

Donner plus de sens à la performance



2027

STRATÉGIE ET INNOVATIONS PUBLICITAIRES

SYNTHÈSE

Donner plus de sens à la performance

Les contenus se multiplient, les écrans se diversifient et les plateformes comme les algorithmes deviennent des portes d'entrée incontournables. La vidéo n'a jamais été aussi omniprésente.

Dans ce contexte, le défi commun consiste à être choisi et visible au bon endroit, dans un environnement de confiance, puis à transformer cette exposition en attention et en efficacité.

En 2027, la performance TOTAL VIDEO doit réunir au sein d'une même proposition de valeur : la puissance, l'attention et l'impact. **C'est la promesse de FranceTV Publicité, la régie Total Vidéo Premium.**

FRANCE.TV L'offre référente TOTAL VIDÉO

Depuis 2025, France Télévisions fédère ses chaînes, sa plateforme et ses expressions numériques sous une même marque : france.tv. Notre écosystème constitue **un repère de confiance** identifiable dans un univers fragmenté.

La stratégie repose sur **l'hyperdistribution** afin d'aller chercher les publics partout où se construisent les usages. Nos alliances avec d'autres plateformes, comme Prime Video en juillet 2025 et YouTube en avril 2026 illustrent cette stratégie.

Nos résultats sont mesurables. FranceTV, leader en TV linéaire avec une PDA de 30,1% et leader en BVOD, est l'offre référente TOTAL VIDEO qui réunit, chaque mois, **60,2 millions de Français⁽¹⁾** en 2026.

La plateforme france.tv confirme, à elle seule, cette puissance augmentée ainsi que sa place de **1^{ère}** offre de streaming gratuite en France en 2025 et sur les huit premiers mois en 2026.

45,3M

de visiteurs uniques mensuels en août 2026

+13 % en un an.⁽²⁾

5,5M

de visiteurs uniques chaque jour

+31 % en un an.⁽²⁾

x20

pour les vidéos vues sur Prime Video en un an.⁽³⁾

x2

pour les usages de FranceTV sur YouTube à l'été 2026.⁽⁴⁾

(1) Source : Médiamétrie, MediaWatch, janvier-août 2026, individus 4 ans et plus

(2) Source : Médiamétrie, Médiamat, toutes localisations et quatre écrans, france.tv VAD (France 4 incluse), août 2026

(3) Source : données Amazon Prime Video en vidéos vues /mois pour FranceTV, août 2026 vs août 2025

(4) Source : YouTube Analytics, été 2026 vs été 2025 en millions vues/mois

FRANCETV PUBLICITÉ La régie **TOTAL VIDÉO PREMIUM**

À l'occasion de la présentation de sa stratégie 2027 et de ses innovations, FranceTV Publicité franchit une nouvelle étape de son cap stratégique « Donner plus de sens à la performance ».

La régie transpose sa dynamique au marché publicitaire et accélère sa transformation avec de nouvelles innovations publicitaires pour augmenter durablement la performance des marques.

FranceTV Publicité porte **trois axes stratégiques** :



Unifier et orchestrer la stratégie Total Vidéo



Apporter des solutions business



Créer de nouveaux récits



Unifier et orchestrer la stratégie Total Vidéo

UN TOTAL VIDÉO PREMIUM QUI CHANGE D'ÉCHELLE

Nous ne vendons plus des leviers juxtaposés, nous vendons un Total Vidéo Premium.

Nous sortons d'une logique dans laquelle la TV, le streaming et YouTube seraient achetés comme des leviers séparés.

Nous proposons une orchestration cohérente et unifiée de l'ensemble de nos environnements : un TOTAL VIDÉO PREMIUM.

FranceTV sur YouTube et le parrainage TV sont désormais de nouveaux leviers publicitaires intégrés à nos offres Total Vidéo.

Ces nouveaux inventaires supplémentaires rejoignent la TV linéaire, la BVOD de FranceTV dans un même environnement de pilotage.

- L'accélération de FranceTV sur YouTube a constitué une première étape et a rencontré un véritable succès commercial au cours des 3 premiers mois, de juin à août 2026 :
 - ▶ + de 100 campagnes activées
 - ▶ > 70 % de taux d'atteinte sur cible (AudienceProject)
 - ▶ > 85 % de complétion, et plus de 90 % sur CTV (GAM)
 - ▶ + 35 % attention time vs le standard marché de la vidéo on line. (source xpln.ai, format 20s non skippable)
- Cette logique prend une nouvelle dimension avec l'offre « **Total Vidéo Garanté** ». Elle associe la TV classique, le parrainage après 20 heures et l'amplification digitale dans l'univers france.tv. Cette offre est disponible à l'achat dans ADspace.ia. La déclinaison créative du billboard en 12 secondes est offerte et FranceTV Publicité assure directement la programmation.

LA PERFORMANCE SE MESURE AVEC UN NIVEAU D'ATTENTION ÉLEVÉ

L'attention est à la fois un indicateur de vidéo planning intégré aux outils et un indicateur de performance.

Dans un marché saturé de messages, **la couverture seule ne suffit plus**. Une publicité peut être techniquement diffusée sans être réellement vue, le véritable enjeu est donc de construire une couverture attentive.

Notre protocole « **Cultivons l'attention** » **Total Vidéo 2026**⁽⁵⁾ en partenariat avec Ipsos-BVA, le CESP et les agences médias montre que la pression publicitaire a progressé de + 38 % vs 2023.

FranceTV est leader inégalé sur l'ensemble des leviers avec un score moyen d'attention de 75 % en TV-BVOD :

- soit + 20 points vs la moyenne Total Vidéo (55 % TV-BVOD-SVOD-VOL-RS).
- soit + 7 points vs la moyenne des environnements Premium TV- BVOD -SVOD (68 %)
- soit + 31 points vs la VOL (YT UGC, 44 %, moyenne formats skippable et non skippable)
- soit + 60 points vs les réseaux sociaux (15 % en 2026 et 30 % en 2023)

Cette qualité d'attention génère une valeur business mesurable⁽⁶⁾ : les écrans dépassant 75 % d'attention concentrent 22 % des investissements et produisent 30 % du chiffre d'affaires incrémental, soit une contribution supérieure de 36 % à leur poids média.

(5) Source : étude « Cultivons l'attention Total Vidéo 2026 », FranceTV Publicité / Ipsos bva / Tobii, menée auprès de 300 personnes de 25 à 59 ans dans des conditions réelles de consommation à domicile.

(6) Source : Worldpanel by Numerator, modèle CMM single source, 20 000 foyers français, vagues TV Classique

UNE MODERNISATION ET UN ENRICHISSEMENT DU TRADING TOTAL VIDÉO

ADspace.ia, encore plus d'IA en 2027 !

ADspace.ia, notre plateforme lancée en 2019, constitue la colonne vertébrale de notre transformation.

Elle permet la convergence des usages entre la TV et la vidéo et d'un trading Total Vidéo unifié.

Elle relie la connaissance client, la recommandation, l'activation et le bilan au sein d'une même plateforme.

Son interopérabilité avec les outils des agences évite de recréer des parcours séparés.

En 2027, la plateforme s'enrichit de **2 nouveaux leviers supplémentaires d'activation** avec FranceTV sur YouTube et le parrainage TV.

L'enrichissement porte aussi sur une **suite d'outils boostés par l'IA** avec un outil d'aide à la création pub et un outil de prédiction multi-leviers vidéo intégrant les scores d'attention (partenariat avec Ipsos BVA) et les scores carbone (partenariat DK).

Le bénéfice est réel : mieux arbitrer les activations Total Vidéo et adapter plus facilement les messages aux formats activés.

CTV Co-viewing, activation et pilotage en contacts publicitaires

FranceTV Publicité est le **premier broadcaster européen** à avoir développé, avec FreeWheel, une monétisation automatisée intégrant le **co-viewing**. Ce mode de pilotage de la CTV en contacts publicitaires réels prend en compte le facteur de co-viewing de Médiamétrie, intégré nativement dans nos environnements et nos activations.

2

Apporter des solutions business

La performance doit aussi avoir un impact sur la considération, le drive-to-shop et la conversion. Cet impact est renforcé par la technologie, la mesure et la data.

INNOVER AVEC DES FORMATS PUBLICITAIRES A FORT IMPACT

- **AdPause Shop transforme l'écran de pause en vitrine de marque.**

Dans une même expérience publicitaire plein écran, le format associe la présentation des produits à **une logique shoppable** : affichage du prix, lien marchand, avis etc.

Concrètement, la marque va pouvoir mettre en valeur un ou plusieurs produits soit dans un format statique, soit de manière animée ou bien en carrousel.

Les marques peuvent ainsi construire un parcours allant du branding et de la découverte produit jusqu'au trafic et à la conversion.

- **Short Ads offre davantage de visibilité et de possibilités d'interagir avec la marque.**

Ce format propose **trois espaces d'expression** au sein de nos feeds verticaux :

- ▶ L'habillage de nos sliders
- ▶ Les sondages brandés
- ▶ L'intégration du format Shoppable Experience pour travailler la désirabilité produit et le drive-to-shop vers le site marchand de la marque.

Cette nouveauté accompagne l'utilisateur à chaque étape du parcours d'achat : la notoriété grâce à la visibilité de l'habillage, la considération et l'engagement grâce aux sondages puis le drive-to-shop et la conversion grâce au format shoppable.

DE NOUVEAUX PARTENARIATS DATA POUR RENFORCER LA PUISSANCE ET LA PRÉCISION DU CIBLAGE

En 2027, de nouveaux partenariats data permettent de gagner simultanément en puissance et en profondeur de ciblage sur les secteurs clés des marques.

FranceTV Publicité dispose désormais de plus de **1 500 segments** grâce à l'arrivée de 3 nouveaux partenaires majeurs.

Valiuz, qui rassemble notamment Intermarché, Auchan, Boulanger, Chronodrive et Leroy Merlin, complète naturellement le partenariat avec Carrefour sur la Grande Consommation. Les données de Boulanger et de Leroy Merlin renforcent les capacités de ciblage dans des univers comme l'électroménager, le multimédia, le bricolage, le jardinage et la décoration, avec des segments particulièrement volumiques.

Leboncoin élargit le champ des possibles grâce à un catalogue puissant et granulaire sur des secteurs clés comme l'automobile, l'immobilier et le voyage.

Webedia permet de proposer des ciblage particulièrement affinitaires sur la culture, le cinéma et le gaming.

Pour les annonceurs, le bénéfice est double : davantage de couverture adressable et une qualification plus fine des audiences afin de mieux relier les investissements vidéo aux objectifs de considération, de trafic et de ventes.



Créer de nouveaux récits

Le lab, le studio créatif de FranceTV Publicité, dispose d'un actif distinctif, celui de l'ensemble de l'écosystème de France Télévisions avec ses programmes, ses événements et ses talents.

INSPIRER ET ENGAGER LES JEUNES GÉNÉRATIONS

En 2027, FranceTV Publicité accélère là où se construisent les usages des jeunes générations : Nouveaux partenariats avec les médias, les créateurs de contenus installés et leurs communautés.

La régie peut ainsi concevoir des rencontres crédibles entre une marque, un univers éditorial de confiance et un public. Un changement de paradigme qui ouvre de nouveaux horizons aux marques, au plus près de la diversité culturelle et des réalités locales.

Avec **HugoDécrypte**, nous ouvrons de nouveaux territoires autour de la Pop Culture, du Sport et désormais de l'actualité locale, à Lyon et Marseille.

Avec **Le Média Positif**, nous travaillons autour d'un univers plus affinitaire et émotionnel, sur des thématiques telles que la Food.

Slash complète ce dispositif comme média social de France Télévisions destiné aux 18-30 ans.

Ses écritures verticales, ses formats natifs et ses collaborations avec les créateurs permettent de construire des opérations adaptées aux usages sociaux tout en conservant les standards éditoriaux de France Télévisions.

UNE PERFORMANCE RESPONSABLE

Créer de nouveaux récits, c'est aussi repenser la manière dont ils sont fabriqués.

Membre fondateur du collectif **Ecoprod**, France Télévisions fait de l'éco-production l'un des principaux leviers de son plan de transition écologique.

D'ici 2030, le Groupe vise 100 % des fictions de France TV Studio et des fictions produites pour France Télévisions labellisées Ecoprod. Il tend vers le même objectif pour les jeux et les divertissements. La démarche doit également s'étendre aux sujets d'information, aux journaux télévisés et aux magazines.

FranceTV Publicité s'inscrit dans la dynamique du groupe France Télévisions en accélérant avec son partenariat avec **Carbone 4**, qui vise à donner plus de visibilité aux produits alignés avec les Accords de Paris.

En effet, après le secteur Automobile lancé en 2026, nouveauté 2027, nous élargissons au secteur de **l'Energie**.

2027 PERSPECTIVES

FranceTV Publicité, la régie Total Vidéo Premium, orchestre l'ensemble des leviers vidéo premium et transforme la qualité de chaque contact en efficacité mesurable.

La bataille de la vidéo ne se gagnera pas seulement au volume mais à la qualité de l'attention.

Cette promesse unique fait de FranceTV Publicité un partenaire de solutions business qui relie la puissance du média à la précision du numérique et donne plus de sens à la performance de vos marques.

CONTACTS PRESSE

Valérie Blondeau
valerie.blondeau@francetvpub.fr

Alexis Blanc
alexis.blanc@francetvpub.fr