

Le 6 octobre 2025

## **Le flux, un atout majeur de France Télévisions pour toucher tous les publics**

Glance-Médiamétrie, à la demande du SPECT, a mené une étude inédite sur « Le flux sur les antennes du groupe France Télévisions ». L'analyse de 258 programmes de jeux, magazines et divertissements diffusés en 2024 révèle le rôle central qu'ils occupent dans la relation entre le service public et les Français.

### **Les magazines, véritable signature de France Télévisions**

Les magazines dominent largement l'offre de flux du groupe : ils représentent 73 % de l'ensemble des programmes diffusés, et jusqu'à 93 % sur France 5. Cette présence massive consacre les magazines comme la marque de fabrique du service public dans le paysage audiovisuel.

### **Le flux, porte d'entrée privilégiée vers France Télévisions**

Chaque semaine, sur les 44 millions de Français en contact avec France Télévisions, 38 millions regardent un programme de flux. C'est le genre qui touche le plus de téléspectateurs et qui fidélise le mieux avec, en moyenne, 9 contacts par semaine.

### **Un atout décisif auprès des jeunes générations**

Avec près de 10,5 millions de 25-49 ans et plus de 6 millions de 15-34 ans séduits chaque semaine, le flux s'impose comme le genre préféré des jeunes adultes. Il est au cœur de la stratégie de conquête de l'audiovisuel public, garantissant son rôle pour préparer l'avenir.

### **Un lien social unique tout au long de la journée**

Au-delà des chiffres, le flux occupe une place singulière dans le quotidien : des matinées jusqu'à l'access, il informe, divertit et crée du lien social. Ces rendez-vous réguliers accompagnent les Français dans leur vie de tous les jours, et installent une relation de proximité forte entre France Télévisions et ses publics.

## Ils témoignent

Frédéric Vaulpré, Directeur de Glance :

*« L'étude confirme que les programmes de flux constituent bel et bien un pilier significatif, performant et différenciant des offres du service public. Avec une attente claire des téléspectateurs pour de nouveaux formats, souvent sources d'innovation et de succès. »*

Jérôme Caza, Président du SPECT :

*« Les programmes de flux sont la clé pour recruter de nouveaux publics, notamment plus jeunes. Ils incarnent le lien entre France Télévisions et tous les publics, et soulignent la singularité de son offre avec la place prépondérante des magazines. »*

Contact Presse : Vincent Gisbert - 01 45 05 72 03 ou par mail : [vincentgisbert@spect.fr](mailto:vincentgisbert@spect.fr)