

R É P U B L I Q U E F R A N Ç A I S E

BUDGET GÉNÉRAL  
MISSION MINISTÉRIELLE  
PROJETS ANNUELS DE PERFORMANCES  
ANNEXE AU PROJET DE LOI DE FINANCES POUR

2022

FRANCE TÉLÉVISIONS



PROGRAMME 841

---

**FRANCE TÉLÉVISIONS**

MINISTRE CONCERNÉ : BRUNO LE MAIRE, MINISTRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA RELANCE

## PRÉSENTATION STRATÉGIQUE DU PROJET ANNUEL DE PERFORMANCES

### Jean-Baptiste GOURDIN

*Directeur général des médias et des industries culturelles*

Responsable du programme n° 841 : France Télévisions

Le programme 841 a pour objet le financement de France Télévisions. En application de l'article 44 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, France Télévisions est chargée de concevoir et programmer des émissions de télévision à caractère national, régional et local ainsi que des émissions de radio ultramarines.

Dans un environnement audiovisuel bouleversé par la démultiplication de l'offre, le développement des usages non linéaires et une intensification de la concurrence d'acteurs internationaux, le groupe France Télévisions poursuit sa transformation dans le cadre des orientations arbitrées par le Gouvernement mi-2018, qui constituent encore davantage qu'hier des enjeux centraux en raison de la crise sanitaire de la Covid-19 et de ses répercussions. L'objectif est de renforcer la valeur ajoutée de ses contenus et son utilité sociale tout en s'adaptant à la révolution numérique pour s'adresser à tous les publics, à travers la mise en œuvre de cinq priorités fixées pour l'ensemble du secteur audiovisuel public : la création et la culture ; la jeunesse et l'éducation ; l'information ; la proximité et l'Europe et les actions extérieures.

Ces orientations ont été réaffirmées dans le contrat d'objectifs et de moyens (COM) couvrant la période 2020-2022, signé entre l'Etat et la société le 12 mai dernier conformément aux dispositions de l'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication qui traduit cette volonté forte pour une offre de service public audiovisuelle ambitieuse, et fixe à France Télévisions les priorités spécifiques suivantes, complémentaires des priorités transverses :

- consolider la confiance dans l'information (i) ;
- proposer une offre éducative et divertissante riche pour les jeunes publics (ii) ;
- soutenir la création audiovisuelle et cinématographique et le secteur culturel (iii) ;
- s'engager en faveur de l'égalité, de l'inclusion et de la représentation de la diversité (iv) ;
- poursuivre la régionalisation portée par les synergies avec Radio France et renforcer l'exposition des Outre-mer (v).

(i) Face au risque de manipulation et à la multiplication des sources, l'information de service public incarnée par France Télévisions doit constituer une référence en matière de fiabilité, de pédagogie et de mise en perspective des événements. Forte de sa rédaction nationale désormais unifiée et de son offre de magazines, France Télévisions s'attachera à maintenir sa place de 1<sup>ère</sup> plateforme d'information consultée au quotidien, notamment par le biais d'un renforcement des moyens consacrés au média global franceinfo.

(ii) En matière de jeunesse et d'éducation, France Télévisions a pour objectif de renforcer son ancrage auprès des jeunes publics avec des programmes à la fois ambitieux et accessibles, adaptés à chaque tranche d'âge. La vocation éducative du groupe, qui s'est exprimée avec force durant la crise sanitaire du printemps 2020, a en particulier vocation à trouver une place renforcée tant dans les contenus télévisuels qu'à travers Lumni, l'offre éducative commune des entreprises de l'audiovisuel public lancée fin 2019. Parallèlement, France Télévisions déploie un ensemble de contenus divertissants, diversifiés et de qualité destinés aux enfants sur tous les écrans à travers Okoo, offre et application destinées à ce public, lancée en décembre 2019. A destination des adolescents et jeunes adultes, Slash poursuit son développement autour de nouveaux contenus innovants, notamment en fiction originale française.

Le maintien de la chaîne France 4, annoncé le 18 mai dernier par le Président de la République, doit permettre à France Télévisions de proposer une programmation articulée autour de deux axes, jeunesse en journée et culture en soirée. En journée, la programmation de la chaîne, sous le label « Okoo », s'adressera aux enfants, aux jeunes et à leurs parents. Elle permettra à ces publics de continuer à regarder une chaîne de service public proposant des programmes dédiés aux enfants, sans publicité. Elle contribuera également au dynamisme de l'animation et de la création françaises, qui continueront d'être exposées quotidiennement sur France 4. En soirée, la programmation de France 4, sous le label Culturebox, proposera une offre culturelle composée de spectacles vivants dans toute leur

diversité, de manifestations, magazines, documentaires et divertissements culturels ainsi que d'œuvres cinématographiques d'art et d'essai. Cette offre, diffusée depuis le 3 mai dernier sur la chaîne, permet de capitaliser sur le succès de la chaîne éphémère Culturebox lancée le 1er février sur le canal 19 de la TNT, qui a su toucher son public en donnant à la scène française une exposition inédite.

(iii) Afin de faire face à la concurrence de plateformes mondialisées, la création française, notamment en fiction, doit être toujours plus innovante, ce qui implique le maintien d'un haut niveau d'investissement et le développement de formats et d'écritures toujours plus adaptés au numérique et aux jeunes publics. 2019 et 2020 ont vu la conclusion d'accords structurants entre France Télévisions et les organisations professionnelles représentant la création audiovisuelle et cinématographique, qui portent un engagement d'investissement global de 480 M€ parallèlement à une modernisation des droits d'exploitation des œuvres. Dans le contexte issu de la crise sanitaire, cet investissement a été porté à 500 M€ en 2021 ; niveau que le groupe prévoit de maintenir en 2022 conformément à l'engagement pris dans son COM 2020-2022. Les alliances de création avec d'autres diffuseurs européens ou nationaux sont également renforcées. Le rôle et la responsabilité de France Télévisions à l'égard des industries culturelles, durement frappées par la crise, empruntera également la voie d'une action résolue en direction de l'exposition du spectacle vivant et du livre et plus généralement du rayonnement de la culture, dans la continuité des initiatives conduites pendant la crise sanitaire, notamment à travers la programmation Culturebox proposée en soirée sur France 4.

(iv) En tant que média de service public, l'offre de France Télévisions s'attachera par ailleurs à être toujours plus inclusive et représentative de tous les citoyens. A ces fins, la parité et la représentation de la diversité seront systématiquement recherchées, dans les contenus comme dans les structures.

(v) Enfin, s'agissant de la proximité et de la représentation des territoires, France Télévisions développera de véritables médias globaux dans les territoires pour répondre aux enjeux de cohésion nationale et de résorption des fractures territoriales. Dans cette perspective, la régionalisation de France 3 poursuivra sa montée en puissance, notamment par le biais de l'amplification des collaborations avec le réseau France Bleu et la généralisation des matinales communes, ainsi que le développement d'une plateforme numérique de proximité partagée en collaboration avec Radio France. La stratégie de média global sera également confortée dans les territoires ultramarins. Le renforcement de la visibilité des Outre-mer dans l'ensemble des offres du groupe de France Télévisions sera également poursuivi.

La mise en œuvre de ces orientations s'inscrit dans le cadre d'une trajectoire budgétaire contrainte, avec une baisse de la dotation publique prise sur la contribution à l'audiovisuel public allouée au groupe de 160 M€ HT entre 2018 et 2022, conformément aux annonces au Gouvernement en 2018 visant à associer le secteur audiovisuel public au nécessaire effort de maîtrise des dépenses publiques.

Pour 2022, la société fonde ainsi ses prévisions sur une baisse de sa dotation de 14 M€ HT par rapport à 2021.

## RÉCAPITULATION DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

<b>OBJECTIF 1</b>	<b>Proposer une offre de service public, axée sur la création française et européenne dans un univers de média global</b>
INDICATEUR 1.1	Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales
INDICATEUR 1.2	Qualité des programmes de fiction et d'information
<b>OBJECTIF 2</b>	<b>S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique</b>
INDICATEUR 2.1	Audiences de France Télévisions
<b>OBJECTIF 3</b>	<b>Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire</b>
INDICATEUR 3.1	Maîtrise des charges
INDICATEUR 3.2	Ressources propres
INDICATEUR 3.3	Résultat d'exploitation

INDICATEUR 3.4      Index égalité femmes-hommes

## OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

### ÉVOLUTION DE LA MAQUETTE DE PERFORMANCE

A la suite de la signature du contrat d'objectifs et de moyens (COM) 2020-2022 en mai 2021, il a été décidé d'aligner le périmètre de certains indicateurs du projet annuel de performance sur celui des indicateurs analogues prévus dans le COM. Par ailleurs, dans le cadre des travaux relatifs à un budget sensible au genre, l'indicateur prévu dans le COM relatif à l'égalité femmes-hommes a été intégré. Enfin, un indicateur de suivi des équivalents temps plein vient compléter l'indicateur de performance relatif à la maîtrise des charges de personnel.

### OBJECTIF

1 – Proposer une offre de service public, axée sur la création française et européenne dans un univers de média global

L'objectif de proposer une offre de service public axée sur la création française et européenne dans un univers de média global est inchangé. Sa mise en œuvre est suivie à travers deux indicateurs de performance (part des dépenses de programmes dans les dépenses totales et qualité des programmes de fiction et d'information), complétés par des indicateurs de contexte supplémentaires qui ne sont pas toujours assortis de cibles, mais dont le suivi permet de mieux éclairer le Parlement.

#### Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales

La ressource affectée à France Télévisions doit être prioritairement dédiée aux dépenses de programmes, qui constituent le cœur de sa mission de service public. Cette priorité doit se traduire dans la structure des charges du groupe. L'indicateur retenu pour mesurer la réalisation de cet objectif correspond à la part des dépenses de programmes dans les dépenses totales.

#### Qualité des programmes de fiction et d'information

Cet indicateur vise à mesurer la perception de la qualité de deux types de programmes emblématiques du service public, à savoir l'information et la fiction :

- l'information est au cœur de la mission de service public de France Télévisions, qui est le premier groupe audiovisuel en volume d'heures d'information diffusé sur ses antennes ;
- en matière de fiction, la société, qui porte plus de la moitié des apports des chaînes de télévision à la fiction française, en est le premier financeur.

### INDICATEUR

#### 1.1 – Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision PAP 2021	2021 Prévision actualisée	2022 Prévision	2023 Cible
Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales	%	81,4	80,3	Non déterminé	81,3	>= 80%	Non déterminé

#### Précisions méthodologiques

Source des données : France Télévisions.

#### Mode de calcul :

Les dépenses de programmes correspondent au coût de grille. Les dépenses totales correspondent aux charges d'exploitation du diffuseur.

La prévision actualisée 2021 correspond à la reprévision présentée au Conseil d'administration du 8 juillet 2021.

## JUSTIFICATION DES PRÉVISIONS ET DE LA CIBLE

Le double contexte de diminution des concours publics alloués à France Télévisions et de crise sanitaire rencontré en 2020 a conduit le groupe à adapter avec réactivité son offre de programmes ainsi que ses activités et son organisation du travail, tout en maintenant ses engagements en faveur de la création audiovisuelle et cinématographique aux niveaux prévus au budget et en déployant un plan de soutien aux industries culturelles mises à l'arrêt (création audiovisuelle, spectacle, livre, cinéma, presse). Malgré le ralentissement général des activités de fabrication interne (émissions, fictions, feuilletons...) et de reportage, l'annulation ou le report d'évènements majeurs (Jeux olympiques, évènements sportifs, spectacles vivants...), l'offre de programmes a été à la fois adaptée et préservée.

Parallèlement, le maintien d'une gestion rigoureuse dans toutes les directions de l'entreprise a permis de contenir le niveau général des charges hors programmes et ainsi de limiter les effets de la diminution significative des ressources publicitaires. Nonobstant le caractère inédit de la situation, les dépenses de programmes représentent toujours le poste essentiel des charges opérationnelles de l'entreprise, soit 80,3%.

S'agissant de l'année 2021, elle s'inscrit dans un contexte de réduction des concours publics, avec une baisse de la contribution à l'audiovisuel public (-60 M€ HT), cependant minorée par la dotation budgétaire prévue dans le cadre du plan de relance (45 M€), cette dernière devant permettre à l'entreprise de faire face aux impacts 2021 de la crise sanitaire, et notamment au report des Jeux olympiques. Parallèlement, les ressources publicitaires du groupe devraient connaître une hausse, avec la prévision de bonnes audiences des chaînes du groupe amplifiée par les grands événements sportifs internationaux. L'année 2021 s'inscrit également dans la sortie progressive de la crise sanitaire avec la réorganisation de l'offre de contenus, et la prolongation de France 4 jusqu'à la fin de l'année.

Dans ce contexte, les engagements de France Télévisions en matière de création, d'innovation et de proximité avec l'ensemble de ses publics sont confirmés à leur niveau prévu avec notamment le renforcement de l'exposition de la culture, de l'éducation et des offres des Outre-mer sur les antennes linéaires et non linéaires.

Les programmes représenteront toujours en 2021 une part essentielle des charges opérationnelles. L'indicateur devrait connaître une progression pour atteindre une prévision de 81,3%, traduisant l'effet conjugué d'une hausse de près de 2% des dépenses de programmes et d'une baisse de l'ordre de 4,5% des dépenses hors programmes (traduisant la poursuite des efforts de maîtrise des charges).

En 2022, France Télévisions prévoit de poursuivre sa transformation en préservant ses objectifs prioritaires, à la fois sur ses antennes linéaires et non linéaires : la qualité et la diversité de l'offre d'information et des programmes à destination des jeunes publics, le renforcement de son action en faveur de la culture et de la création, le développement de l'offre de proximité, et le rayonnement numérique.

La priorité restera donc accordée aux dépenses de programmes avec une cible supérieure à 80%.

Les prévisions sur cet indicateur seront précisées lors de la construction du budget pour 2022.

## INDICATEUR

### 1.2 – Qualité des programmes de fiction et d'information

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision PAP 2021	2021 Prévision actualisée	2022 Prévision	2023 Cible
Indicateur de qualité des programmes de fiction française	Note sur 10	7,9	7,9	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé
Qualité des programmes d'information	Note sur 10	6,1	6	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé

**Précisions méthodologiques**

Source des données : Harris et IFOP.

Mode de calcul :

- Pour la qualité de la fiction, les chiffres correspondent à la moyenne des notes obtenues par les programmes de fiction française diffusés sur France 2 et France 3. Ces notes sont fournies par le baromètre qualitatif, appelé « Quali TV », enquête quotidienne d'évaluation de la qualité des programmes, piloté par l'institut de sondage Harris Interactive. Chaque jour, 1 800 à 2 000 individus âgés de 15 ans ou plus évaluent les émissions en leur donnant une note sur 10. La notion de « qualité » repose sur la note d'impact qui agrège des indicateurs de satisfaction, mais également de souvenir, d'attention et de recommandation.

- Pour la qualité de l'information, les chiffres sont issus d'une étude annuelle initiée en 2016, réalisée par l'institut IFOP auprès d'un échantillon de 2 000 individus représentatif de la population de 15 ans et plus. Les répondants ont évalué les offres d'information de France Télévisions et de ses principaux concurrents par des notes de satisfaction (note sur 10). France Télévisions mesure au premier trimestre de l'année n+1 les résultats de l'année n. L'étude de perception de la qualité de l'offre d'information pour 2018 a été réalisée du 12 au 19 mars 2019 ; celle pour 2019 a été réalisée du 27 janvier au 7 février 2020 (avant le confinement).

**Indicateur de suivi 1-2-1 : Volume d'heures de fiction diffusées sur les antennes de France Télévisions**

Source des données : Harris et IFOP.

Mode de calcul :

- Pour la qualité de la fiction, les chiffres correspondent à la moyenne des notes obtenues par les programmes de fiction française diffusés sur France 2 et France 3. Ces notes sont fournies par le baromètre qualitatif, appelé « Quali TV », enquête quotidienne d'évaluation de la qualité des programmes, piloté par l'institut de sondage Harris Interactive. Chaque jour, 1 800 à 2 000 individus âgés de 15 ans ou plus évaluent les émissions en leur donnant une note sur 10. La notion de « qualité » repose sur la note d'impact qui agrège des indicateurs de satisfaction, mais également de souvenir, d'attention et de recommandation.

- Pour la qualité de l'information, les chiffres sont issus d'une étude réalisée chaque année auprès d'un échantillon de 2 000 individus représentatif de la population de 15 ans et plus. Les répondants ont évalué les offres d'information de France Télévisions et de ses principaux concurrents par des notes d'appréciation (note sur 10) et des items d'image. France Télévisions mesure au premier trimestre de l'année n+1 les résultats de l'année n. L'étude de perception de la qualité de l'offre d'information pour 2018 a été réalisée du 12 au 19 mars 2019 ; celle pour 2019 a été réalisée du 27 janvier au 7 février 2020 ; celle pour 2020, du 12 au 19 février 2021.

**Indicateur de suivi 1-2-1 : Volume d'heures de fiction diffusées sur les antennes de France Télévisions**

- **Périmètre Groupe**

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision
Volume d'heures de fiction diffusées	Nombre d'heures	5 448	5 000	4 070	n.d.

**Précisions méthodologiques**

Source des données : rapport d'exécution du cahier des charges de France Télévisions.

Mode de calcul : nombre d'heures de fiction diffusées sur France 2 France 3, France 4, France 5 et France Ô (jusqu'en août 2020). Ce volume intègre les heures de fiction jeunesse.

Données de contexte : le volume d'heures de fiction diffusées sur les antennes du groupe est en diminution en 2020 par rapport à 2019 en raison de :

- la fermeture à l'été 2020 de France Ô, dont la fiction composait une part importante de la grille ;
- les évolutions de la grille de France 4 intervenues en 2020 liées au renforcement des programmes pédagogiques (France 4 « première classe de France ») dans le contexte de la crise sanitaire et à la fermeture de la chaîne qui devait intervenir à l'été 2020.

- **Périmètre Historique**

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision
--	-------	---------------------	---------------------	---------------------	-------------------



## France Télévisions

Programme n° 841 | OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

Volume d'heures de fiction diffusées	Nombre d'heures	2 248	2 191	2 228	n.d.
--------------------------------------	-----------------	-------	-------	-------	------

Source des données : rapports d'exécution du cahier des charges de France Télévisions.

Mode de calcul : Nombre d'heures de fiction diffusées sur France 2 France 3 et France 5.

Données de contexte : France 2, France 3 et France 5 diffusent davantage de fiction en 2020 qu'en 2019, le genre demeurant au centre de la stratégie du groupe.

**Indicateur de suivi 1-2-2 : Dépenses en faveur de la production d'œuvres audiovisuelles européennes et d'expression originale française**

Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision	2021 Prévision actualisée
En M€	420,3	421,5	422,1	420	440

**Précisions méthodologiques**

Source des données : France Télévisions et CSA (bilans annuels de la société nationale de programmes France Télévisions).

Mode de calcul : Dépenses réglementaires consacrées à la production d'œuvres audiovisuelles patrimoniales françaises et européennes (fiction, documentaire, animation, spectacles vivants), intégrant les investissements dans les documentaires régionaux et ultramarins.

**Indicateur de suivi 1-2-3 : Mesure de la qualité de l'information par type de programme**

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision
Journaux télévisés	Note sur 10	6,4	6,4	6,4	n.d.
Chaîne d'information en continu	Note sur 10	5,8	5,8	5,8	n.d.
Sites et applications d'information	Note sur 10	5,6	5,9	5,6	n.d.
Magazines d'information	Note sur 10	6,3	6,3	6,2	n.d.

**Précisions méthodologiques**

Source des données : IFOP.

Mode de calcul : étude réalisée chaque année auprès d'un échantillon de 2 000 individus représentatif de la population de 15 ans et plus. Les répondants ont évalué les offres d'information de France Télévisions et de ses principaux concurrents par des notes d'appréciation (note sur 10) et des items d'image. France Télévisions mesure au premier trimestre de l'année n+1 les résultats de l'année n. L'étude de perception de la qualité de l'offre d'information pour 2018 a été réalisée du 12 au 19 mars 2019 ; celle pour 2019 a été réalisée du 27 janvier au 7 février 2020 ; celle pour 2020, du 12 au 19 février 2021.

**Précisions méthodologiques**

Source des données : France Télévisions.

Mode de calcul :

\*Cet indicateur est centré sur les seules antennes linéaires de France 2, France 3 et France 5, sur la base des quotas de diffusion validés par le CSA. Ce volume intègre les heures de fiction jeunesse, mais n'intègre pas les nouvelles fictions exclusivement produites et diffusées sur les offres numériques France.tv ou Slash. La baisse du volume horaire (-57 heures) s'explique par une moindre rediffusion de fictions.

**Indicateur de suivi 1-2-2 : Dépenses en faveur de la production d'œuvres audiovisuelles européennes et d'expression originale française**

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Prévision	2020 Prévision actualisé	2020 Cible	2021 Prévision
Investissement dans la création audiovisuelle	En M€	421,3	421,6	420	420	420	440

**Précisions méthodologiques**

Source des données : France Télévisions et CSA (bilans annuels de la société nationale de programmes France Télévisions).

Mode de calcul : Dépenses réglementaires consacrées à la production d'œuvres audiovisuelles patrimoniales françaises et européennes (fiction, documentaire, animation, spectacles vivants), intégrant les investissements dans les documentaires régionaux et ultramarins.

**Indicateur de suivi 1-2-3 : Mesure de la qualité de l'information par type de programme**

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Prévision	2020 Prévision actualisé	2020 Cible	2021 Prévision
Journaux télévisés	Note sur 10	6,4	6,4	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Chaîne d'information en continu	Note sur 10	5,8	5,8	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Sites et applications d'information	Note sur 10	5,6	5,9	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Magazines d'information	Note sur 10	6,3	6,3	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

**Précisions méthodologiques**

Source des données : IFOP.

Mode de calcul : étude réalisée chaque année auprès d'un échantillon de 2 000 individus représentatif de la population de 15 ans et plus. Les répondants ont évalué les offres d'information de France Télévisions et de ses principaux concurrents par des notes de satisfaction (note sur 10) et des items d'image.

**JUSTIFICATION DES PRÉVISIONS ET DE LA CIBLE****Indicateur de qualité des programmes de fiction**

France Télévisions entend maintenir un niveau élevé de qualité pour les fictions françaises qu'elle cofinance et diffuse.

La fiction française constitue un enjeu prioritaire pour le groupe qui continuera d'en améliorer la qualité et la singularité. Dans cette perspective, France Télévisions poursuivra notamment la diversification de sa politique de création, avec un engagement renforcé dans des coproductions européennes ambitieuses. Par ailleurs, l'entreprise compte faire évoluer son offre et diversifier les écritures, les thèmes et les supports de diffusion pour conquérir de nouveaux publics tout en conservant la solide assise de ses fictions les plus populaires.

**Indicateur de qualité de l'information**

France Télévisions a l'ambition de proposer une information de service public de référence, reconnue pour son sérieux, sa rigueur et son impartialité. Afin d'améliorer la perception de son offre d'information, France Télévisions continuera de déployer des initiatives renforcées pour lutter contre les infox, offrir une large couverture des grands événements de l'actualité nationale, internationale et européenne et consolider la place de franceinfo comme premier média global d'information en France.

## OBJECTIF mission

### 2 – S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique

Ce deuxième objectif décline les différents résultats d'audience obtenus par France Télévisions, par le biais à la fois de ses canaux de diffusion traditionnels et de ses offres délinéarisées. Sa mise en œuvre est mesurée à travers cinq indicateurs de performance (audience cumulée hebdomadaire des chaînes de France Télévisions, audience des offres numériques tous supports, couverture hebdomadaire 4 écrans, vidéos vues chaque mois (hors plateformes externes), nombre d'utilisateurs mensuels des offres numériques de France Télévisions (hors information)) complétés par des indicateurs de suivi supplémentaires permettant de mieux éclairer le Parlement.

Le suivi des performances évoluant avec les usages, de nouveaux indicateurs ont été renseignés dans le cadre du présent projet, ajoutés aux indicateurs d'ores et déjà existants et maintenus à titre transitoire pour assurer une continuité de lecture et d'analyse.

#### Audience des chaînes

La mesure de l'audience des antennes de France Télévisions permet de s'assurer que la société prend en compte les attentes des téléspectateurs en s'adressant au public le plus large, à travers une programmation de qualité, axée notamment sur la création française et européenne.

Elle est analysée à travers :

- des indicateurs de performance mesurant :
  - l'audience linéaire cumulée hebdomadaire des chaînes de France Télévisions ;
  - la couverture hebdomadaire 4 écrans. Cet indicateur est issu du COM 2020-2022 et constitue l'indicateur de référence en matière de couverture (le « reach »). C'est un indicateur complet et aligné sur les usages. Il est hebdomadaire, comme la programmation des antennes linéaires et des plateformes vidéos, et prend en compte la consommation des programmes sur l'ensemble des 4 écrans, qu'elle soit linéaire ou non linéaire. Disponible pour les publics de 4 ans et plus et sur cibles, il permet de suivre le lien de France Télévisions avec tous les Français, de manière plus fine et pertinente que la couverture mensuelle, qui a tendance à lisser les chiffres et qui porte sur le seul poste de télévision
- des indicateurs de suivi :
  - de la couverture mensuelle sur 4 écrans ;
  - des audiences par tranche d'âge aux fins de suivre l'attrait des chaînes du service public pour les différentes générations.

#### Audience des offres numériques tous supports

Conformément aux orientations fixées par le Gouvernement, France Télévisions s'est engagée à accélérer son déploiement sur le numérique, notamment en développant des contenus et services dédiés. Cette progression de l'offre doit se traduire par une croissance significative des audiences numériques, témoignant notamment d'une capacité accrue à attirer des publics et des générations qui tendent à se détourner des écrans traditionnels.

Elle est mesurée à travers trois indicateurs de performance :

- les audiences des offres numériques tous supports, qui permettent d'agréger l'ensemble de la consommation des contenus de la société sur le numérique ;
- les vidéos vues chaque mois sur les « environnements propriétaires », autrement dit sur les offres dont France Télévisions maîtrise la distribution (France.tv principalement) ; *ce nouvel indicateur est issu du COM 2020-2022 ; il permet de rendre compte de la consommation par les téléspectateurs des programmes du service public proposés au sein des offres que la société édite elle-même. Il s'agit d'un indicateur de référence sur le marché des éditeurs de contenus, notamment audiovisuels. Il rend également compte de la capacité de la société à faire venir les publics sur ses offres, sans intermédiation. Il s'agit là d'une priorité stratégique pour le service public, afin de ne pas*

dépendre des plateformes tierces, et de garder un lien direct et sûr dans des environnements de confiance avec les téléspectateurs ;

- le nombre d'utilisateurs mensuels des offres numériques de France Télévisions (hors information) ; ce nouvel indicateur est issu du COM 2020-2022 et constitue un autre indicateur de référence sur le marché. Il permet de rendre compte du nombre d'utilisateurs qui consultent les pages de France Télévisions, sans pour autant consommer de programmes audiovisuels à proprement parler.

## INDICATEUR mission

### 2.1 – Audiences de France Télévisions

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision PAP 2021	2021 Prévision actualisée	2022 Prévision	2023 Cible
Audience cumulée hebdomadaire des chaînes de France Télévisions	%	68,6	75,2	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé
Audience des offres numériques tous supports	millions	817	960	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé
Couverture hebdomadaire 4 écrans	%	74	81	Sans objet	>= 80%	>= 80%	Non déterminé
Vidéos vues chaque mois (hors plateformes externes)	millions	151	176	Sans objet	>= 2020	>= 2021	Non déterminé
Nombre d'utilisateurs mensuels des offres numériques de France Télévisions (hors information)	millions	8,9	14,6	Sans objet	>= 2020	20,5	Non déterminé

#### Précisions méthodologiques

Audience cumulée hebdomadaire des chaînes de France Télévisions

Source des données : Médiamétrie, France Télévisions.

Mode de calcul : Pourcentage des téléspectateurs ayant regardé les chaînes du groupe France Télévisions sur le poste de télévision pendant au moins quinze minutes consécutives ou non dans la semaine.

En 2017, Médiamétrie a modifié la méthode de calcul de l'audience cumulée. Auparavant basée sur les individus du panel ayant répondu tous les lundis au cours de la période étudiée, cet indicateur est désormais calculé sur la base des individus ayant répondu durant au moins 90% des jours de la période étudiée ainsi que le dernier jour. La prévision 2019 et la cible 2020 ont été définies en 2016, avant que Médiamétrie ne soit en capacité de mesurer la couverture hebdomadaire sur les 4 écrans. Cet indicateur pourra évoluer dans un horizon proche.

Audience des offres numériques

Source des données : France Télévisions, AT Internet.

Mode de calcul : nombre de vidéos vues, toutes plateformes et tous supports. Mesure réalisée mensuellement sur les plateformes éditées par France Télévisions et les plateformes externes. Web, mobiles, tablettes et IPTV. Suite à des réajustements de périmètres liés à l'évolution des offres, l'audience des offres numériques réalisée en 2016 a été recalculée. Le périmètre de l'indicateur (toutes plateformes) pourra évoluer dans un horizon proche pour tenir compte de l'inflexion stratégique évoquée supra.

#### Indicateur de suivi 2-1-1 : Audience 4 écrans

Audience des chaînes

Source des données : Médiamétrie, France Télévisions.

Mode de calcul : Pourcentage des téléspectateurs ayant regardé les chaînes du groupe France Télévisions sur le poste de télévision pendant au moins quinze minutes consécutives ou non dans la semaine.

En 2017, Médiamétrie a modifié la méthode de calcul de l'audience cumulée. Auparavant basée sur les individus du panel ayant répondu tous les lundis au cours de la période étudiée, cet indicateur est désormais calculé sur la base des individus ayant répondu durant au moins 90% des jours de la période étudiée ainsi que le dernier jour. La prévision 2019 et la cible 2020 ont été définies en 2016, avant que Médiamétrie ne soit en capacité de mesurer la couverture hebdomadaire sur les 4 écrans. Cet indicateur pourra évoluer dans un horizon proche.

Audience des offres numériques tous supports

Source des données : France Télévisions, AT Internet.

Mode de calcul : nombre de vidéos vues, toutes plateformes et tous supports. Mesure réalisée mensuellement sur les plateformes éditées par France Télévisions et les plateformes externes. Web, mobiles, tablettes et IPTV. A la suite de réajustements de périmètres liés à l'évolution des offres, l'audience des offres numériques réalisée en 2016 a été recalculée. Le périmètre de l'indicateur (toutes plateformes) pourra évoluer dans un horizon proche pour tenir compte de

## France Télévisions

Programme n° 841 | OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

l'inflexion stratégique évoquée *supra*.

Couverture hebdomadaire 4 écrans

Source des données : Médiamétrie – Ad hoc Groupe France Télévisions Parent Vidéo 4 écrans

Mode de calcul : périmètre 4 écrans de France Télévisions :

- Sur l'écran de télévision : l'ensemble des contenus diffusés sur les chaînes du groupe et consommés en Live, en différé ou en télévision de rattrapage.
- Sur les écrans numériques (ordinateur, mobile et tablette) : l'ensemble des contenus vidéo consommés sur les univers propriétaires du groupe par le biais des « Players ». Les audiences sur YouTube et Facebook ne sont donc pas comptabilisées.

Couverture hebdomadaire : % d'individus ayant été en contact sur une semaine moyenne avec au moins une des chaînes du groupe France Télévisions (seuil : 10 secondes consécutives).

Vidéos vues chaque mois (hors plateformes externes)

Source des données : Médiamétrie - eStat

Mode de calcul : moyenne mensuelle en millions. Environnements France Télévisions, hors réseaux sociaux et plateformes externes : France.tv sur FAI (estimation) et agrégateurs (Ma TV Orange, My Canal), autres plateformes éditées par France Télévisions (franceinfo, Okoo, Lumni...).

Le comptage d'une vidéo vue obéit à deux conditions :

1. si l'utilisateur lance un flux et ne fait aucune action sur le player, une session est comptabilisée dès que le temps passé sur un contenu est supérieur à 10 secondes.
2. si l'utilisateur fait une action sur le player avant les 10 premières secondes (« play », « pause », « stop », « marche avant », « marche arrière »), la session sera comptabilisée.

La technologie eStat'Streaming est la mesure de référence pour les acteurs TV présents sur le digital : elle nourrit également la nouvelle mesure TV qui inclut les écrans digitaux. L'intérêt de l'indicateur de vidéos vues réside surtout au niveau éditorial, cela permet d'identifier les contenus forts au sein des différentes offres.

Nombre d'utilisateurs mensuels des offres numériques de France Télévisions (hors information)

Source des données : France Télévisions, AT Internet.

Mode de calcul : moyenne mensuelle en millions de visiteurs uniques, tous écrans hors interfaces FAI des box internet, offres France.tv, Lumni, Okoo et sites propriétaires.

#### Indicateur de suivi 2-1-1 : Audience 4 écrans

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	Prévision
Audience 4 écrans couverture mensuelle	%	89,4	88,9	92,8	

#### Précisions méthodologiques

Source des données : Médiamétrie – Ad hoc Groupe France Télévisions Parent Vidéo 4 écrans

Mode de calcul : Taux de couverture mensuelle 4 écrans. Cet indicateur lancé par Médiamétrie en juin 2016 prend en compte l'ensemble des écrans (télévision, ordinateur, mobile et tablette). Il n'est fourni par Médiamétrie à un rythme hebdomadaire que depuis juillet 2019.

#### Indicateur de suivi 2-1-2 : Structure de l'audience de France Télévisions par tranche d'âge

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	Prévision
Part d'audience sur les 4-14 ans	%	18,0	19,2	16,8	
Part d'audience sur les 15-24 ans	%	15,3	16,5	17,3	
Part d'audience sur les 25-59 ans	%	19,2	19,2	18,5	
Part d'audience sur les plus de 60	%	40,4	40,4	40,1	

ans

**Précisions méthodologiques**

Source des données : Médiamétrie et France Télévisions.

Mode de calcul : Part d'audience consolidée 24h/24 des antennes nationales de France Télévisions (France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô jusqu'en août 2020, Culturebox depuis février 2021 et hors franceinfo) auprès de quatre tranches d'âge de référence (4-14 ans, 15-24 ans, 25-59 ans, 60 ans et +).

Données de contexte : en 2020, la part d'audience de France Télévisions sur les enfants (4-14 ans), atteint 16,8 % de part d'audience, en baisse de 2,4 points. Cette baisse est imputable à France 4, à la suite du repositionnement éducatif de la chaîne à partir du premier confinement.

**Précisions méthodologiques**

Source des données : Médiamétrie et France Télévisions.

Mode de calcul : Taux de couverture mensuelle 4 écrans. Ce nouvel indicateur lancé par Médiamétrie en juin 2016 prend en compte l'ensemble des écrans (télévision, ordinateur, mobile et tablette). Il n'est fourni par Médiamétrie à un rythme hebdomadaire que depuis juillet 2019.

**Indicateur de suivi 2-1-2 : Structure de l'audience de France Télévisions par tranche d'âge**

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Prévision	2020 Prévision actualisé	2020 Cible	2021 Prévision
Part d'audience sur les 4-14 ans	%	18,0	19,2	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Part d'audience sur les 15-24 ans	%	15,3	16,5	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Part d'audience sur les 25-59 ans	%	19,2	19,2	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Part d'audience sur les plus de 60 ans	%	40,4	40,4	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

**Précisions méthodologiques**

Source des données : Médiamétrie et France Télévisions.

Mode de calcul : Part d'audience consolidée 24h/24 des antennes nationales de France Télévisions (France 2, France 3, France 4, France 5 et) auprès de quatre tranches d'âge de référence (4-14 ans, 15-24 ans, 25-59 ans, 60 ans et +). France Ô est mesurée en 2018 via le panel Mediamat Thématic.

**JUSTIFICATION DES PRÉVISIONS ET DE LA CIBLE****Audience des chaînes**

Afin de mesurer la puissance de son offre et comme l'ont déjà fait la plupart des médias de service public en Europe, France Télévisions se réfère désormais à la couverture hebdomadaire 4 écrans, qui reflète de façon plus pertinente l'effectivité du contact régulier entre le public et les programmes de France Télévisions, quel que soit l'écran. France Télévisions pilote le contact hebdomadaire du public avec ses offres (ou reach), à la fois globalement et sur les cibles prioritaires qu'elle s'est assignées.

En 2020, année marquée par le confinement, France Télévisions est parvenue à toucher en moyenne chaque semaine, quel que soit l'écran, 81% des Français (vs. 74% en 2019).

Pour 2022, comme pour 2021, la société anticipe un maintien voire une progression de ce niveau.

**Audience des offres numériques**

En 2018, France Télévisions a entamé une évolution importante de sa stratégie de distribution, notamment par un processus d'assèchement graduel des contenus disponibles en intégralité sur les plateformes externes, notamment YouTube, afin de privilégier la consommation vidéo sur ses propres plateformes. L'objectif est de favoriser l'identification et l'attribution des contenus France Télévisions et la maîtrise de leurs modalités de distribution en drainant les publics vers les plateformes éditées en propre par France Télévisions. Les derniers accords conclus avec les organisations professionnelles de la production audiovisuelle, en 2018, et cinématographique, en 2020, participent au renforcement des plateformes propriétaires de France Télévisions.

Cette nouvelle stratégie conduit France Télévisions à porter désormais l'effort sur l'amélioration des performances de ses propres offres numériques (franceinfo et France.tv notamment) et rend ainsi moins pertinente l'appréciation de sa performance numérique à travers l'indicateur « tous supports et plateformes » en million de vidéos vues, fortement tributaire de l'exposition sur les plateformes externes et cela indifféremment de la durée de visionnage.

Aussi, en 2022, France Télévisions entend faire progresser particulièrement le nombre de vidéos vues sur les plateformes qu'elle exploite en propre.

## OBJECTIF

**3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire**

La maîtrise de la masse salariale est un enjeu central de l'équilibre économique du groupe. Cette maîtrise repose sur l'engagement de réformes structurelles permettant de préserver les priorités en matière de contenus tout en pilotant une trajectoire d'effectifs en baisse.

### Maîtrise des charges

La masse salariale représente plus d'un tiers des dépenses de France Télévisions. S'agissant de l'un des principaux postes de charge de la société après les programmes, son pilotage appelle un suivi particulier.

### Ressources propres

Le maintien des ressources propres de France Télévisions permet à la société de disposer de moyens complémentaires aux ressources publiques pour mener à bien ses différents projets.

### Résultat d'exploitation hors éléments non récurrents

Le résultat d'exploitation hors éléments non récurrents est un indicateur essentiel de suivi de la santé financière de l'entreprise.

### Index égalité femmes-hommes

Vecteur de représentation et d'identification puissant, France Télévisions est pleinement mobilisée, à travers ses offres, pour faire progresser la conscience individuelle et collective des citoyens dans l'ensemble des champs de la responsabilité sociale et environnementale. En miroir de ses offres, son organisation interne, son fonctionnement et ses politiques de ressources humaines reflètent le même souci d'exemplarité, notamment en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes.

## INDICATEUR

### 3.1 – Maîtrise des charges

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision PAP 2021	2021 Prévision actualisée	2022 Prévision	2023 Cible
Charges de personnel	M€	897,8	855,7	Non déterminé	880,1	Non déterminé	Non déterminé

### Précisions méthodologiques

Source des données : France Télévisions.

Mode de calcul : Masse salariale de FTV S.A. correspondant au compte 64, y compris CICE, retraité des indemnités de départ en retraite et de licenciement, des suppléments de cachet et impact du 1/10ème de congés payés. Pour 2019, hors impact 1/10ème congés payés, la masse salariale de France Télévisions s'élève à 897,8 M€.

La prévision actualisée 2021 correspond à la reprévision présentée au Conseil d'administration du 8 juillet 2021.

### Indicateur de suivi 3.1.1 - Nombre d'ETP

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision PAP 2021	2021 Prévision actualisée	2022 Prévision	2023 Cible
<b>Nombre d'ETP permanents</b>		8298	7 969	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
<b>Nombre d'ETP non permanents</b>		1 158	1 052	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
<b>Total ETP</b>		9 456	9 021	n.d.	9 061	n.d.	n.d.

#### Précisions méthodologiques

Source des données : France Télévisions.

Mode de calcul (mensuel) :

Personnel Permanent : nombre de jours payés / 30 (un salarié permanent à temps plein est payé 30 jours par mois [pour 22 jours ouvrés en moyenne par mois] ce qui donne après calcul 1 ETP)

Personnel CDD : nombre de jours payés / 30 (un salarié occasionnel [contrat long] à temps plein est payé 30 jours par mois [pour 22 jours ouvrés en moyenne par mois] ce qui donne après calcul 1 ETP)

Contrats aidés (alternants, contrats de professionnalisation) : nombre de jours payés / 30 divisé par 2 (division par 2 eu égard à leur taux d'activité réduit)

Stagiaires : pas de calcul d'ETP, même s'ils génèrent des jours payés

Personnel Intermittents, cachetiers et pigistes : nombre de jours de prestation / 22 (un salarié ponctuel [contrat court] est décompté au nombre de jours de prestation / travaillés [22 jours ouvrés par mois en moyenne] ce qui donne après calcul 1 ETP pour 22 jours de travail)

Le nombre d'ETP en moyenne annuelle est calculé à partir du nombre d'ETP en moyenne mensuelle.

#### JUSTIFICATION DES PRÉVISIONS ET DE LA CIBLE

La poursuite de la consolidation de l'équilibre financier de France Télévisions, tout en préservant les priorités stratégiques, repose sur une condition centrale de maîtrise durable et structurelle de la masse salariale. A ces fins, France Télévisions a mis en place un pilotage renforcé de l'activité ayant un impact significatif sur le niveau des effectifs, notamment grâce à une meilleure planification et régulation, et à l'ouverture - à partir de l'été 2019 - du dispositif de rupture conventionnelle collective prévu par l'accord conclu en mai 2019 avec trois organisations syndicales représentatives, qui prévoit notamment un volet d'accompagnement des départs pour ceux des collaborateurs qui le souhaiteraient et un volet recrutements.

Dans ce contexte, les effectifs moyens annuels ont été réduits de 4%. En corrélation, la masse salariale au sens de l'indicateur du COM (hors indemnités de départ en retraite et de licenciements et suppléments de cachets) est passée de 897,8 M€ en 2019 à une prévision 2021 de 880,1 M€, soit une baisse de 2%, l'impact de la diminution des effectifs compensant en partie les effets des glissements salariaux mécaniques.

Les efforts initiés depuis 2012 se sont poursuivis parallèlement à la mise en œuvre des priorités stratégiques. Dans ce contexte, les effectifs moyens annuels sont passés de 9 456 ETP (équivalents temps plein) en 2019 à une prévision actualisée de 9 061 ETP en 2021, soit -395 ETP (-4%). Entre 2012 et 2021, les effectifs devraient avoir diminué de plus de 1 400 ETP, soit près de 14%.

La maîtrise rigoureuse de la masse salariale reste un axe prioritaire en 2022, en particulier au moyen de la poursuite :

- de la mise en œuvre de l'accord signé en mai 2019 encadrant l'adaptation des effectifs aux enjeux stratégiques de l'entreprise ;
- de la politique de réduction de la précarité menée par l'entreprise depuis 2012, qui a déjà permis de réduire la part de l'emploi non permanent de près de 7 points de 2011 (19,1%) à 2020 (11,7%), grâce d'une part à la permanentisation et l'intégration en CDI des collaborateurs ayant durablement collaboré en CDD et, d'autre part, à l'amélioration permanente de la planification des équipes (optimisation des dates de tournage et des équipes de fabrication des émissions). L'accord-cadre sur le déploiement du projet d'entreprise se fixe pour objectif de poursuivre cette politique en prévoyant de consacrer une part des possibilités de recrutement prévues par l'accord à l'intégration en CDI des collaborateurs non permanents.

Les prévisions 2022 seront précisées lors de l'élaboration du budget 2022.



## INDICATEUR

## 3.2 – Ressources propres

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision PAP 2021	2021 Prévision actualisée	2022 Prévision	2023 Cible
Ressources propres	M€	368,8	353,1	Non déterminé	382	Non déterminé	Non déterminé

**Précisions méthodologiques****Précisions méthodologiques**

Source des données : France Télévisions.

Mode de calcul : Somme des lignes publicité et parrainage (y compris recettes affectées) et autres recettes. Contrairement aux projets annuels de performance précédents, cet indicateur n'intègre pas le résultat des filiales de France Télévisions, qu'il s'agisse de la prévision actualisée 2021 ou des réalisations antérieures. Cette modification de périmètre permet d'aligner le mode de calcul sur l'indicateur identique prévu dans le contrat d'objectifs et de moyens 2020-2022 de France Télévisions.

La prévision actualisée 2021 correspond à la reprévision présentée au Conseil d'administration du 8 juillet 2021.

**Indicateur de suivi 3-2-1 : Développement des recettes commerciales**

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision	2021 Prévision actualisée	2022 Prévision
Développement des recettes commerciales	en M€	22,9	22,4	n.d.	22,2	n.d.

**Précisions méthodologiques**

Source des données : France Télévisions.

Mode de calcul : Somme des résultats d'exploitation de France Télévisions Publicité (FTP) et France Télévisions Distribution (FTD), du résultat net consolidé de Francetv.Studio et des reversements de FTD à FTV au titre des activités pour lesquelles FTV la mandate.

La prévision actualisée 2021 correspond à la révision des hypothèses budgétaires présentée au Conseil d'administration du 8 juillet 2021.

## JUSTIFICATION DES PRÉVISIONS ET DE LA CIBLE

La prévision actualisée 2021 affiche un indicateur de ressources propres en hausse de 29 M€ par rapport à 2020, cette progression étant principalement liée à l'augmentation des recettes de publicité et parrainage.

L'année 2020 a connu une baisse significative du chiffre d'affaires publicitaire, directement imputable à l'impact économique de la crise sanitaire. En revanche, 2021 devrait afficher une hausse des ressources publicitaires dans un contexte de reprise progressive du marché, avec la prévision de bonnes audiences des chaînes du groupe amplifiée par les grands événements sportifs internationaux.

Les recettes commerciales devraient s'établir à 22,2 M€ en 2021, à un niveau quasi stable par rapport à 2020. La progression du résultat d'exploitation des régies publicitaires (en lien avec la hausse du chiffre d'affaires) et de France Télévisions Distribution (grâce à la performance de marques antenne fortes pendant le confinement) est neutralisée par un retour à une activité normale pour Francetv Studio.

Les prévisions 2022, dans un contexte de reprise économique et de marché publicitaire incertains à ce stade, seront précisées lors de l'élaboration du budget 2022.

**INDICATEUR****3.3 – Résultat d'exploitation**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision PAP 2021	2021 Prévision actualisée	2022 Prévision	2023 Cible
Résultat exploitation	M€	0,7	1,6	Non déterminé	0,0	Non déterminé	Non déterminé

**Précisions méthodologiques**

Source des données : France Télévisions.

Mode de calcul : Résultat d'exploitation hors éléments non récurrents. La prévision actualisée 2021 correspond au chiffre issu de la reprévision présentée au conseil d'administration de France Télévisions du 8 juillet 2021.

**JUSTIFICATION DES PRÉVISIONS ET DE LA CIBLE**

La période 2018-2022 s'inscrit dans un cadre économique marqué par la réduction des concours publics issus de la contribution à l'audiovisuel public (CAP) alloués à France Télévisions : -26 M€ HT en 2019, -60 M€ HT en 2020 et -60 M€ HT en 2021. Cette baisse a été minorée compte tenu des crédits du Plan de Relance alloués à France Télévisions en 2021 (45 M€) afin de permettre à l'entreprise de faire face aux impacts 2021 de la crise sanitaire et au report des Jeux olympiques, sans remettre en cause la trajectoire budgétaire qui prévoit une nouvelle baisse de -14M€ HT de la CAP allouée à France Télévisions pour l'exercice 2022.

Dans ce contexte, France Télévisions a renforcé ses efforts d'économies engagés depuis 2012 dans l'ensemble des secteurs de l'entreprise, tout en poursuivant sa transformation et en préservant ses objectifs prioritaires, à la fois sur ses antennes linéaires et non linéaires : la qualité et la diversité des offres de contenus, le maintien de son action en faveur de la création et de l'innovation, le développement de l'offre de proximité et le rayonnement numérique.

L'année 2020 a par ailleurs été marquée par la crise sanitaire, impactant significativement la trajectoire économique de l'entreprise avec une baisse du chiffre d'affaires publicitaire (-19 M€ par rapport à 2019), l'adaptation de l'offre de programmes, des activités et de l'organisation du travail ainsi que des surcoûts liés aux frais directs induits par les mesures liées à la crise sanitaire.

Malgré un cadre économique marqué par des contraintes fortes et grâce à un pilotage fin de l'activité et des coûts, France Télévisions affiche un résultat d'exploitation à l'équilibre sur son cœur d'activité depuis 2016, avec une perspective d'atterrissage également à l'équilibre en prévision 2021.

Concernant l'exercice 2022, la prévision d'atterrissage à l'équilibre d'exploitation, prévue initialement dans le COM 2020-2022, sera reexaminée au regard de l'évolution des missions de l'entreprise intervenue postérieurement à sa rédaction (maintien de France 4 ) ainsi qu'à l'impact au long court de la crise sanitaire (notamment ralentissement de la mise en oeuvre des projets de transformation et dégradation du résultat des filiales dans le contexte de conjoncture économique dégradée).

**INDICATEUR****3.4 – Index égalité femmes-hommes**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision PAP 2021	2021 Prévision actualisée	2022 Prévision	2023 Cible
Résultat de l'index égalité femmes-hommes	ratio	94	94	Sans objet	>= 2020	>= 2021	Non déterminé

**Précisions méthodologiques**

Source des données : France Télévisions.

Mode de calcul : Cet indicateur est défini par la loi du 5 septembre 2018 et comporte cinq paramètres : l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes à poste égal et âge comparable, le nombre de femmes parmi les dix plus hautes rémunérations, le pourcentage de salariées ayant bénéficié d'une augmentation dans l'année de leur retour de congés maternité, l'écart de taux de promotions entre les femmes et les hommes ainsi que l'écart de taux d'augmentations individuelles de salaire.

## JUSTIFICATION DES PRÉVISIONS ET DE LA CIBLE

L'index de l'égalité professionnelle a été instauré par la loi pour la liberté de choisir son avenir professionnel afin de lutter contre les inégalités salariales entre les femmes et les hommes.

Depuis son instauration en 2018, l'index d'égalité professionnelle femmes / hommes de France Télévisions se maintient à un niveau élevé (94/100).

Preuve de son engagement en la matière, France Télévisions a signé le 7 juillet dernier un nouvel accord en faveur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes applicable depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2021 pour une période de trois ans. Le Groupe s'engage notamment à proposer sur ses antennes (programmes et information) ainsi que dans son environnement professionnel une juste représentation des femmes et à prévenir les stéréotypes liés au genre.

## France Télévisions

Programme n° 841 | PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

## PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

## 2022 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS DEMANDÉS

## 2022 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FdC et AdP attendus en 2022
01 – France Télévisions	2 406 803 300	0
<b>Total</b>	<b>2 406 803 300</b>	<b>0</b>

## 2022 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FdC et AdP attendus en 2022
01 – France Télévisions	2 406 803 300	0
<b>Total</b>	<b>2 406 803 300</b>	<b>0</b>

## 2021 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LOI DE FINANCES INITIALE)

## 2021 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FdC et AdP prévus en 2021
01 – France Télévisions	2 421 053 594	0
<b>Total</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>0</b>

## 2021 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FdC et AdP prévus en 2021
01 – France Télévisions	2 421 053 594	0
<b>Total</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>0</b>

## France Télévisions

Programme n° 841 | PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

## PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR TITRE ET CATÉGORIE

Titre ou catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Ouvertes en LFI pour 2021	Demandées pour 2022	FdC et AdP attendus en 2022	Ouverts en LFI pour 2021	Demandés pour 2022	FdC et AdP attendus en 2022
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	2 421 053 594	2 406 803 300	0	2 421 053 594	2 406 803 300	0
Prêts et avances	2 421 053 594	2 406 803 300	0	2 421 053 594	2 406 803 300	0
<b>Total</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 406 803 300</b>	<b>0</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 406 803 300</b>	<b>0</b>

## ÉVALUATION DES DÉPENSES FISCALES

**Avertissement**

Le niveau de fiabilité des chiffrages de dépenses fiscales dépend de la disponibilité des données nécessaires à la reconstitution de l'impôt qui serait dû en l'absence des dépenses fiscales considérées. Par ailleurs, les chiffrages des dépenses fiscales ne peuvent intégrer ni les modifications des comportements fiscaux des contribuables qu'elles induisent, ni les interactions entre dépenses fiscales.

Les chiffrages présentés pour 2022 ont été réalisés sur la base des seules mesures votées avant le dépôt du projet de loi de finances pour 2022. L'impact des dispositions fiscales de ce dernier sur les recettes 2022 est, pour sa part, présenté dans les tomes I et II de l'annexe « Évaluation des Voies et Moyens ».

Les dépenses fiscales ont été associées à ce programme conformément aux finalités poursuivies par ce dernier.

« ε » : coût inférieur à 0,5 million d'euros ; « - » : dépense fiscale supprimée ou non encore créée ; « nc » : non chiffrable.

Le « Coût total des dépenses fiscales » constitue une somme de dépenses fiscales dont les niveaux de fiabilité peuvent ne pas être identiques (cf. caractéristique « Fiabilité » indiquée pour chaque dépense fiscale). Il ne prend pas en compte les dispositifs inférieurs à 0,5 million d'euros (« ε »). Par ailleurs, afin d'assurer une comparabilité d'une année sur l'autre, lorsqu'une dépense fiscale est non chiffrable (« nc ») en 2022, le montant pris en compte dans le total 2022 correspond au dernier chiffrage connu (montant 2021 ou 2020); si aucun montant n'est connu, la valeur nulle est retenue dans le total. La portée du total s'avère toutefois limitée en raison des interactions éventuelles entre dépenses fiscales. Il n'est donc indiqué qu'à titre d'ordre de grandeur et ne saurait être considéré comme une véritable sommation des dépenses fiscales du programme.

**DÉPENSES FISCALES PRINCIPALES SUR IMPÔTS D'ÉTAT (2)**

(en millions d'euros)

Dépenses fiscales sur impôts d'État contribuant au programme de manière principale		Chiffrage 2020	Chiffrage 2021	Chiffrage 2022
950101	<b>Dégrèvement en faveur des personnes de condition modeste</b> Contribution à l'audiovisuel public <i>Bénéficiaires 2020 : 4508000 Menages - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Fiabilité : Bonne - Création : 2004 - Dernière modification : 2014 - Dernière incidence budgétaire : dépense fiscale non bornée - Fin du fait générateur : dépense fiscale non bornée - code général des impôts : 1605 bis-2°</i>	611	624	nc
950102	<b>Dégrèvement en faveur des personnes de condition modeste au titre des "droits acquis"</b> Contribution à l'audiovisuel public <i>Bénéficiaires 2020 : 66000 Menages - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Fiabilité : Bonne - Création : 2004 - Dernière modification : 2012 - Dernière incidence budgétaire : dépense fiscale non bornée - Fin du fait générateur : dépense fiscale non bornée - code général des impôts : 1605 bis-3°</i>	10	7	nc
<b>Total</b>		<b>621</b>	<b>631</b>	<b>631</b>



## France Télévisions

Programme n° 841 | JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

## JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

## ÉLÉMENTS TRANSVERSAUX AU PROGRAMME

## ÉLÉMENTS DE SYNTHÈSE DU PROGRAMME

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total	Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total
01 – France Télévisions	0	2 406 803 300	2 406 803 300	0	2 406 803 300	2 406 803 300
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>2 406 803 300</b>	<b>2 406 803 300</b>	<b>0</b>	<b>2 406 803 300</b>	<b>2 406 803 300</b>

## DÉPENSES PLURIANNUELLES

## ÉCHÉANCIER DES CRÉDITS DE PAIEMENT (HORS TITRE 2)

## ESTIMATION DES RESTES À PAYER AU 31/12/2021

Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2020 (RAP 2020)	Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2020 y.c. travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2020	AE (LFI + LFRs) 2021 + reports 2020 vers 2021 + prévision de FdC et AdP	CP (LFI + LFRs) 2021 + reports 2020 vers 2021 + prévision de FdC et AdP	Évaluation des engagements non couverts par des paiements au 31/12/2021
0	0	2 421 053 594	2 421 053 594	0

## ÉCHÉANCIER DES CP À OUVRIR

AE	CP 2022	CP 2023	CP 2024	CP au-delà de 2024
Évaluation des engagements non couverts par des paiements au 31/12/2021	CP demandés sur AE antérieures à 2022 CP PLF CP FdC et AdP	Estimation des CP 2023 sur AE antérieures à 2022	Estimation des CP 2024 sur AE antérieures à 2022	Estimation des CP au-delà de 2024 sur AE antérieures à 2022
0	0 0	0	0	0
AE nouvelles pour 2022 AE PLF AE FdC et AdP	CP demandés sur AE nouvelles en 2022 CP PLF CP FdC et AdP	Estimation des CP 2023 sur AE nouvelles en 2022	Estimation des CP 2024 sur AE nouvelles en 2022	Estimation des CP au-delà de 2024 sur AE nouvelles en 2022
2 406 803 300 0	2 406 803 300 0	0	0	0
<b>Totaux</b>	<b>2 406 803 300</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

## CLÉS D'OUVERTURE DES CRÉDITS DE PAIEMENT SUR AE 2022

CP 2022 demandés sur AE nouvelles en 2022 / AE 2022	CP 2023 sur AE nouvelles en 2022 / AE 2022	CP 2024 sur AE nouvelles en 2022 / AE 2022	CP au-delà de 2024 sur AE nouvelles en 2022 / AE 2022
100,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %

## JUSTIFICATION PAR ACTION

**ACTION 100,0 %****01 – France Télévisions**

	Titre 2	Hors titre 2	Total	FdC et AdP attendus
Autorisations d'engagement	0	2 406 803 300	<b>2 406 803 300</b>	0
Crédits de paiement	0	2 406 803 300	<b>2 406 803 300</b>	0

Le projet de loi de finances pour 2022 est le quatrième exercice de mise en œuvre de la transformation de l'audiovisuel public à l'horizon 2022, dont les grands déterminants ont été rendus publics par le gouvernement à l'été 2018.

Cette réforme vise à adapter l'audiovisuel public à un environnement technologique et concurrentiel et à des usages en pleine mutation, pour renforcer son efficacité et sa valeur ajoutée pour la collectivité.

Elle s'inscrit également dans le cadre de la contribution du secteur de l'audiovisuel public aux efforts de redressement des finances publiques. Ainsi, à l'horizon 2022 et par référence au projet de loi de finances pour 2018, les ressources publiques affectées à France Télévisions sont attendues en recul de 160 M€ HT. Après une baisse de 59,6 M€ HT en 2021, en 2022, il est prévu d'allouer à France Télévisions une dotation publique de 2 357,3 M€ (HT), en baisse de 14 M€ (- 0,6%) par rapport à la loi de finances 2021.

Cette dotation, conforme au plan annoncé en 2018 pour l'audiovisuel public, s'inscrit dans un contexte marqué par des éléments économiquement significatifs qui ne pouvaient, par construction, être anticipés lors de l'élaboration de la trajectoire pluriannuelle :

- les surcoûts liés à la crise sanitaire ;
- les perspectives de reprise progressive du marché publicitaire, en lien avec la conjoncture économique globale ;
- la décision de maintien de France 4 ;
- la montée en charge du sous-titrage de franceinfo.

Le budget 2022 sera présenté au Conseil d'administration en décembre 2021.

*Les prévisions 2022 sont susceptibles d'évoluer compte-tenu des impacts de la crise sanitaire et des décisions prises depuis la signature du COM en mai 2021.*

Compte de résultat métier consolidé (M€)	Réel 2019	Budget 2020	Réel 2020	Budget 2021	Trajectoire COM 2022
Concours publics	2 491,3	2 430,8	2 431,3	2 416,4	2 357,3
<i>dont Contribution à l'audiovisuel public</i>	2 491,3	2 430,8	2 431,3	2 371,2	2 357,3
<i>dont Plan de relance</i>				45,2	
Publicité et parrainage	351,9	364,8	333,1	359,2	346,4
Autres recettes	16,9	18,2	20,0	20,0	18,2
<b>Total CA diffusion</b>	<b>2 860,1</b>	<b>2 813,8</b>	<b>2 784,4</b>	<b>2 795,6</b>	<b>2 721,9</b>
Total commissions et ayants-droit	335,7	308,3	300,4	306,8	298,1
<b>Recettes nettes disponibles</b>	<b>2 524,4</b>	<b>2 505,5</b>	<b>2 484,0</b>	<b>2 488,8</b>	<b>2 423,8</b>
Information nationale	259,0	258,0	242,8	256,3	251,6
Sport national	193,6	202,4	179,0	208,0	203,9
Programme national	1 009,3	967,1	988,3	932,7	917,8
Programme régional métropole	386,0	400,8	370,1	403,8	395,9
Programme régional Om	195,2	196,8	188,0	196,4	193,5
Numérique	59,5	71,0	67,2	74,1	73,5
<b>Coût de grille</b>	<b>2 102,6</b>	<b>2 096,1</b>	<b>2 035,5</b>	<b>2 071,3</b>	<b>2 036,3</b>
Support antennes et programmes	202,3	197,9	186,2	193,0	192,4
Support technique et informatique partagé	57,0	53,9	77,1	55,9	51,2
Coûts techniques de diffusion	75,3	75,7	75,8	71,7	67,7
<b>Coûts supports</b>	<b>334,6</b>	<b>327,5</b>	<b>339,1</b>	<b>320,6</b>	<b>311,3</b>
<b>Total Coût des antennes (grille + supports)</b>	<b>2 437,2</b>	<b>2 423,6</b>	<b>2 374,6</b>	<b>2 391,9</b>	<b>2 347,6</b>
Subventions cinéma	16,8	16,8	18,8	18,8	16,8
Variation de provision et autres dépenses	33,2	29,5	40,8	29,5	27,5
Frais généraux	96,6	95,9	101,0	97,4	87,6
<i>dont coûts directs Covid 19</i>			11,6	2,4	
<b>Total autres dépenses</b>	<b>146,6</b>	<b>142,1</b>	<b>160,5</b>	<b>145,7</b>	<b>131,9</b>
<b>Charges d'exploitation diffuseur</b>	<b>2 583,8</b>	<b>2 565,7</b>	<b>2 535,1</b>	<b>2 537,5</b>	<b>2 479,5</b>
<b>Résultat opérationnel diffuseur</b>	<b>-59,4</b>	<b>-60,2</b>	<b>-51,1</b>	<b>-48,8</b>	<b>-55,7</b>
Résultat autres activités	+56,5	+59,9	+54,5	+54,9	+59,4
Résultat du producteur	+3,6	+0,3	+5,4	-1,7	+0,3
Intéressement			7,2	4,0	4,0
<b>Résultat d'exploitation avant transformation et SALTO</b>	<b>0,7</b>	<b>0,0</b>	<b>1,6</b>	<b>0,4</b>	<b>0,0</b>
Transfo	0,6	3,0	1,3	4,8	6,0
SALTO		21,3	10,9	31,0	6,0
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>0,1</b>	<b>-24,3</b>	<b>-10,6</b>	<b>-35,3</b>	<b>-12,0</b>
Résultat financier	-0,5	-1,2	0,1	-1,0	-1,0
Résultat exceptionnel	19,0	0,9	27,8		
Sociétés MEE	7,9	0,6	1,0	0,6	0,5
<b>Résultat avant impôts</b>	<b>26,4</b>	<b>-24,0</b>	<b>18,3</b>	<b>-35,7</b>	<b>-12,5</b>
Impôts	0,0	0,0	-0,1	0,0	0,0
<b>Résultat net</b>	<b>26,4</b>	<b>-24,0</b>	<b>18,1</b>	<b>-35,7</b>	<b>-12,5</b>

**France Télévisions**

Programme n° 841 | JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

---

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Dépenses d'opérations financières	2 406 803 300	2 406 803 300
Prêts et avances	2 406 803 300	2 406 803 300
<b>Total</b>	<b>2 406 803 300</b>	<b>2 406 803 300</b>