

# LES CHIFFRES CLÉS DE LA PROGRAMMATION DES TÉLÉVISIONS GRATUITES NATIONALES

**Exercice 2021**

Novembre 2022

# SOMMAIRE


- /01 PÉRIMÈTRE ET SYNTHÈSE** P. 3
- /02 RÉPARTITION GLOBALE DES PROGRAMMES** P. 8
- /03 L' INFORMATION, LES DOCUMENTAIRES ET LES MAGAZINES** P. 13
- /04 LA FICTION** P. 17
- /05 LE SPORT** P. 25
- /06 LES DIVERTISSEMENTS** P. 28
- /07 LE TÉLÉCHAT ET LA PUBLICITÉ** P. 32

# 01

## PÉRIMÈTRE ET SYNTHÈSE

## / Périmètre et méthodologie de l'étude

Périmètre 2021 : 23 services de télévision gratuite nationale sur lesquels l'Autorité exerce un contrôle.

Groupe France Télévisions	Groupe TF1	Groupe M6	Groupe Canal Plus	Groupe Altice	Autres
•2					
•3					
•4					
•5					
					

Absence de prise en compte d'Arte, des chaînes parlementaires (LCP et Public Sénat) et des plages en clair des chaînes payantes (Canal+ et Paris Première).

Evolution du périmètre entre 2015 et 2021 : 22 chaînes en 2015, 24 entre 2016 et 2019 (lancement de deux nouvelles chaînes gratuites en 2016 LCI et franceinfo:), 23 à partir de 2020 (arrêt de la diffusion de France Ô).

=> Document élaboré à partir des données du suivi et du contrôle des chaînes effectués par l'Autorité.

Absence de prise en compte dans les graphiques des volumes horaires non significatifs (moins de 1 % du volume horaire total étudié).

## / Synthèse

- La première place est occupée par l'information (19,9% de l'offre globale des programmes) pour la quatrième année consécutive, suivie par la fiction audiovisuelle (15,6% de l'offre globale des programmes).
- L'information, les documentaires, les magazines et la fiction représentent ensemble les deux tiers de l'offre gratuite de programmes.

### Poids des groupes audiovisuels au sein des différents genres de programmes :

- **L'information** est proposée par les chaînes d'information en continu et, de manière plus faible, par les groupes France Télévisions et TF1.
- La **fiction audiovisuelle** est principalement présente sur les antennes du groupe TF1 (46 %), l'animation sur celles des groupes M6 et France Télévisions (47 % et 46 % , à l'appui des offres de Gulli et France 4).
- Le **sport** est très majoritairement proposé par L'Equipe (76 %) et , dans une moindre mesure, par le groupe France Télévisions.
- Les spectacles et les jeux sont proposés majoritairement par le groupe France Télévisions (respectivement 63 % et 49 %).
- **L'offre musicale** (vidéomusiques et émissions de variétés) dépend quasi-exclusivement des chaînes musicales ou à composante musicale (à hauteur de 95 %) : la musique est peu présente sur les antennes en dehors de ces chaînes spécifiques.

### Evolution de la structure de l'offre entre 2020 et 2021 :

- Progression des genres de programmes ayant fortement décru en 2020 en raison de la crise sanitaire (sport et publicité).
- Impact de la réorientation éditoriale de France 4 ressenti sur l'évolution des offres de spectacles, d'animation, de documentaires et de fiction audiovisuelle.

### Les genres dont l'offre s'est accrue :

- Progression importante du **sport**, fortement impacté en 2020 par l'arrêt des compétitions sportives, sans toutefois revenir au niveau de 2019 en raison de la diversification de la programmation de la chaîne sportive L'Equipe et donc de la diminution de ce genre sur son antenne.
- Retour à un volume horaire de la **publicité** similaire à celui d'avant la crise sanitaire.
- Augmentation du **cinéma** pour la seconde année consécutive grâce à la modification des dispositions réglementaires encadrant la diffusion de cinéma à la télévision (relèvement des quantum annuels de diffusion et assouplissement de la grille horaire de diffusion).
- Croissance de la catégorie divertissements, musique et spectacles et plus spécifiquement des **autres divertissements** et des **spectacles**, renforcés pour les premiers par la croissance des offres de Gulli et TFX et, pour les seconds, par celle de France 4.

### Les genres dont l'offre est en retrait :

- Réduction de l'**animation** sur la majorité des chaînes en diffusant.
- Diminution de l'offre **documentaire** avec la forte décroissance des volumes diffusés par RMC Story et RMC Découverte ou encore de France 4.
- Réduction de la **fiction audiovisuelle** sur de nombreux services (TFX, TMC, M6, TF1 Séries Films et France 4 principalement), selon une tendance à la baisse quasi-continue depuis 2015.

## **/ À retenir**

- **Information : hors offre des chaînes d'information en continu, 63 % des JT sont diffusés sur France 2 et France 3.**
- **Documentaires et magazines : 40 % des documentaires et 26 % des magazines sont proposés par France Télévisions ; trois chaînes, Chérie 25, France 5 et C8, représentent à elles seules 34% des magazines diffusés.**
- **Cinéma : 46 % de l'offre de cinéma est diffusée en soirée ; 58 % de cette offre en soirée se trouve sur TF1 et M6 (59% sur ensemble de la journée).**
- **Fiction audiovisuelle : 9 % de l'offre est diffusée en soirée.**
- **Sport : L'Equipe représente 76 % de l'offre ; France Télévisions, deuxième contributeur, en représente 19 %.**
- **Divertissements : 31 % de l'offre globale de divertissements est proposée sur le groupe M6 ; 52 % des spectacles sont diffusés sur France 4 ; 49 % de l'offre de jeux télévisés est proposée par France Télévisions.**

# 02

## RÉPARTITION GLOBALE DES PROGRAMMES

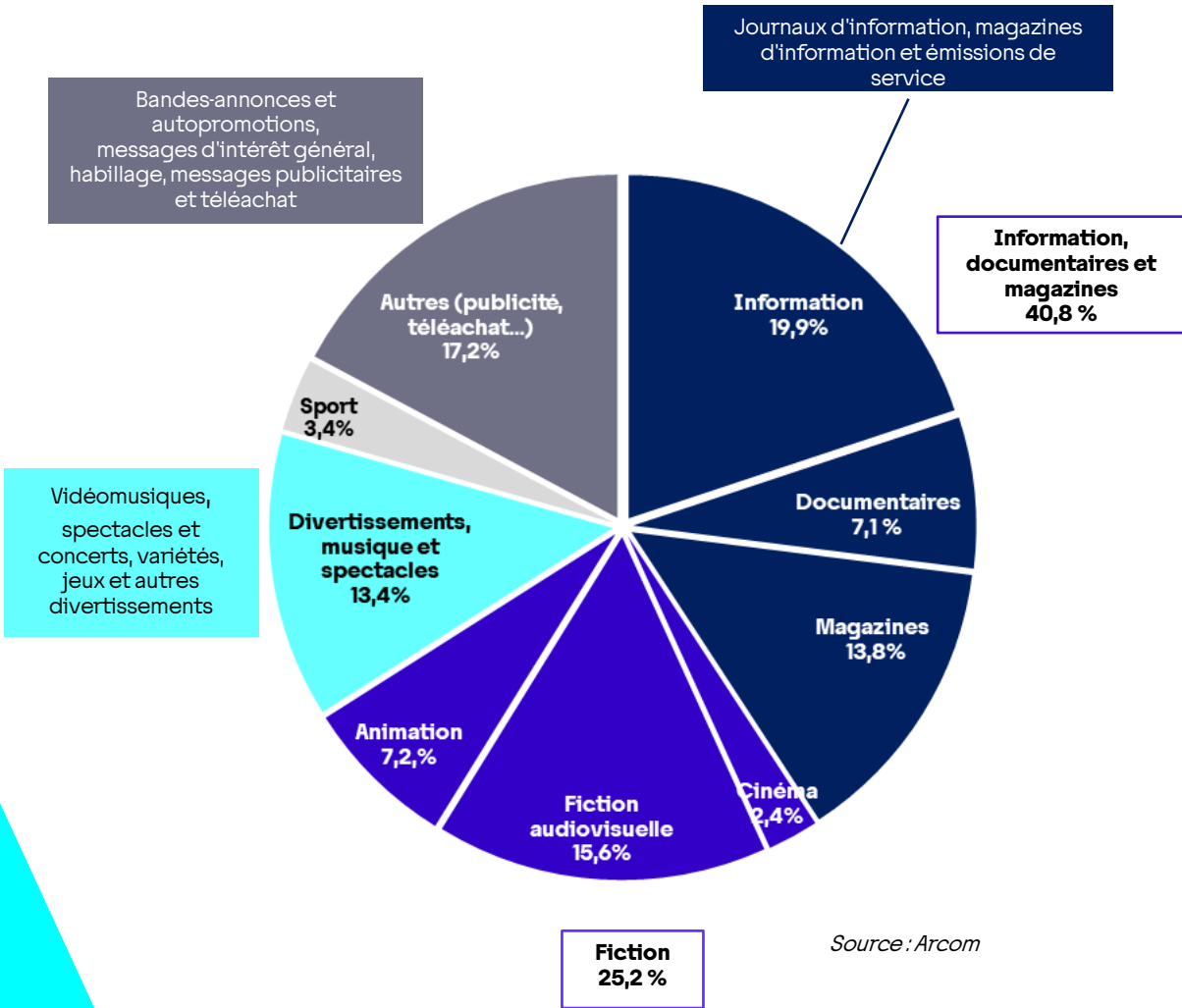
Répartition de l'offre gratuite de programmes

Evolution de la répartition de l'offre gratuite de programmes par genre

Répartition de l'offre gratuite par axe de programmation



## Répartition de l'offre gratuite de programmes en 2021

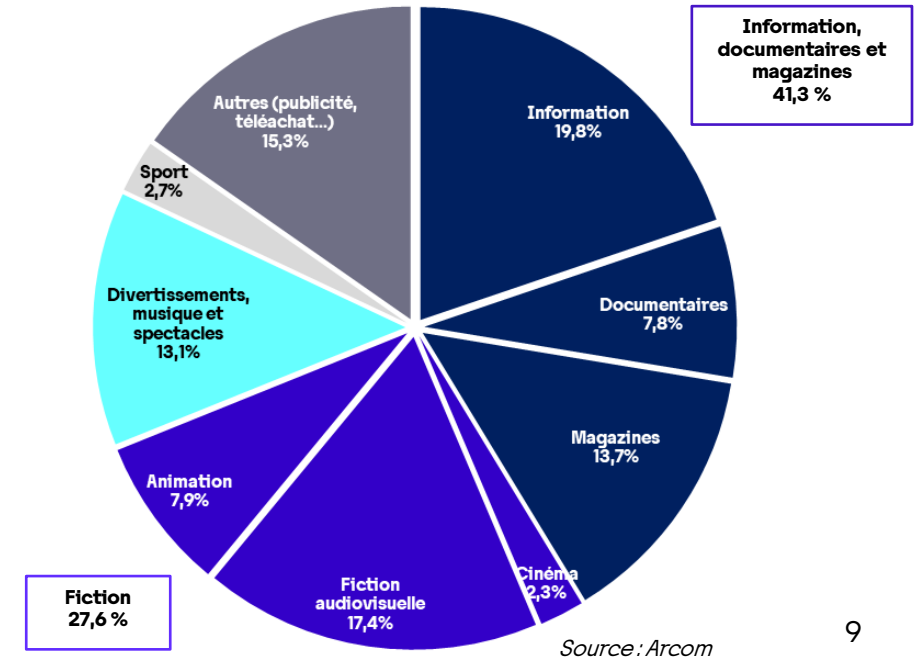


• Articulation de l'offre gratuite de programmes autour de deux axes principaux de programmation : d'une part l'information, les documentaires et les magazines ainsi que, d'autre part, la fiction, représentant ensemble les deux tiers de l'offre de programmes en 2021.

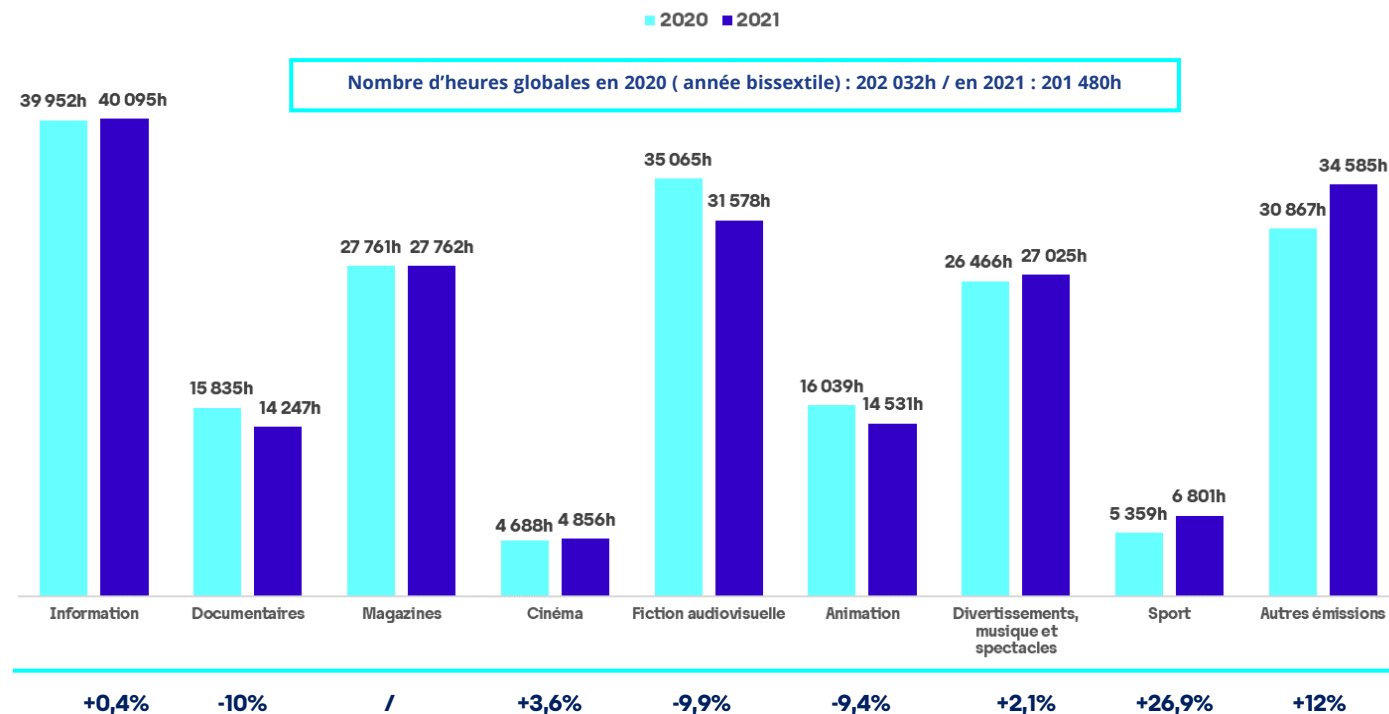
• **Première place occupée par l'information pour la quatrième année consécutive** (en progression de 0,1 point, soit 143 heures), devant la fiction audiovisuelle (en retrait de 1,8 point, soit 3 487 heures).

• Progression de la catégorie des divertissements, musique et spectacles (+0,3 point, soit 559 heures), du sport (+0,7 point, soit 1 442 heures) et des autres programmes incluant la publicité (+1,9 point, soit 3 718 heures).

## Rappel 2020



## Evolution de l'offre gratuite par genre entre 2020 et 2021 volume horaire sur l'ensemble du temps de diffusion)

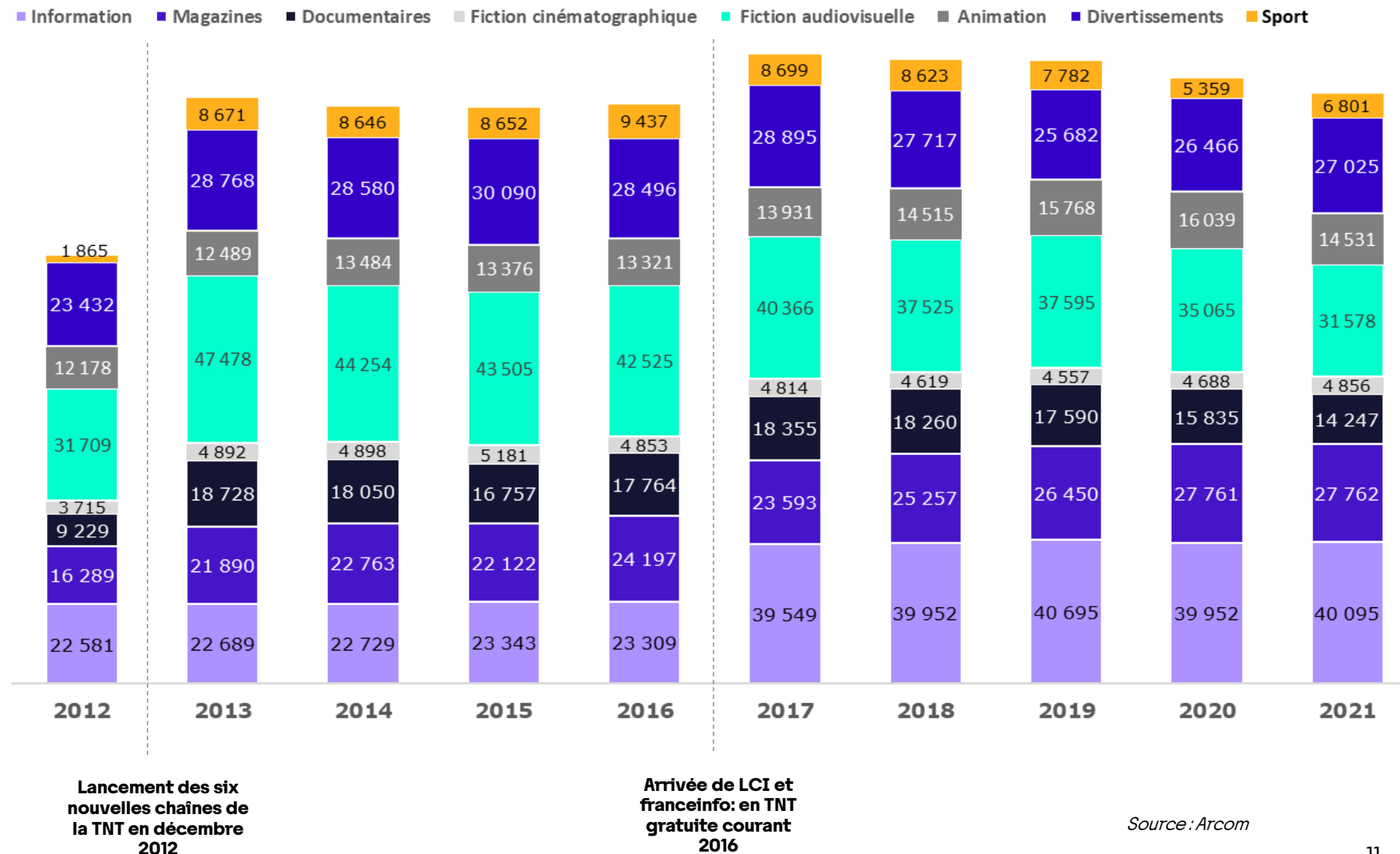


Source : Arcom

- **Progression importante du sport et des autres émissions** (comprenant notamment la publicité) par rapport à 2020 (respectivement +1 442 et +3 718 heures), la crise sanitaire ayant entraîné l'annulation de nombreuses compétitions sportives et campagnes publicitaires en 2020.
- **Hausse du cinéma** consécutive aux modifications réglementaires relatives à la diffusion de cinéma à la télévision en 2020 (+188 heures) et de la catégorie des divertissements, musique et spectacles (+559 heures). Légère progression de l'offre d'information (+143 heures).
- Décroissance des documentaires (-1 588 heures), de la fiction audiovisuelle (-3 487 heures) et de l'animation (-1 508 heures).
- Stabilité de l'offre de magazines.

**Evolution de la répartition de l'offre par genre entre 2012 et 2021, en volume horaire**

- Impact important de l'arrivée des 6 nouvelles chaînes thématiques en 2013 principalement sur les offres de fiction audiovisuelle, de documentaires et de sport.
- En 2017, hausse importante de l'offre d'information avec le lancement de deux nouvelles chaînes gratuites d'information en continu.
- Tassement progressif de la fiction audiovisuelle lié à la diversification de l'offre des chaînes les plus récentes, des documentaires (en lien avec l'évolution de la programmation de RMC découverte ou encore la disparition de France Ô) et du sport (réduction sur l'Equipe). En parallèle, croissance de l'animation, du cinéma, des magazines, des divertissements et de l'information.



Source : Arcom

## Répartition de l'offre gratuite par axe de programmation

Répartition de l'offre gratuite de programmes autour de **quatre grands axes** thématiques de programmation : **fiction, information/découverte, sport et divertissements**, permettant d'établir une typologie des chaînes en fonction de leur programmation par genre (en excluant la publicité, l'habillage, l'auto promotion et le téléachat).

**Cinq chaînes présentent une offre équilibrée** autour de plusieurs axes (programmation mixte avec fiction et/ou information et découverte et/ou divertissement) : **6ter, France 3, TFX, M6 et C8.**

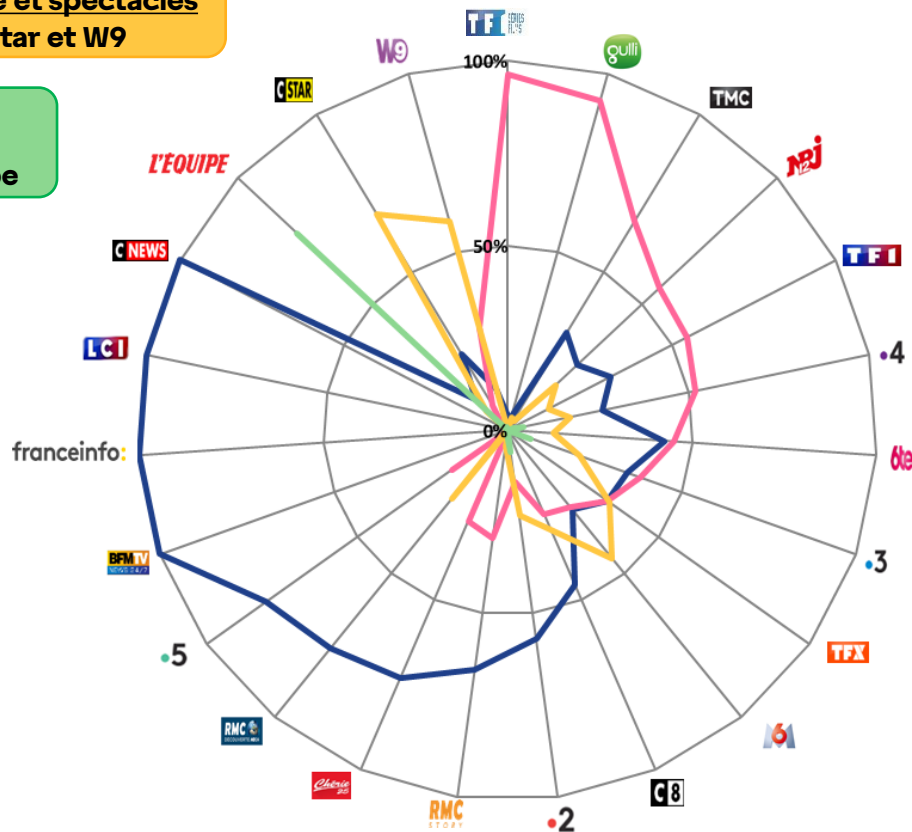
**Divertissements, musique et spectacles**  
Cstar et W9

**Sport**  
L'Equipe

**Information, documentaires et magazines**

9 chaînes privilégient une offre d'information ou de programmes de découverte

(CNews, LCI, franceinfo ; BFM TV, France 5, RMC Découverte, Chérie 25, RMC Story et France 2)



**Fiction (dont cinéma et animation)**  
**Information, documentaires et magazines**  
**Sport**  
**Divertissements, musique et spectacles**

**Fiction (dont cinéma et animation)**

6 chaînes présentent une offre de programmes majoritairement constituée de fiction (TF1, Séries Films, Gulli, TMC, NRJ12, TF1 et France 4)

# 03

## **L'INFORMATION, LES DOCUMENTAIRES ET LES MAGAZINES**

L'information

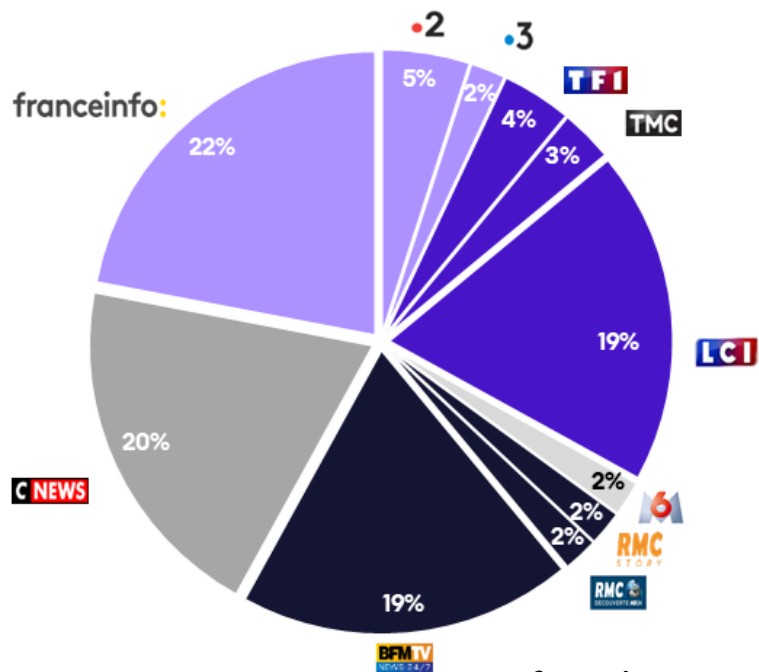
L'information hors chaînes d'information en continu

Les documentaires

Les magazines

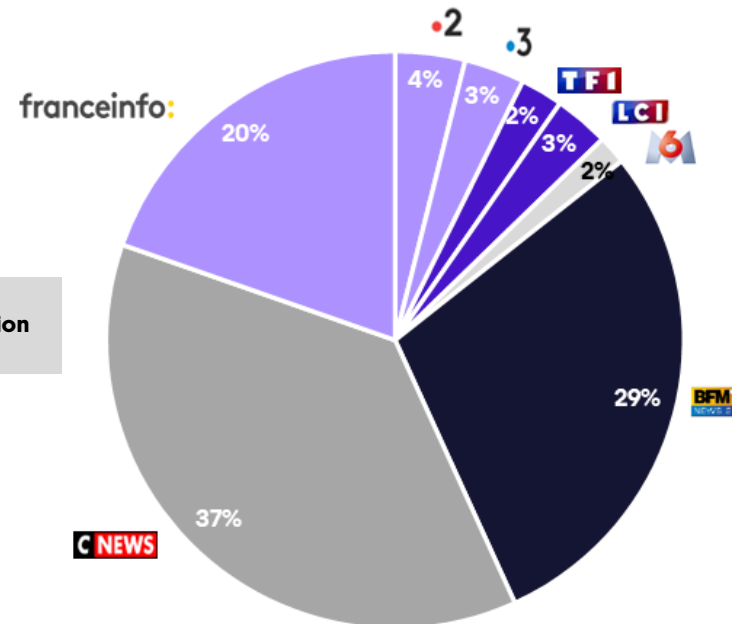
L'information - chaînes d'information incluses

Répartition de l'offre globale d'information par chaîne (40 095 h)



Source : Arcom

Répartition de l'offre de journaux télévisés par chaîne (21 102 h)

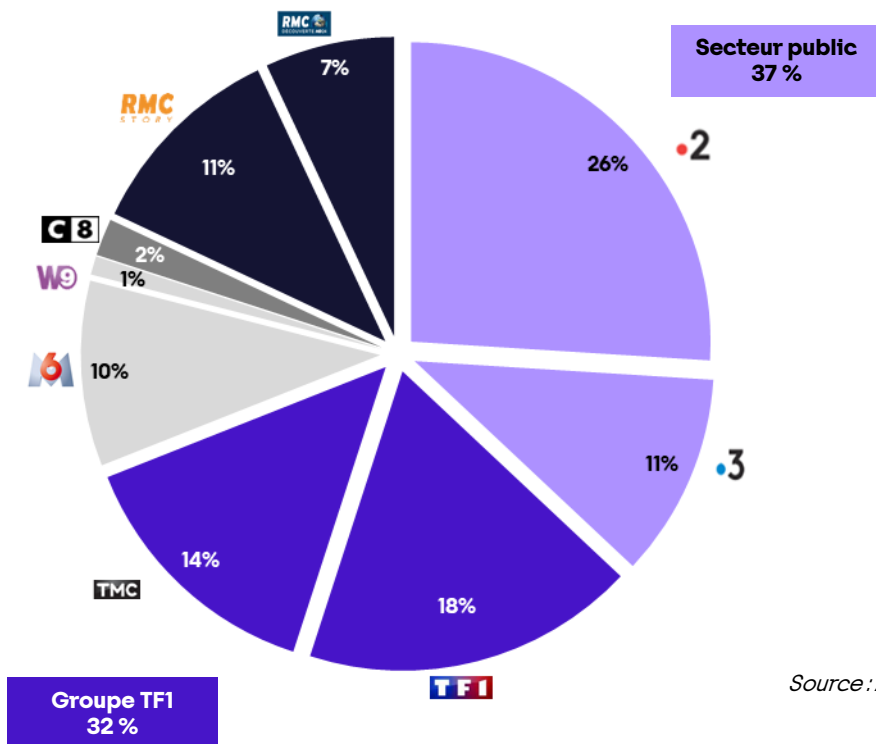


Source : Arcom

- Progression de l'offre globale d'information (+143 heures) et des journaux télévisés (+2 846 heures) par rapport à 2020.
- Prédominance des chaînes d'information en continu dans l'offre globale d'information, globalement stable au sein de l'offre globale d'information mais en hausse de trois points concernant l'offre de journaux télévisés.
- Progression du poids de Cnews (+14 points) au sein des journaux télévisés en parallèle d'une décroissance de ceux de BFM TV (-6 points), LCI (-3 points) et de franceinfo: (-2 points).

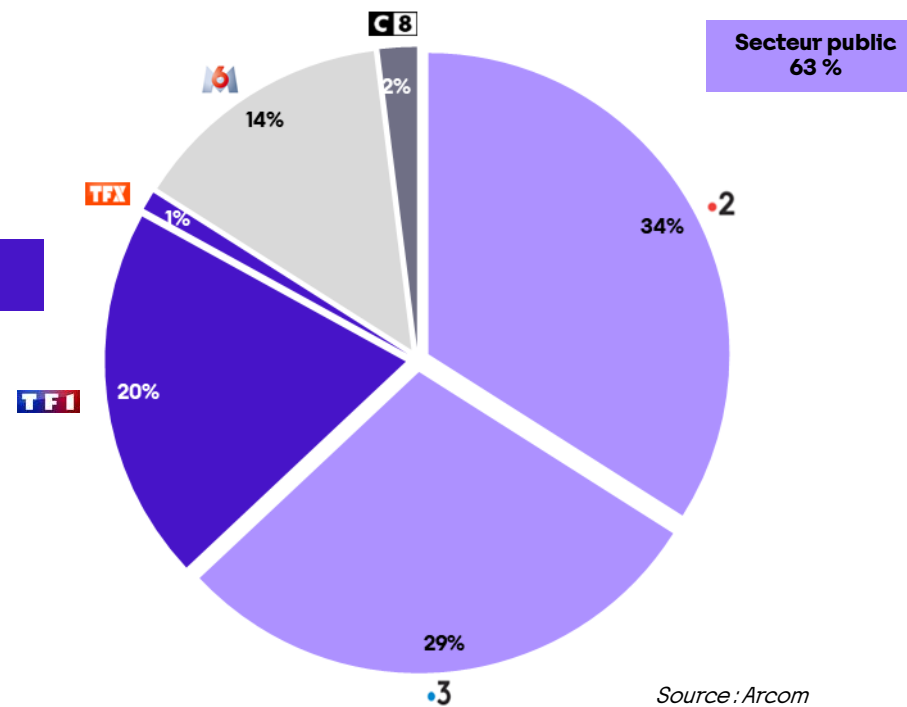
L'information hors chaînes d'information en continu

Répartition de l'offre globale d'information par chaîne (8 301 h)



Source : Arcom

Répartition de l'offre de journaux télévisés par chaîne (2 459 h)



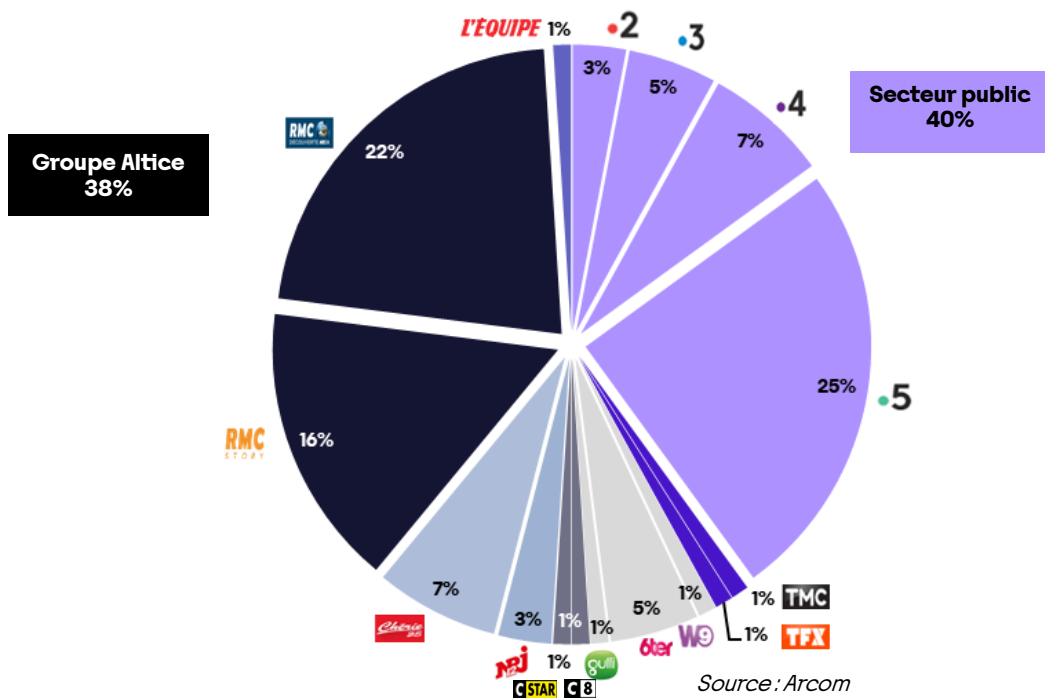
Source : Arcom

- Hors chaînes d'information, progression de l'offre globale d'information (+376 heures), les groupes France Télévisions et TF1 en proposant chacun environ un tiers.

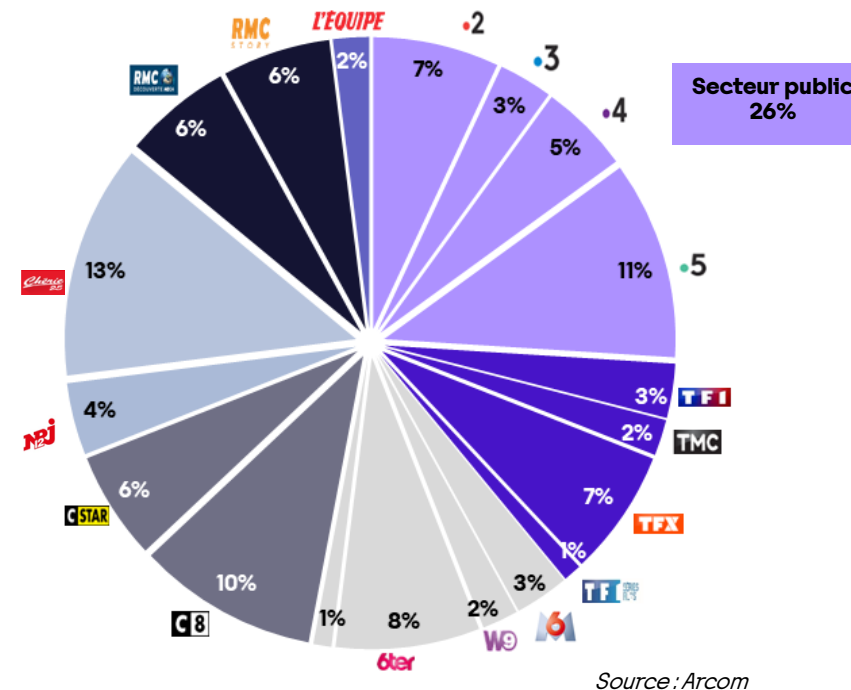
- Légère décroissance de l'offre de journaux télévisés (- 102 heures).
- La majorité de l'offre de journaux télévisés est réalisée par les deux chaînes publiques France 2 et France 3 (à hauteur de 63%).**

Les documentaires et les magazines

Répartition de l'offre de documentaires par chaîne (14 247 h)



Répartition de l'offre de magazines par chaîne (27 762 h)



- Diffusion de la majorité de l'offre de documentaires par France 5, RMC Story et RMC Découverte (à hauteur de 63 %, en diminution de 7 points soit moins 2 107 heures par rapport à 2020).
- Dans un contexte de baisse globale de l'offre de documentaires (moins 1 588 heures), diminution de 670 heures de France Télévisions principalement en raison de la réduction des offres de France 4 et de France 3. Poids du groupe Altice en décroissance de 9 points (soit moins 2 089 heures) et progression du groupe NRJ quasiment absent de l'offre documentaire en 2020 (à hauteur de 10 points, soit 1 325 heures).
- Stabilité de l'offre globale de magazines entre 2020 et 2021. **Un tiers de l'offre de magazines est proposé par trois chaînes : Chérie 25, France 5 et C8.** Importante diminution de l'offre du groupe NRJ (-5 points soit -1 400 heures). Progression en parallèle de l'offre de magazines des groupes TF1 (+4 points soit +1 007 heures), Nextradio (+2 points soit + 518 heures) et France Télévisions (+2 points soit +493 heures).



# 04

## LA FICTION

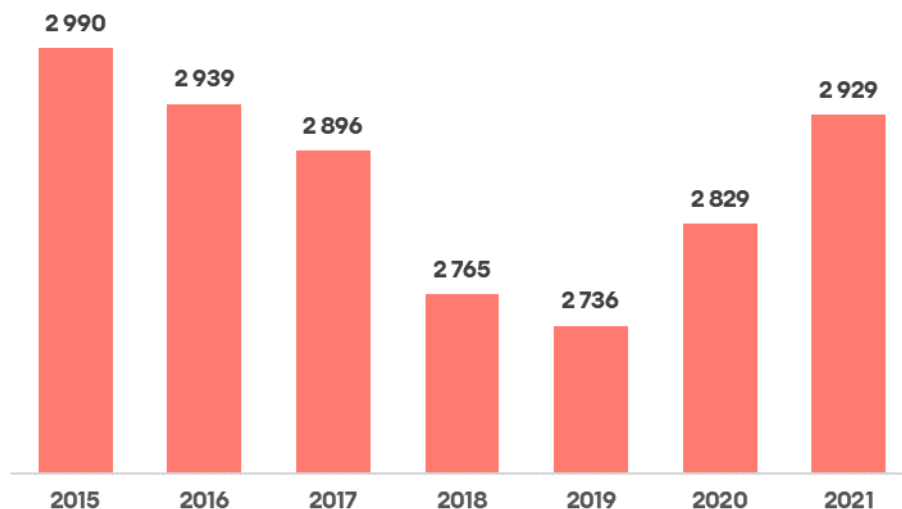
La fiction cinématographique

La fiction audiovisuelle

L'animation

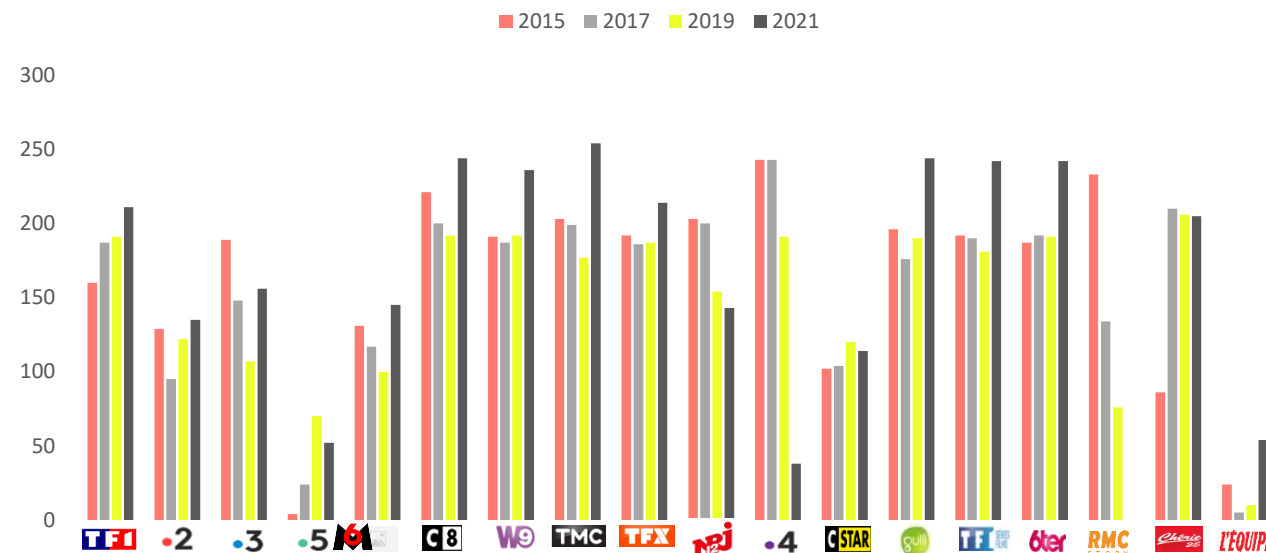
## La fiction cinématographique

Evolution de l'offre de cinéma 2015-2021  
(en nombre de diffusions)



Source : Arcom

Evolution du nombre de diffusions de films de long métrage par diffuseurs  
2015-2021

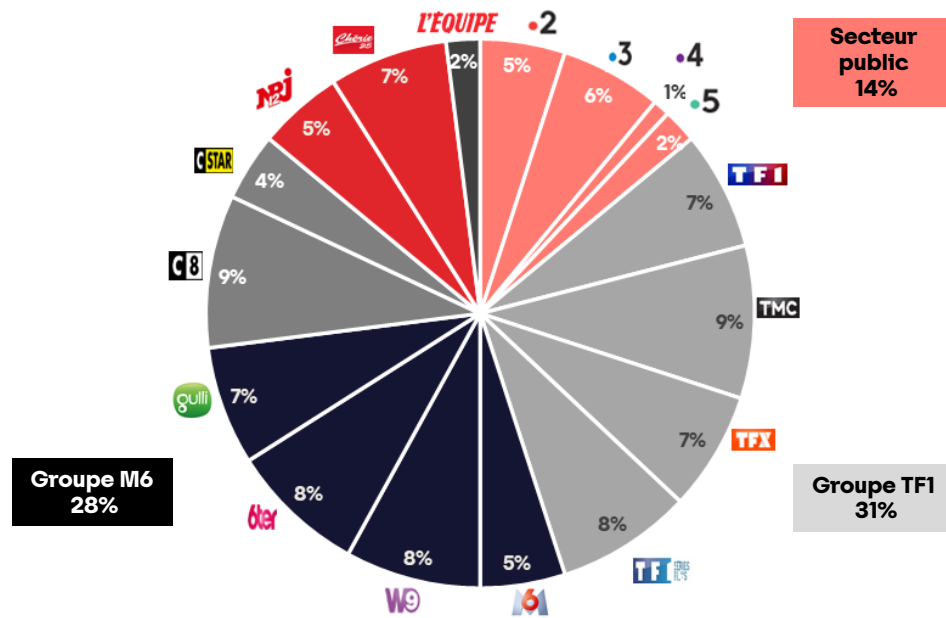


Source : Arcom

- Après une baisse continue de l'offre cinématographique de 2015 à 2019, tendance à la hausse à compter de 2020 en raison des programmations spéciales mises en place par certaines chaînes pendant la crise sanitaire et de la modification réglementaire de la diffusion de cinéma à la télévision.
- **Sur la période 2015-2021, l'offre cinématographique est en retrait de 61 diffusions (soit -326 heures)**, la diffusion de France Ô ayant été arrêtée, RMC Story ne diffusant plus d'œuvres cinématographiques et France 4 et NRJ12 ayant également fortement réduit leur offre.

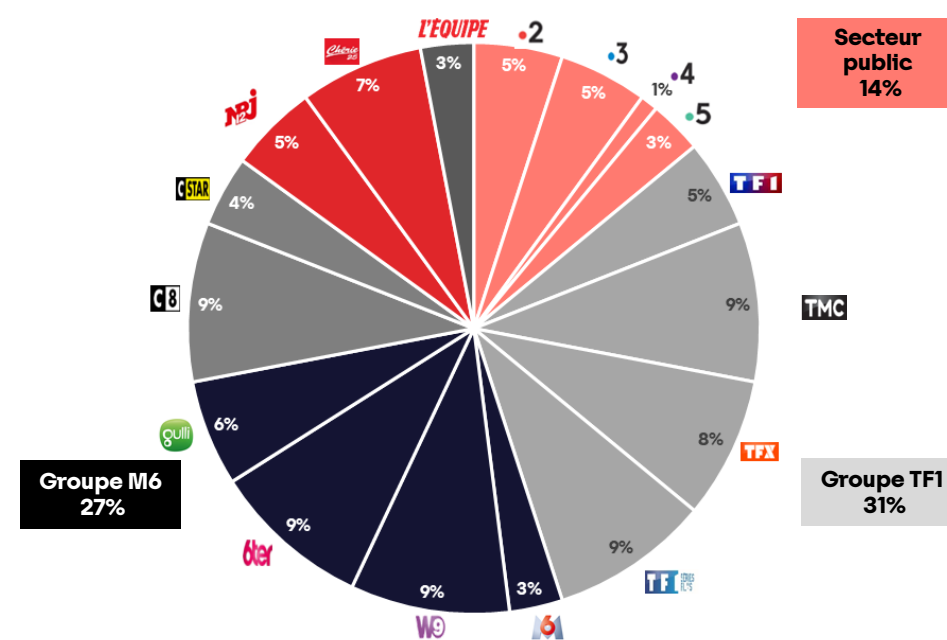
La fiction cinématographique

Répartition de l'offre cinématographique par chaîne (4 856 h)



Source : Arcom

Répartition de l'offre cinématographique par chaîne en soirée (2 255 h)



Source : Arcom

- Augmentation de l'offre globale de fiction cinématographique par rapport à 2020 (+168 heures), à la suite de la modification de la réglementation relative à la diffusion télévisuelle de cinéma. 59 % de l'offre proposés par les groupes TF1 et M6 (progression de 5 points). Diminution de la part globale du groupe France Télévisions (-7 points par rapport à 2020), en raison de la réduction des offres de France 4 et France 5 et, en parallèle, de l'augmentation du cinéma sur certaines chaînes privées.
- **46 % de l'offre de cinéma est diffusée en soirée (entre 20h50 et 23 heures), dont 58 % diffusés par les groupes TF1 et M6.**

## La fiction cinématographique : classements des réalisateurs et réalisatrices

Classement des dix réalisateurs les plus diffusés en 2021

Nom du réalisateur	Nombre de diffusions de films	Nombre de titres différents diffusés	Chaînes de diffusion
Michel Ocelot	28	3	Gulli
Steven Spielberg	26	17	TF1, France 2, France 3, France 5, M6, W9, TMC, 6ter, TF1 Séries Films
Michaël Bay	20	8	C8, W9, TMC, 6ter
Luc Besson	20	10	TF1, France 2, France 4, TMC, NRJ12, 6ter, TF1 Séries Films, Chérie 25
Michel Leclerc	19	2	TF1, France 2
Claude Zidi	19	8	TF1, C8, W9, TMC, TFX, 6ter, TF1 Séries Films
Emmanuel Mouret	18	1	TF1
René Goscinny	18	5	W9, Gulli, 6ter
Didier Bourdon	16	5	TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films, Chérie 25
Etienne Chatiliez	16	6	TF1, France 2, M6, TMC, TFX, TF1 Séries Films, Chérie 25

- Huit des dix réalisateurs dont l'œuvre a été la plus diffusée en 2021 sont français. Le premier du classement est Michel Ocelot, réalisateur des différents volets *Kirikou*, diffusés sur la chaîne jeunesse Gulli.
- Les deux seuls réalisateurs étrangers de ce classement, Steven Spielberg et Michaël Bay, apparaissent en deuxième et troisième position, le second étant ex aequo avec Luc Besson.

Classement des dix réalisatrices les plus diffusées en 2021

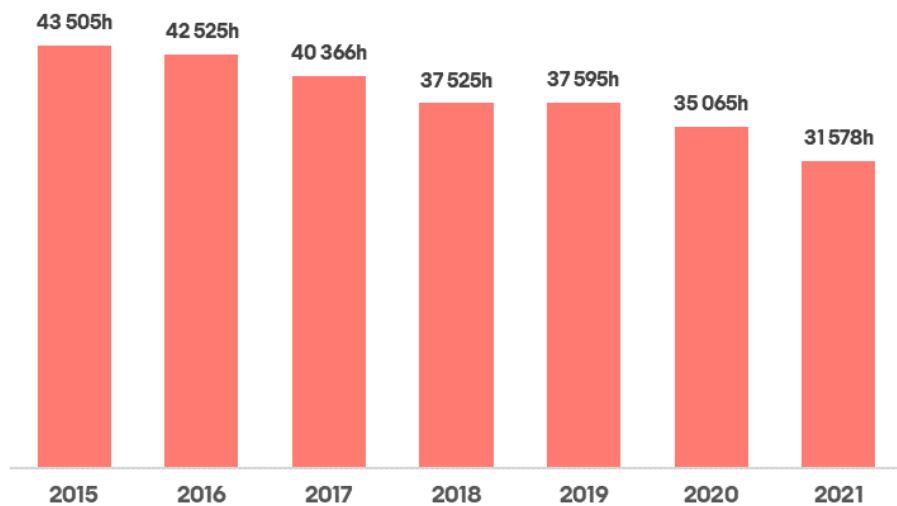
Nom de la réalisatrice	Nombre de diffusions de films	Nombre de titres différents diffusés	Chaînes de diffusion
Nancy Meyers	12	3	TF1, RMC, TFX, TF1 Séries Films, M6, 6ter
Charlotte de Turckheim	9	3	M6, W9, 6ter
Lisa Azuelos	8	5	France 2, TF1 Séries Films, Chérie 25
Alexandra Leclere	8	4	France 2, TFX, NRJ12, Chérie 25
Danièle Thompson	8	4	W9, TF1 Séries Films, Chérie 25
Jennifer Yuh	8	3	C8, Gulli
Pascale Pouzadoux	8	2	TMC, TFX, NRJ12, Chérie 25
Valérie Lemercier	7	2	TF1, TMC, TFX
Sylvie Testud	7	1	TF1
Flavia Coste	7	1	TFX

Source : Arcom-CNC

- Du côté des réalisatrices (dont les œuvres diffusées ont représenté 7,5 % des diffusions de films en 2021), l'œuvre de l'américaine Nancy Meyers a été la plus programmée en 2021 à hauteur de 12 diffusions pour 3 titres différents.
- La réalisatrice française dont l'œuvre a été la plus diffusée est Charlotte de Turckheim (9 diffusions et 3 titres proposés en 2021). Les réalisatrices de nationalité française sont majoritaires dans ce classement.
- Les œuvres des dix réalisatrices les plus programmées en 2021 ont représenté au total 82 diffusions contre 200 diffusions pour leurs homologues de sexe masculin.

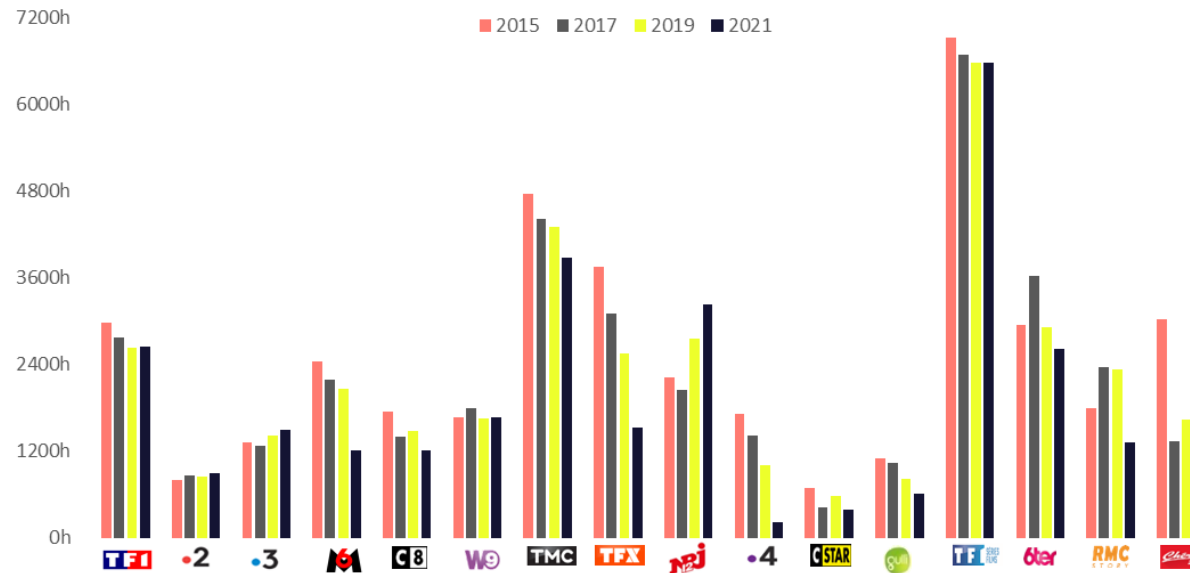
**La fiction audiovisuelle** (hors animation)

**Evolution de l'offre de fiction audiovisuelle 2015-2021**  
(en volume horaire)



Source : Arcom

**Evolution de l'offre de fiction audiovisuelle par éditeur**  
2015-2021 (en volume horaire)

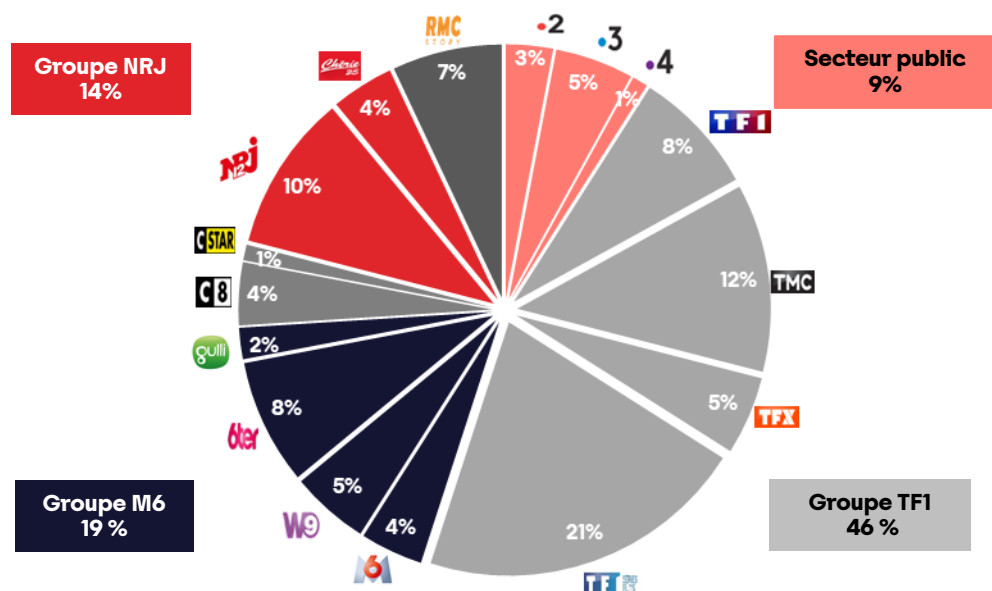


Source : Arcom

- **L'offre de fiction audiovisuelle perd 11 927 heures entre 2015 et 2021**, selon une tendance quasi-continue (à l'exception de 2019).
- Réduction de la diffusion de fiction audiovisuelle principalement sur les antennes de TFX, TMC, M6, TF1 Séries Films, France 4 ou encore Chérie 25. Progression sur NRJ12, France 2 ou encore France 3.

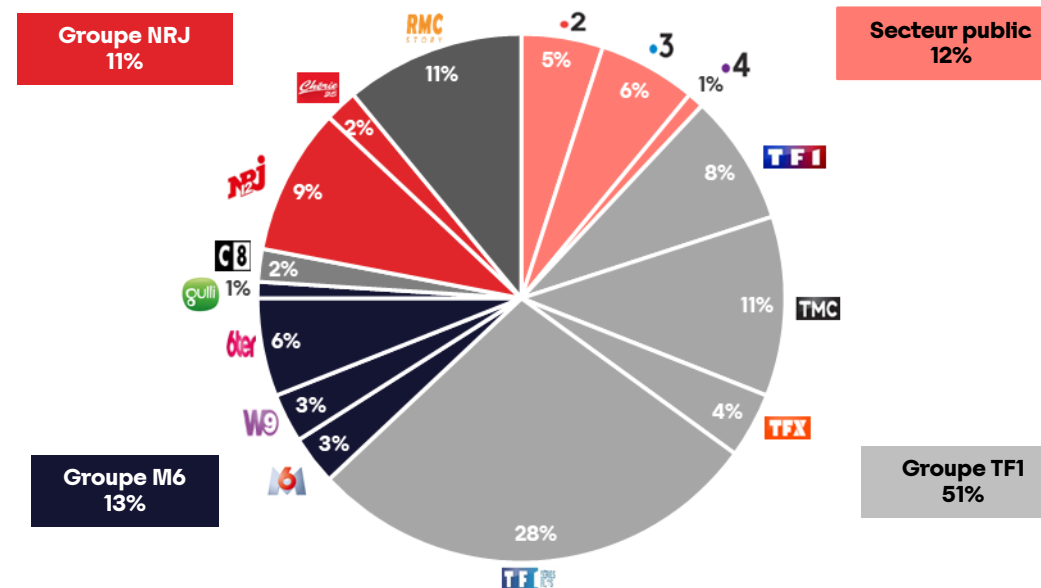
## La fiction audiovisuelle (hors animation)

Répartition de la fiction audiovisuelle par chaîne  
toutes origines confondues (31 578 h)



Source : Arcom

Répartition de la fiction audiovisuelle d'expression  
originale française par chaîne (11 917 h)

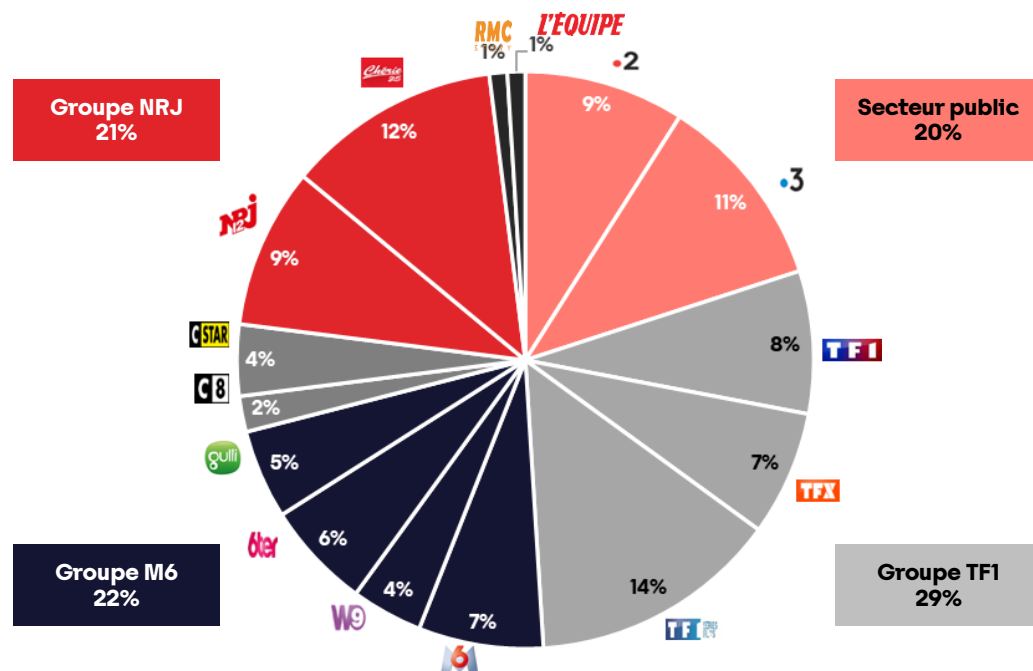


Source : Arcom

- Diminution importante de l'offre de fiction audiovisuelle toutes origines confondues (-3 487 heures) et, dans une moindre ampleur, de celle d'expression originale française (-710 heures) par rapport à 2020.
- **La fiction audiovisuelle est principalement offerte par les quatre antennes du groupe TF1**, dans des parts en baisse par rapport à 2020 (-1 point toutes origines confondues, -8 points pour la fiction hexagonale).
- Offre de fiction EOF majoritairement diffusée par le groupe TF1, notamment sur TF1 Séries Films qui propose à elle seule 28 % de la fiction hexagonale (en baisse de 4 points).

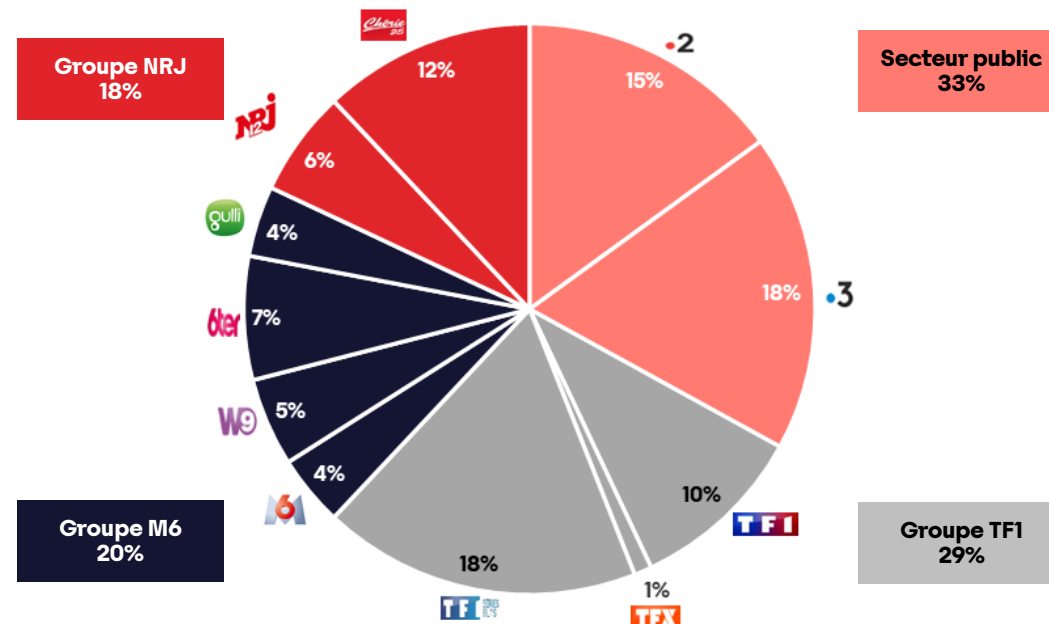
La fiction audiovisuelle en soirée (hors animation)

Répartition de l'offre de fiction audiovisuelle par chaîne toutes origines confondues (2 814 h)



Source: Arcom

Répartition de l'offre de fiction audiovisuelle d'expression originale française par chaîne (1 255 h)

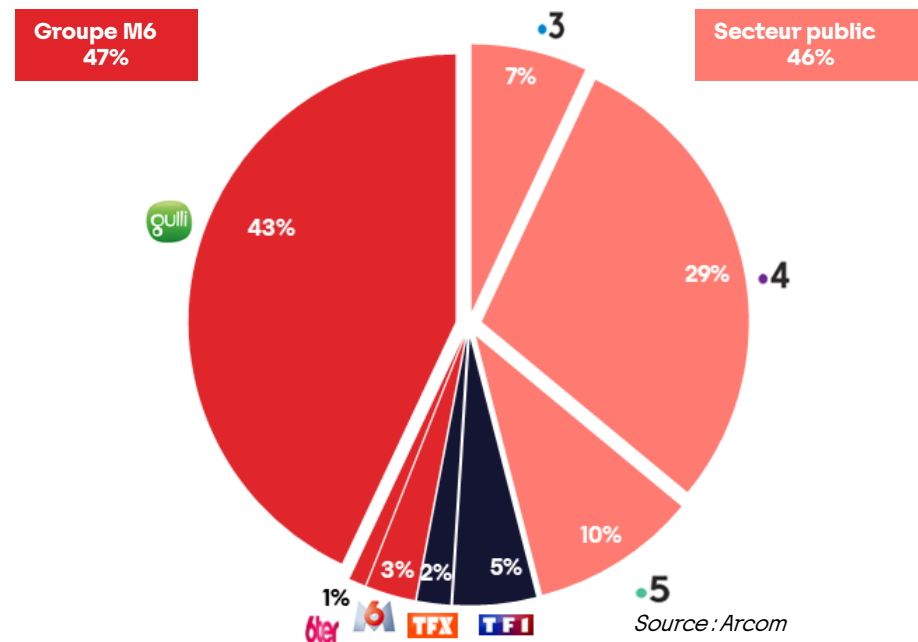


Source: Arcom

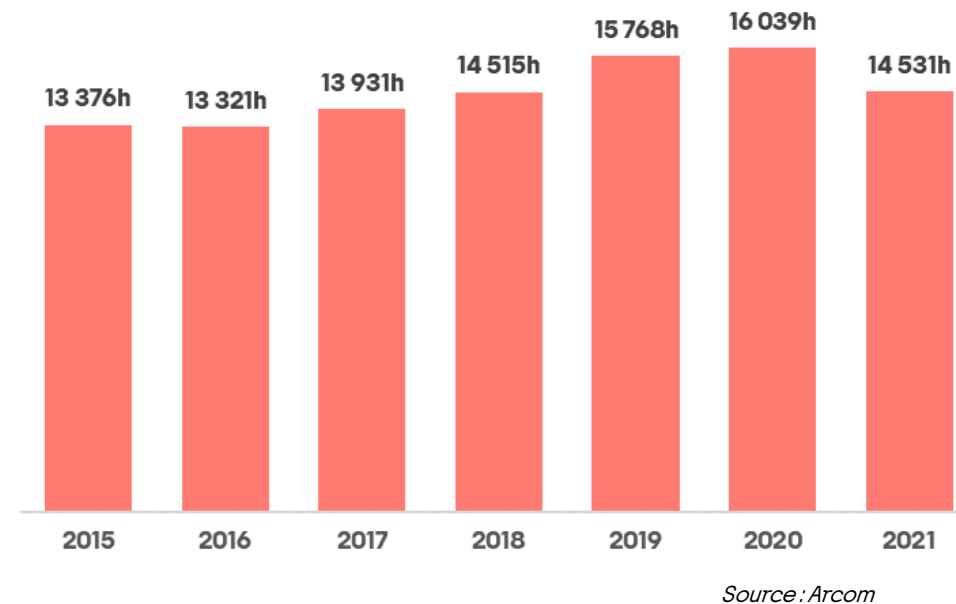
- **9 % de l'offre de fiction audiovisuelle est proposée en soirée, entre 20h50 et 23 heures.** Part du secteur public plus importante en soirée que sur l'ensemble du temps de diffusion (+11 points), contrairement à celle du groupe TF1 (-17 points).
- Fiction d'expression originale française : 45 % de la fiction diffusée en soirée. Un tiers proposé par le secteur public, qui est mieux représenté que dans l'offre globale de fiction audiovisuelle EOF et toutes origines confondues.
- Baisse de l'offre de fiction audiovisuelle en soirée par rapport à 2020 (-418 heures) principalement sur France 4, Gulli, TFX, TMC ou encore Cstar. Diminution de l'offre EOF (-110 heures) principalement sur les antennes de W9, Gulli, TFX et TF1 Séries Films.

L'animation

Répartition de l'offre par chaîne  
(14 531 h)



Evolution de l'offre 2015-2021  
(en volume horaire)



- Prépondérance de Gulli et France 4 au sein de l'offre d'animation, à hauteur de 72%. Part stable des groupes M6 et France Télévisions dans l'offre globale à hauteur de 47 % et 46 %.

- **Entre 2015 et 2021 , hausse globale de l'animation de 1 155 heures** en raison de l'augmentation de ce genre sur les antennes de France 4, France 5 et Gulli. Entre 2020 et 2021, décroissance de l'offre de 1 508 heures en raison de la diminution de l'animation sur six des dix chaînes en proposant ; aucune diffusion de ce genre sur W9 en 2021.



# 05

## LE SPORT

L'offre globale par chaîne

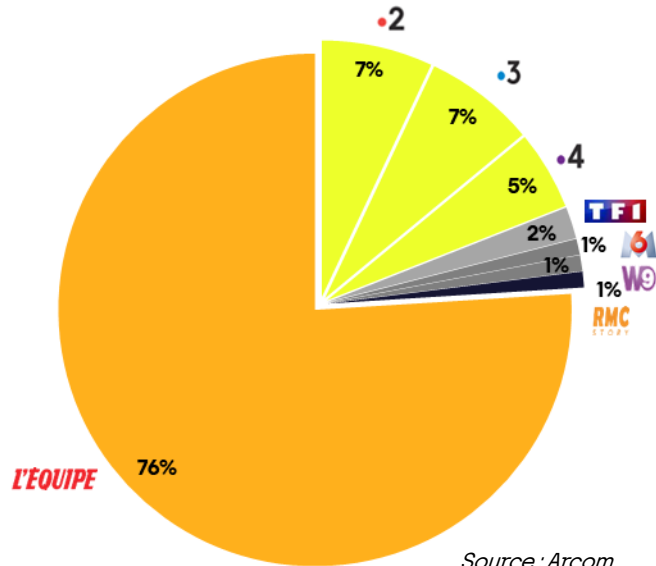
Répartition de l'offre sur l'ensemble des chaînes

Les retransmissions sportives par chaîne

Les magazines sportifs par chaîne

## L'offre globale de sport

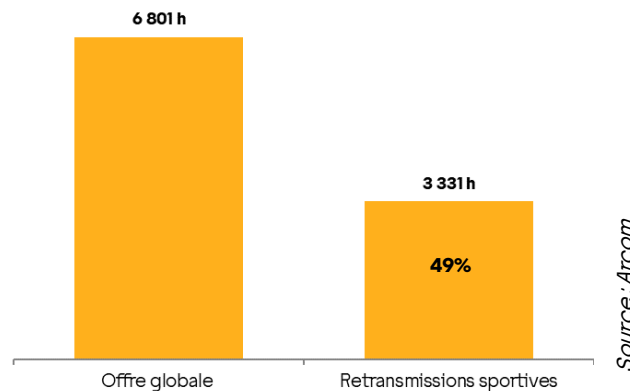
Répartition de l'offre de sport par chaîne  
(6 801 h)



Source : Arcom

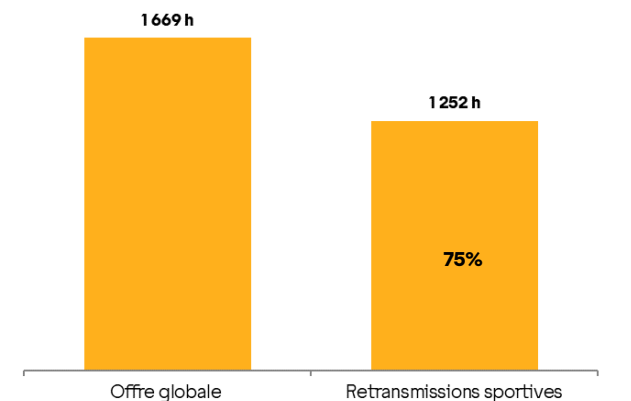
- Augmentation de l'offre de sport de 1 442 heures par rapport à 2020, année de la crise sanitaire et de l'annulation de nombreuses compétitions sportives, sans toutefois retrouver le niveau de 2019 (981 heures de moins).
- Prépondérance de l'offre proposée par L'Equipe, seule chaîne gratuite sportive, avec une part en baisse de 10 points par rapport à 2020 en raison de la hausse de celle du secteur public (+9 points).
- Augmentation de 476 heures des retransmissions sportives et de 966 heures des magazines sportifs diffusés par rapport à 2020.
- Hors L'Equipe, progression de l'offre de sport de 901 heures. Part des retransmissions sportives en hausse de 7 points (733 heures) principalement en raison de la diffusion des Jeux olympiques de Tokyo de 2020 sur les antennes du groupe France Télévisions au cours de l'été 2021.

Répartition de l'offre de sport sur l'ensemble des chaînes



Source : Arcom

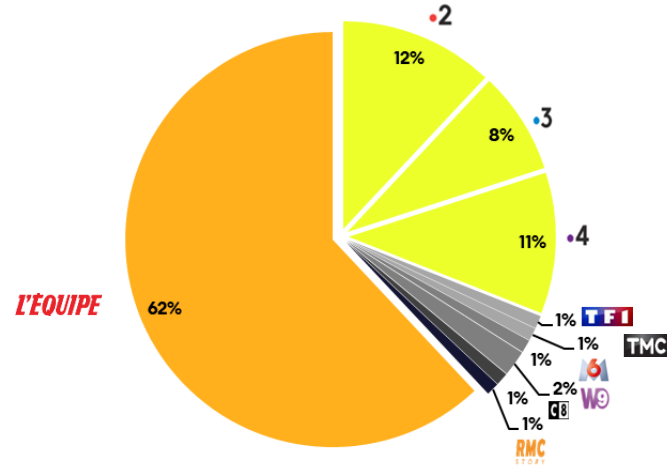
Répartition de l'offre de sport sur l'ensemble des chaînes hors L'Equipe



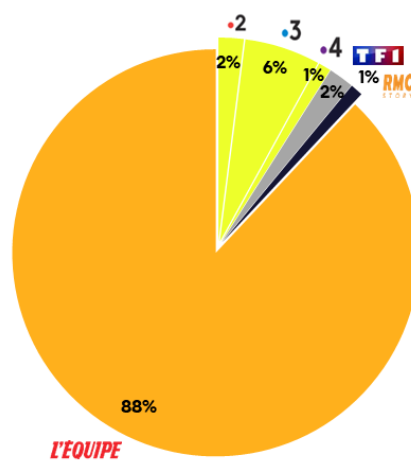
Source : Arcom

## Répartition de l'offre de sport par catégories de programmes

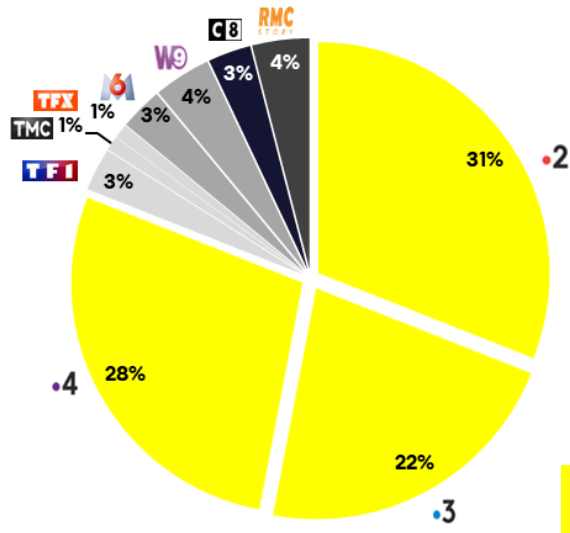
Répartition des retransmissions sportives par chaîne (3 331 h)



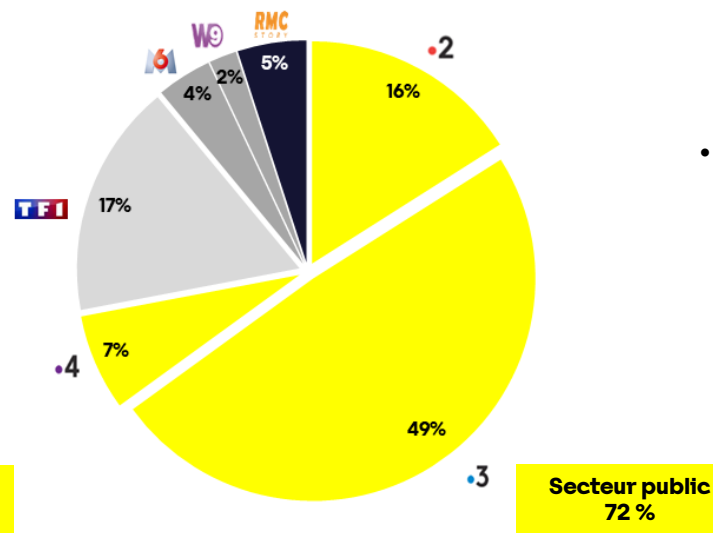
Répartition des magazines sportifs par chaîne (3 471 h)



Répartition des retransmissions sportives par chaîne hors L'Équipe (1 252 h)



Répartition des magazines sportifs par chaîne hors L'Équipe (417 h)



- Diffusion de la majorité des retransmissions sportives en télévision gratuite sur L'Équipe malgré une diminution de sa part de 20 points en raison de la présence accrue de France 2, France 3 et France 4 sur ce segment en 2021.
- Prépondérance de la chaîne sportive au sein de l'offre de magazines sportifs (en légère baisse de 2 points) dans un contexte d'augmentation de l'offre de 913 heures.
- **Après L'Équipe (62 % de l'offre), place centrale des chaînes du groupe France Télévisions** dans la programmation sportive gratuite (31%).
- Parts en hausse des retransmissions sportives et des magazines sportifs de France Télévisions (respectivement +4 et +17 points, soit +621 et +165 heures), principalement en raison de la couverture des Jeux olympiques de Tokyo de 2020 par les antennes du groupe.

# 06

## **LES DIVERTISSEMENTS**

L'offre globale de divertissements par chaîne et par genre

La musique

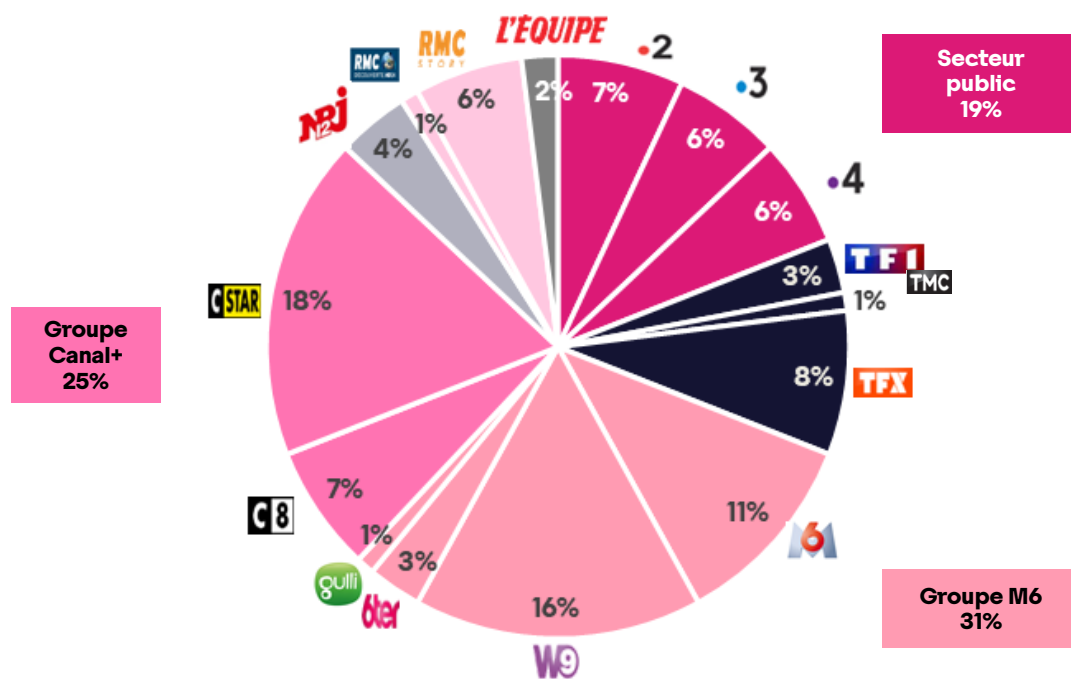
Les spectacles et concerts

Les autres divertissements

Les jeux

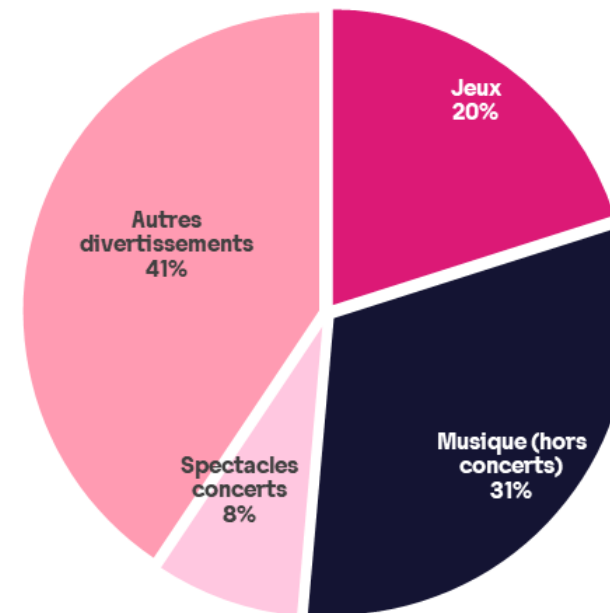
L'offre globale de divertissements

Répartition de l'offre globale de divertissements par chaîne (27 025 h)



Source : Arcom

Répartition de l'offre globale de divertissements par genre

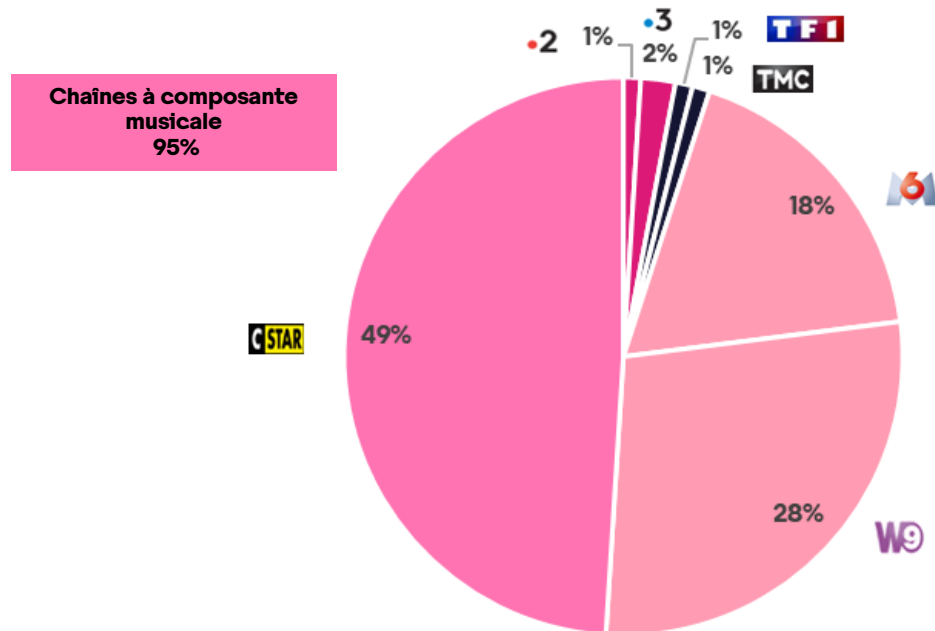


Source : Arcom

- Augmentation de l'offre globale de divertissements (+559 heures), **proposée à hauteur de 31 % par les chaînes gratuites du groupe M6** (part stable par rapport à 2020). Part du groupe France Télévisions en progression de 2 points en raison de l'augmentation de l'offre de France 4 (+4 points, soit 930 heures).
- Légère évolution de la répartition de l'offre entre les différents genres de programmes constituant cette catégorie : croissance des autres divertissements et des spectacles et concerts (+2 et +1 points) ; baisse de la musique et des jeux (- 2 et - 1 points).

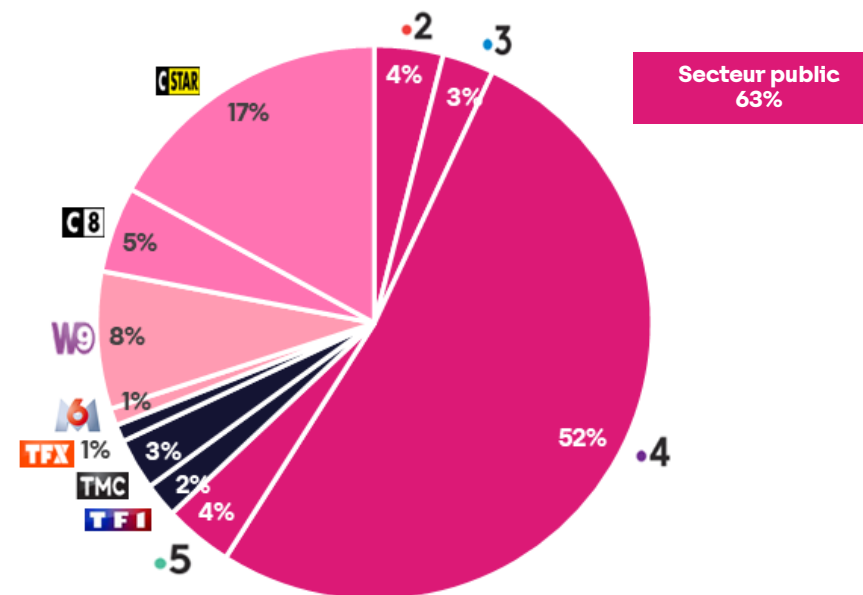
Les divertissements : musique et spectacles

Répartition de l'offre de musique par chaîne  
(vidéomusiques et variétés - 8 463 h)



Source : Arcom

Répartition de l'offre de spectacles et de concerts par chaîne (2 174 h)

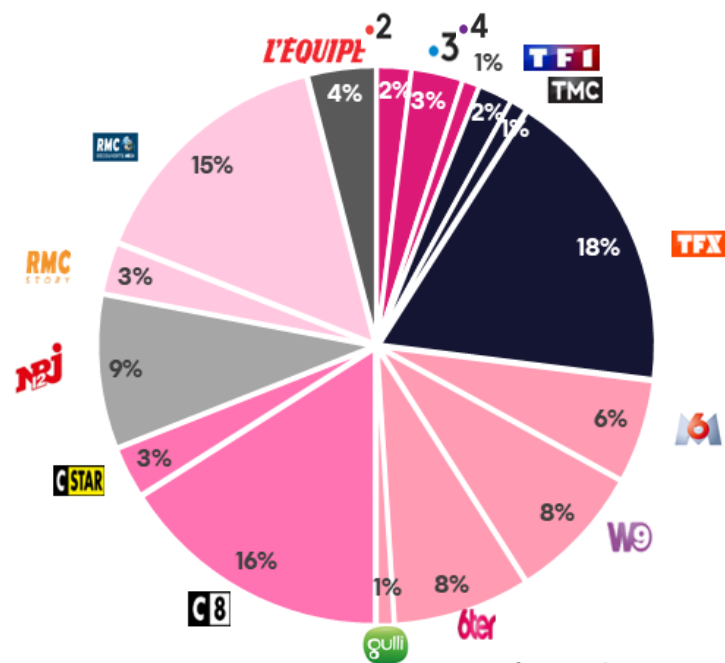


Source : Arcom

- Domination de l'offre de musique par les trois chaînes musicales ou à composante musicale Cstar, W9 et M6. Réduction de l'offre globale pour la quatrième année consécutive (-358 heures entre 2020 et 2021), en raison de la diminution des vidéomusiques (constituant 95 % de la programmation musicale).
- Hausse de 365 heures de l'offre de spectacles et concerts, sans revenir au volume horaire diffusé antérieurement à la crise sanitaire (186 heures de moins par rapport à 2019).
- Forte progression du poids du secteur public au sein de l'offre de spectacles et de concerts (+21 points). **52 % des spectacles proposés sont diffusés par France 4** (+42 points soit 947 heures supplémentaires par rapport à 2020), en raison de la réorientation éditoriale de la chaîne et de la création de sa case Culturebox en soirée. En parallèle, réduction importante du poids de CStar et, plus accessoirement, de C8 (-17 et -3 points, soit -251 et -32 heures).

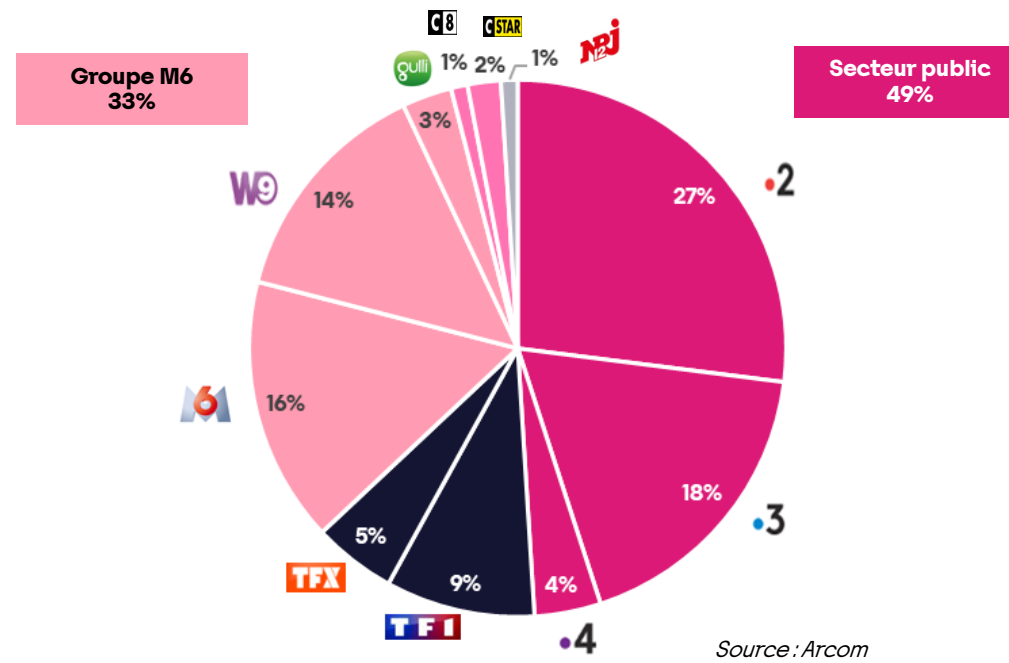
Les autres divertissements et les jeux

Répartition de l'offre d'autres divertissements par chaîne (10 962 h)



Source : Arcom

Répartition de l'offre de jeux par chaîne (5 426 h)



Source : Arcom

- Progression de l'offre des autres divertissements diffusés (+713 heures) par rapport à 2020. 49 % de cette offre diffusés par TFX, C8 et RMC Découverte avec des programmes variés tels que *Mamans et célèbres*, *Tattoo cover sauveurs de tatouage*, *La villa des cœurs brisés*, *Touche pas à mon poste*, *Gym direct*, *Le grand bêtisier*, *Americars*, *Mecanos express* ou encore *Retour à l'instinct primaire*.
- Baisse de 161 heures des jeux diffusés en 2021, **proposés à hauteur de 49 % par France 2, France 3 et France 4** (en baisse de 2 points) avec les jeux récurrents tels que *Tout le monde veut prendre sa place*, *N'oubliez pas les paroles*, *Questions pour un champion*. Un tiers de l'offre proposé par le groupe M6, en hausse de 3 points par rapport à 2020 avec l'augmentation de la diffusion sur Gulli des jeux diffusés également sur M6 : *Pékin express*, *Le meilleur pâtissier...* Accroissement de l'offre de TFX notamment avec la diffusion de *La bataille des couples* et *4 mariages et une lune de miel* (+3 points).

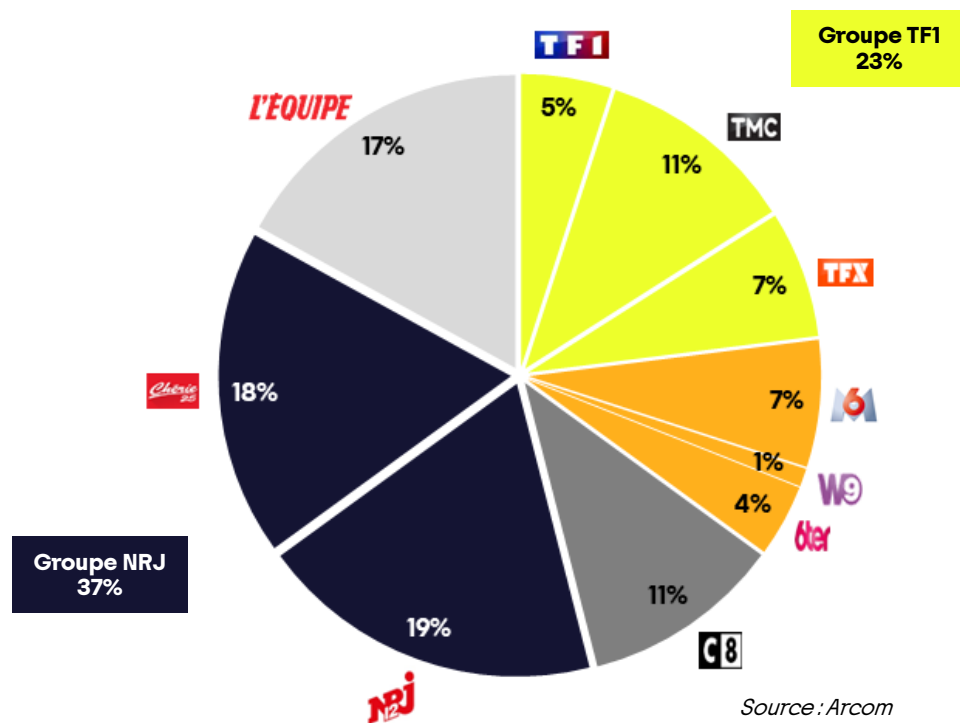
# 07

## LE TÉLÉCHAT ET LA PUBLICITÉ

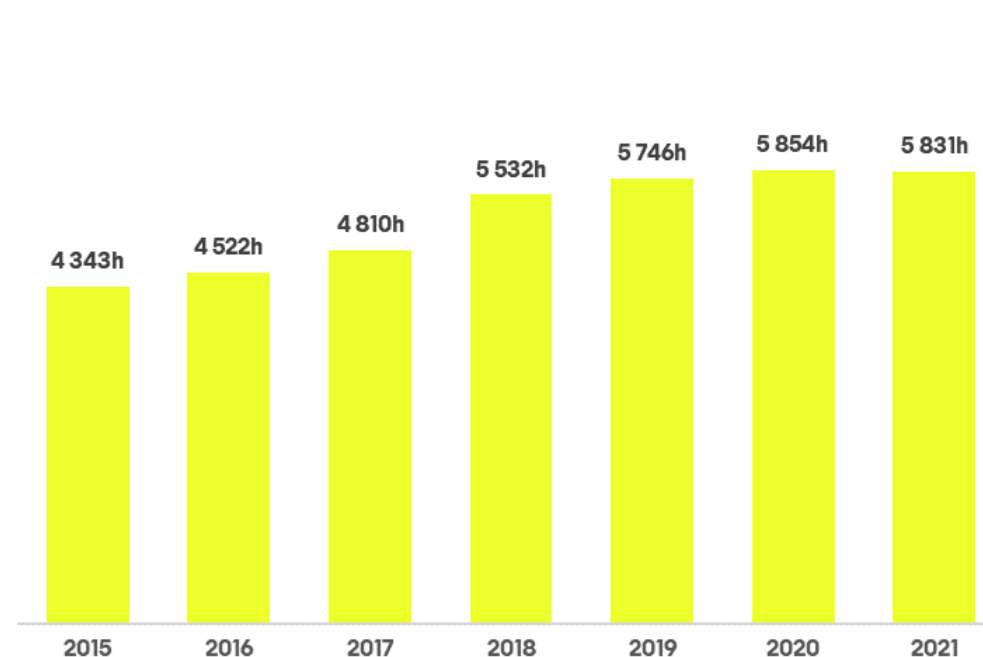


Le téléachat

Répartition de l'offre par éditeur  
(5 831 h)



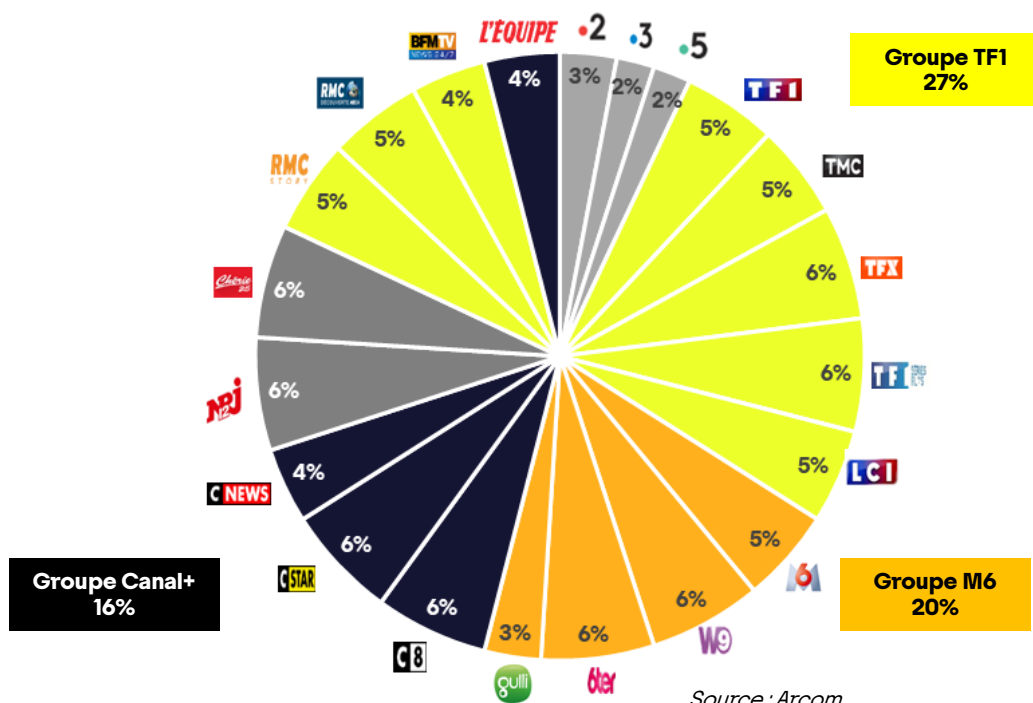
Evolution de l'offre 2015-2021  
(en volume horaire)



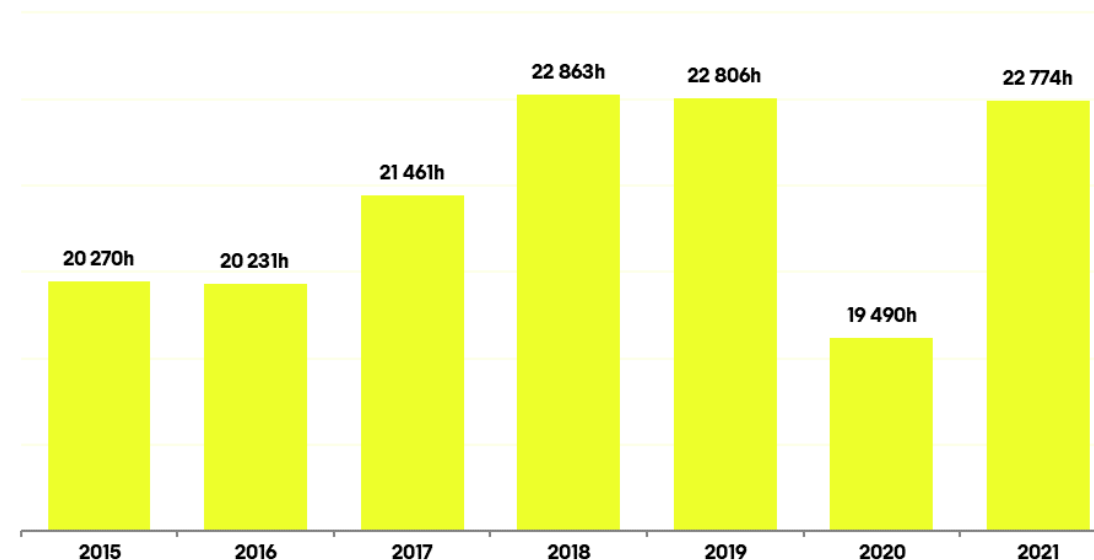
- Quasi-stabilité du volume horaire du téléachat diffusé en 2021 (-23 heures par rapport à 2020). Répartition stable entre les différentes chaînes entre 2020 et 2021 : représentation importante des antennes gratuites du groupe NRJ (37 % de l'offre) et de L'Équipe (17%).
- Augmentation de l'offre de 1 488 heures entre 2015 et 2021 avec, en parallèle, une augmentation du nombre de chaînes en diffusant de huit à dix.

La publicité

Répartition de l'offre par éditeur  
(22 774h)



Evolution de l'offre 2015-2021  
(en volume horaire)



- Forte représentativité du secteur privé des télévisions gratuites dans l'offre globale de publicité, principalement en raison de l'interdiction de la diffusion de messages publicitaires après 20 heures sur les antennes du groupe France Télévisions.
- Après une forte baisse en 2020 en raison de la crise sanitaire (-3 284 heures), retour du volume de publicité au niveau des années antérieures. Entre 2015 et 2021, augmentation de l'offre globale de 2 504 heures grâce à la progression des volumes diffusés par la quasi-totalité des chaînes privées gratuites.

# LES CHIFFRES CLÉS DE LA PROGRAMMATION DES TÉLÉVISIONS GRATUITES NATIONALES

**Exercice 2021**