grâce au magazine *Lézards*.

Les Précieuses ridicules



La deuxième version de [Culturebox](#) le site culturel de France 3, regroupe les contenus vidéo des antennes régionales — abondance de festivals et spectacles culturels entre autres. Fin 2009, *Culturebox* recevait une moyenne de **5 000 visites quotidiennes**. ■



Martini's Trio *32^e Festiva international du cirque de Monte Carlo*



Le Mystère des jumeaux de Nils Tavernier



La Mise à mort du travail



Documentaires et magazines : un regard sans tabou sur la société et ses enjeux

Avec 625 heures de diffusion, dont 67 heures en première partie de soirée, France 3 a innové face à la concurrence en développant des documentaires aux écritures différentes et aux sujets originaux forts et percutants, qui accompagnent le monde en mouvement, faisant fi des tabous et pointant les failles de la société contemporaine.

Ainsi *Déni de grossesse* le 19 janvier, dont l'impact, lié au procès Courjault, fut énorme, ou *Les Enfants martyrs* le 2 mars, ou encore *Un enfant si je peux* le 19 avril. L'ensemble de ces films diffusés en prime time a trouvé son public avec une moyenne de 12,1% de PdA.

Toujours en première partie de soirée, lancement en septembre de la collection *Hors Série*, le lundi soir, abordant des thèmes scientifiques, de société et d'environnement. Du *Mystère des jumeaux* le 12 octobre à *La Mise à mort du travail* les 26 et 28 octobre, en passant par

Adopte-moi, Une nouvelle maison pour transformer ma vie le 14 décembre ou *La Folie des années 60 et 70* en novembre, l'ensemble de ces diffusions a rassemblé un public curieux et fidèle – près de 3 millions de téléspectateurs en moyenne – confortant la chaîne dans son pari d'une diffusion en prime-time.

En seconde partie de soirée – le samedi, le dimanche ou en semaine sur des cases exceptionnelles –, France 3 a poursuivi ses collections consacrées à l'histoire et aux sujets qui traversent la société contemporaine.



Ces fromages
qu'on assassine



Ainsi, citons la série internationale de Brian Lapping *Iran/Occident*, diffusée en février : une remarquable fresque consacrée à l'histoire de l'Iran depuis la révolution islamique et qui a reçu le Grierson Award en 2009, la plus haute récompense décernée en Grande-Bretagne. La même collection a accueilli des films commémoratifs de la chute du mur de Berlin, tels que *Le Dossier Krammer* le 1^{er} novembre et *Les Sentinelles de la guerre froide* le 7 novembre, ou liés à des anniversaires historiques importants comme *1919-1939 : la drôle de paix*, *3 septembre 39 : la déclaration* ou encore *12 balles dans la peau pour Pierre Laval* le 27 octobre qui a passionné 1 200 000 téléspectateurs.

Tribunal d'instance :
silence on ferme



La société aujourd'hui, à travers une approche qui privilégie les sujets difficiles avec des écritures innovantes et des regards personnels et impliqués comme *Centre spécial pour filles rebelles* le 11 janvier, *PJ de Marseille : flic ou voyou* le 12 avril, *Maternité : le combat des femmes handicapées* le 9 avril, *Faites-moi maigrir* le 24 mai, ou *Ces fromages qu'on assassine* le 14 juin.

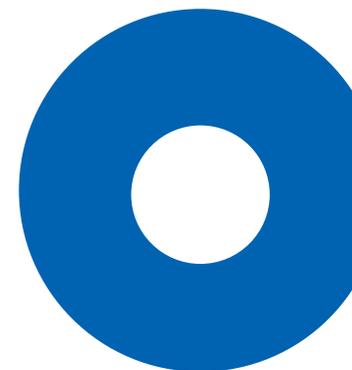
Des histoires et des vies :
J'avais 15 ans



La contribution des antennes régionales en matière de documentaires a représenté un axe fort en 2009, avec plus de 200 heures produites en régions et diffusées sur l'antenne nationale, à travers les collections **Des histoires et des vies** créée en 2009 (les lundi, mardi,

jeudi et vendredi en matinée), la 3^e saison des **Affaires classées** (8 films de 52 min proposés sur la grille d'été), et **La Case de l'oncle Doc** : 35 documentaires présentés en 2009 le lundi en troisième partie de soirée, la plupart du temps conjointement avec une diffusion régionale. On retiendra cette année *Les Enfants de la honte*, sur les enfants nés de mères allemandes et de pères prisonniers (ou STO) français, *Tribunal d'instance : silence on ferme*, *Le Droit Chemin*, l'histoire de la réhabilitation d'un délinquant qui devient avocat.

La diffusion des documentaires en régions a représenté un volume total de 425 heures, dont une grande partie consacrée aux productions interrégionales. Parmi elles, *Les Écoles du talent* (8 x 52 min) lancée en 2009, soit le parcours d'élèves formés à l'excellence dans des disciplines aussi variées que pointues.





Générique de *Faits divers, le mag*



Plus de 1 200 heures de magazines sur les antennes nationale et régionales de France 3 ont offert à chacun la possibilité de réfléchir à ses racines, tout en suivant l'évolution de la société contemporaine, en ouvrant une fenêtre sur le monde, et en favorisant l'expression des langues régionales.

Mise à l'antenne en 2009 du magazine *Faits divers, le mag*, le dimanche à 13h30 (1,4 million de téléspectateurs en moyenne). Avec quarante procès d'assises par an, *Faits divers, le mag* est la seule

chronique judiciaire télé hebdomadaire qui propose, en 52 min, un droit de suite en temps réel des plus importants faits divers de l'actualité judiciaire.

Filière production : virage économique accompli en 2009

L'année 2009 a été, pour la filière production, celle de la reconnaissance du virage économique accompli.

La Filière de production, c'est d'abord un état d'esprit axé sur la performance, la qualité, la rigueur et l'envie de réussir, qui a permis de démontrer que l'outil interne de France Télévisions était essentiel et capital pour l'entreprise : en conservant ses moyens propres, France Télévisions se donne les moyens de comprendre et de contrôler le marché, d'être innovant et maître de sa production. Par ailleurs, la politique de centralisation de la planification des activités et le savoir-faire de ses collaborateurs sont, pour la Filière, les atouts gagnants de la rentabilité.

Mais l'enjeu n'est pas seulement économique, il est aussi stratégique. La Filière production reste le fer de lance des programmes en produisant les émissions les plus prestigieuses du paysage audiovisuel Français. Forte de ses 32 fictions annuelles, de son millier de jours de captation en vidéo mobile, dans le domaine culturel, des variétés, ou sur les plus grands terrains de sport, forte aussi de ses centaines de reportages, magazines et documentaires fabriqués dans les régions, la Filière production assure une mise en œuvre moderne et efficace.



Georges Pernoud
Thalassa, Tara l'expédition

8

numéros de la collection
estivale *Faut pas rêver*



Faut pas rêver...
Dans les pas de Jules Verne

qui a mis ses caméras
« *Dans les pas de Jules Verne* ». De l'Afrique du Sud à la Russie en passant par l'Inde, l'Arctique, les Etats-Unis, le Pérou, les Philippines, Java, la Chine ou l'Australie, **Laurent Bignolas** nous a entraînés dans un périple qui retraçait les voyages extraordinaires de Jules Verne.

35

numéros
de *Vie privée vie publique*

qui, à la rentrée de septembre, devient hebdomadaire et adopte une nouvelle formule. Diffusé désormais en deuxième partie de soirée, le magazine reçoit deux « grands invités » en face à face avec **Mireille Dumas**. À noter à Noël, la spéciale *Le Crazy Horse s'enflamme*, autour du nouveau spectacle du temple du strip-tease, signé Philippe Decouflé.

40

numéros
de *Thalassa*

(14% de PdA au
premier semestre)

qui a quitté les « Sentiers du Littoral » en juin, pour une nouvelle collection, « Tara l'expédition », mise à l'antenne en septembre. Très remarquées les spéciales autour de la tempête *Xynthia* le 5 mars (15% de PdA pour 3,6 millions de téléspectateurs) et autour du Sommet de Copenhague le 13 novembre (15% de PdA).

4

numéros
de *Droit d'inventaire*
au premier semestre 2009

Le magazine d'histoire présenté par **Marie Drucker** avec **Max Gallo**, à 20 h 35 le mercredi, a proposé les thèmes suivants : *Ces familles qui possèdent la France* le 25 février, *Dans les secrets de la police* le 1^{er} avril, *Premières dames : elles ont épousé le pouvoir* le 6 mai et *Ces Français qui ont choisi Hitler* le 3 juin.

2

numéros
de *Vu du ciel*

le magazine proposé par **Yann Arthus-Bertrand**, diffusé sur France 3 depuis la rentrée 2009. Deux thématiques autour de l'écologie et de l'environnement comme il se doit : *Toujours plus* au Japon, et *La Fin du pétrole...*

Yann Arthus-Bertrand *Vu du ciel*



5

numéros
des *Spéciales santé*

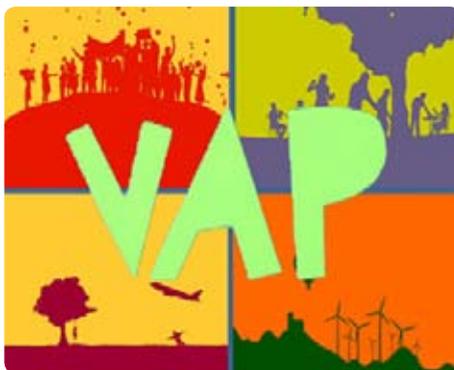
présentées par **Marina Carrère d'Encausse** et **Michel Cymes**. Avec la collaboration de médecins experts, le duo de choc répondait aux questions que nous nous posons tous. À leurs côtés, **Jamy Gourmaud** et **Nicolas Angel** apportaient des éclairages et des explications sous forme de démonstrations pédagogiques et de conseils pratiques



Julie Andrieu
Côté cuisine



Marie-Laure Augry *Votre télé et vous*



Viure al País France 3 Sud

Votre télé et vous, un samedi par mois à 10h30. L'émission de la médiatrice des rédactions, **Marie-Laure Augry**, a donné la parole aux téléspectateurs et aux journalistes de la rédaction de la chaîne.

Espace francophone a continué d'apporter une contribution permanente à la promotion et à l'illustration de notre langue dans le monde, comme en témoignent les sujets des 39 émissions diffusées en 2009, dont un portrait de **Jean-Marie-Gustave Le Clézio**, sur une durée de 52 minutes.

Côté cuisine a poursuivi en 2009 son évolution éditoriale. Itinérant, à la découverte de chefs régionaux au premier semestre, le magazine s'est sédentarisé en septembre. **Nouvelle présentatrice, Julie Andrieu, et nouveau concept, Côté cuisine** nouvelle version est programmé à 11h15 puis 13h00. Le magazine produit en région Aquitaine est financé par l'ensemble des régions. Les deux autres « Côtés » de France 3 : *Côté maison* et *Côté jardin* sont

également produits et fabriqués en régions pour l'antenne nationale.

En 2009, France 3 a contribué à l'expression des principales langues régionales parlées sur le territoire métropolitain, en diffusant un volume de 253 heures d'émission (213 en 2008) dans les six régions concernées : le magazine *Gsun T'Heim* et l'édition locale *Rund Hum* en alsacien sur France 3 Alsace, le magazine du Pays basque et l'édition locale *Euskall Herri* en basque sur France 3 Aquitaine, le magazine *Punt de Vista* en occitan, également sur France 3 Aquitaine, le magazine *Vaqui* en provençal sur France 3 Méditerranée, *Viure al País* en catalan sur France 3 Sud, le magazine de la musique *Son da Zont* en breton sur France 3 Ouest. Enfin, en Corse, un décrochage régional de 5 min en langue corse dans *Soir 3* et dans les titres du *19/20*, mais aussi des programmes courts qui ont fait leur apparition dans la grille 2009 : *Par un dettu*, *Piu che una parolla* et *Tempi fà*. ■





Plus belle la vie



La Maîtresse du président



Fictions : le reflet d'un monde en mouvement



Avec 1 419 heures diffusées, France 3 apporte une contribution importante à l'offre diversifiée de France Télévisions en matière de fictions.

En 2009 France 3 a poursuivi sa rencontre avec le public en diffusant la saison 5 de son grand feuilleton quotidien *Plus belle la vie*, dont les scores restent excellents, avec une part d'audience moyenne sur l'année de 21,6% pour 5,1 millions de téléspectateurs. Deux spéciales ont été proposées à 20h35 en juin et en septembre, fédérant toutes les deux 5,5 millions de fidèles.

Cette année encore, le feuilleton phare de la chaîne s'est attaché à véhiculer les valeurs de solidarité et la défense d'une communauté nationale où chacun à sa place.

Sur france3.fr, le site *Plus belle la vie* reste le plus fréquenté avec 15,8 millions de visites en 2009.



Un village français



Jamais deux sans trois



Dans le domaine de la fiction contemporaine, France 3 a mis à l'antenne des fictions qui racontent un monde qui bouge, une société en évolution dans ses valeurs comme dans ses références. En témoignent *Little Wenzhou* le 29 janvier sur la communauté chinoise de Lille (2 426 000 téléspectateurs), *Jamais deux sans trois* le 26 mars (3 532 000 téléspectateurs) ou *Le Cœur du sujet* le 17 octobre (2 360 000 téléspectateurs), des comédies de mœurs particulièrement audacieuses qui ont trouvé leur public.

Fictions historiques aussi sur les grands événements de notre histoire commune plus ou moins récente, telles *À droite toute* le 8 février, sur la montée de l'extrême droite de 1935 à 1939, la saison 2 de la série à succès *Un village français* (12 x 52 min), qui retrace l'histoire d'une communauté villageoise pendant la Seconde Guerre mondiale (entre 4,1 et 4,7 millions de téléspectateurs), ou *La Maîtresse du président* le 7 novembre (2 992 000 téléspectateurs), l'histoire de Marguerite Steinhel, la maîtresse de Félix Faure.



Les Amants de l'ombre



Fictions romanesques également avec les aventures de personnages hors du commun pris dans l'engrenage du destin : *Les Amants de l'ombre* le 8 décembre (4 294 000 téléspectateurs), les amours tragiques d'un soldat noir américain et d'une jeune Française au moment de la Libération ; *Les Héritières* les 26 et 27 décembre (3 472 000 téléspectateurs)

Famille d'accueil



qui raconte la soif de pouvoir d'un père tyrannique ; ou *Villa Jasmin* le 30 mai d'après le roman de Serge Moati.

Dans le domaine du suspense, France 3 a proposé des films qui jouent sur les tensions internes et des apparences trompeuses. C'est le cas de la série *Enquêtes réservées* (12 x 52 min) sur une

Enquêtes réservées



unité d'élite basée à Marseille ; ou de la collection *Vengeance* (4 x 90 min) , des films psychologiques dont le fil conducteur est... la vengeance !

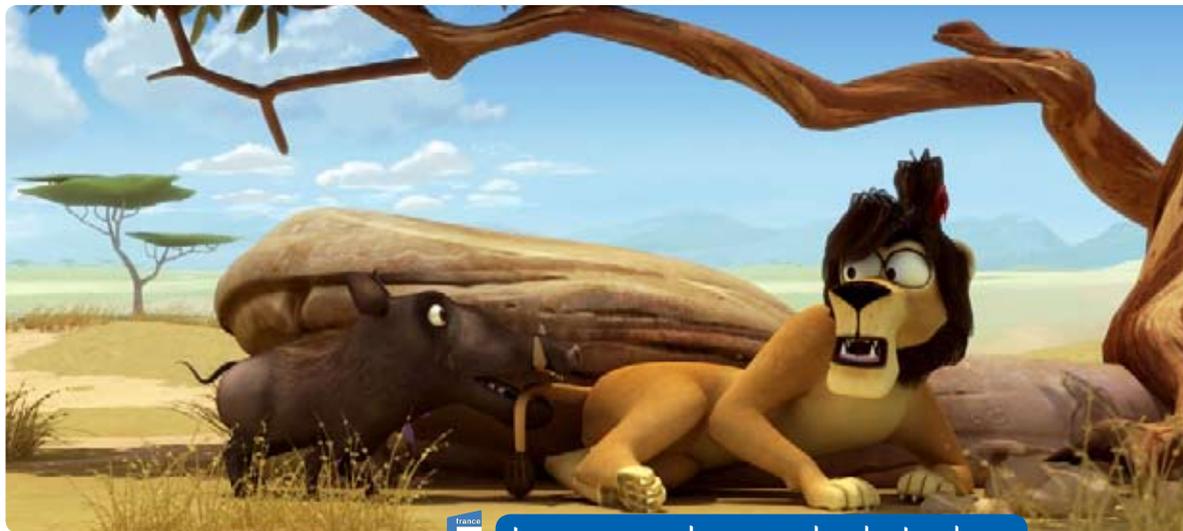
En 2009 toujours, France 3 a renouvelé avec succès ses rendez-vous avec ses **héros récurrents** : la saison 3 de *Famille d'accueil* (en format de 52 min) a fédéré tous les mardis soir 4,5 millions de

téléspectateurs en moyenne, tandis que *Louis la Brocante*, interprété par **Victor Lanoux**, a sans faiblir réuni chaque jeudi une moyenne de 5 millions de fidèles.

À noter enfin la diffusion le 19 décembre du *Bourgeois gentilhomme*, adapté de la pièce de Molière, avec une distribution prestigieuse, dont **Michèle Bernier** et **Christian Clavier** dans le rôle titre. ■



Léon (T)Erreur de la savane



France 3

Jeunesse : le monde de Ludo

Le 19 décembre 2009, une nouvelle marque jeunesse, Ludo, a succédé à Toowam. Une offre jeunesse déployée sur France 3, France 4, France 5 et le site Internet jeunesse monludo.fr. Cette nouvelle stratégie permet aux programmes jeunesse d'être diffusés tout au long de la journée, en adéquation avec les disponibilités du jeune public.



Le Marsupilami



Le Monde de Pahé

L'animation occupe une place majoritaire de la programmation de France 3 : 1 117 heures (sur 1 188 h de programmes jeunesse), soit 94 % de l'offre jeunesse de la chaîne, avec une place de choix réservée aux rendez-vous familiaux. En 2009, de nouveaux programmes courts ont été mis à l'antenne, tels *Mouss et Boubidi* (52 x 1 min), *Léon (T)Erreur de la savane* (50 x 3 min), *Rocket Jo* (50 x 1 min), *M. Bébé* (78 x 7 min) et une adaptation ambitieuse des albums de *Gaston Lagaffe* (78 x 7 min) à Noël 2009.

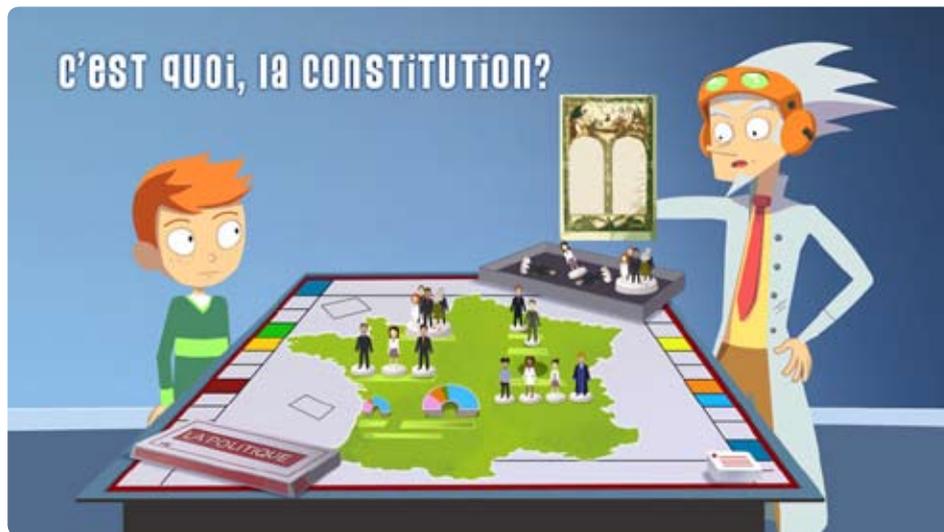
En 2009, France 3 a diffusé la série *Le Monde de Pahé* (52 x 13 min), une coproduction France3/Galaxy 7. Une comédie pour les 6-10 ans qui met en scène la vie quotidienne de deux inséparables copains, Sébastien l'Européen et Pahé l'Africain : deux rencontres et deux cultures qui s'enrichissent l'une de l'autre.

La santé et l'environnement sont les thèmes prioritaires des nouvelles coproductions Jeunesse. France Télévisions a signé la Charte alimentaire en février 2009 et s'est ainsi engagée à multiplier sur ses antennes les messages de sensibilisation à une alimentation saine et à une activité physique régulière. C'est le cas avec *Des baskets dans l'assiette* (52 x 3 min) diffusé tout au long de l'année 2009 sur France 3. Par ailleurs, *Il était une fois... notre Terre* (26 x 26 min) et la 3^e saison du *Marsupilami*, lancée en septembre 2009 en partenariat avec WWF, avaient pour toile de fond la protection de l'environnement et le développement durable.





Professeur Gamberge



Premier partenaire de l'animation française en terme d'investissement et de volume, France 3 a diffusé 520 heures de programmes coproduits ou préachetés en 2009, et engagé la production de sept nouvelles séries d'animation et signé cinq conventions de développement.

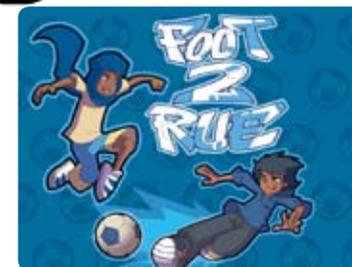
En 2009 également, France 3 a poursuivi sa politique de création en adaptant des œuvres issues de la littérature jeunesse et de la BD (*Mon ami Grompf*, *Les Dalton*, *Mandarine & Cow...*), en créant de nouvelles séries originales « comédies » ou « ludo-éducatives » (*Tempo Express*,



Les Podcasts



Foot 2 Rue



Les Sauvenature, *Magic Planet*, *Foot 2 Rue*, *Les Podcasts...*) et en lançant de nouveaux programmes courts (*Professeur Gamberge* saison 2) et des nouveaux formats (*Kirikou*, *les contes*).



Damien Dufour *Ciné Toowam*

C'est pas sorcier, le rendez-vous de vulgarisation scientifique quotidien présenté par Fred, Sabine et Jamy, était à l'antenne chaque matin. « Faire comprendre » est le credo du magazine qui a continué d'éclairer son jeune public sur des thèmes aussi larges que variés : la science, oui, mais aussi la santé, les institutions, la nature et ses phénomènes, les loisirs... entre autres. Près d'un million de téléspectateurs ont été fidèles toute l'année à ce rendez-vous emblématique. **Les services interactifs et FTD ont créé le site internet de l'émission** [🔗](#), avec la mise à disposition des vidéos et un espace enseignant.

Au premier semestre 2009, France 3 a poursuivi la diffusion hebdomadaire des magazines *Ciné Toowam* (actualité et coulisses du cinéma) et *Kyou* (actualité des jeux vidéo et des nouvelles technologies) et du jeu *Objectif Aventure*. La chaîne s'est également engagée avec les membres de la CTF (Communauté des télévisions francophones) sur un nouveau projet baptisé *Euro Kids Magic Circus* qui suit des enfants dans l'apprentissage du cirque.

Objectif Aventure



France 3 jeunesse a également été partenaire en 2009 des films d'animation coproduits par France 3 Cinéma : *Le Chat du rabbin* de Joann Sfar et Antoine Delesvaux et *La Véritable Histoire du Chat botté* de Jérôme Deschamps et Pascal Herold.

Enfin, le déploiement de la politique média global et de l'offre délinéarisée reste une priorité : en 2009, la rubrique *Toowam Encore* comportait plus de 150 vidéos gratuites. Quant à la deuxième session de la **Toowam web TV/Ludo web TV** [🔗](#), du 20 juin 2009 au 20 mars 2010, elle a permis d'augmenter de 20 % la fréquentation du site. ■

Laurent Romejko, Arielle Boulouin-Prat et Bertrand Renard *Des Chiffres et des lettres*Julien Lepers *Questions pour un champion*

Jeux et divertissements : ludiques et intelligents

Cyril Féraud *Slam*

Les jeux de France 3 privilégient l'imagination, la découverte et la connaissance, permettent d'explorer un grand nombre de domaines et font le plus souvent l'objet de créations originales.

C'est le cas de *Questions pour un champion*, le quiz quotidien de culture générale animé par **Julien Lepers**, qui a fédéré tout au long de l'année une moyenne de 2 millions de téléspectateurs, et proposé six spéciales (Campus, Junior, Langue française, Grandes écoles, etc) en prime time, avec une moyenne de 3 300 000 passionnés. La déclinaison « en ligne » de ce jeu remporte un succès considérable et, avec 33 millions de visites en 2009, fait partie des sites les plus consultés des portails du groupe.

C'est aussi le cas de *Des chiffres et des lettres*, le jeu « historique » basé sur « Le mot le plus long » et « Le compte est bon » et qui fête ses 38 ans cette année, mais aussi de *Slam*, présenté par **Cyril Féraud**, et présent sur notre antenne depuis octobre 2009. Il s'agit d'un jeu de lettres dont le concept mêle à la fois un quiz de culture générale et le principe des mots fléchés. *Slam VIP*, sa déclinaison du samedi 17 heures, accueille des stars qui se prêtent au jeu au profit d'une association et boostent l'audience (près d'1 million de téléspectateurs le samedi 31 octobre à 17 heures).

Daniela Lumbroso *Chabada*

Citons aussi *Le Tournoi d'orthographe*, diffusé le 22 avril en première partie de soirée et suivi par près de 3 millions de téléspectateurs. La finalité de ce jeu ludique et éducatif, basé sur l'épellation et la rapidité, consiste à débusquer LE champion d'orthographe parmi 12 élèves finalistes des classes de cinquième !

En été 2009, les 10 numéros de *La Carte aux trésors*, jeu estival basé sur la découverte et l'aventure, ont réservé une fois encore leur lot d'épreuves spectaculaires. Déguisements, jeux d'eau, chutes et vachettes étaient cet été encore au menu d'*Intervilles* : 16 villes se sont affrontées sur un immense plateau à Amneville-les-Thermes, tout au long des 9 émissions de la saison qui ont divert

une moyenne de 2 550 000 téléspectateurs.

Dans le cadre des programmes de divertissements, outre le traditionnel *Grand Bêtisier de fin d'année* (2 millions de téléspectateurs) ou *La Vie en rire*, la chanson d'expression française ainsi que les nouveaux talents ont occupé une place majoritaire sur les antennes de France 3 : *Chabada*, le nouveau rendez-vous musical de France 3 présenté par **Daniela Lumbroso**, accueille chaque dimanche trois générations d'artistes qui rendent hommage aux plus grands noms de la chanson française, d'hier et d'aujourd'hui.

L'Eurovision 2009, le 16 mai, a passionné 5 700 000 téléspectateurs, tandis que *La Chorale des petits chanteurs*

Claude Janneret, Julien Lepers, Michel Serres, Alain Rey et François Rollin
La grande finale du Tournoi d'orthographe

le 29 décembre a rassemblé près de 3 millions et demi de fans. *En attendant le père Noël*, en fin d'année, a également marqué l'antenne avec plus de 3 millions de téléspectateurs. ■



France 3 Sport : tous les stades, toutes les disciplines

930 heures de sport ont été diffusées en 2009 sur France 2, France 3 et France 4, dont 725 heures de retransmissions en direct.

La politique des prises d'antenne événementielles, pour la retransmission d'événements sportifs sur les antennes régionales de France 3, a été intensifiée en 2009. Outre les opérations organisées chaque saison à l'occasion des 32^{es} de finale de la Coupe de France ou des 16^{es} de finale de la Coupe de la Ligue (soirées multiplex de *À chaque région son match*), de très nombreux décrochages ont ainsi été réalisés, notamment en football (Coupe de France), en rugby (PRO D2), en cyclisme (Dauphiné Libéré, Tro Bro Léon, Grand Prix de Plouay, etc). Au total, les antennes régionales ont proposé en 2009 126 prises d'antenne événementielles sportives, correspondant à 248 heures de retransmission.

Hormis les grands événements sportifs présents chaque année sur les antennes de France 3 (Tournoi des VI Nations, Roland-Garros, Tour de France...) et les compétitions récurrentes qui rythment chaque saison sportive sur l'antenne, l'année 2009 a été marquée par la diffusion de trois Championnats du monde de disciplines olympiques : ski alpin à Val d'Isère, natation à Rome et athlétisme à Berlin.

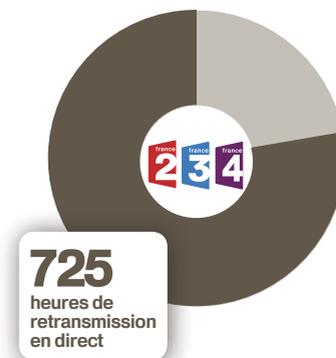
Au-delà des retransmissions sportives, France 2, France 3 et France 4 ont couvert en 2009 **l'actualité de 89 disciplines différentes à travers une large offre de magazines** (*Tout le sport* programmé deux fois par jour, à 20h05 et après *Soir 3*,



sur l'antenne nationale de France 3 et les nombreux magazines sportifs en régions) et l'actualité sportive dans les JT nationaux et régionaux.

L'année 2009 l'a confirmé : les sites Internet des chaînes du groupe constituent un complément essentiel des antennes, en offrant à la fois une offre d'information sportive en continu, des retransmissions en direct (l'Enduro du Touquet par exemple) et de la vidéo à la demande. Soit près de 1 300 heures gratuites, qu'il s'agisse de diffusions simultanées ou de diffusions en exclusivité sur Internet. C'est ainsi que, pour la première fois, France Télévisions a proposé à l'occasion de Roland-Garros 2009 la diffusion gratuite sur Internet, en HD et avec faculté de contrôle du direct, de l'intégralité des matches disputés sur les sept courts. ■

930
heures de sport diffusées





Volver de Pedro Almodovar



Cinéma : 243 films diffusés en 2009



Indigènes de Rachid Bouchareb

243 films ont été diffusés sur France 3 en 2009 (192 en 2008) dont 65 en prime-time, parmi lesquels *Indigènes* de **Rachid Bouchareb** (4 150 000 téléspectateurs), *Je vais bien ne t'en fais pas* de **Philippe Lioret** (5 280 000 téléspectateurs), coproduits par France 3 Cinéma, ou *Volver* de **Pedro Almodovar** (3 101 000 téléspectateurs) et 51 films d'art et d'essai dont *Le Dernier Tango à Paris*, *I Vitelloni*, *Monsieur Ripois* ou *Le Diable au corps*... Une offre riche et variée, soutenant activement le cinéma français et européen .

De nombreux films patrimoniaux ont également été présents de manière régulière, le lundi après-midi, avec *Borsalino & Co*, *Le Capitaine Fracasse*, *La Cuisine au beurre*, *Le Trou normand*, *Les Vieux de la vieille*...

Cycle Tod Browning : *Freaks (La Monstrueuse Parade)*

Le rendez-vous du *Cinéma de minuit* le dimanche soir, en version originale sous-titrée, s'est attaché en 2009 à couvrir les multiples aspects du patrimoine cinématographique à travers plusieurs cycles : un cycle patrimoine français avec des œuvres de **Christian Jaque**, **Jean Grémillon**, **Marcel Carné**, **Sacha Guitry** et **Marc Allegret**, un cycle dévolu au cinéma italien puis au cinéma britannique, un cycle mettant en situation l'œuvre de **Tod Browning** (*Freaks*,

l'Inconnu...), et un cycle « Raretés et curiosités » qui nous a régalié de chefs-d'œuvre méconnus ou inconnus, dont *Je ne voulais pas être un homme* d'**Ernst Lubitsch** ou *Das Wandernde Bild* de **Fritz Lang**, le 11 janvier, en première diffusion à la télévision.

L'actualité du cinéma a été traitée régulièrement en 2009, notamment grâce au magazine *Mercredi c sorties* proposé tous les mercredis à 11 heures. ■

Libre court

158 numéros du magazine hebdomadaire proposant des courts-métrages ont été diffusés en 2009. *Libre court* continue de promouvoir ce genre, s'attachant à en montrer toutes ses richesses et ses diversités. Comme chaque année, à l'occasion du Festival de Clermont-Ferrand, **une nuit entière a été dédiée aux courts-métrages**, avec cette année un éclairage particulier sur la jeune création européenne.

En 2009, France Télévisions a également créé un **prix France Télévisions du court-métrage**, avec un jury présidé par **Philippe Lioret**, réalisateur de *Welcome*. Ce prix a couronné *C'est gratuit pour les filles* soutenu par France 3. Un film qui a également reçu le **César du meilleur court-métrage**.



C'est gratuit pour les filles



les chaînes

FRANCE 4, LA CHAÎNE DES NOUVELLES GÉNÉRATIONS

France 4 est la chaîne du groupe France Télévisions à destination des moins de 35 ans. Il s'agit d'une chaîne généraliste, au regard générationnel et au ton volontiers décalé, qui s'adresse avec conviction aux jeunes générations.

Elle s'emploie à renouveler souvent son offre de programmes en veillant à ce qu'elle reste riche et diversifiée.

France 4 construit sa programmation en s'appuyant sur deux atouts majeurs :

- son appartenance au groupe France Télévisions, qui lui confère une obligation de qualité, de rigueur et de respect du téléspectateur ;
- son offre originale, avec notamment une programmation de magazines et de documentaires portant un regard neuf sur la société.

Parallèlement, la chaîne favorise l'émergence de nouveaux talents, en offrant une exposition forte aux jeunes artistes, dans le domaine de la musique et de l'humour. À ce jour, plus de 30 % du public de France 4 a moins de 35 ans.

En termes d'images, France 4 se distingue en étant :

- La chaîne la mieux notée sur les 15-34 ans,
- La 2^e chaîne préférée des téléspectateurs,
- La chaîne qui fait découvrir les nouveaux talents,
- La chaîne qui innove le plus,
- La chaîne qui renouvelle le plus son offre,
- La chaîne qui fait place aux événements et aux programmes en exclusivité,
- La chaîne qui leur ressemble le plus.

Source : Harris interactive / Baromètre qualitatif mensuel / Terrain du 18 au 28 décembre 2009 / 1724 répondants âgés de 15 ans et +



france
4

Les chiffres clés

L'actionnariat

France Télévisions est actionnaire à 100 % de France 4

Chiffre d'affaires

53 M€ répartis entre la redevance, la publicité, le parrainage et d'autres recettes

Budget 2009

55,6 M€, dont 62 % consacrés aux programmes

Coût de grille

34,4 M€

Effectifs

au 31 décembre 2009 : 31 salariés (29 CDI et 2 CDD)

Initialisation de la chaîne

La couverture hebdomadaire de France 4 était de 33,1 millions de téléspectateurs en décembre 2009 (source Médiamétrie/ Médiamat). Sa part d'audience en moyenne annuelle 2009 auprès des individus (4 ans et +) équipés de télévision était de 1,1 %, contre 0,9 % en moyenne sur 2008, soit une progression de + 22 %.

Le nombre de personnes recevant France 4 en décembre 2009 était de 49,5 millions (4 ans et +), dont 24,7 millions via la TNT, 16,9 millions par le câble/satellite et 11,7 millions par l'ADSL.

5 487

heures
de fictions et séries
en préachat diffusées

4 45

heures
de spectacles/théâtre/
one-man show diffusées248
heures
de sport diffusées

484

heures
de musique diffusées124
films
diffusés

La programmation de France 4



Les bandes-annonces

En 2009, pour suivre la logique de développement des autres chaînes du groupe, France 4 a modifié l'organisation de la fabrication de l'autopromotion. Au démarrage de la chaîne, et pour plus d'efficacité, l'équipe étant plus réduite, la production de l'autopromotion avait été déléguée à une agence, créatrice également la direction artistique en collaboration avec la chaîne. Depuis janvier 2009, la fabrication de l'autopromotion est confiée à un prestataire technique choisi par appel d'offres. La direction artistique est assumée par l'équipe de France 4.

Cette nouvelle organisation a permis de **rationaliser le budget** habillage et

autopromotion de la chaîne, de **produire davantage de bandes-annonces** et de **développer une production spécifique pour Internet**, indispensable pour atteindre son cœur de cible, les 15-34 ans.

France 4 a produit une nouvelle série d'idents sur le même principe et dans le même esprit que ceux produits en 2008, en intégrant davantage de dialogues entre les personnages.

Le travail engagé en 2008 sur le ton de l'autopromotion pour le rendre homogène au ton global de la chaîne s'est poursuivi en 2009. Une réflexion a débuté en fin d'année avec l'agence produisant les idents, dans le but de faire évoluer l'habillage d'autopromotion de France 4 tout en respectant l'univers mis en place dans ces idents.



Le site france4.fr



France 4 sur Twitter



France 4 sur Facebook

Internet et interactivité

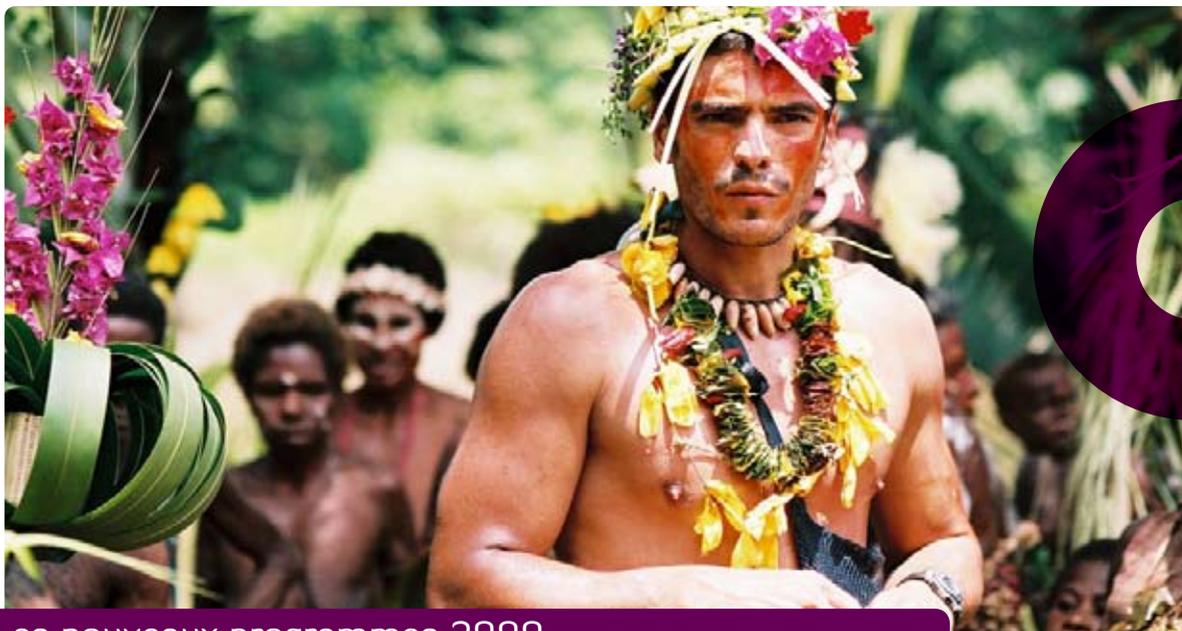
France 4 poursuit en 2009 son développement sur Internet et renforce l'interactivité avec son public des 15-34 ans, consommateurs de contenus en ligne. De nombreux sites ont été conçus, et le nombre de programmes en « télévision de rattrapage », durant 7 jours ou plus, consécutivement à la diffusion antenne, est croissant. Parmi eux, de nombreux **documentaires inédits** coproduits par France 4 (*À l'école des pilotes de chasse de l'Aéronavale*, *Changer de sexe, pour un instant ou pour la vie*, *Tatoué, percé... ceci est mon corps*, *Qui a peur des Gitans ?...*), du **spectacle** (*Demaison s'envole*, *Bienvenue chez les Chevaliers du fiel*, *Montreux festival du rire...*), de la **musique** (*Taratata...*), des **émissions d'humour, de jeu et de divertissement** (*Pliés en 4*, *La Route du rire*, *Gala Ni putes ni soumises*, *La Porte ouverte à toutes les fenêtres...*), des **talk-shows** (*Belattar Show*, *On achève bien l'info*, *les 10 ans d'On va s'gêner...*), des **magazines** (*Questions de génération*, *Un monde à voir...*), du **sport** et de la **fiction** (*Hero Corp*).

France 4 s'attache à accroître le nombre de programmes événementiels diffusés en simultanément sur l'antenne et le site Web, principalement sur le **spectacle** (*Jonathan Lambert - l'Homme qui ne dort jamais*, *Adam et Ève*, *L'Amour de l'art* au Festival d'Avignon), la **musique** (*Louise attaque... Le Printemps de Bourges*, *Les Francololies*, *Solidays...*) et le **sport** (*Fa Cup*, *Challenge Cup*, *Championnats d'Europe de natation en petit bassin...*).

La chaîne développe l'interactivité avec son public par sa présence sur les réseaux sociaux et notamment Facebook et Twitter.



Les Défis du bout du monde



france
4

Les nouveaux programmes 2009

Les Défis du bout du monde

C'est un jeu, oui mais... autrement !
Présentée par **Anne-Gaëlle Riccio**, cette aventure inédite en France, sportive et humaine, nous entraîne jusqu'au bout du monde. Six jeunes athlètes, issus de disciplines comme le rugby, le football ou encore les sports de combat, s'aventurent, chaque semaine, dans des territoires

méconnus, où vivent des tribus isolées aux techniques et aux savoirs bien particuliers. Il leur faut puiser au plus profond de leurs ressources pour être les meilleurs et se fondre au sein des tribus comme les Papous de Papouasie-Nouvelle-Guinée, ou les Waujas du Brésil, et s'immerger dans leurs coutumes et leurs croyances. Du sport donc, mais aussi des rencontres étonnantes et insolites.

On achève bien l'info

Sur le modèle des *late shows* à l'américaine, ce programme hebdomadaire de 52 minutes revisite sur un ton novateur et satirique l'actualité politique, médiatique et culturelle du moment. De la vidéo détournée à la véritable enquête journalistique, l'émission de **Yassine Belatar** balaye le flux médiatique en compagnie de trois invités : une personnalité politique, un artiste et un citoyen. Au programme : bilans, interviews, reportages exclusifs, micro-trottoirs et chroniques.



La case documentaire *Nouveaux regards*

France 4 installe en 2009 un nouveau rendez-vous intitulé *Nouveaux regards*, pour saisir sur le vif des phénomènes peu abordés et souvent méconnus.

Une fois par mois, le dimanche à 20h35, la chaîne propose des documentaires inédits incarnés et portés par **Olivier Delacroix** (*Story box press*) et **John Paul Lepers** (*La Télé libre*). Ces documentaires portent un regard neuf et générationnel sur la société, en abordant les sujets qui sont au cœur des attentes et des préoccupations des 15-34 ans. **Daphné Hézard**, quant à elle, donne la parole aux nouveaux militants et à l'engagement sous toutes ses formes dans *Global Résistance*.

La Route du rire

Avec trois castings et sept spectacles organisés à travers la France, *La Route du rire Volkswagen* offre aux futurs talents de l'humour l'opportunité de vivre une expérience humaine et artistique exceptionnelle. Le grand gagnant du concours décroche un contrat d'artiste avec Warner Music Entertainment et se voit invité à se produire sur une scène au Montreux Festival du rire. En 2009, France 4, partenaire de l'événement, a diffusé la finale de *La Route du rire*, ainsi qu'un programme court hebdomadaire, véritable road movie moderne, retraçant avec humour toutes les coulisses et l'aventure de ces artistes en herbe. ■

Olivier Delacroix *À fond la caisse !, la passion du tuning*





Les Chevaliers du fiel
Repas de famille

france
4

Les spectacles

Des soirées exceptionnelles
et le théâtre en direct

Du *Gala Ni putes ni soumises* au *Montreux Festival du rire*, en passant par *La Route du rire*, France 4 vous invite aux plus grands shows humoristiques avec Gérard Dahan au Casino de Paris et les *One-Man sauvage* de **Stéphane Guillon**, **Anthony Kavanagh**, **Jérôme Daran**, **Max Boublil** et **Omar et Fred**.

Comme chaque année, **Charlotte Lipinska** invite, tous les mois, à découvrir un spectacle capté en direct : la Nuit du off en Avignon avec *L'Amour de l'art* et *Couscous aux lardons*, ainsi que *L'Homme qui ne dort jamais*, *Panique au ministère*, *Adam et Ève*, *Le Clan des divorcées*, *Pièces détachées*, sans oublier **les Chevaliers du fiel** avec leur *Repas de famille*.

Stéphane Guillon et Cyril Hanouna *Pliés en 4*



Pliés en 4

Les Chevaliers du Fiel - Repas de famille

C'est dimanche ! Il fait beau, sur la terrasse, le barbecue crépite, les enfants jouent avec le chien, maman cuisine et papa s'affaire. Tout paraît paisible mais la pression monte. L'arrivée imminente du beau-frère « enseignant feignant de gauche » et de sa femme « institutrice dépressive » met sur les nerfs cette harmonieuse famille de commerçants de droite qui a fait sienne la maxime « travailler plus pour gagner plus », à laquelle s'ajoute « qui va prendre Mamie à Noël ? ». Il arrive que les idéologies ne résistent pas au vin de pays combiné à la chaleur. Les Chevaliers **Francis Ginibre** et **Éric Carrière** font fuser les répliques que l'on rêve de reproduire à son propre « déjeuner du dimanche ».

En 2009, le rendez-vous humour de **Cyril Hanouna** se décline en deux versions : *La Quotidienne*, du lundi au vendredi à 20h30 et *Le Show*, le samedi à 22h30. Enregistré au théâtre du Temple chaque semaine, c'est une sélection des dix meilleurs sketches (stand up, chanson, magie...) qui est proposée parmi les meilleurs one-man shows. Ils sont plus de 300 chaque année à jouer sur scène et plus nombreux encore à tenter leur chance en interprétant un sketch lors des tremplins organisés par les théâtres dans toute la France. Guidé par **Cyril Hanouna**, *Pliés en 4* confirme son rôle de découvreur de jeunes talents, avec le meilleur de la crème des jeunes humoristes français, les grands de demain. ■



Charlotte Lipinska





Samuel Etienne *Questions de génération*



QUESTIONS
de génération



france
4

L'information

Questions de génération

C'est toute une génération qui prend la parole ! Avec **Samuel Étienne**, le magazine fait peau neuve, avec des échanges désormais centrés sur trois débats générationnels. En lien direct avec l'actualité et la société, les thèmes abordés au cours de l'émission sont sélectionnés en atelier par les jeunes qui sont les acteurs principaux du programme. Le panel s'élargit aux 18-22 ans de tous horizons : lycéens mais aussi apprentis, étudiants, jeunes actifs ou sans-emploi. Les invités sont des artistes mais aussi des politiques ou encore des personnalités de la société civile, choisis pour leur légitimité à débattre sur les thèmes du moment. Ils ont fort à faire face à une génération directe, étonnante de lucidité et de franchise !

Un monde à voir

L'actualité sous toutes ses attitudes, sous toutes les latitudes. Deux fois par mois, le dimanche soir, la journaliste **Marie-Sophie Lacarrau** présente un 90 minutes tout info. Trois ou quatre sujets de société sont abordés par des reportages singuliers et originaux, par des enquêtes surprenantes, signées par les plus grands reporters des différentes rédactions de France Télévisions. Après la diffusion de leur sujet, les reporters dévoilent, en plateau, les coulisses du tournage et sa préparation. Ils éclairent et développent le sujet, en dessinant ses problématiques, ses répercussions, et l'actualisent au regard de nouvelles perspectives. Vif et curieux, un autre regard pour un autre savoir. ■



Marie-Sophie Lacarrau
Un monde à voir

Nagui reçoit Sting dans *Taratata*France
4

La musique

Festivals, événements majeurs, retransmissions en direct, toutes les musiques sont sur France 4.

Taratata

Rock'n'live autour de **Nagui** ! Depuis 15 ans, *Taratata*, c'est toute la musique qu'on aime. Toutes les semaines à 20h35, des nouveaux talents choisis via [mytaratata](#) sur [france4.fr](#), jusqu'aux artistes confirmés comme **Mika**, **Gossip**, **Matthieu Chedid**, **Muse**, **Christophe Willem** et **Sting**, jouent et chantent ensemble sur le plateau de Nagui. Une fois par mois, dans *Mon taratata à moi*, la playlist des invités est choisie parmi les archives de l'émission.

Louise attaque... Le Printemps de Bourges, Solidays et les Francofolies

En 2009, le nouveau visage de la musique « live » sur France 4 s'appelle **Louise Ekland**. La nouvelle émission musicale itinérante *Louise attaque...* sillonne les festivals, du *Printemps de Bourges* aux *Francofolies de La Rochelle* en passant par les *Solidays*. Sur un ton décalé et drôle, la pétillante Britannique nous fait vivre au cœur de l'événement et part, munie de son micro, à la rencontre des artistes. **Jules et Carine** nous font découvrir les coulisses des concerts, **Claire** propose une visite express du festival, et l'humoriste **Thomas VDB** compose des sketches sur les idées reçues sur les festivals et les festivaliers. Louise donne rendez-vous au groupe de « La chanson du dimanche » et anime une nouvelle rubrique intitulée « In Bed Louise », une rencontre intime avec un artiste du festival. Le premier à répondre est **Charlie Winston** : *it's in your hands...* Louise ■

LOUISE
ATTACHE
LES FESTIVALS



Montreux Festival du rire



Gala Ni putes ni soumises



La Porte ouverte à toutes les fenêtres



Les divertissements

Nouveau rendez-vous pour cette version quotidienne à 17h40 du jeu *La Porte ouverte à toutes les fenêtres*. **Cyril Hanouna** anime une partie en deux manches et une finale, avec une voiture à la clé. Huit personnalités, deux joueurs et une seule règle : allumer le plus de fenêtres possible à la couleur du candidat. Reste à savoir si, par leurs réponses, les personnalités restent des alliés ou deviennent les ennemis des candidats... Avec **Dominique Farrugia, Chloé Mortaud, Jérôme Commandeur, Anne De Petrini, Laurent Lafitte, Julien Courbet, Elodie Gossuin, Arthur Jugnot, Max Boublil, Cartouche, Jean-Luc Lemoine, Valérie Bègue**... Ce rendez-vous des artistes et des célébrités est un concentré d'humour, de culture générale, de rapidité et de mémoire. Bref, c'est un jeu qui bouscule drôlement les méninges !

Montreux festival du rire

Diffusé en direct sur France 4 et en simultané sur france4.fr, le Gala du « Montreux Festival du rire fête ses 20 ans » témoigne des années de complicité entre le public et les centaines d'artistes venus à Montreux. Tous les artistes présents sur scène se passent le relais pour présenter leurs camarades de jeu, comme un gros gâteau dont les bougies s'appellent **Laurent Gerra, Titoff, Stéphane Guillon, Jonathan Lambert, Alexandre Astier, François Rollin, Claudia, Charlotte Gabris, Éric Antoine, Fabrice Eboué, Verino, Jean-Luc Lemoine**.

Gala Ni putes ni soumises

Fidèle à cet événement depuis 2008 et en résonance avec la Journée internationale de lutte contre la violence faite aux femmes, France 4 donne rendez-vous au Casino de Paris, afin de soutenir les initiatives citoyennes en faveur de l'égalité, de la mixité, de la laïcité et du respect. Ce Gala présenté par **Cyril Hanouna**, en présence de **Sihem Habchi**, la présidente de l'association « Ni putes ni soumises », accueille une dizaine d'humoristes féminines, qui pulvérisent par l'humour les préjugés et les stéréotypes : **Anne Roumanoff, Isabelle Alonzo, Camille Chamoux, Élisabeth Buffet, Isabeau de R., Chantal Ladesou, Agnès Soral**... rejointes par des humoristes masculins qui se prêtent au jeu de la misogynie ordinaire : **Anthony Kavanagh, Jérôme Commandeur, Denis Maréchal, Titoff, Max Boublil et Éric Laugérias**. ■



Olivier Delacroix
Tribus gothiques

4

Les documentaires

Nouveaux regards : ce rendez-vous 2009 pose un regard innovant et générationnel sur la société. Il se décline en trois séries de documentaires incarnés par Olivier Delacroix, John Paul Lepers et Daphné Hézard.

Les documentaires d'Olivier Delacroix
produits par Story Box

Grand reporter et musicien, **Olivier Delacroix** se rapproche du style anglo-saxon où le reporter est en permanence à l'image pour être le véritable relais du téléspectateur et mieux l'impliquer. Des documentaires sur des personnages atypiques, émouvants, dérangeants : *Planète muscle* explore l'univers des bodybuidés, *Tribus gothiques* celui des modes vestimentaires, de l'état d'esprit et des courants composant ce mouvement, ou encore *À fond la caisse !, la passion du tuning*. Dans *Changer de sexe, pour un instant ou pour une vie*, il va à la rencontre des hommes et des femmes qui choisissent de s'approprier le sexe opposé, et, dans le très étrange *Tatoué percé... ceci est mon corps*, la parole est donnée à ceux qui ont choisi de transformer leurs corps par un acte fort et intime en se faisant tatouer, percer ou scarifier. Autant de témoignages et d'expériences de vie qu'Olivier Delacroix nous livre sans jugement.





John Paul Lepers
JPL en camping-car

JPL en camping-car

Journaliste politique réputé pour son indépendance et sa liberté de ton, **John Paul Lepers** avait depuis longtemps l'envie de réaliser des documentaires sur le principe du road movie. Choisir un thème et partir à la rencontre de groupes et d'individus pour les filmer dans leur vie quotidienne ou sur leur lieu de travail. Accompagné d'un caméraman qui coréalise le film, et d'un monteur qui construit le documentaire au fil des routes, les coulisses du tournage font partie intégrante du road movie, avec les pannes

mécaniques, les plantages et la vie à bord. Ainsi le camping-car a permis à John Paul Lepers et son équipe de s'immerger dans la vie des gens du Voyage pour mieux comprendre leur quotidien, leurs préoccupations mais aussi leurs espoirs. *Qui a peur des Gitans ?* est une enquête intime et sans complaisance, à travers la région lyonnaise jusqu'à la banlieue de Perpignan, à la rencontre de ces 400 000 « étrangers de l'intérieur », pour la plupart Français depuis des siècles. *Un toit pour moi* dévoile les solutions inventées par les jeunes pour se loger en temps de crise entre colocation, squats et cabanes en forêt.



Daphné Héazard
Global Résistance

Global Résistance

Le magazine mensuel de 70 minutes incarné par **Daphné Héazard**, journaliste et curieuse de l'évolution de la société globale, donne la parole aux nouveaux militants et à l'engagement sous toutes ses formes. De Londres à Berlin (avec le mouvement « Adbusting » détournant les messages publicitaires), de Paris (Jeudi Noir) à Amsterdam avec la « Rebel Clown Army », *Global Résistance* fait comprendre la motivation de ces nouveaux militants, leurs moyens d'intervention et leurs idéaux, en les accompagnant notamment lors de la préparation et sur le terrain de leurs différentes actions ou dans leur vie quotidienne.

Eric Laugérias 2012 *La Conspiration de l'apocalypse*

DOCU-FICTION

2012 La Conspiration de l'apocalypse

Ce docu-fiction est un voyage dans l'histoire et ses zones d'ombre. Intrigué par la lecture d'un article annonçant la fin brutale et inexplicable de la civilisation pour le 21 décembre 2012, **Éric Laugérias** a décidé de mener une enquête qui va le mener très loin sur les pistes scientifiques comme sur celles des oracles. Fantasma ou réalité ? Depuis des millénaires, les religions des différentes civilisations nous prédisent la fin du monde pour 2012... ou pas.

DOCU-FICTION

Rachid en Russie

À l'occasion de l'anniversaire de la chute du mur de Berlin, ce docu-fiction raconte les aventures de Rachid au pays du Kremlin ! Après ses pérégrinations au Texas sur sa mobylette, **Rachid Djaidani** a mis le cap sur la Russie avec une question majeure en tête : comment vit-on, vingt ans après la chute, en ex-Union Soviétique ? C'est le tableau vivant d'une Russie des extrêmes que nous livre Rachid à travers sa fabuleuse traversée, diffusé sous la forme d'un module quotidien de 6 minutes, puis d'un 90 minutes. ■

Rachid Djaidani *Rachid en Russie*

RACHID EN RUSSIE



Il était une fois dans l'oued de Djamel Bensalahfrance
4

Le cinéma

Sur France 4, le grand écran, c'est une histoire d'amour comblée. Qu'il soit français ou du monde, d'auteur ou « blockbuster », le cinéma s'affiche dans tous les genres deux soirs par semaine.

En 2009, France 4 a diffusé 234 cases de cinéma

De l'action, de la comédie, des drames, du suspense... De l'hilarant *Il était une fois dans l'oued* de **Djamel Bensalah**, inspiré d'une chanson de rap du groupe 113, au déjanté *Quasimodo d'el Paris* de **Patrick Timsit**, de la comédie douce-amère *Un aller simple* de **Laurent Heynemann** à *Saint-Jacques... La Mecque* de **Coline Serreau**, en passant par les confins de l'humour noir des **frères Cohen** avec *Fargo*, toute la gamme des comédies est présente sur France 4.

Des drames en tout genre avec *La Fille sur le pont* de **Patrice Leconte** et l'interprétation inoubliable de **Vanessa**

Paradis, mais aussi l'émouvant *Jack* de **Francis Ford Coppola**.

Histoire et histoires avec *Tiger land*, un long-métrage haletant sur la guerre du Vietnam de **Joel Schumacher**, et *Little Buddha* de **Bernardo Bertolucci**, avec **Keanu Reeves** et **Bridget Fonda**.

Suspense et palpitations avec l'intriguant *Agents secret* de **Frédéric Schoendoerffer**, avec **Vincent Cassel**, **Monica Bellucci**, **Charles Berling**... et l'incontournable *Jackie Brown* de **Quentin Tarantino**. Enfin, une programmation dédiée à la jeunesse de 7 à 34 ans, avec des films fantastiques et d'animation tels que le touchant *Pôle express* de **Robert**

Pôle express de Robert Zemeckis

Zemeckis avec **Tom Hanks**, *Le Petit Poucet* revu par **Olivier Dahan** avec **Romane Bohringer**... ou l'extravagant *Docteur Dolittle* de **Betty Thomas** avec **Eddy Murphy**. ■



Les séries

Et dire que certains se contentent des fins de série ! Sur France 4, les inédits sont en clair, et les grands classiques s'installent comme chez eux. De *Palizzi*, le caïd décapant, aux familles déjantées de *Fais pas ci, fais pas ça* ou à la fashionista *Clara Sheller*... c'est « serial série » sur France 4 !

Palizzi

Vous le reconnaîtrez, il n'y en a pas deux comme lui ! Cette série coécrite par **Jean Dujardin** et **Arsène Mosca**, aborde la vie d'un drôle de mafieu, ancien caïd d'opérette sorti de prison, fort en gueule et pathétique. À l'aube de la quarantaine, Antonio Palizzi traîne son costume rayé sur les pavés parisiens, en quête d'un nouvel âge d'or. Mais en attendant, il faut bien s'adapter au quotidien...

Hero Corp

France 4 s'est associée à la chaîne Comédie ! pour produire cette série comique d'aventures fantastiques sur les super-héros aux pouvoirs assez inefficaces. Retraités de l'agence *Hero Corp*, retranchés dans leur base secrète de Lozère, ils avaient retrouvé une vie calme et paisible. Vingt ans après, cette tranquillité vole en éclats lorsque The Lord, un « super-vilain », réapparaît. Nos super-héros doivent reprendre du service pour sauver le monde.



Clara Sheller

Clara Sheller – saison 1 et 2

Séance de rattrapage pour tous ceux qui seraient passés à côté de la lumineuse Clara. Une nouvelle session des saisons 1 et 2 permet de retrouver **Mélanie Doutey** et **Zoé Felix**, dans leur interprétation personnelle de la pétillante trentenaire à la recherche du grand amour. « *Je m'appelle Clara Sheller, j'ai 33 ans. Je suis journaliste. Je vis avec Gilles et je mange, je bois et dors parfois chez JP, mon copain homo. Signes particuliers : beaucoup trop pour être cités. J'aime mon Gilles, mon JP, les mensonges, les notices de médicaments, me réfugier aux toilettes, montrer mes seins en province, les Apéricubes, essayer des perruques... Je n'aime pas partager mon bureau avec Victoire, ne plus me faire draguer, la campagne, que ma mère ait toujours raison...* »

Fais pas ci, fais pas ça – saison 2

Ça se passe comme ça chez les voisins ! Inspirée de faits réels et vécus chaque jour par des millions de parents et d'enfants, cette série est l'histoire de deux familles voisines, incarnant deux méthodes opposées d'éducation. D'un côté les Bouley, un couple qui refuse le modèle autoritaire, de l'autre les Lepic, qui prônent un retour à l'éducation stricte. Des parents qui font de leur mieux avec leur bonne volonté, leurs contradictions et leurs doutes... Et c'est pas triste !



Fais pas ci, fais pas ça



Nos années pension



Nos années pension — saison 3

Dans cette saison, nos héros abordent l'année du bac, la dernière année d'internat avant leur vie d'adulte. De septembre à juin, il faut mener de front deux objectifs : réussir la fin des études, et, après l'échec relatif de leur album, relancer leur carrière musicale en partant en tournée d'été. Une année bien remplie.

Six feet under — saison 5

En 2009, France 4 diffuse l'ultime saison des histoires de la famille Fisher. Après la mort accidentelle du père, Nathaniel Fisher Senior, la vie des deux fils bascule avec l'héritage de l'entreprise funéraire familiale basée à Los Angeles. Rebondissements, humour noir et décalé, cette série cultissime a obtenu 7 Emmy Awards et 2 Golden Globes. ■



Six feet under — saison 5



finale de la FA Cup

france
4

Les événements sport

Avec près de 250 heures d'épreuves majeures, France 4 fait partie des grands terrains de sport de la TNT : football, cyclisme, tennis, rugby, escrime, athlétisme, natation, ski, handball.

L'année a été marquée plus particulièrement par de grands moments de direct comme **Les Championnats de ski**.

France 4, fidèle à la compétition internationale de la **Coupe Davis**,

l'a retransmise depuis la République tchèque, en direct et en simultané sur france4.fr.

Tout a été fait pour ne rien manquer de **Roland-Garros** avec des magazines complémentaires comme *Le Tennis Club* avec Cyril Hanouna et Sarah Pitkowski, *Les premières balles*, *Les dernières balles* en direct, *Retour à Roland-Garros* et *Le Tounoi des légendes*.

En football, près de 30 matches en direct ont été proposés. Avec la diffusion de la

compétition mythique de la **Fa Cup**, pour la première fois sur une chaîne en clair, les téléspectateurs français ont suivi les matches de la **Premier League** et notamment ceux de Manchester United et Arsenal.

Une belle place est offerte à la saison du **Challenge Cup** en rugby. La **Coupe de la Ligue de handball** a été diffusée en direct depuis Miami et en simultané sur france4.fr. Sans oublier la **finale mondiale d'athlétisme** à Thessalonique. ■



Charlie Winston

france
4

Les partenariats

Contribuer à l'émergence de jeunes talents, c'est aussi tisser des partenariats ambitieux, soutenir les artistes des nouvelles scènes françaises et internationales et les comiques qui montent.

La chaîne est associée au prix Constantin et au FAIR (Fonds d'action et d'initiative rock). Parmi ses coups de cœur, France 4 se félicite d'avoir accompagné :

Musique

Charlie Winston
Luciole
Emily Loizeau
Stuck in the Sound
Absynthe Minded
Tony Truant
Paco Volume
Carmen Maria Vega
Coming Soon

Spectacle et humour

Gérald Dahan
Marco
Baptiste
Frédéric Recrosio
Cartouche
Les Insatiables
L'Amour de l'art
Laurent Lafitte
Ben
Jérôme Daran
Maxi Monster Music Show
La Route du rire

Festivals

Arts burlesques 2009
Mobile Film festival
Printemps de Bourges
Les Francofolies de La Rochelle

Exposition

Constellation ■

L'Amour de l'art



mise en scène **DIASTÈME**
assistant DAMIEN BRICOTEBAUX
décor CÉCILLE & GEORGES
lumière STÉPHANE BAQUET
costumes FRÉDÉRIC CAMBIER

Co-production Le Petit Montparnasse, Le Théâtre du Chêne Noir, La Main Gauche, Partecy-en-Bocaux, Fontainegeorges-Bos



les chaînes

FRANCE 5, QUINZE ANS ET DÉJÀ GRANDE !

5 janvier 2009 : la publicité disparaît des antennes de France Télévisions après 20 heures. Peu touchée, côté programmes, par ce bouleversement de l'audiovisuel public, France 5 peaufine néanmoins ses soirées, qui débutent désormais à 20 h 35. Découverte, société, histoire, arts et culture... chaque soir de la semaine s'articule autour d'une offre clairement identifiée. Une programmation qui a su séduire les téléspectateurs puisque France 5 enregistre 10 % de progression sur la TNT par rapport à avril 2008.

Mais les évolutions et les nouveaux programmes ne se limitent pas aux soirées. Magazines, documentaires, opérations spéciales, Internet... tous les registres de France 5 ont bénéficié d'une offre renouvelée au cours de l'année 2009.

Dès début janvier, des magazines font leur apparition, au premier rang desquels *La Traversée du miroir*, présentée par **Patrick Poivre d'Arvor**. Dans un décor intimiste, le célèbre journaliste propose deux entretiens avec des personnalités issues de tous les horizons. Des interviews qui reposent sur les dates clés de la vie des invités. Parmi les premiers à répondre présent : **Pierre Palmade**, **Jean-Louis Borloo**, **Françoise Hardy**, **Valéry Giscard d'Estaing**...

Autre nouveauté du début 2009 : *En campagne*, une série documentaire pilotée par **Aurélie Sfez** et **Julien Cernobori**, deux jeunes journalistes qui livrent une galerie de portraits savoureux, saisis sur le vif et incarnant une France rurale en phase avec son époque.





Michel Cymes et Marina Carrère d'Encausse *Le Magazine de la santé*



Audiences 2009

Dans un contexte de plus en plus concurrentiel (autres TV en progression de 17,7 % à 27,9 % de PdA) et face à une offre des chaînes privées s'appuyant souvent sur des fictions nord-américaines ou des programmes de télé-réalité, France Télévisions a su, en 2009, maintenir son périmètre d'audience avec une offre diversifiée, fondée sur la création, les prises de risques et de nombreux directs.

Le groupe France Télévisions recueille une part d'audience de 32,7 % sur l'année 2009 : avec 16,7 % de part d'audience pour France 2 ; 11,8 % pour France 3 ; 1,1 % pour France 4 et 3,1 % pour France 5, qui est ainsi l'une des rares chaînes historiques à voir son audience progresser.

Chiffres clés 2009

Chiffre d'affaires 213 M€

Coût de la grille 125 M€

Effectifs permanents 223 personnes



Thierry Guerrier *C à dire ?!*

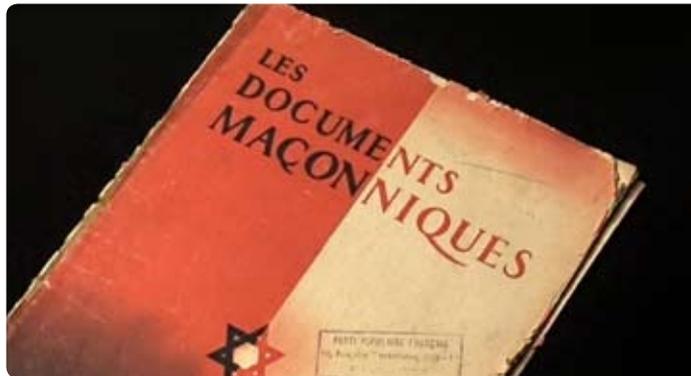
Avec 3,2 % de part d'audience en novembre et 3,3 % en décembre, la chaîne a fêté ses 15 ans en beauté ! France 5 maintient son audience en journée grâce à ses rendez-vous phares, comme *Le Magazine de la santé*, *C à dire ?!*, *C dans l'air...* et ses documentaires de l'après-midi.

À partir de 19 heures, en numérique, la chaîne rencontre désormais de francs succès :

- *C à vous*, le magazine quotidien en direct présenté par **Alessandra Sublet** et son équipe de chroniqueurs du lundi au vendredi, n'a cessé de progresser depuis son lancement en septembre 2009. Le magazine enregistre une moyenne de 318 000 téléspectateurs (contre 151 000 sur la même case et la même période en 2008) et a atteint 600 000 téléspectateurs les 30 novembre et 21 décembre.



Les Francs-Maçons et le pouvoir



À noter que la moyenne mensuelle de l'émission passe de 185 000 téléspectateurs en septembre à 451 000 téléspectateurs en décembre 2009.

- Les documentaires des mardis et dimanches soir sont en forte progression avec des records respectifs à 817 000 téléspectateurs (*Les Francs-Maçons et le pouvoir* - 6/10/2009) et 855 000 téléspectateurs (*Thoiry, un zoo pas comme les autres* - 8/11/2009)
- À remarquer, en seconde partie de soirée, le succès de la case Histoire,

installée depuis le 6 septembre, avec 356 000 téléspectateurs, contre 186 000 en 2008.

- Le nouveau rendez-vous fiction du lundi rassemble en moyenne 375 000 téléspectateurs (105 000 de plus que sur la même période en 2008)
- Les magazines du mercredi et du samedi soir ne sont pas en reste avec des records pour *Question maison* à 812 000 téléspectateurs (16/12/2009) et *Échappées belles* à 767 000 téléspectateurs (26/12/2009). ■



Sophie Jovillard *Échappées belles*



Julie Andrieu,
Philippe Gaudin,
Nathalie Levy,
Nicolas Poincaré,
Alessandra Sublet,
Emmanuel Maubert,
Jérémy Michalak
C à vous

5

De nouveaux magazines au rendez-vous

C'est en septembre que, traditionnellement, les chaînes de télévision présentent leurs nouveaux programmes. L'année 2009 n'a pas fait exception à la règle.

Visages, émissions, programmation... pour France 5, cette rentrée a été résolument placée sous le signe de la nouveauté. Un magazine convivial en début de soirée, une nouvelle émission politique, un JT, des rendez-vous avec le cinéma, la littérature, l'histoire ou la vie des quartiers, une case consacrée à la fiction... France 5 s'est attachée à répondre aux attentes et aux préoccupations du public. De nouveaux animateurs ont également fait leur rentrée sur la chaîne de la connaissance, qui a réaffirmé son ambition de diffuser toujours plus de programmes inédits.

Parmi les nouveautés de cette rentrée, citons :

C à vous

Confortablement installée dans un loft et entourée de chroniqueurs, **Alessandra Sublet** anime le nouveau rendez-vous de 19 heures. L'animatrice invite chaque soir à un agréable moment de détente. Pendant qu'une cuisinière (**Julie Andrieu** ou **Babette de Rozières**) s'active aux fourneaux pour préparer un dîner entre amis, Alessandra reçoit « comme à la maison » deux invités. Interviews, conseils, astuces, interactivité, actualités en tout genre sont au programme de cette émission qui se veut avant tout conviviale !

Nicolas Demorand *C politique*



C politique

Chaque dimanche, en direct et en public, **Nicolas Demorand** anime le magazine de débat politique de France 5. En plateau, le journaliste reçoit des personnalités pour mettre en perspective les grands sujets qui font l'actualité. Analyses, reportages, confrontations : tous les points de vue sont appelés à s'exprimer. Les reporters du magazine sont, eux, sur tous les terrains où se joue la politique.



Café Picouly

Présenté par l'écrivain **Daniel Picouly**, *Café Picouly* s'est imposé comme le rendez-vous hebdomadaire de l'actualité pluriculturelle. Décalée et ouverte sur différents univers artistiques, l'émission offre une tribune aux auteurs et à la grande famille des artistes dans sa globalité (cinéma, théâtre, musique...), qui évoquent leurs coups de cœur, leurs passions...



Daniel Picouly *Café Picouly*

Les Maternelles

Élizabeth Tchoungui a pris les rênes du magazine des relations parents-enfants et du développement du jeune enfant.



Élizabeth Tchoungui *Les Maternelles*

Cinémas

Serge Moati a changé de registre et propose le seul magazine sur le cinéma du service public. Chaque samedi, il évoque l'univers en compagnie d'invités : acteurs, réalisateurs, critiques, scénaristes, producteurs... Des reportages et des séquences en plateau rythment l'émission qui se déroule en public.

Serge Moati *Cinémas*



C l'info

Pour composer une session complète dédiée à l'actualité, déjà riche avec *C à dire ?!* et *C dans l'air*, France 5 diffuse depuis septembre 2009 un JT de quatre minutes piloté par la journaliste **Sophie Gastrin**.



Sophie Gastrin *C l'info*

Marcel Rufo et Églantine Éméyé *Allô Rufo*

Allô Rufo

Pédopsychiatre connu et reconnu, **Marcel Rufo**, épaulé par **Églantine Éméyé**, consulte désormais sur France 5. Du lundi au vendredi, juste après *Les Maternelles*, le célèbre médecin répond, en public, aux nombreuses interrogations que ne manquent pas de se poser tous les parents au sujet de leurs enfants, petits ou grands.

Teum Teum

La banlieue, si proche... et si loin. Une culture souvent ignorée des médias. Depuis septembre, *Teum Teum* s'est imposé comme le nouveau rendez-vous des univers qui se télescopent et se découvrent, des idées qui s'échangent, des émotions qui se partagent. Une fois

Juan Massenya *Teum Teum*

par mois, le magazine présenté par **Juan Massenya** emmène une personnalité en banlieue. L'occasion de s'intéresser, sans angélisme ni stigmatisation, à ceux qui font la vie des quartiers en France, toutes catégories sociales et tous âges confondus.



Mais les rendez-vous de France 5, ce sont aussi des magazines et des présentateurs bien connus des spectateurs. En 2009, **Stéphane Thebaut** a piloté « La Maison France 5 », le rendez-vous dédié à l'habitat, au jardinage, au bricolage, à la consommation, à la gastronomie et à la vie quotidienne. Cette programmation « art de vivre » s'articule autour des magazines *C'est notre affaire*, présenté par la journaliste **Claire Fournier**, *Silence, ça pousse !*, animé par **Noëlle Bréham** et **Stéphane Marie**, *Question maison*, conduit par **Stéphane Thebaut**, et *Les Escapades de Petitrenaud*, dirigé par **Jean-Luc Petitrenaud**.

Les téléspectateurs ont également pu retrouver d'autres visages et émissions emblématiques de la chaîne : **Yves Calvi** et *C dans l'air* ; **François Busnel** et *La Grande Librairie* ; **Thomas Hugues** et *Médias, le magazine* ; **Michel Cymes** et **Marina Carrère d'Encausse**, *Le Magazine de la santé* et *Allô, docteurs* ; **Paul Amar** et *Revu & corrigé* ; **Thierry Guerrier** et *C à dire ?!* ; ou encore **Sophie Jovillard** et *Échappées belles* ; **Laurence Piquet** et *Un soir au musée* ; **Daniel Abbou** et **Isabelle Voizeux** et *L'Œil et la Main*.

Stéphane Thebaut *Question maison*



Des habits neufs !

Le 5 janvier, de nouveaux habillages apparaissent à l'antenne : des jingles pub diffusés pendant la journée, mais aussi des films identitaires, ou « idents », d'une durée d'environ 20 secondes. Le but : exprimer la spécificité et l'ambiance de chaque chaîne de France Télévisions pour créer davantage de liens avec le public. Un travail mené conjointement par les cinq directions artistiques sous le pilotage transversal

d'**Alain Vautier**, directeur des antennes de France 3, et réalisé par trois agences : Ultimatum pour France 2, Dream on pour France 3, France 4 et RFO, Luigi & Luigi pour France 5.



Yves Calvi *C dans l'air*





Baromètre qualitatif 2009

Proximité, conseils, services, échanges d'expériences et de points de vue, analyse et mise en perspective du monde dans lequel nous évoluons, réactivité face à l'actualité : telles sont les qualités essentielles des magazines de la chaîne.

France 5 a, par ailleurs, élargi son champ d'action en proposant des programmations et des débats inédits tout au long de l'année. C'est le cas, notamment, avec des émissions spéciales diffusées en soirée à l'occasion du Salon du livre ou de La Nuit des musées. **Michel Cymes** et **Marina Carrère d'Encausse** ont, quant à eux, animé *Enquête de santé* sur de grands sujets, comme l'automédication. ■

La collection *Un refuge pour les éléphants* enregistre la note record de **8,9**

la série documentaire *Histoires d'eau* **8,8**

L'Aventure amazonienne **8,8**

Fourchette & sac à dos **8,6**

J'irai dormir chez vous **8,5**

Succès comparable du côté des magazines.

En journée, les magazines de la vie quotidienne, comme *Allô, docteurs*, *Le Magazine de la santé*, *Les Maternelles*, *Silence, ça pousse !*, *Question maison* et *Les Escapades de Petitrenaud*... sont plébiscités chaque mois et obtiennent régulièrement des notes **supérieures à 8**



Instauré fin 2007, le baromètre qualitatif de France Télévisions permet aux téléspectateurs de noter sur 10 leurs émissions en fonction de critères purement qualitatifs.



DIMANCHE



LUNDI



MARDI



MERCREDI



JEUDI



VENDREDI



De gauche à droite :
Claire Fournier,
Fabrice d'Almeida,
Thomas Hugues,
Carole Gaessler,
Stéphane Thebaut,
Laurence Piquet,
Annick Cojean

Des soirées, des visages

Replacer les événements dans leur contexte, donner les clés pour mieux les appréhender et les comprendre, telle est l'ambition des soirées de France 5. Du dimanche au vendredi, dès 20h35, un présentateur se propose

donc d'introduire les programmes qui seront à l'antenne. Ainsi, **Claire Fournier** présente « Le Doc du dimanche » et **Fabrice d'Almeida** prend le relais avec la case Histoire. Le lundi, place à la fiction avec **Thomas Hugues**. Mardi,

Carole Gaessler observe « Le Monde en face ». **Mercredi**, « La Maison France 5 » ouvre ses portes avec **Stéphane Thebaut**. Jeudi, **Laurence Piquet** s'intéresse aux arts et à la culture. Vendredi, **Annick Cojean** incarne la collection documentaire *Empreintes*.



Empreintes

Pascal Sellem *Bruno Vaigasse Show*

Talents des cités

Programmes courts



Inventaire

Sur l'antenne, France 5 accorde aussi une place de choix à des programmes courts, originaux et variés.

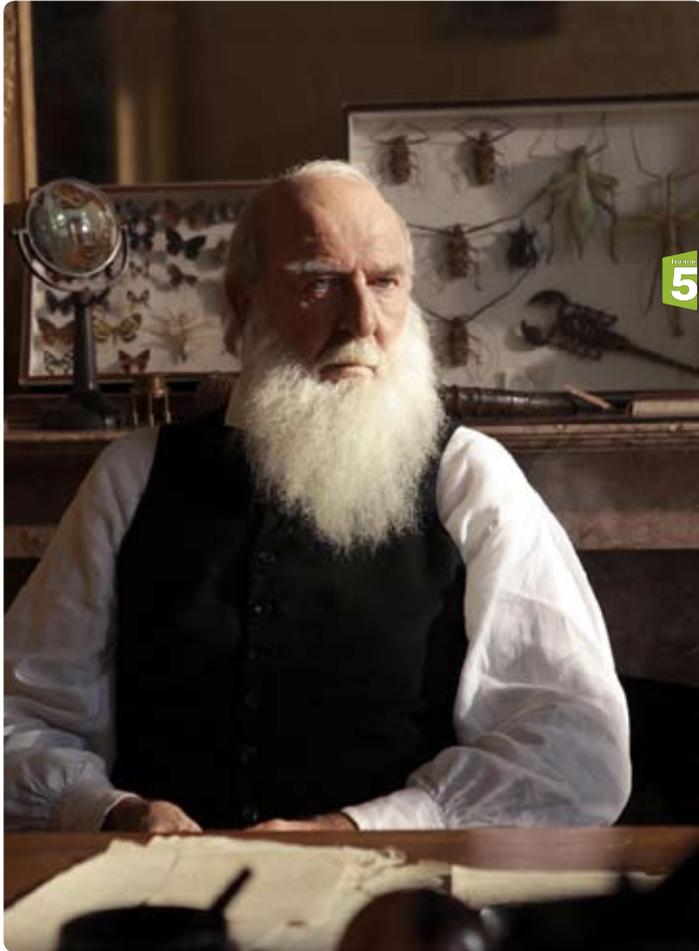
Partenaire de l'opération Talents des cités, concours qui valorise et favorise les initiatives des jeunes des quartiers, France 5 a diffusé en septembre, comme chaque année, le portrait des lauréats des éditions précédentes et s'est intéressée par ailleurs aux jeunes entrepreneurs de la cuvée 2009.

Revisitant par des saynètes humoristiques le quotidien des employés et des clients d'un casino de province, chaque épisode du *Bruno Vaigasse Show* jouait la carte de la comédie. Du rire garanti au casino de Les Eaux-les-Bains !

Découvrir, en quelques chiffres éloquentes, un animal menacé d'extinction pour sensibiliser les téléspectateurs à la fragilité

de la faune, tel est le concept innovant de la série de programmes courts *Inventaire*. La preuve par les chiffres.

Par ailleurs, la collection *Empreintes* s'est déclinée, cette année encore, en une série de programmes courts durant laquelle un photographe brossait un mini-portrait tout en images d'une personnalité. ■

Jean-Pierre Marielle *Darwin (R)évolution*

Histoire de la diplomatie française



France 5

Des documentaires éclectiques

Environnement, économie, société, découverte, histoire, géopolitique, santé, sciences, arts... Année après année, France 5 aborde toutes les thématiques dans ses documentaires !

Axe fort de la politique éditoriale de France 5, le documentaire demeure plus que jamais présent dans la grille des programmes. En 2009, la chaîne a proposé des unitaires et des séries dans les domaines les plus variés. Elle a ainsi programmé des documentaires historiques marquants. C'est le cas, notamment, de *Darwin (R)évolution*, un documentaire-fiction diffusé à l'occasion du bicentenaire de la naissance du célèbre naturaliste anglais ; d'*Histoire de la diplomatie française*, qui revient en deux volets sur l'une de nos grandes institutions ; des *Francs-Maçons et le pouvoir*, qui aborde l'évolution et le rôle de la franc-maçonnerie, de sa création à aujourd'hui ; de *Faiseurs*



Virginie Coupérie-Eiffel
et Charles Berling
*Sur les traces
de Gustave Eiffel*

d'euros, qui retrace trente ans d'histoire de la construction monétaire européenne. La tour Eiffel a été à l'honneur à l'occasion de son 120^e anniversaire dans *Sur les traces de Gustave Eiffel*, signé **Charles Berling** et coécrit avec **Virginie Coupérie-Eiffel**, l'arrière-arrière-petite-fille du « magicien du fer ».

Comme toujours, France 5 a accompagné les grands débats autour de la santé avec *Médicaments, trafic sur le Net*, qui rend compte du danger que représente la vente de médicaments sur la Toile, ou *L'Alternative*, une immersion dans une unité de soins palliatifs.



Les thèmes de société et d'actualité ont été largement évoqués : *Fiers de nos rides* suit des seniors assumant leur âge sans complexes ; *Comme chez nous* recueille les impressions des habitants de Coulommiers lors de l'élection présidentielle et tout au long du mandat de Nicolas Sarkozy ; *Adopte-moi*, déclinée en quatre volets, traite de la question délicate de l'adoption du point de vue des orphelins ; la nouvelle saison de *Verdict* décrypte, comme les précédentes, des affaires judiciaires en s'appuyant sur les témoignages des protagonistes ; *Les mots me manquent* fait le point sur la problématique de l'illettrisme, qui touche plus de trois millions de personnes en France. Le 50^e anniversaire de l'exil du dalaï-lama a été abordé dans *Tibet, le combat pour la liberté*, proposant un éclairage sur l'histoire, l'actualité et les dilemmes qui divisent aujourd'hui le peuple tibétain...

Adopte-moi



Avec **Aurélié Sfez** et **Julien Cernobori**, deux jeunes journalistes, les téléspectateurs sont également partis à la rencontre des villageois d'aujourd'hui. Adaptée de l'émission *Village People* sur France Inter, la série documentaire *En campagne* propose, depuis début 2009, une galerie de portraits savoureux, saisis sur le vif, incarnant une France rurale en phase avec son époque.



Aurélié Sfez et
Julien Cernobori
En campagne

Comme chez nous





De nombreuses opérations spéciales ont également rythmé cette année 2009.

6 milliards d'autres



6 milliards d'autres

Pendant cinq ans, l'équipe de **Yann Arthus-Bertrand** est partie dans 70 pays à la rencontre de milliers de citoyens qui s'expriment sur le sens de la vie, le bonheur, la famille... France 5 a diffusé un film retraçant cette aventure et programmé une émission spéciale animée par **Laurence Piquet**.

Laurence Piquet
et Yann Arthus-Bertrand
6 milliards d'autres

Sourds et malentendus



Sourds et malentendus

Comment permettre aux sourds de ne plus être considérés comme des handicapés ? Pour en débattre, France 5 a organisé début mars une soirée avec **Carole Gaessler** autour de la diffusion de ce documentaire.

Obama, plus près du rêve



Programmation USA

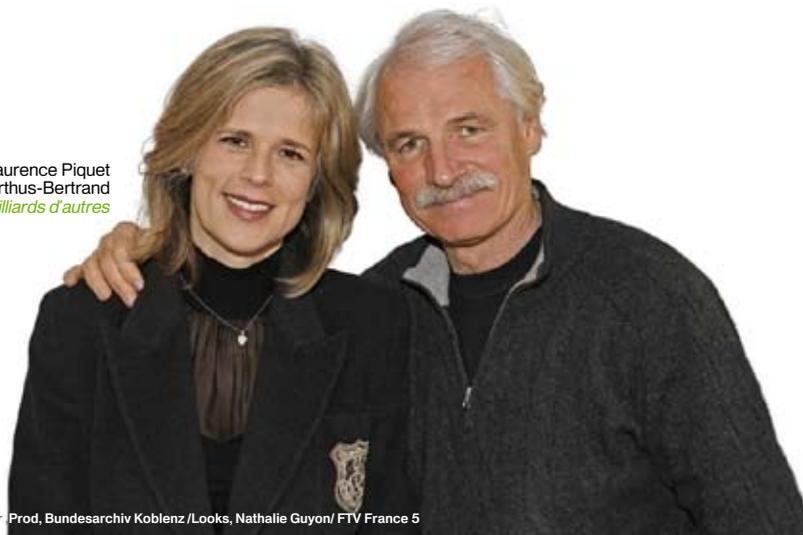
À l'occasion de l'élection présidentielle américaine, la chaîne a consacré trois soirées aux États-Unis. Au programme : *Martin Luther King, j'ai fait un rêve* ; *Obama, plus près du rêve* ; *La Fabuleuse Histoire du dollar* et la série *Carnets d'Amérique*.

Après la chute du mur



20° anniversaire de la chute
du mur de Berlin

Le 20° anniversaire de la chute du mur de Berlin a été aussi célébré par France 5, avec notamment un numéro d'*Échappées belles* et une soirée exceptionnelle marquée par la diffusion du documentaire-fiction *Après la chute du Mur* et du documentaire *Le Mur dans les têtes*. Deux films inédits pour revenir sur ce tournant de l'histoire contemporaine. ■





Les Camarades



Voici venir l'orage

L'Affaire Ben Barka



Thomas Hugues



Le procès de Bobigny



Fiction

Chaque lundi soir, depuis le 31 août, France 5 ouvre son antenne à des films de télévision s'intéressant à l'histoire ou à des sujets de société. Présentée par **Thomas Hugues**, cette nouvelle case donne à voir ou à revoir des œuvres issues du patrimoine des différentes chaînes de France Télévisions. ■

FRANCE
5

Empreintes, saison 3

Initié en 2007 par **Philippe Vilamitjana**, directeur de l'antenne et des programmes, et porté depuis lors par **Annick Cojean**, directrice de collection, ce projet audiovisuel d'envergure a poursuivi, cette année encore, le même objectif : brosser, en 52 minutes, le portrait original de personnalités françaises ou francophones qui ont marqué leur époque. En 2009, **Gérard Depardieu**, **François Pinault**, **Maria Nowak**, **Claude Lanzmann**, **Michel Platini**, **Guy Bedos**, **René Frydman**, **Jean-Claude Carrière**, **Christiane Desroches-Noblecourt**, **Élisabeth Badinter**... se sont prêtés au jeu. ■



Gérard Depardieu
Empreintes



Élisabeth Badinter
Empreintes



René Frydman
Empreintes



Atout 5



Sid, le petit scientifique



Des programmes pour les petits

Depuis ses débuts, la chaîne s'est imposée sur le secteur des programmes jeunesse en développant une politique de production rigoureuse et exigeante. Avec un objectif : proposer des rendez-vous originaux qui permettent aux enfants de s'ouvrir aux autres et d'apprendre en s'amusant.

Tout au long de l'année, la bande des Zouzous a ainsi accueilli de nouveaux héros. Notons l'arrivée de *Sid*, un petit garçon passionné par les sciences ; des *Chumballs*, d'étranges robots chargés de recréer la nature sur Terre ; ou encore des stars d'*Atout 5*, pour une deuxième saison de cette sitcom musicale animée.

En décembre 2009, l'ensemble de l'offre jeunesse de France Télévisions a été remodelé et présenté aux jeunes téléspectateurs sous le nom de « Ludo ». Ce dispositif inédit, résolument média global, propose sur trois chaînes 1 000 heures de programmes supplémentaires,

reliés par un nouvel habillage ludique, dynamique, fédérateur et bien identifiable par les petits. Ils peuvent ainsi passer facilement de France 5 à France 4 et France 3, sans oublier la navigation sur le Web ! Conçu comme un outil d'apprentissage sécurisé, le nouveau portail monludo.fr permet à chaque enfant de s'approprier le monde de Ludo. On y trouve un contenu adapté à chacun en fonction de son âge, la première offre de vidéos gratuites pour enfants en France, des minisites... Rendez-vous sur les chaînes de France Télévisions et sur <http://www.monludo.fr>

Les Chumballs





france
5

Média global

Pionnière en matière de média global, France 5 a multiplié les initiatives tout au long de 2009.

lesite.tv  ouvert à tous

Depuis janvier 2009, lesite.tv, plate-forme de vidéos pédagogiques à la demande, a innové en développant avec le soutien du ministère de l'Éducation nationale « lesite.tv pour tous ». Il est désormais accessible aux élèves en situation de handicap, contribuant ainsi à leur intégration en milieu scolaire ordinaire. Un lecteur vidéo innovant a été développé afin de permettre aux élèves sourds et malentendants d'accéder aux séquences vidéo sous-titrées et traduites en LSF (langue des signes française) et en LPC (langage parlé complété).



Plus de contenu sur curiosphere.tv 

En 2008, France 5 lançait sa Web TV éducative : curiosphere.tv. Son objectif : offrir aux médiateurs éducatifs les meilleurs contenus audiovisuels pour favoriser l'éducation citoyenne des enfants et leur accès à la culture. De nombreux partenaires ont rejoint cette offre éditoriale via les « sphères », qui abordent une thématique avec une sélection de vidéos originales. En 2009, curiosphere.tv a étoffé son offre en augmentant le nombre de vidéos disponibles et en proposant de nouvelles sphères, dont notamment « l'échec scolaire » avec l'AFEV, et « l'art islamique » avec l'IMA.



Zeprofs , le réseau social des profs

Zeprofs, le nouvel espace communautaire entièrement dédié aux professeurs, a été lancé courant 2009. À l'instar d'autres réseaux sociaux, il permet à ses membres d'entrer en relation avec d'autres enseignants, de communiquer, de partager des documents écrits et des vidéos... Mieux encore, les internautes de [curiosphere.fr](#) et les abonnés de [lesite.tv](#) peuvent directement accéder à cet espace. Grâce à zeprofs, 100 000 enseignants ont désormais la possibilité de communiquer entre eux et de profiter d'une offre adaptée à leurs attentes et usages.



La web TV des zouzous

Depuis l'été dernier, les Zouzous ont débarqué sur Internet avec leur propre télé ! Tous les jours, de 10 à 22 heures, les jeunes internautes peuvent ainsi retrouver leurs héros préférés sur la Web TV. *Lucie*, *Simsala Grimm*, *Bali* ou encore *Martin Matin* sont diffusés sur la chaîne Internet. Chaque jour, celle-ci propose trois heures de programmes à voir et à revoir. Véritable espace de jeux, ce site interactif abrite également des minisites dédiés aux différents personnages des dessins animés.

france5.fr progresse et innove

De son côté, [france5.fr](#) a connu une fréquentation record en 2009. Cette année, le site a ainsi enregistré des audiences en forte croissance : + 60 % de visiteurs uniques entre mars 2008 et mars 2009 (2,1 M de visiteurs uniques en mars 2009).

Enfin, la chaîne a poursuivi sa politique d'innovation en lançant un appel à projets international pour une collection de web-documentaires intitulée *Portraits d'un nouveau monde*. Une nouvelle forme d'écriture, spécifiquement conçue pour le Web, qui révolutionne les modes de narration. En utilisant vidéos, photos, cartes, textes et animations interactives, ces créations explorent des modes d'écriture inédits au rendu saisissant.

Festival européen des 4 écrans

À Paris, en novembre, France 5 ne pouvait pas manquer le troisième Festival européen des 4 écrans. Une manifestation qui suit au plus près les bouleversements engendrés par la révolution numérique sur tous les écrans : cinéma, télévision, Web et mobile. Dans ce cadre, la chaîne a présenté *Portraits d'un nouveau monde*, une série de 24 web-documentaires coproduite avec Narrative et diffusée sur [france5.fr](#) à partir de février 2010. ■

Des entretiens pour lire entre les lignes

En octobre, à l'occasion de la remise des prix littéraires, [curiosphere.tv](#) a également lancé l'émission littéraire *Interlignes*.

Le concept : aller à la rencontre de onze auteurs et revenir sur leur dernière œuvre. Les entretiens, menés par **Dominique Antoine**, ont permis de découvrir l'univers singulier de chacun d'eux.

Ainsi **Marie NDiaye**, **David Foenkinos**, **Patrick Besson** et **Daniel Picouly**, entre autres, se sont prêtés à l'exercice de l'interview filmée, en tête-à-tête, dans le cadre de la BNF. Internet oblige, les entretiens ont été découpés par thème en modules de 4 minutes. Quarante-quatre vidéos — quatre par écrivain — pour aiguïser l'appétit de la lecture chez les lycéens et leur donner les clés pour mieux comprendre le processus de la création littéraire.



David Foenkinos, *Interlignes*





Chercheurs de climat



Calder, sculpteur de l'air



Sur la piste du renne blanc

France 5

Récompenses

Réalisé par **Igor Ochrowicz** et produit par Point du Jour, le film *Sourds et malentendus* a obtenu le prix du meilleur document dans le cadre de la compétition « La création filmée des sourds », au 36^e Festival international du film indépendant de Bruxelles.

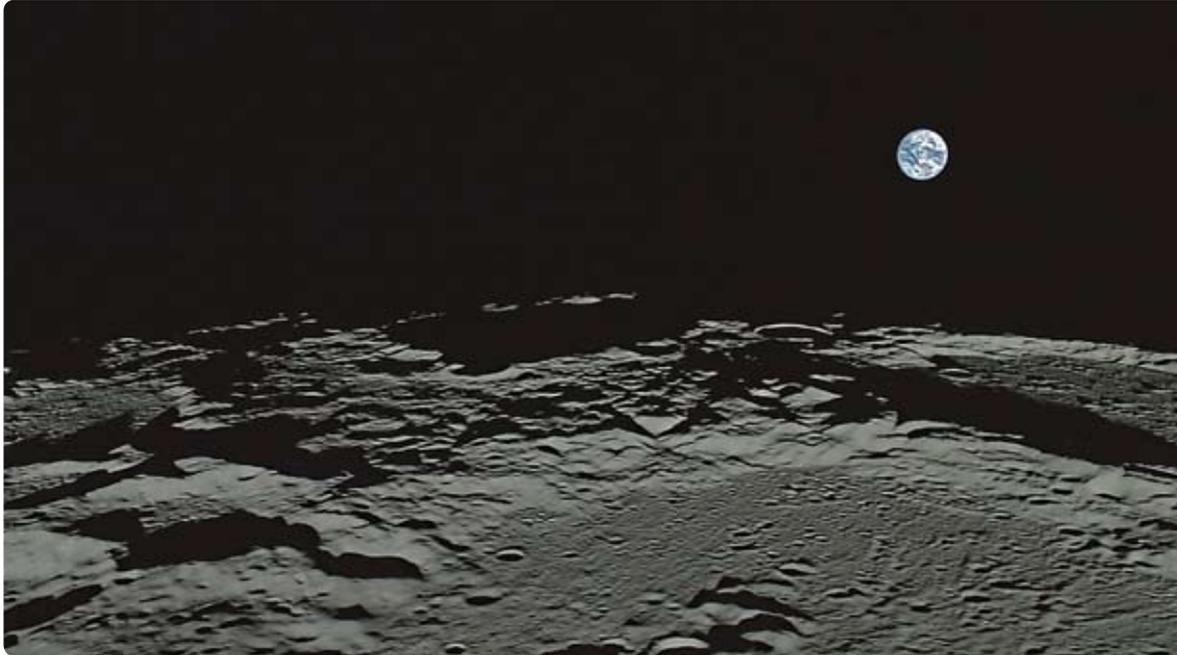
Après avoir reçu le grand prix au dernier Festival international du cinéma et du patrimoine de Murcia, *Calder, sculpteur de l'air*, de **François Lévy-Kuentz**, coproduit par France 5, Zadig et le Centre Pompidou, a été primé à la 28^e édition du Festival du film d'art d'Asolo, en Italie.

Sur la piste du renne blanc, réalisé par **Hamid Sardar**, a reçu le Diable d'or (prix du président du Festival dans la catégorie « Culture du monde ») au Festival des Diablerets en août 2009. Ce documentaire s'intéressait aux Tsaatan, peuple nomade du nord de la Mongolie.

En mars 2009, à l'occasion du Festival international du Film sur l'environnement, le documentaire *Chercheurs de climat* a décroché le prix spécial du jury pour la qualité de ses images. Ce 52 minutes, réalisé par **Patrick Desenne** et coproduit par France 5 et le Scérén-CNDP, suit une équipe franco-chilienne partie récolter des carottes de glace sur les hauteurs du San Valentin, sommet mythique de la Patagonie.



Expédition Lune



Au mois de mai, France 5 a été à l'honneur au sommet Eurovision TV. Pour sa troisième édition, les cinq cents plus grands décideurs des télévisions européennes de service public, réunis dans la ville de Lucerne, en Suisse, ont récompensé la chaîne pour son générique de la case « Histoire du lundi soir ». Celui-ci a reçu le Gold Award dans la catégorie Best Design Package.

Le Club audiovisuel de Paris a décerné, comme chaque année au Sénat, les Lauriers de la radio et de la télévision. France Télévisions a reçu pas moins de neuf récompenses. France 5, de son côté, a eu sa part de prix. Le Laurier musique a ainsi été remis à **Jean-François Zygel** pour *La Musique classique expliquée aux enfants, adultes tolérés*. Le Laurier développement durable est allé à l'émission *Les Report-Terre* ; enfin, *L'Enfer de Matignon* a reçu le Laurier civique.

Lors du 17^e Festival Jules-Verne, tenu en avril 2009, le grand prix du public a été décerné à *Expédition Lune*, une coproduction France 5, MFP et NHK. Réalisé par **Tomoyuki Katsumata** et **Yuichi Kuniyama**, ce 52 minutes entraînait le téléspectateur à la découverte de la Lune grâce aux images rapportées par un robot d'exploration japonais.

Lors de la 19^e édition du Festival de l'oiseau et de la nature d'Abbeville, le documentaire de **Jérôme Bouvier** *Eléphants de mer*,

L'Enfer de Matignon



des agents très spéciaux a reçu le Prix de la protection. Une mention spéciale a également été attribuée à **Natacha Calestrémé** pour son film *Disparition des abeilles, la fin d'un mystère*.

Au Festival international eau et cinéma de Verviers (Belgique), la série documentaire *Expédition Yangtsé*, écrite et réalisée par **Geoffroy et Loïc de La Tullaye**, a reçu le prix du public. Les deux frères aventuriers y racontaient leur parcours le long du célèbre fleuve chinois. ■



Écho-logis



J'ai vu changer la Terre



Sale Temps pour la planète



5 La chaîne verte

Depuis sa création, France 5 est engagée sur le terrain de l'écologie. Elle alerte sans relâche sur la nécessité de préserver tout à la fois la nature et l'humanité.

Dès l'origine, la chaîne, pionnière en ce domaine, a investi dans une problématique plus large que celle de la protection de l'environnement : celle du développement durable. Parallèlement, l'entreprise cherche à diminuer son empreinte écologique en modifiant ses méthodes de travail et celles de ses interlocuteurs privilégiés.

France 5 diffuse ainsi tout au long de l'année des programmes qui sensibilisent les téléspectateurs aux enjeux d'un développement durable et équitable pour tous. Programmes courts, magazines et documentaires informent, conseillent, avertissent tout en offrant une vision globale sur des problématiques majeures comme sur les pistes d'actions locales ou individuelles. Fin janvier, la chaîne a diffusé la série événement *J'ai vu changer la Terre*. En dix épisodes, ce programme met en lumière les conséquences concrètes du

réchauffement climatique sur le quotidien d'hommes et de femmes à travers le monde. L'occasion de découvrir, dans dix pays différents, des initiatives étonnantes et de rendre hommage aux pionniers d'un combat qui doit devenir universel. Toujours côté programmes, les téléspectateurs se sont vu proposer la troisième saison des *Report-Terre*, le magazine des initiatives écologiques, ainsi qu'une soirée consacrée aux réfugiés climatiques. Parmi les documentaires à souligner, la série *Sale Temps pour la planète*, de **Morad Aït-Habbouche** et **Hervé Corbière**, qui pointe sur le terrain les conséquences du réchauffement climatique ; la deuxième saison d'*Écho-logis*, qui présente un tour d'horizon mondial de solutions écologiques spectaculaires, innovantes ou astucieuses, dans le domaine de l'habitat ; *Disparition des abeilles, la fin d'un mystère*, de **Natacha Calestrémé**, qui lève le voile sur une

catastrophe écologique annoncée. *Équitable à tout prix* interroge sur ce nouveau mode de consommation et mène l'enquête dans la grande distribution en France et en Équateur.

Enfin, partenaire depuis deux ans du Salon planète durable, France 5 s'applique aussi à faire évoluer ses méthodes de travail. Il s'agit à la fois de diminuer son empreinte écologique et d'accélérer les prises de conscience de son personnel. Un premier bilan carbone a été réalisé en 2008. Début 2009, la chaîne s'est engagée pour France Télévisions dans le collectif Ecoprod. L'objectif est de sensibiliser et de mobiliser les professionnels de la filière image aux enjeux du développement durable. Bien entendu, les sites de la chaîne www.france5.fr et www.curiosphere.tv accompagnent et prolongent cette démarche. ■



Disparition des abeilles, la fin d'un mystère



les chaînes

UNE ANNÉE DANS LA VIE DE FRANCE Ô

Documentaires, concerts, fictions du sud, magazines culturels ou d'information... France Ô a traversé l'année 2009 en continuant d'assurer à sa manière ses missions de service public et en s'imposant un peu plus comme la chaîne de la mixité et de la diversité culturelle.

Accessible principalement sur la partie francilienne du territoire métropolitain, elle offre une vitrine de choix à toutes les composantes qui participent de l'identité de la communauté nationale, en particulier aux populations

ultramarines. Les temps forts de la programmation de la semaine sont ainsi portés sur les magazines, le débat citoyen et les spectacles vivants. Autant de programmes qui rendent compte de la vie économique, sociale et culturelle en outre-mer. Dans ce contexte, la chaîne a su s'élever au rang de média référent quand est survenue la crise aux Antilles. La couverture du mouvement social, au début 2009, et de ses conséquences ont logiquement constitué le principal fil rouge de France Ô tout au long de l'année et concentré ses forces vives.





Gora Patel 10' pour le dire



Information et magazines d'actualité

L'information est la colonne principale de la programmation de **France Ô** avec des journaux quotidiens, régionaux ou nationaux, en matinée et troisième partie de soirée. Plusieurs autres magazines hebdomadaires font aussi la part belle à l'information et aux débats politiques, offrant ainsi des regards, des accents, des visages et des points de vue différents sur l'actualité. Au total, une vingtaine de rendez-vous sont incontournables.

Information

Le journal de l'Outre-mer :

Ce journal de 7 minutes présente tous les jours à 12h30 les principaux faits marquants de l'actualité ultramarine. Ce journal est également diffusé sur France 3.

Info soir :

Ce journal de 20 minutes présente tous les soirs à 19h l'actualité ultramarine et celle de la diversité en métropole.

Info Afrique :

Tous les soirs à 19h20, ce journal propose en 12 minutes un tour de l'actualité africaine. Ce journal est produit par la rédaction de l'AITV, grâce à son exceptionnel réseau de correspondants en Afrique. Le dimanche, *Info Afrique* est immédiatement suivi du *Zoom d'Info Afrique* qui, en 15 minutes, propose avec une approche plus thématique, une mise en perspective des événements les plus marquants de l'actualité africaine.

Magazines d'actualité

L'Hebdo :

Autour de **Jean-Marc Bramy**, quatre intervenants permanents à savoir, **Dominique Wolton**, **Eric Zemmour**, **Anasthasie Tudieshe** (*Africa n° 1*) et **Nadir Djennad** (*Beur FM*), ont confronté leur opinion et proposé un décryptage de l'actualité. Cette émission est réalisée en partenariat avec *Beur FM* et *Africa n° 1*, qui la diffusent sur leur antenne radio. L'émission est diffusée tous les samedis à 12h00.

Toutes Les France

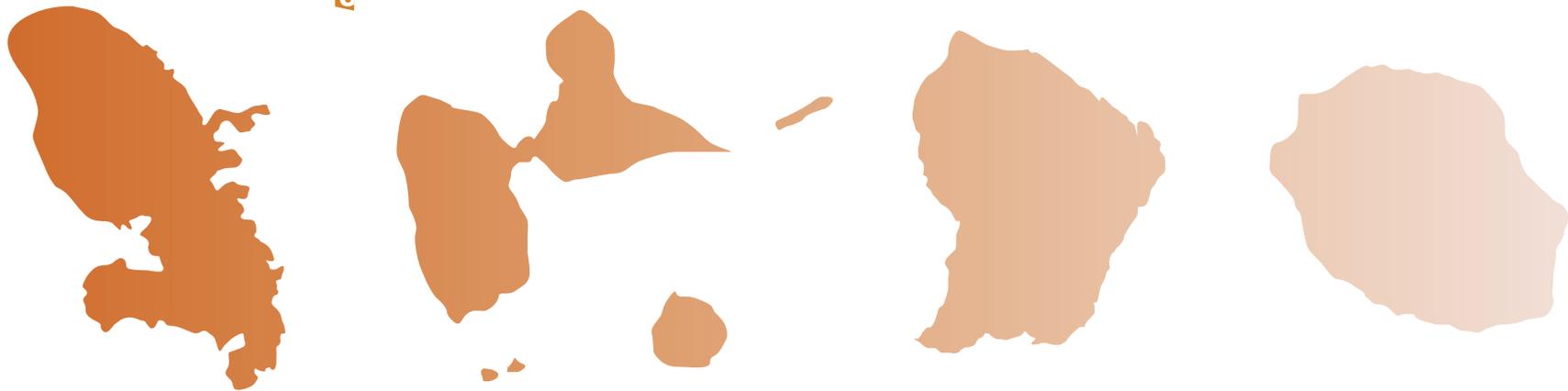
Lancé en 2007, *Toutes les France*, débat quotidien de 52 minutes sur un thème d'actualité, met en scène des invités qui reflètent toutes les sensibilités françaises. Plus qu'un simple talk show, *Toutes les France* tente de mettre en avant des universitaires, des chefs d'entreprise et des experts issus de la diversité.

En 2009, *Toutes les France* a continué de s'imposer comme un des rendez-vous phares de la chaîne, bénéficiant de la faveur du public et d'excellentes critiques presse. *Toutes les France* est diffusé du lundi au vendredi à 22h30 et animé par **Ahmed El Keiy**, par ailleurs rédacteur en chef de la radio *Beur FM*.

10' pour le dire :

Cet entretien court d'une durée de 10 minutes est animé par **Gora Patel** et diffusé en radio. Il donne la parole à une personnalité ultramarine qui a marqué l'actualité en métropole.

Ahmed El Keiy *Toutes les France*



La crise aux Antilles

En janvier et février 2009, les Antilles françaises ont été traversées par un mouvement social sans précédent, qui a eu des répercussions en Guyane et à La Réunion. Durant 43 jours à la Guadeloupe, et 38 jours à la Martinique, les protestations contre la « vie chère » et les revendications d'ordre politique et institutionnelles ont paralysé les deux îles. France Ô a concentré ses forces pour couvrir la grève générale durant ces deux mois ainsi que ses répercussions qui ont animé le reste de l'année : les États Généraux de l'Outre-mer (22 avril-1^{er} octobre) et les décisions prises lors du Comité interministériel de l'Outre-mer (CIOM), début novembre.

Les États Généraux constituant un enjeu de taille pour les Départements d'Outre-mer, RFO a pleinement fait jouer son rôle de média participatif et citoyen, en mettant en place un dispositif de couverture à la

hauteur de cet événement. Par le biais de son offre tri-média (TV, Radio et Internet), RFO a été un espace de débat, d'échange, de connaissances et d'expression au sein duquel toutes les populations de ces départements ont pu s'exprimer.

Sur France Ô en particulier, la programmation a accordé une place prépondérante aux États Généraux jusqu'à devenir l'un des médias référents sur le sujet. Le 4 mai à 20h35, son antenne a ainsi diffusé une grande soirée spéciale intitulée *Outre-mer et République*. Articulée autour du documentaire de 52 minutes de **Luc Laventure**, *Histoire d'un Malaise*, la soirée a offert une plongée dans les coulisses du conflit ayant secoué les Antilles et proposé un débat avec de nombreuses figures intellectuelles antillaises.

De son côté, l'émission *Le blog des blogs*, multi-diffusée autour des rendez-vous d'actualité, a proposé une compilation

quotidienne des quatre blogs réalisés en stations, entrecoupés de plateaux de lancement. Ce programme proposait un point sur les dernières actualités des différents ateliers, ainsi qu'une mise en perspective des sujets réalisés par les neuf stations de RFO.

Le média Internet a constitué une interface privilégiée avec le public. Les stations de la Martinique, de la Guadeloupe, de la Guyane et de La Réunion ont ainsi entretenu un blog vidéo sur les États Généraux. Chaque jour, des animateurs ont proposé des vidéos exclusives de 3 à 4 minutes accompagnées d'articles. Ces modules et ces blogs en général ont permis d'offrir une approche décalée, proche du terrain et des populations, de ces États Généraux et des thèmes qui y étaient abordés. Enfin, le forum RFO consacré a constitué un lieu d'échanges fournis entre internautes et permis de prendre le pouls des internautes concernant les EGOM. ■



Les magazines culturels et les spectacles

Pièces de théâtre, concerts et magazines culturels se sont ménagé une place de choix en 2009, proposant plusieurs rendez-vous hebdomadaires dans la grille des programmes. France Ô a diffusé au total 101 spectacles l'année écoulée.

Spectacle vivant

Zandolive :

Première émission musicale de France Ô 100% live, *Zandolive* a continué de proposer tous les samedis à 21h30, un concert exclusif, capté à Paris dans les conditions du direct. Cette émission a pour ambition de soutenir des artistes confirmés, tels que **Ben Bop**, groupe métisse aux accents africains, ou **Touré Kunda**, premier groupe de musique world reconnu en France, qui ne trouvent pas toujours leur place sur les autres chaînes.

Multiscénik :

Tous les vendredis à 20h35, **Greg Germain**, acteur, metteur en scène et directeur de théâtre, nous emmène à la découverte de la scène culturelle de la diversité. Avec *Multiscénik*, France Ô franchit un pas de plus dans l'exposition des spectacles vivant sur son antenne et reste encore la seule chaîne de la TNT à proposer un tel rendez-vous en première partie de soirée. Théâtre, danse ou one man show, c'est un véritable festival culturel pour le téléspectateur. En 2009, France Ô a diffusé 40 pièces de théâtre.



Greg Germain *Multiscénik*



Émissions culturelles et littéraires régulières

Ô Rendez-vous :

Eddy Murte et Samira Ibrahim

explorent tous les jours, en compagnie d'invités, le dynamisme, la vivacité, l'effervescence de notre société à travers trois thématiques : société, culture et tendance. Cette émission accueille de nombreuses prestations live, mais aussi des séquences humour etc. C'est un lieu de paroles à la fois simple, chaleureux et convivial. Ô Rendez-vous est diffusé tous les jours à 19h35.

Planète Rap :

Planète rap l'émission emblématique de la radio Skyrock, a élu domicile sur France Ô en 2008, après deux ans passés sur France 4, et s'installe en 2009 comme émission musicale de référence. L'animateur **Fred Musa** reçoit deux artistes de la scène rap et RnB française, qui font l'actualité, sur un ton frais et dynamique. Cette émission de 26 minutes est diffusée tous les samedis à 20h05.

Studio M :

Itinéraires, rencontres et échanges, dans l'émission *Studio M*, présentée par **Marijosé Alie** qui reçoit plusieurs personnalités culturelles de sensibilités ou d'horizons différents. Qu'ils soient peintres, écrivains, musiciens, acteurs, tous font partager un peu de leur intimité,



Laure Adler *Tropismes*

dans une ambiance conviviale. Une émission hebdomadaire diffusée le samedi à 20h35 qui se veut avant tout un point de rencontres culturelles.

Tropismes :

Chaque semaine ce magazine littéraire de 26 minutes explore et valorise un patrimoine littéraire éclectique en provenance d'Afrique, d'Outre-mer et de ses zones périphériques, participant ainsi à faire la promotion de tous les talents littéraires, de la diversité et de la francophonie en général. *Tropismes* est diffusé le dimanche à 18h30.

Ô Ciné :

Chaque samedi à 18h, Ô Ciné invite un réalisateur connu et reconnu sur son plateau et lui propose de rencontrer et de partager leur expérience avec plusieurs auteurs de courts métrages. **Jean-Jacques Annaud, Jan Kounen, Olivier Dahan, Frédéric Schoendoerffer**, ou encore **Claude Chabrol** ont accepté l'invitation pour cet exercice original. Ô Ciné c'est aussi la possibilité pour des courts métrages de trouver ici une première diffusion télévisuelle, mais également d'être décryptés, analysés par des maîtres du genre.



Carnaval tropical de Paris



Ziskakan au Festival Sakifo

Les festivals

Carnaval tropical de Paris :

Comme chaque année, France Ô a soutenu cette manifestation placée pour cette 8^e édition sous le patronage de la Colombie et a diffusé en direct le défilé. Plus de 2000 figurants ont ravi 50 000 spectateurs de la place de la Nation à la porte de Pantin. Un grand événement familial et une fête conviviale et porteuse des valeurs de solidarité, de mixité culturelle et d'échange.

Élections des miss :

France Ô a retransmis tout au long de l'année les élections des « miss » qui se déroulent dans les Dom-Tom. Cette année encore, l'élégance et le charme ont été présents sur l'antenne.

FIFO (Festival International du Film d'Océanie) :

Chaque année le FIFO présente une multiplicité de regards sur les îles d'Océanie, porteuses de mystères, de rêves, et d'explorations. En 2009, la sélection comportait 152 films. Pour ce 5^e FIFO, France Ô a bien évidemment été au rendez-vous.

Sans oublier :

- *Le Heiva I Tahiti* et le *Festival de la guitare* en Polynésie
- le *Festival Sakifo* à la Réunion
- les carnivals de Guadeloupe, Martinique, et Guyane
- les fêtes de village de Wallis-et-Futuna
- les « soirées musicales » de Saint-Pierre-et- Miquelon



Maru, Lauréat Pacifique *9 semaines & un jour*



9 semaines & 1 jour

Les Télé-Pays et France Ô ont renouvelé pour la cinquième fois l'opération *9 semaines & un jour* : neuf pays d'outremer, quatre concerts pays captés et des documentaires racontant l'aventure de ces artistes qui montent sur scène pour jouer la musique d'aujourd'hui et de leur régions. L'opération a une nouvelle fois permis aux meilleurs d'entre eux, un par pays, de s'exprimer devant 15 000 spectateurs sur la grande scène des Francofolies de La Rochelle. Par la suite, un film de 90 minutes a retracé le parcours de ces neuf artistes avant leur rencontre avec un nouveau public.

France Ô folies

Sur le même modèle, France Ô a décliné l'opération avec les banlieues. Formidable aventure humaine et musicale, *France Ô folies* a porté au jour le dynamisme et la richesse culturelle que renferment les banlieues franciliennes, réservoirs de talents et vitrines de la diversité française. Neuf communes franciliennes se sont associées au projet en présentant chacune cinq groupes ou artistes : Saint-Denis, Sarcelles, Asnières-sur-Seine, Meaux, Mantes-la-Jolie, Villeneuve-Saint-Georges, Stains, Les Ulis et Trappes.



DR93,
ville de
Saint-Denis
France Ô folies

Du 10 mars au 5 mai, à 20h35, neuf documentaires ont invité les téléspectateurs à suivre les 45 artistes à chacune des étapes de l'aventure (castings, répétitions, concerts...). Les neuf lauréats sélectionnés pour le concert final aux Francofolies de La Rochelle sont : **3 Tours** (Meaux), **Nina Despres** (Mantes-la-Jolie), **Cisse** (Trappes), **G Moni** (Les Ulis), **Rugaï** (Asnières-sur-Seine), **Spirit of D - Zil** (Saint-Denis), **BBA** (Stains), **Sophia s'en mêle** (Villeneuve-Saint-Georges), **Adjud'n-son et Tabaska** (Sarcelles). ■



La Baie des Flamboyants tournage



Les fictions

La fiction occupe une place prépondérante en 2009 avec la diffusion de deux téléromans par jour (13h30 puis 18h15) tels que *Rubi* ou la présence d'une case fiction en prime time le mardi : une offre originale et alternative, source d'enrichissement et d'ouverture avec de nombreux films du sud et des problématiques peu abordées ailleurs.

France Ô a diffusé dans cette case, la série *Jacob's Cross* dont l'histoire a pour cadre l'univers trépidant de la bourgeoisie noire sud-africaine post-apartheid. Elle relate les aventures de Jacob Makhubu, un homme d'affaires prometteur qui souhaite bâtir un empire africain. *Jacob's cross* a été première série sud-africaine diffusée sur une chaîne française.

La Baie des Flamboyants :

Projet le plus ambitieux réalisé par RFO dans le domaine de la fiction, *La Baie des Flamboyants* est la première téléroman française et la première série intégralement tournée en Guadeloupe avec des acteurs ultramarins. Lors de son lancement en 2007, la série a remporté un grand succès auprès du public et RFO a naturellement renouvelé son engagement

avec deux saisons supplémentaires et 200 nouveaux épisodes qui nous immergent dans les aventures de huit familles guadeloupéennes. Entre amour, haine et trahisons...

Tchip show - Saison 2 :

Cette mini-série humoristique d'une durée de 5 minutes raconte les aventures d'une bande de jeunes gens d'origine afro-caribéenne, vivant en métropole. France Ô est la première chaîne à avoir diffusé une « web série » à la télévision. Un pari plus que réussi, au vu du succès rencontré par les deux premières saisons de ce programme. *Tchip show* est diffusé du lundi au dimanche à 19h35.

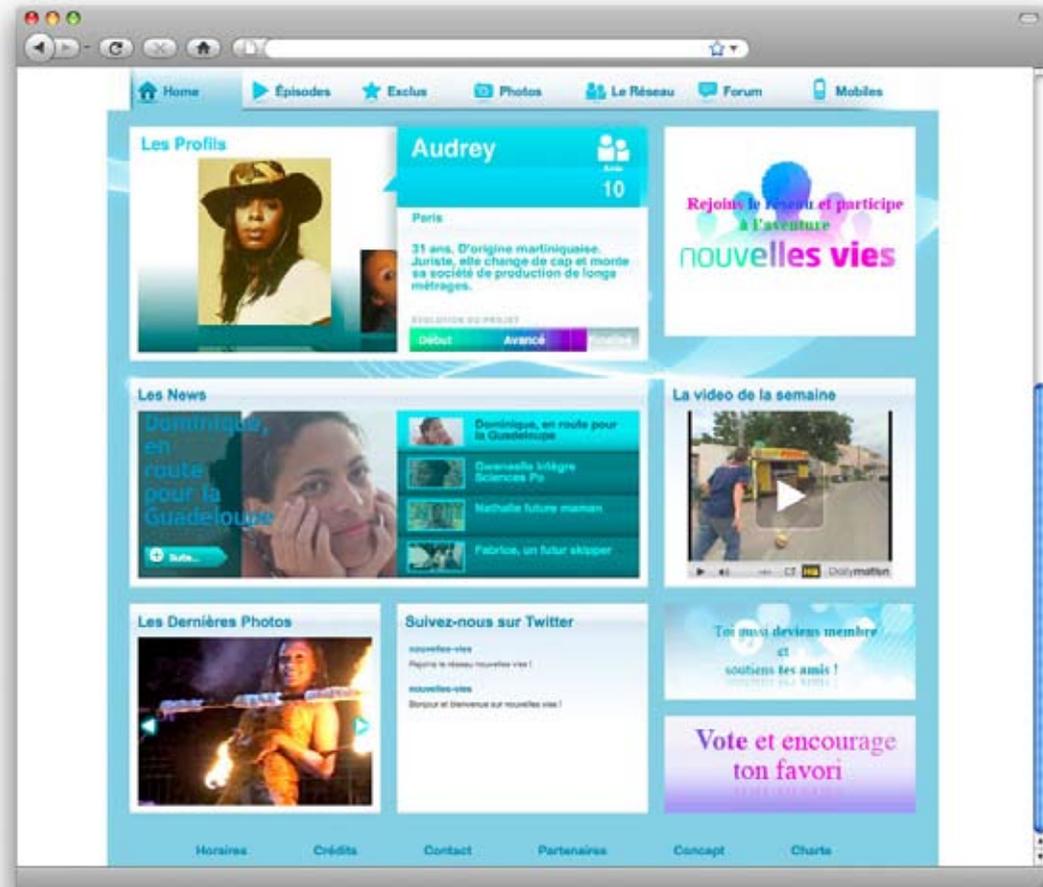


Nouvelles Vies, le pari innovant de France Ô

Premier programme du paysage audiovisuel français à intégrer Internet dans son contenu éditorial au fil de sa diffusion, *Nouvelles Vies* s'appuie sur le succès des réseaux sociaux. L'histoire : huit jeunes adultes, à la veille d'une étape importante de leur vie, s'apprêtent à faire des choix déterminants. Ce feuilleton documentaire suit chacun des protagonistes dans les moments forts de leur quotidien en plein bouleversement.

Sur Internet, les téléspectateurs de RFO en Outre-mer et de France Ô en métropole, ont pu, via le site *Nouvelles vies*, contacter les héros de la série, leur laisser des messages, leur proposer de l'aide et des conseils dans leur aventure personnelle. Une fois choisis par les héros de l'aventure, les téléspectateurs sont devenus eux-mêmes acteurs de ce feuilleton du réel. Ils ont ainsi eu la possibilité d'apporter leur savoir-faire, leur expérience... sans contrepartie, par simple esprit de citoyenneté.

Avec *Nouvelles Vies*, diffusé tous les samedis à 19h35, le téléspectateur dépasse le stade de citoyen informé et



diverti pour devenir un acteur concerné par le devenir des huit personnes auquel il a décidé d'adhérer. *Nouvelles Vies* tente plus

que toute autre émission de réduire le plus possible la distance qui existe entre le petit écran et la vraie vie. ■



Le documentaire

Avec plus de 16 heures de documentaires par semaine, France Ô contribue à apporter une vision complémentaire aux autres chaînes du groupe en matière d'évasion et de découverte. La diversité, les suds, l'Afrique et le vivre-ensemble ont été des thèmes récurrents.

Parmi les documentaires marquants de l'année 2009, on peut citer :

– *La liberté générale* : diffusé le 3 septembre, ce film porte sur l'histoire de l'esclavage, entre sa première abolition, décrétée par la Convention en 1794, et son rétablissement en 1802 par Bonaparte.

– *Retour à Canala* : diffusé le 17 août, ce film interroge l'image injuste dont souffre encore aujourd'hui Canala, vingt ans après les événements et revendications indépendantistes en Nouvelle-Calédonie.

– *Biblioburro* : diffusé le 27 juillet, ce film suit un instituteur colombien. Chaque samedi, bénévolement et avec la complicité de ses ânes Alpha et Beto, il porte la culture écrite jusqu'aux communes les plus reculées du nord de la Colombie.



L'équipe de *Retour à Canala*



La liberté générale



Outremers :

Outremers propose une collection inédite et exclusive d'entretiens de personnalités du monde sportif, culturel, audiovisuel, littéraire ou encore musical (**Christiane Taubira, Laurent Voulzy, Harry Roselmak, Corinne Touzet, Patrick Poivre d'Arvor, Philippe Lavil, Edouard Montoute, François Baroin, Sébastien Folin, France Zobda, Ariane Massenet, Antoine**, etc.). L'émission dresse un portrait insolite de l'Outre-mer, à travers le regard de ces personnalités qui portent leur territoire dans leur cœur. *Outremers* est diffusé les lundis à 21h30.

Archipels :

Ce grand magazine d'évasion propose de découvrir une région ultramarine, à travers l'étude d'une problématique particulière, et de porter un nouveau regard sur un Outre-mer en pleine mutation. Les nombreux documentaires proposés (*Zétwal, Un océan des îles et des Polynésiens, Paradis en sursis : Tuvalu les nouveaux réfugiés, Les Robinson de la côte oubliée, Renzo Piano : le Chemin Kanak, Les Russes à Cuba, Anguilla d'un monde à l'autre, Fort-de-France la singulière, Le Gendarme Citron*, etc.) sont autant de facettes différentes de l'outre-mer. Ce magazine d'une durée de 52 minutes est diffusé tous les jeudis à 20h35.

Cette case documentaire, hebdomadaire, essentiellement consacrée à des films traitant (ou se déroulant en) Outre-mer est par ailleurs remarquable sur le plan de son financement. Les stations sont regroupées en bassins (bassin Indien,

bassin Atlantique, bassin Pacifique) pour coproduire une dizaine de films par an et par bassin. Le siège de Malakoff se charge d'exercer la coordination éditoriale et la co-production d'une quinzaine de documentaires par an. L'été, le réseau reprend en rediffusion les documentaires les plus réussis de l'année. La case *Archipels* est donc approvisionnée annuellement.

Ô ma planète :

Forêts tropicales humides, récifs coralliens, mangroves, biodiversité unique au monde : le patrimoine environnemental de l'outre-mer, aussi exceptionnel que fragile, ne peut être assuré que par le biais d'une gestion rationnelle et durable. France Ô, télévision citoyenne et responsable, s'est

investie dans cet enjeu depuis 2008. *Ô ma Planète* est devenu en 2009 le rendez-vous incontournable de l'environnement et du développement durable. Diffusé tous les jeudis 21h30, et co-présenté par **Stéphane Pocrain**, le magazine se compose de quatre rubriques : un documentaire de 26 minutes, au sein duquel des thématiques telles que « Martinique : la crise de la mer », « L'héritage empoisonné du Chlordecone », « D'autres approches du tourisme », « Les revendications des peuples indigènes », « Les mangroves menacées », ont pu être abordées. Suivent dans la foulée des réactions d'internautes et des éclairages d'un expert. Enfin, des nouvelles tout en images et le coup de cœur de la semaine clôturent le programme. ■

Nicolas Bouiges et Thierry Monconthour *Couleurs sport**Riding Zone*

Le sport

De la sueur, du suspense et de l'adrénaline... En 2009, France Ô a assuré 57 heures de retransmissions sportives, reprenant des diffusions des stations d'outre-mer. Les Télé Pays, avec une moyenne annuelle par antenne de 150 heures de magazines et 95 heures de retransmissions, ont quant à elles proposé leurs propres captations de rencontres sportives, notamment :

- les Tours cyclistes de Martinique, Guadeloupe et de Guyane
- la Billabong (surf) et l'Hawaii kinui (pirogue traditionnelle) de Polynésie
- le Championnat du monde de kitesurf de Nouvelle-Calédonie
- le Championnat de char à voile de Saint-Pierre-et-Miquelon
- la 32^e édition du Tour de France à la voile

Un traitement auquel il convient d'ajouter la couverture de l'actualité sportive ultramarine à travers les différents magazines sportifs hebdomadaires de France Ô tels que *Riding Zone* et *Couleurs sport*.

Riding Zone :

Après deux ans d'existence, *Riding zone* reste la seule émission de la TNT spécialisée dans les sports de glisse et les sports extrêmes. Elle séduit un public jeune et amateur de sensations fortes chaque dimanche.

Couleurs sport :

Chaque semaine, ce magazine sportif de 52 minutes reçoit dans ses studios les sportifs ultramarins qui font l'actualité. Présentée en alternance par **Nicolas Bouiges** et **Thierry Monconthour**, l'émission revient sur les temps forts sportifs de la semaine, et propose portraits, enquêtes, dossiers et numéros spéciaux. ■


[Le site de RFO](#)


Audiences 2009

Un seul mot d'ordre en 2009 : rester à flot dans la tempête. Les antennes TV et radio de RFO ont fait bloc dans le contexte concurrentiel du paysage audiovisuel ultramarin et ont su faire face à une offre satellite de plus en plus agressive pour se maintenir, dans leur grande majorité, en termes d'audiences. Une prouesse qui permet à France Télévisions de confirmer sa place de média majeur en Outre-mer.

Télé Guadeloupe

est parvenue à retrouver son public en quelques mois malgré un début d'année difficile. Avec une audience cumulée à 63,6%, soit légèrement mieux qu'en 2008, elle dépasse toujours la barrière des 40% en part d'audience (40,3) et reste en première place alors qu'aucun concurrent local hertzien ne s'impose face à elle.

Télé Martinique

Avec 85,1% d'audience cumulée, elle maintient un niveau comparable à celui de 2008 (85,6%) et reste leader avec 27,3% de part d'audience. Son JT de 19h00 reste un temps fort incontournable avec 64% de part d'audience.

Télé Réunion

se stabilise à 21,1% de part d'audience (à un niveau équivalent de celui de la vague précédente) dans un paysage audiovisuel en profonde mutation où l'offre élargie (satellite) continue sa progression (36,1% fin 2009).

Télé Guyane

reste au sommet avec 57,9% d'audience cumulée et confirme son statut de chaîne leader du département. Chaque jour de la semaine, le JT du soir explose les records d'audience avec 69,1% de part de marché.

Télé Polynésie

Le principal support d'informations et de divertissement du territoire a réalisé la plus grosse progression en termes d'audience et de part de marché sur le territoire (58%) alors qu'elle était déjà leader sur ces deux critères en 2008.

Télé Nouvelle-Calédonie

Avec 61,5% de part de marché, elle reste n°1 sur le territoire calédonien. De son côté, la chaîne **TEMPO** augmente sa part de marché par rapport à l'année 2008 passant de 2,5% à 4,0%.

Radio Guadeloupe

maintient son rang de 2^e radio la plus écoutée de l'île avec 20,9% de part d'audience.

Radio Martinique

reste stable par rapport aux chiffres de la fin d'année 2008 (33,2% d'audience cumulée) et à ceux du premier semestre 2009.

Radio Guyane

renforce sa position au sommet avec près d'un Guyanais sur deux à son écoute (47,4% d'audience cumulée chez les 13 ans et plus). La durée d'écoute moyenne de l'antenne reste toujours aussi forte et avoisine les 3 heures quotidiennes.

Radio Polynésie

continue de progresser de manière très significative en audience (+ 8 points d'audience depuis 2005) pour devenir, avec 15,8% de part de marché, la 2^e radio polynésienne. ■

Source Médiamétrie - Métridom

**RFO,
premier réseau
global ultramarin
(TV, radio, web)
en 2009**

les chaînes thématiques

PLANÈTE THALASSA

PLANÈTE JUSTICE

MEZZO

EURONEWS

GULLI

→ Cliquez sur un titre pour accéder directement à la page concernée.



Les chaînes thématiques

PLANÈTE
THALASSA



Très bonne année 2009 pour Planète Thalassa, détenue à 34 % par France Télévisions (66 % à Canal +). À la fin de l'année dernière, Planète Thalassa comptait 4 645 656 abonnés (Sat/Câble/ADSL), affichait un chiffre d'affaires de 5607 K€ et un résultat d'exploitation de 444 K€. Audience : 0,3 % (en progression par rapport à 2007/2008 : 0,2 % de PdA).



Georges Pernoud *Thalassa*

En 2009, **Planète Thalassa** a poursuivi une politique de préachats inédits avec notamment *Les DOM-TOM entre ciel et mer*, *Océans de plastique*, *Les Chasseurs de crocodile*. Elle a aussi lancé l'opération *Tara, l'expédition* (premium + Web) avec France 3 et l'émission *Thalassa*, et acquis de nouvelles séries *Découvertes*, telles

Les Nouveaux Explorateurs et *En terre inconnue*.

La chaîne est portée par la thématique Évasion qui confirme son succès avec *Des trains pas comme les autres*, *Dans la nature avec Stéphane Peyron*, *Larguez les amarres*, *Thalassa*, *Événement* et *Nature*. ■



Océans de plastique

Les chaînes thématiques

PLANÈTE
JUSTICE



Bonne année pour Planète Justice, détenue à 34 % par France Télévisions (66 % à Canal +). À la fin de l'année dernière, Planète Justice comptait 3 894 915 abonnés (Sat/ADSL), affichait un chiffre d'affaires de 5 015 K€ et un résultat d'exploitation de 236 K€.

Avec 0,2 % de PdA et un renforcement significatif de ses soirées, **Planète Justice** progresse notamment grâce au cœur de sa programmation (*Faites entrer l'accusé*, *Faits divers le Mag*, *Crimes et enquêtes...*) qui véhicule une dimension de polar réel.

Renforcement de la politique de préachats inédits qui ont fait le succès de Planète Justice. Tout en décryptant l'actualité judiciaire qui rythme notre société, Planète Justice s'attache à répondre aux attentes des téléspectateurs avec des programmes tels que *Erreur judiciaire, le combat d'une vie*, *Dans la tête d'un tueur en série*, *Les Grandes Évasions* ou la collection *Confidences de...*

De nouveaux experts en 2009 sur Planète Justice : **Paul Lefevre** (collection *Crimes et enquêtes*), **Maitre Collard** (*Les Grandes Évasions*) et **Stéphane Bourgoïn** (*Dans la tête d'un tueur en série*), et arrivée de nouvelles séries US dédiées à un public plus féminin (*En quête de justice avec Erin Brokovitch*).



Victimes d'un pédophile, le combat d'une vie

Renforcement de notoriété et d'audience pour le magazine phare de l'antenne : *Justice Hebdo*, présenté par **Dominique Rizet** et **Imen Ghouali**, et pour les

collections incontournables comme *Faites entrer l'accusé* et *48 heures pour un crime*. ■



Mur de Berlin : Les Grandes Évasions

Les chaînes thématiques



Détenue à 40 % par le groupe FTV et à 60 % par Lagardère, au 31 décembre 2009, Mezzo comptait en France 2,3 millions d'abonnés via le câble, le satellite et les fournisseurs d'accès Internet. À l'international, Mezzo réunissait 13,6 millions d'abonnés dans 38 pays. Au total, fin 2009, Mezzo comptait environ 15,9 millions d'abonnés.

Fairy Queen de Henry Purcell



Sir John Eliot Gardiner dirigeant *la Messe en si mineur* de Bach au Royal Albert Hall de Londres

Mezzo a réalisé en 2009 un CA de 8,7 M€, en hausse de 7 % par rapport à l'exercice 2008, et un résultat opérationnel de 2,7 M€, en hausse de 30 %.

Programmation

En 2009, la programmation de Mezzo a montré la diversité des talents autant que leur excellence. Opéras, concerts, jazz, directs... avec le foisonnement de la vie musicale classique et jazz en France et à l'international, Mezzo a continué de développer son ancrage. L'année 2009 a vu le développement du nombre de directs sur des scènes prestigieuses dans toute l'Europe.

- En France :
Saisons : Salle Pleyel, Opéra de Lyon, Opéra de Rennes
Festivals : Aix-en-Provence, La Roque d'Anthéron, château de Versailles.
- À l'étranger : Philharmonie de Berlin, Scala de Milan, Teatro San Carlo de Naples, Vilnius capitale européenne de la culture, l'Odéon d'Herodes Atticus à l'occasion de l'Hellenic Festival, Festival Enescu à Bucarest, Festival de Szeged en Hongrie.

Au-delà des directs, le nombre de coproductions en liaison avec des festivals a sensiblement progressé en 2009. La programmation a également été

marquée par des cycles « anniversaires de compositeurs » : Haendel, Haydn, Mendelssohn mais aussi Dutilleux. Enfin, l'antenne a proposé de nouvelles séries comme *Les Chefs-d'œuvre du classique*, associant la diffusion d'une œuvre, afin de mieux la comprendre, à celle d'un documentaire.

Partenariats

Mezzo a multiplié les partenariats avec des festivals et des institutions musicales pour affermir son implantation locale et internationale :

- Sélection France : Orchestre national de France, Orchestre philharmonique de Radio France, Orchestre de Paris, Opération *Tous à l'opéra*, Chorégies d'Orange, Festival d'Aix-en-Provence, Festival de Beaune, Festival d'Ambronay...

Placido Domingo dans *Tamerlano* de Haendel

● Sélection internationale : Centre culturel de Belem-Lisbonne au Portugal, Festival de Grenade en Espagne, Festival d'opéra de Varsovie en Pologne, Hellenic Festival (Grèce), Festival Misteria Paschalia de Cracovie en Pologne...

● Jazz : Belgrade Jazz Festival, Jazz à Vienne, Jazz in Marciac, Jazzaldia-San Sebastian en Espagne, Festival Jazz Mix (New York).

Jose Feliciano au New Morning



Communication

Mezzo a effectué une importante campagne de communication sur un mode interactif en affichage, presse et Web qui a connu un vif succès. La chaîne a par ailleurs organisé de nombreuses opérations B to B et B to C à l'occasion des captations de concerts et opéras qu'elle a initiées.

Diffusion France

En 2009, le nombre d'abonnés à la chaîne s'est tassé de 9%, du fait de la baisse des abonnés sur le câble et ce, malgré la croissance continue des abonnés FAI (Free, Alice, Darty). Mezzo était diffusée par tous les opérateurs, à l'exception d'Orange.

Diffusion internationale

Mezzo a poursuivi sa croissance à l'international avec plus de 1 million de nouveaux abonnés, dépassant la barre des 13 millions d'abonnés. Des partenariats et des opérations promotionnelles sont venus consolider son rayonnement : jeux-concours pour abonnés en Russie, en Espagne, en Grèce et au Portugal, programmations thématiques spéciales en fonction des pays à enjeux forts.

En 2009, Mezzo a ainsi confirmé sa place de chaîne payante leader en France et dans le reste du monde dans les domaines de la musique classique, de l'opéra et du jazz. ■



Tamerlano de Haendel

Les chaînes thématiques



Lancée en janvier 1993, Euronews couvre l'ensemble de l'actualité mondiale sous une perspective européenne. Euronews est diffusée 24 heures sur 24 en huit langues : allemand, anglais, arabe, espagnol, français, italien, portugais, russe. Euronews lancera sa neuvième langue, le turc, à la fin janvier 2010.

2 900 000

Européens regardent Euronews chaque jour **sur le câble et le satellite**

3 600 000

Européens regardent Euronews chaque jour **par voix hertzienne**

un journal
toutes les

30 min

À propos d'Euronews

Toutes les demi-heures, [Euronews](#) propose un journal complet, suivi des rubriques Business, Europe et Sport, ainsi qu'une revue de presse des principaux quotidiens européens et un bulletin météo. Euronews aborde aussi dans ses magazines un large éventail de thèmes, tels que les sciences, le cinéma, la mode, les nouvelles technologies et l'espace.

Euronews est reçue dans le monde entier par 300 millions de foyers dans 151 pays, sur le câble, le satellite et via les fenêtres hertziennes. La chaîne est également diffusée sur les réseaux de téléphonie mobile en Europe (3G, VOD), sur les réseaux ADSL/Internet haut débit dans le monde, ainsi qu'à bord d'avions de grandes compagnies aériennes. Les téléspectateurs peuvent regarder Euronews sur leurs smartphones et en

direct sur Internet avec RealNetworks Superpass, en Europe. Euronews et no comment TV sont aussi disponibles sur YouTube et Dailymotion.

Euronews est la chaîne d'information internationale la plus regardée en Europe : chaque jour 2,9 millions d'Européens regardent Euronews sur le câble et le satellite et 3,6 millions par voie hertzienne

Source : Euronews/Telmar Peaktime®, système d'évaluation basé sur les audimats, 1^{er} semestre 2009.

Actionnariat

Au 31 décembre 2009, le capital d'Euronews est détenu par 21 chaînes de télévision européennes et du bassin méditerranéen. Le noyau dur d'actionnaires qui détient environ 90 % du capital est composé par ordre alphabétique de : France Télévisions (France), RAI (Italie), RTR (Russie), SSR (Suisse) et TRT (Turquie).

Faits marquants de l'année

L'année 2009 a été marquée par une activité commerciale en progression, malgré un contexte de crise économique. Les revenus s'élèvent à 49,3 M€, au même niveau qu'en 2008, avec d'une part une augmentation du chiffre d'affaires publicitaire (+11%) et des revenus de production, et d'autre part une diminution des revenus en provenance des barter et une baisse des revenus de licences.

La Radio-Télévision Turque (TRT), membre de l'Union européenne de radio-télévision (UER), est devenue actionnaire d'Euronews le 6 août 2009, à hauteur de 15,70% du capital. Cet accord fait suite au partenariat signé le 27 février 2009 concernant le lancement de la version turque d'Euronews, à partir de janvier 2010.

La chaîne a également remporté un appel d'offres de la Commission européenne pour la production et la diffusion en farsi de ses programmes 24 heures sur 24,7 jours sur 7. Ce service renforcera l'offre de la chaîne en Iran, et plus généralement auprès des populations farsiphones en Europe et dans le monde.

Avec l'arrivée de ce nouveau service, Euronews émettra alors en 10 langues fin 2010.

Comptes annuels 2009

Le résultat d'exploitation d'Euronews est bénéficiaire de 1,6 M€, en très forte progression par rapport au budget (+1,3 M€). Le chiffre d'affaires s'élève à 49,3 M€, 0,9 M€ (-1,8%) inférieur au budget. Les revenus commerciaux sont en hausse de 1,8 M€ par rapport à 2008. À l'inverse, les revenus de licences en provenance des actionnaires sont en baisse de 0,8 M€ (-8,5%), ainsi que les revenus des barter (sans impact sur le résultat) pour 0,9 M€. Les charges d'exploitation s'élèvent à 44,6 M€, en amélioration de 1,9 M€ par rapport aux prévisions budgétaires et 0,6 M€ supérieures à 2008. Le résultat net est bénéficiaire de 1,2 M€, en amélioration de 0,9 M€ par rapport au budget.

Le budget 2010 d'Euronews a été approuvé lors du Conseil de surveillance du 15 décembre 2009 et prévoit un résultat net positif de 0,4 M€. ■



Les chaînes thématiques



Dans le cadre de l'appel à candidatures initié par le Conseil supérieur de l'audiovisuel en mars 2005, les groupes France Télévisions et Lagardère ont lancé le 18 novembre 2005 la chaîne Gulli, éditée par la société Jeunesse TV. Le capital de la société Jeunesse TV est détenu à hauteur de 66 % par Lagardère Active TV, filiale du Groupe Lagardère et de 34 % par France Télévisions.

Activité

Du fait des accords de distribution signés par Jeunesse TV avec les opérateurs du câble, du satellite et de l'ADSL, et du succès commercial de la TNT, Gulli est reçue par plus de 49 millions de personnes en décembre 2009.

Fin décembre 2009, le chiffre d'affaires de Jeunesse TV s'élève à 27,1 M€ (vs 18,8 M€ en 2008) avec un résultat d'exploitation à - 2,4 M€, en très léger dépassement de l'objectif budgétaire (- 2,2 M€). Le résultat net s'établit à - 2,8 M€.

Programmes

La grille des programmes de Gulli est composée majoritairement de séries d'animation et également de fictions, de documentaires et d'émissions exclusives comme *L'École des fans*, *Gullimag*, *C moi qui régale* ou *Ils sont fous ces humains*.

Gulli est une chaîne qui s'adresse aux enfants de 6 à 14 ans et à leurs parents. Depuis septembre 2007, Gulli propose en soirée une programmation intergénérationnelle. À partir de 19h10, Gulli met sa tenue de soirée et change son habillage. En avant-soirée, la chaîne propose des fictions que les enfants peuvent regarder avec leurs parents (*Sabrina* et *De tout mon cœur*) et un jeu dans lequel parents et enfants relèvent des défis, répondent à des quiz de culture générale (*In ze boîte*). À partir de 20h35, Gulli propose chaque soir une soirée thématique avec des téléfilms, des films, des dessins animés, des divertissements, des jeux, des documentaires et des magazines.

Audiences

Gulli est la 3^e chaîne de la TNT, avec plus de 100 000 téléspectateurs en moyenne et 1,8 % de part d'audience sur les 4 ans et + France entière ^[1], derrière TMC et W9.

Sur les enfants 4-10 ans France entière, Gulli est la deuxième chaîne nationale derrière TF1 avec 12,1% de part d'audience devant M6 et France 3 ^[2].

Gulli se développe sur une cible familiale. La chaîne est la plus forte progression de la TNT en un an en prime time : +35 % sur les 25-49 ans. ■

[1] Source : Médiamétrie / Médiamat Janvier-décembre 2009

[2] Source : Médiamétrie / Médiamat Novembre-décembre 2009



les filiales

FTD

FTVI

FRANCE 2 CINÉMA

FRANCE 3 CINÉMA

MFP

FTP

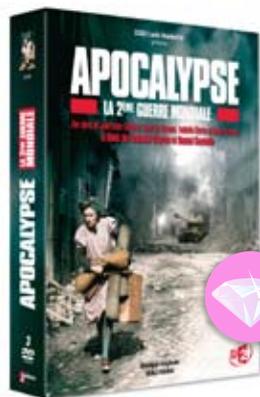
→ Cliquez sur un titre pour accéder directement à la page concernée.



les filiales

FTD FRANCE TÉLÉVISIONS DISTRIBUTION

France Télévisions Distribution a réalisé en 2009 le meilleur chiffre d'affaires depuis sa création en 1991, soit 60,4 M€. En dix ans, la société a doublé son chiffre d'affaires et fortement diversifié ses activités dans les domaines de l'animation jeunesse, de la découverte et de la culture, de l'information, des jeux, de l'humour et de la musique. Son résultat d'exploitation a atteint 3,7 M€ en 2009 et son résultat net a atteint le niveau historique de 2,1 M€.



Les DVD d'*Apocalypse* Triple DVD de diamant



Fait marquant de l'année 2009, le succès historique d'*Apocalypse* à l'international et en vidéo France, a été récompensé le 15 mars dernier par la remise d'un triple DVD de diamant. Le coffret 3 DVD et le double Blu-Ray *Apocalypse, la 2^e Guerre mondiale* se sont vendus à 500 000 exemplaires tous réseaux confondus (en incluant l'export Belgique-Suisse et les ventes directes). *Apocalypse* est ainsi le 1^{er} documentaire historique disponible en Blu-Ray.

France Télévisions Distribution a également édité avec succès les DVD de **Nicolas Canteloup** *Best of volume 2* (200 000 DVD), d'**Anne Roumanoff** *On ne nous dit pas tout volume 2* (100 000 DVD), ou en poursuivant les collections de DVD de *Plus belle la vie* et *C'est pas sorcier*.



Lulu Vroumette

Dans un contexte international accusant une baisse annuelle de 10 %, France Télévisions Distribution a su maintenir son niveau d'exportation.

Ainsi *Apocalypse*, programmée en première exclusivité par National Geographic International dans 165 pays, puis diffusée aux États-Unis le 11 novembre, sera également présentée par plus de 30 diffuseurs hertziens majeurs en 2010, dans toute l'Europe notamment.

Ce succès témoigne du savoir-faire de France Télévisions Distribution qui, aux côtés de la création française, exporte les programmes événementiels du bouquet France Télévisions. Soulignons

en particulier les ventes de *Vu du ciel* en Allemagne, de *Clara Sheller* à Hallmark Channel/NBC en Europe centrale et de *Cœur Océan* à Mediaset en Italie. FTD a également signé un accord-cadre exceptionnel avec Bahrein TV portant sur 700 heures de programmes.

Le format *Des chiffres et des lettres* connaît aussi un succès continu, marqué cette année par la vente au diffuseur australien SBS.

Le département droits dérivés et événements se développe également à l'international avec l'acquisition des droits mondiaux de la série « Nature et découverte » *Lulu Vroumette*. ■

les filiales

FTVI FRANCE TÉLÉVISIONS INTERACTIVE

Pilier de la stratégie de média global de France Télévisions, le Groupement d'intérêt économique France Télévisions Interactive (FTVI) assure la coordination et le développement des activités du groupe sur Internet. FTVI a été intégrée à France Télévisions SA en mars 2009.

Édition et production des sites Internet des chaînes

FTVI est ainsi en charge de différentes missions dont l'édition et la production des sites Internet des chaînes du groupe.

En 2009, ceux-ci ont battu très largement tous leurs records d'audience et de fréquentation avec une moyenne mensuelle de 7 353 000 visiteurs uniques (+ 25,6 % vs 2008), 32,3 millions de visites (+ 28,4 % vs 2008) pour 342 millions de pages vues

(+ 35 % vs 2008) et 14,5 millions de vidéos vues (+ 20 % vs 2008).

Ce sont près de 175 millions de vidéos qui ont été consultées sur les sites de France Télévisions en 2009, en très forte progression par rapport à 2008.

Sources : Médiamétrie Nielsen / Netratings - Individus 2 ans et plus, domicile + travail & Médiamétrie Cyberstats

France Télévisions a poursuivi en 2009 le développement de son activité Internet.

La home page de monludo.fr



La refonte ergonomique et graphique du site rfo.fr, permettant la prise en compte de la stratégie éditoriale de RFO dans sa déclinaison Télé pays, France Ô et Radios pays, et le nouveau site france5.fr ont permis d'offrir une meilleure exposition aux programmes, aux événements et aux vidéos.

La présence de France Télévisions sur la Toile s'est également renforcée avec les mises en ligne d'un site des animateurs de France 2 sur france2.fr, du nouveau jeu *Questions pour un champion on line* sur france3.fr, de *La Zouzous Web TV* et de *La Toowam Web TV* en accès illimité et gratuit sur les sites jeunesse de France 3 et de France 5, puis en décembre du portail Internet monludo.fr (premier univers interactif et personnalisé dédié à l'enfant à la famille) sur france3.fr, france4.fr et france5.fr et enfin de nouvelles animations interactives *Khéops révélé* et *Destination Cosmos* ainsi qu'un événement original et unique, *La Semaine pour l'emploi* sur france5.fr.



Apocalypse, la 2^e Guerre mondiale

La création ou la refonte de nombreux sites de programmes phares ont accompagné les antennes, dont notamment un programme Web novateur et ambitieux, véritable guide multimédia dédié à la série documentaire événement [Apocalypse, la 2^e guerre mondiale](#), mais aussi [Fais pas ci, Fais pas ça](#), [Télématin](#) et [Faites entrer l'accusé](#) sur [france2.fr](#), [Thalassa](#) et [Un village français](#) (saisons 1 et 2) sur [france3.fr](#), [Allô Rufo](#) sur [france5.fr](#), [Un monde à voir](#) et [2012, La Conspiration de l'apocalypse](#) sur [france4.fr](#), [9 semaines & 1 jour](#) et [L'Hebdo](#) sur [rfo.fr](#).

Les sites Internet des chaînes ont mis en place des dispositifs exceptionnels pour offrir en 2009 le suivi des grands événements d'actualité et sportifs couverts par le groupe, notamment [les élections européennes](#), le [Dakar](#), les [Championnats du monde de ski de Val d'Isère](#), [Roland-Garros](#), le [Tour de France](#) et les [Championnats du monde de natation](#) et d'[athlétisme](#).

Pour la toute première fois à l'occasion de l'édition 2009 de Roland-Garros, France Télévisions, en exclusivité mondiale, a offert sur ses sites Internet la diffusion gratuite en haute définition sur le Web du direct des matchs du tournoi retransmis sur France 2, France 3 et France 4 avec les technologies Silverlight et IIS7 Live Smooth Streaming de Microsoft permettant le contrôle du direct et donc d'utiliser des fonctions de magnétoscope numérique (pause, retour en arrière sur la journée, retour au direct). Cette grande première a remporté un vif succès, et France Télévisions a fait de nouveau le choix d'offrir, toujours en exclusivité sur ses sites Internet, une diffusion HD lors du Tour de France et des Championnats du monde de natation et d'athlétisme 2009.

Les nouveaux supports de diffusion

En janvier 2009, France Télévisions a édité un premier site Internet mobile à destination des iPhones et Smartphones 3G accessible gratuitement sur m.francetv.fr. Ce service, lancé à titre expérimental, est entièrement gratuit (hors coût de connexion Datas facturé par l'opérateur) et s'adresse aux abonnés des offres 3G qui bénéficient de forfaits illimités ou qui accèdent au service par le biais d'une connexion WiFi.

FTVI a tout particulièrement œuvré à la distribution de contenus audiovisuels sur les nouveaux supports de diffusion, tels que l'ADSL et la Télévision mobile personnelle (TMP). Sur ces nouveaux canaux, FTVI assure en permanence la distribution des chaînes



du groupe (de France 2 à France Ô et ponctuellement celles des grands événements : Roland-Garros, Tour de France...). FTVI s'est tout autant mobilisée pour enrichir les services VOD du groupe sur Internet, en IPTV et sur mobile, principalement à travers le développement du site francetvod.fr et dans le cadre du partenariat avec Orange qui permet d'offrir un service de télévision de rattrapage sur les différents supports. L'enrichissement

de l'offre vidéo passe aussi par la retransmission en direct sur Internet de nombreux événements sportifs ou culturels, ainsi que par la diffusion en VOD – gratuite ou payante – d'autres programmes.

Missions diversifiées

Enfin, en plus de la gestion du site [Le Club France Télévisions](#) et des services audiotel et SMS, FTVI joue un rôle essentiel de conseil et de maîtrise d'ouvrage pour l'ensemble des structures du groupe dans leur stratégie de communication en ligne. ■

les filiales

FRANCE 2 CINÉMA

En 2009, France 2 Cinéma — poursuivant sa politique de qualité et de diversité — a comptabilisé 18 millions d'entrées avec 32 films sortis.

La filiale peut se féliciter d'avoir 6 films millionnaires et 6 films à plus de 500 000 entrées.

2009 a été l'année des récompenses : grand prix au Festival de Cannes (*Un prophète* de **Jacques Audiard**) et le prix exceptionnel du Festival pour **Alain Resnais**, le prix Louis Delluc (*Un prophète*), 5 César.

Un prophète a aussi été sélectionné pour représenter la France aux Oscars. ■

Un prophète de Jacques Audiard



les filiales

FRANCE 3 CINÉMA

Les films coproduits par France 3 Cinéma et sortis en salles en 2009 ont atteint un niveau satisfaisant avec 11,6 millions d'entrées pour 24 films. Sur les sept dernières années, 2009 est l'année la plus performante après l'année exceptionnelle de 2006.

Ce bon résultat est obtenu grâce à la diversité des films choisis. Sur 24 films exploités, quatre sont millionnaires : *Welcome* de **Philippe Lioret** (1 177 330 entrées), *Lucky Luke* de **James Huth** (1 865 726 entrées), *Micmacs à tire-larigot* de **Jean-Pierre Jeunet** (1 258 804 entrées) et *Le Concert* de **Radu Mihaileanu** (1 581 719 entrées). Un film a franchi le cap du million d'entrées en début d'année 2010 : *Loup* de **Nicolas Vanier** (735 548 entrées au 30 déc. 2009). Sept d'entre eux cumulent entre 300 000 et 700 000 entrées : *Le Ruban blanc* de **Michael Haneke**, *Non ma fille tu n'iras*

pas danser de **Christophe Honoré**, *L'Armée du crime* de **Robert Guédiguian**, *Le Dernier pour la route* de **Philippe Godeau**, *À l'origine* de **Xavier Giannoli**, *Rapt* de **Lucas Belvaux**, *La Véritable Histoire du Chat botté* de **Jérôme Deschamps et Pascal Hérold**.

Ces succès s'accompagnent de belles récompenses dans les festivals : la Palme d'or à Cannes, 9 César, 1 Bafta.

En matière d'investissements en coproduction, le volume des engagements 2009 a été de 22,77 M€, réparti à hauteur

de 10,35 M€ en part producteur et de 12,42 M€ en part antenne, permettant ainsi à la filiale de coproduire 26 films. La diversité demeure la caractéristique principale de ces engagements, qu'il s'agisse des catégories de films (7 premiers films, 4 seconds films, 4 films d'animation et 1 film européen), des opérateurs (26 producteurs différents, 16 distributeurs) ou de la dispersion des devis (14 films en dessous de 8 M€).

Le portefeuille de la société comprend à ce jour 622 films. Les recettes d'exploitation des films s'établissent à 2,284 M€, contre 2,07 M€ en 2008. Enfin, la subvention versée par France 3 à sa filiale s'est élevée à 7,146 M€, contre 6,166 M€ en 2008. Le résultat d'exploitation de l'exercice est de - 12 577 € pour un résultat net (après amortissements exceptionnels) de - 10 043 € (9 989 € en 2008). ■



Welcome de Philippe Lioret



La Véritable Histoire du Chat botté de Jérôme Deschamps et Pascal Hérold

les filiales

MFP MULTIMEDIA FRANCE PRODUCTION

En 2009, les 135 collaborateurs de MFP ont produit 280 heures de programmes, 8 380 heures de sous-titrage télétexte à destination des sourds et des malentendants et assuré le doublage et le sous-titrage de 976 films.

Le chiffre d'affaires global de MFP s'est élevé à 23 M€, contre 20,4 M€ pour l'exercice précédent, en progression de 12,9 %.

Lancement d'une nouvelle activité en 2009

L'audio-description : adaptation de programmes à destination des publics mal et non voyants.

2

fiction
produites en 2009

3

documentaires
produits en 2009

4

magazines
produits en 2009

Des productions dans des genres très variés :

- 2 fictions produites, *Quand la guerre sera loin* et *35 kilos d'espoir*, toutes deux sélectionnées au festival de Luchon.
- 3 documentaires pour France 5, dont *Expédition Lune*, sélectionné et récompensé au Festival Jules Verne.
- 4 magazines, avec *Ce soir (ou jamais !)* qui a reçu le 10 février 2010 le Laurier Télévision Culture, *Science 2*, le magazine des **frères Bogdanoff** pour France 2, *C'est pas sorcier* pour France 3 et également pour France 5 *Les Détectives de l'Histoire*,

sans oublier le magazine interne du groupe IRIS, celui pour le Club des téléspectateurs VIP et enfin des opérations 360° avec France Télévisions Entreprises telles que *En route pour l'Eurovision* (meilleure audience d'un divertissement pour France Télévisions en 2009) et les *150 ans de la Croix-Rouge*, notamment.

À noter enfin la réalisation de plateaux d'un grand nombre de cases du soir pour France 5 (diffusion TNT), la production d'émissions pour la chaîne Planète Thalassa, les films officiels des élections à Mayotte et à Nouméa pour RFO et le CSA. ■

8 380 heures de **sous-titrage télétexte** à destination des sourds et des malentendants

dont **2975** heures pour France 2 dont **702 h** de direct

3110 heures pour France 3 dont **982 h** de direct

261 heures pour France 4

1693 heures pour France 5 dont **254 h** de direct



Ce soir (ou jamais !)

les filiales

FTP FRANCE TÉLÉVISIONS PUBLICITÉ RÉGIE MÉDIA GLOBAL

Régie publicitaire du groupe France Télévisions, France Télévisions Publicité assure la commercialisation des espaces publicitaires et du parrainage des chaînes de service public et d'un portefeuille de médias indépendants.

Pionnière de la révolution numérique, la société s'est affirmée comme une référence en matière de commercialisation de supports audiovisuels, fédérant ainsi l'ensemble des écrans, du plus petit – le téléphone – au plus grand – le cinéma.

Son offre commerciale étendue illustre cette volonté et témoigne de la stratégie de l'entreprise, elle réunit :

- un bouquet de 4 chaînes hertziennes,
- 15 chaînes « de complément » constituant l'une des toutes premières offres dans cet univers, auxquelles sont venus se joindre MCE et Vivolta fin 2009,
- 24 décrochages régionaux regroupés au sein de ftp régions, premier dispositif régional et local de communication audiovisuelle,
- 16 antennes ultra-marines sous l'enseigne ftp outremer,
- 28 sites Internet parmi lesquels figurent notamment france2.fr, france3.fr, france4.fr et france5.fr, ainsi que l'ensemble des sites du groupe Radio France.

Ce portefeuille de supports variés permet donc à France Télévisions Publicité de disposer d'atouts essentiels pour apporter à ses clients et à leurs marques des solutions cross media sur mesure et inventives adaptées à leurs besoins de communication.

Grâce à ftp international, les activités internationales de la régie ont enregistré des avancées notables. Ce domaine

d'activité commercialise désormais environ 40 chaînes sur quatre continents.

Première régie publicitaire certifiée ISO 9001 dès 1999, France Télévisions Publicité a inscrit sa démarche Qualité au cœur de sa stratégie d'entreprise. Les certificats de la régie et de sa filiale Media Exchange, créatrice de la vente par adjudication d'espaces publicitaires sur Internet, ont ainsi été confirmés une nouvelle fois en 2010.

L'année 2009 de France Télévisions Publicité s'est ouverte le 5 janvier.

À cette date, la publicité a disparu des chaînes de service public après 20 heures, conséquence anticipée de la loi du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision.

Dans ce double contexte : perte de l'apport du prime couplée à l'accélération d'une crise économique entamée fin 2008 et particulièrement difficile dans l'univers des médias, France Télévisions Publicité a su valoriser la qualité de ses audiences et de ses publics en mettant en œuvre une politique commerciale volontariste favorisant la proximité avec ses clients.

Il résulte de cette habileté commerciale qu'à périmètre constant les recettes de France Télévisions Publicité ont nettement progressé. Elles se sont élevées à 403,1 millions d'euros pour l'année 2009,

affichant une hausse de 25,7 % par rapport à 2008 et de 1,9 % par rapport à la très bonne année 2007 qui constitue un véritable repère.

France Télévisions Publicité affiche ainsi des performances très supérieures à celles de ses principaux concurrents. Le chiffre d'affaires de France 2 atteint 203,9 millions d'euros, celui de France 3, 140,2 millions. Les recettes de France 5 se sont élevées à 19,6 millions d'euros et celles de France 4 à 11,9 millions. RFO enregistre un chiffre d'affaires de 22,9 millions d'euros.

le site de FTP 



