

R É P U B L I Q U E F R A N Ç A I S E

COMPTE DE CONCOURS FINANCIERS  
PROGRAMME 841  
RAPPORTS ANNUELS DE PERFORMANCES  
ANNEXE AU PROJET DE LOI DE RÈGLEMENT  
DU BUDGET ET D'APPROBATION DES COMPTES POUR

2021

FRANCE TÉLÉVISIONS



PROGRAMME 841  
**France Télévisions**

---

## Bilan stratégique du rapport 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.

L'année 2021 s'inscrit dans un cadre multiple :

- Les orientations stratégiques pour le secteur audiovisuel public arbitrées par le Gouvernement à l'été 2018, qui entendent à la fois moderniser les entreprises publiques dans un environnement bouleversé par la démultiplication de l'offre, le développement des usages non linéaires et une intensification de la concurrence d'acteurs internationaux et les faire participer aux efforts de redressement des finances publiques (avec une baisse de la dotation publique allouée au secteur de 190 M€ sur la période, dont 160 M€ portés par France Télévisions) ;
- Le COM 2020-2022 signé au printemps 2021, qui vient à la fois conforter le plan stratégique du Gouvernement annoncé mi-2018 et prendre en compte en partie la crise sanitaire, qui n'a fait que renforcer la pertinence de ces orientations (la création et la culture ; la jeunesse et l'éducation ; l'information ; la proximité et la transformation numérique).
- La persistance de la crise sanitaire, dont les effets se feront encore sentir au moins jusque fin 2022.

Ainsi, l'exercice 2021 est marqué concernant les priorités stratégiques par :

- Culture et création

Éléments distinctifs de l'offre du service public autant qu'outil de soutien du secteur éprouvé par la crise, la culture et la création ont été au cœur de la stratégie éditoriale du groupe avec notamment :

- le lancement sur le canal 19 puis la pérennisation en soirée sur le canal 14 de la chaîne Culturebox, dédiée aux artistes, confirmés comme émergents, et vitrine d'exposition de toutes les disciplines culturelles ;
- un investissement renforcé du groupe dans la création patrimoniale, au-delà de ses obligations réglementaires avec plus de 500 M€ investis dans les genres patrimoniaux (fiction, documentaire, spectacle et animation) et le cinéma.

- La jeunesse et l'éducation

L'année 2021 a été l'occasion de structurer et approfondir l'action du groupe en faveur de la jeunesse et de l'éducation, notamment autour de ses deux offres transversales Okoo et Lumni lancées en 2019 – mais aussi à travers des actions de terrain, rendues à nouveau possibles en 2021. A noter :

- le maintien, décidé au printemps, de France 4, désormais ludo-éducative en journée et culturelle le soir ;
- à destination des populations les plus touchées par la crise, le lancement, lors de la rentrée 2021, de Lumni Etudiant, plateforme qui vise à accompagner les lycéens et jeunes étudiants.

## - L'information

Avec chaque jour près de 19 millions de téléspectateurs qui s'informent par le biais des magazines, des journaux télévisés et de la chaîne d'information du groupe, l'offre d'information de France Télévisions demeure une valeur de référence :

- 3 Français sur 4 ont confiance dans l'information de France Télévisions et placent Franceinfo en première position parmi les chaînes d'info sur cet indicateur ;
- les JT de France 2 et France 3 sont la première source d'information des Français avec chaque jour près de 15 millions de téléspectateurs ;
- les magazines *20h30* le samedi et dimanche, diffusés après le JT de fin de semaine, rassemblent chaque week-end plus de 5,2 millions de téléspectateurs en moyenne ;
- 1ère offre d'information de France, le média global (tv, radio, numérique) franceinfo est suivi par 11,3 millions d'utilisateurs chaque jour.

Aussi, le groupe s'est mobilisé autour des scrutins de l'année 2021 (élections régionales, référendum en Nouvelle Calédonie) et dans le cadre de l'élection présidentielle à venir. C'est ainsi que depuis la rentrée de septembre 2021, les rendez-vous politiques ont touché plus de 30 millions de Français :

- *Les 4 V* est la première interview politique de France, large leader chaque jour avec neuf cent mille téléspectateurs ;
- *Elysée 2022* a réalisé la meilleure audience depuis novembre 2018 pour un débat politique avec 2,8 millions de téléspectateurs sur France 2.

## - La proximité

Fort de ses deux réseaux, régional et ultra-marin, le groupe a continué de renforcer son offre de proximité avec notamment cette année :

- le renforcement de l'offre d'information en régions, avec la poursuite du déploiement des matinales communes à France 3 et France Bleu, le lancement en janvier du 18h30 et, à la rentrée, le renforcement du bloc régional en matinée sur France 3.
- le lancement de la nouvelle application Outre-mer la 1ère qui permet notamment l'accès à l'ensemble des contenus des 1ère et du portail mais aussi un filtre par territoire.

## - La transformation numérique

Le numérique est l'un des piliers de la transformation de l'entreprise, qui vise notamment le redéploiement de 100 M€ en faveur du rayonnement numérique de l'offre. Avec 174 M€ d'ores et déjà réalloués, cette priorité est au cœur de l'exercice 2021 qui, outre l'approfondissement de la stratégie numérique du groupe désormais rationalisée autour de 5 piliers (offre vidéo sur France.tv ; l'offre d'information franceinfo ; Okoo et Lumni lancées fin 2019, le portail Outre-mer lancé en 2020) amorce la montée en puissance de France.tv, offre de destination *ad hoc* au sein du bouquet du groupe.

Dans ce contexte d'ambitions réaffirmées dans un cadre économique très contraint, mais qui profite de la reprise d'une conjoncture plus favorable qu'en 2020, le résultat d'exploitation de France Télévisions (avant transformation et Salto) est, pour la sixième année consécutive, à l'équilibre et même positif à 9,5 M€.

## RÉCAPITULATION DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

---

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

INDICATEUR 1.1 : Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales

INDICATEUR 1.2 : Qualité des programmes de fiction et d'information

### **OBJECTIF 2 : S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique**

INDICATEUR 2.1 : Audiences de France Télévisions

### **OBJECTIF 3 : Assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion**

INDICATEUR 3.1 : Maîtrise des charges

INDICATEUR 3.2 : Ressources propres

INDICATEUR 3.3 : Résultat net

## Objectifs et indicateurs de performance

### OBJECTIF

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

### 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	2021 Réalisation	2023 Cible PAP 2021
Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales	%	81,4	80,3	Non déterminé	81,3	81,6	Non déterminé

#### Commentaires techniques

##### 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 révision des hypothèses budgétaires présentée au conseil d'administration du 8 juillet 2021. La réalisation 2021 correspond à l'arrêté des comptes 2021 tel qu'approuvé par le conseil d'administration du 24 mars 2022.

Source des données : France Télévisions.

### 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	2021 Réalisation	2023 Cible PAP 2021
Indicateur de qualité des programmes de fiction française	Note sur 10	7,9	7,9	Non déterminé	Non déterminé	8,0	Non déterminé
Qualité des programmes d'information	Note sur 10	6,1	6	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé

#### Commentaires techniques

##### 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 issues du baromètre qualitatif, « Quali TV », enquête permanente d'évaluation de la qualité des programmes pilotée 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. Fin 2016, l'institut Harris Interactive a fait évoluer la notion de « qualité » : jusqu'alors centrée autour de la note de satisfaction, la notion de « qualité » repose désormais sur la note d'impact qui agrège les indicateurs de satisfaction, mais également de souvenir, d'attention et de recommandation. Plus complète et reflétant mieux les nouveaux modes de consommation de la télévision, la note d'impact est mécaniquement plus faible que la note de satisfaction.

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 d'appréciation (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 ; celle pour 2020, du 12 au 19 février 2021.

Le chiffre annuel correspond à la moyenne des moyennes des différentes offres d'information testées (Journaux télévisées, Chaînes d'information en continu, Sites et applications d'information, Magazines d'information).

**France Télévisions**

Programme n° 841 | Objectifs et indicateurs de performance

Source des données : Harris et IFOP.**Indicateur de suivi 1-2-1 : Volume d'heures de fiction diffusées sur les antennes de France Télévisions**

	Unité	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision PAP 2021	2021 Réalisation	2021 Cible
Volume d'heures de fiction diffusées	Nombre d'heures	7066	5696	5374	4070	n.d.	2600	n.d.

**Précisions méthodologiques :**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. A noter donc les fortes évolutions de périmètre de l'indicateur (suppression de France Ô en 2020, repositionnements de France 4 en 2020 et 2021).

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

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

	Unité	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision PAP 2021	2021 Réalisation	2021 Cible
Investissement dans la création audiovisuelle	En M€	421,4	420,5	420,6	422,1	440	440,1	440

**Précisions méthodologiques :**

Mode de calcul : dépenses réglementaires consacrées à la production d'œuvres audiovisuelles patrimoniales françaises et européennes (fiction, documentaire, animation, spectacles vivants), auxquelles s'ajoutent les investissements dans les documentaires régionaux et ultramarins. L'accord conclu le 9 juillet 2019 avec les organisations professionnelles engage France Télévisions à sanctuariser un investissement annuel minimal de 440 M€ dans la création audiovisuelle. La réalisation 2021 est présentée sous réserve de sa validation par l'ARCOM.

Source des données : France Télévisions.

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

	Unité	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision PAP 2021	2021 Réalisation	2021 Cible
Journaux télévisés	Note sur 10	6,5	6,4	6,4	6,4	n.d.		n.d.
Chaîne d'information en continu	Note sur 10	6	5,8	5,8	5,8	n.d.		n.d.
Sites et applications d'information	Note sur 10	5,9	5,6	5,9	5,6	n.d.		n.d.
Magazines d'information	Note sur 10	6,4	6,3	6,3	6,2	n.d.		n.d.

**Commentaires techniques**Mode de calcul :

Source des données : IFOP.

**ANALYSE DES RÉSULTATS****Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales**

L'année 2021 s'inscrit dans un contexte de baisse de la contribution à l'audiovisuel public (-59,6 M€ par rapport à 2020) et de retour progressif à une activité quasi normale (après la forte baisse d'activité de 2020 liée à la pandémie).

L'augmentation significative des recettes publicitaires et commerciales et la dotation complémentaire de l'État (22,5 M€ en 2021 au titre du plan de relance) ainsi que les économies réalisées ont permis de financer les impacts négatifs de la crise sanitaire et le renforcement du budget de programmes (notamment dans le cadre de la réorganisation de l'offre de contenus avec la prolongation de France 4 et la diffusion de Culturebox), tout en maintenant les engagements en faveur de la création audiovisuelle et cinématographique aux niveaux prévus au budget.

Les dépenses de programmes représentent, cette année encore, le poste essentiel des charges opérationnelles de l'entreprise, en ligne avec les priorités stratégiques de France Télévisions, soit 81,6%, en augmentation de 1,3 point par rapport à 2020 et au niveau de 2019 (81,4%). La hausse constatée entre 2020 et 2021 s'explique par l'effet conjugué :

- d'une augmentation des dépenses de programmes de 39,7 M€, liée notamment à :
  - la diffusion d'événements sportifs majeurs (dont les Jeux olympiques et paralympiques d'été) pour 22,4 M€
  - la reprise d'activité en 2021 de l'information nationale avec notamment une échéance électorale pour 12,2 M€ ;
  - des variations sur les autres lignes du coût de grille pour un peu plus de 3 M€.
- d'une diminution de 30,1 M€ des charges opérationnelles hors programmes (-6%) traduisant la poursuite des efforts d'économies dans tous les secteurs de l'entreprise (18 M€), la diminution des surcoûts de gestion de crise (dépenses de protection des personnels indispensables à la continuité d'activité dans le contexte de la pandémie pour 9,2 M€) et la baisse de la CVAE et de la CFE (pour environ 3 M€) dans le cadre de la loi de finances 2021. Ces diminutions permettent d'absorber les glissements mécaniques et les dépenses générées notamment dans le cadre du renouvellement des systèmes d'information et des solutions technologiques.

## Qualité des programmes de fiction et d'information

### Indicateur de qualité des programmes de fiction

Les fictions françaises diffusées en première partie de soirée sur France 2 et France 3 enregistrent, en 2021, une note moyenne de 8,0/10, un niveau légèrement supérieur aux deux années précédentes.

Les fictions adaptées de faits réels ou traitants de thématiques sociétales restent particulièrement appréciées du public, en se distinguant notamment sur les dimensions d'impact (ce programme « m'a fait vivre des moments forts », « m'a donné envie d'en parler autour de moi »...), d'originalité (« c'est un programme différent et original », « la thématique n'est pas souvent traitée à la télévision »...) et d'éducation (« j'ai appris des choses », « ce programme m'a fait réfléchir »...).

La fiction *L'enfant de personne* sur les enfants placés a obtenu la meilleure note pour le genre en 2021 sur France Télévisions (8,7/10, France 2). Elle enregistre 95% de réponses positives sur la dimension d'originalité et 94% sur la dimension éducative (soit la meilleure note *ex-aequo* pour une fiction française sur cette dimension en 2021, toutes chaînes confondues), et 92% sur l'impact. Parmi les fictions sociétales, peuvent également être citées *Intraitable* (France 2) sur les problématiques agricoles (8,5/10, avec 96% sur l'originalité et 94% sur les qualités éducatives), *L'enfant que je n'attendais pas* sur le déni de grossesse (8,6/10, en rediffusion sur France 2, avec un haut niveau sur l'originalité à 97% - meilleur niveau toutes chaînes confondues - et l'éducation à 92%), *La fugue* diffusé sur France 2 (8,5/10 et 96% sur l'originalité), ou encore *Classe unique* sur France 3 (8,0/10, en rediffusion) une comédie sociale qui traite de désertification rurale et la crise migratoire. Se distinguent aussi la mini-série *Les aventures du jeune Voltaire* (92% sur l'originalité et 87% sur l'éducation pour ce récit d'apprentissage diffusé sur France 2), et les nouvelles séries en milieu scolaire lancées en 2021 sur France 2 qui reçoivent un très bon accueil du public : *La faute à Rousseau* affiche 87% sur l'originalité et 70% sur l'éducation, et *L'école de la vie* affiche 83% sur l'originalité et 73% sur l'éducation.

Les fictions conçues pour une diffusion en ligne (comme *Skam*, *Stalk* ou *Mental*), proposées sur la plateforme Slash, ne sont pas suivies à travers cet indicateur.

### Indicateur de qualité de l'information

Dans un contexte de multiplication des offres d'information, et notamment face à la montée en puissance des réseaux sociaux qui constituent d'ores et déjà l'une des premières sources d'information pour les nouvelles générations, l'information de service public se doit d'être une référence indiscutable de sérieux, de compétence et d'impartialité. La



**France Télévisions**

Programme n° 841 | Objectifs et indicateurs de performance

demande d'une information certifiée, indépendante et de qualité est apparue comme une priorité du public lors de la consultation citoyenne conduite par France Télévisions et Radio France fin 2018 et confirmée avec la nouvelle consultation menée en 2020 avec Radio France, France Médias Monde et l'INA.

Afin d'améliorer la perception de son offre d'information, France Télévisions continue de renforcer ses initiatives pour lutter contre les infox, offrir une large couverture des grands événements de l'actualité nationale, européenne et internationale et consolider la place de franceinfo comme premier media global d'information en France.

France Télévisions a lancé l'étude de perception de la qualité des offres d'information pour l'année 2021. Toutefois, les résultats de cette étude ne sont pas disponibles au moment de la rédaction de ce rapport annuel de performance.

Il est à noter que le maintien d'un niveau élevé de confiance envers l'offre d'information du service public se traduit par une fréquentation importante en 2021 :

- chaque jour, 15 millions de téléspectateurs (27% de la population 4+) se sont informés à travers les différentes éditions d'information de France 2 et France 3 dont 5,1 Millions pour les JT régionaux ;
- les magazines de la rédaction nationale sont suivis par 17,7 millions de téléspectateurs chaque semaine ;
- la chaîne franceinfo est regardée quotidiennement par 5,1 millions de téléspectateurs, une audience en hausse de 5% par rapport à 2020 ;
- l'offre numérique franceinfo enregistre 3 millions de visiteurs uniques en moyenne par jour dont 1 million pour les sites régionaux ;
- le média global (tv, radio, numérique) franceinfo est suivi par 11,4 millions d'utilisateurs chaque jour.

**OBJECTIF****2 – S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique****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	2021 Réalisation	2023 Cible PAP 2021
Audience cumulée hebdomadaire des chaînes de France Télévisions	%	68,6	75,2	Non déterminé	Non déterminé	74,5	Non déterminé
Audience des offres numériques tous supports	millions	817	960	Non déterminé	Non déterminé	811	Non déterminé

**Commentaires techniques****Audience des chaînes linéaires**

**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.

**Source des données :** Médiamétrie, France Télévisions. Base population équipée TV.

**Audience des offres numériques**

**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.

**Source des données :** France Télévisions, AT Internet.

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

	Unité	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision PAP 2021	2021 Réalisation	2021 Cible
Audience 4 écrans couverture mensuelle	%	90,8	89,4	88,9	92,8	n.d.	92,2	n.d.

**Précisions méthodologiques :**

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). Le chiffre 2016 correspond à la moyenne mensuelle au cours de la période juin-décembre 2016. Les chiffres 2017 et 2018 correspondent à la moyenne mensuelle au cours de la période janvier-décembre.

Source des données : Médiamétrie et France Télévisions. Base population France entière

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

	Unité	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision PAP 2021	2021 Réalisation	2021 Cible
Part d'audience sur les 4-14 ans	%	17,9	18	19,2	16,8	n.d.	16,7	n.d.
Part d'audience sur les 15-24 ans	%	14,9	15,3	16,5	17,3	n.d.	18,6	n.d.
Part d'audience sur les 25-59 ans	%	19,7	19,2	19,2	18,5	n.d.	18,8	n.d.
Part d'audience sur les plus de 60 ans	%	40,8	40,4	40,1	40,1	n.d.	38,6	n.d.

**Précisions méthodologiques :**

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

Source des données : Médiamétrie et France Télévisions. Base population équipée TV.

**ANALYSE DES RÉSULTATS****Contexte**

Après une année 2020 très atypique, l'année 2021 est marquée par le prolongement de la crise sanitaire. Dans ce contexte, la télévision a maintenu son rôle fédérateur avec 44,5 millions de téléspectateurs quotidiens sur le poste de télévision (vs 44,3 millions en 2020 et 41,3 millions en 2019). Si la couverture du média est légèrement supérieure au niveau observé en 2020, le temps passé devant la télévision est logiquement un peu moins important, retrouvant son niveau de 2019. Au global, quel que soit l'écran, les Français ont consacré 3h41 aux programmes de télévision en 2021 (vs 3h58 en 2020 et 3h40 en 2019).

Pour mémoire, depuis avril 2020, la mesure d'audience prend en compte la consommation hors domicile et en mobilité des programmes de télévision sur tous les écrans, permettant de couvrir tous les usages.

En parallèle, les services payants de vidéo à la demande (SVoD)<sup>[1]</sup> confirment les hauts niveaux enregistrés au cours du premier confinement : 27,1 millions d'individus 6 ans et plus déclarent utiliser au moins une plateforme SVOD (+3,5 millions d'utilisateurs vs 2020), avec une montée en puissance auprès des publics plus âgés. Chaque jour, on compte 8,6 millions d'utilisateurs âgés de 15 ans et plus (vs 8 millions en 2020). Netflix reste largement leader, et ce sont désormais Prime Vidéo et Disney+ qui dynamisent le marché.

La consommation globale de vidéo s'appuie également sur les réseaux sociaux et les plateformes vidéo gratuites : YouTube est en tête avec chaque jour près de 19 millions de vidéonautes de 15 ans et plus<sup>[2]</sup>, et l'application Tiktok<sup>[3]</sup> – plébiscitée par les jeunes - compte désormais plus d'utilisateurs quotidiens que Twitter avec 5,1 millions d'utilisateurs 15 ans et plus.

**Audiences de France Télévisions**

Dans ce contexte de surconsommation TV :

- l'audience cumulée hebdomadaire de France Télévisions (qui ne comprend que la consommation sur téléviseur et n'est donc plus l'indicateur de référence) se maintient à haut niveau à 74,5% (quasi stable par rapport à 2020 et +5,9 points comparé à 2019) ;
- la couverture mensuelle 4 écrans du groupe (téléviseur, ordinateur, tablette, smartphone) s'élève à 92,2% des 4 ans et plus (un résultat proche de 2020 et 3,3 points au dessus de 2019) ;
- sa couverture hebdomadaire est de 81% en moyenne quel que soit l'écran, soit près de 50 millions de personnes, un niveau stable comparé à 2020, permettant à France Télévisions de rester le premier média des Français. Cet indicateur de couverture hebdomadaire 4 écrans (télévision, ordinateur, mobile et tablette) est désormais l'indicateur de référence pour mesurer la puissance de France Télévisions. Ce *reach* hebdomadaire s'élève à 54% chez les 414 ans, à 65% chez les 15-24 ans, à 83% chez les actifs et à 97% chez les jeunes retraités.

Malgré le recul de France 4 lié à son repositionnement (chaîne ludo-éducative en journée et culturelle le soir), France Télévisions parvient par ailleurs à progresser en part d'audience avec 29,1% (vs 28,8% en 2020, 28,9% en 2019 et 28,5% en 2018), au plus haut depuis 2015. Le groupe progresse également sur le public des 15-49 ans avec +0,7 point sur un an.

Leader sur l'ensemble de la population 4+, le groupe conforte l'écart avec TF1 à hauteur de 2 points à 27,1% (contre un écart de 1,9 point en 2019 et 2020, et 0,8 point en 2018).

#### Structure de l'audience de France Télévisions par tranche d'âge

- Stabilité sur les enfants 414 ans à 16,7% de part d'audience et progression du groupe sur les 1524 ans (+1,3 point) à 18,6 de part d'audience ;
- Stabilité sur les 2559 ans à 18,8 % de part d'audience ;
- La part d'audience sur les 60 ans et plus baisse légèrement (1,5 point) mais demeure à haut niveau ; la couverture du groupe progresse légèrement pour cette tranche d'âge en 2021, mais proportionnellement moins que le reste du marché, ce qui explique cette baisse de sa part d'audience.

#### Audiences numériques

L'audience des offres numériques tous supports et toutes plateformes confondus, avec 811 millions de vidéos vues, est en baisse par rapport à 2020 (960 millions de vues), année record pour les audiences notamment sur les réseaux sociaux pendant les confinements, proche du niveau de 2019 (817 millions de vidéos vues).

Dans le détail, les audiences numériques affichent des niveaux stables et élevés :

- la plateforme france.tv s'affiche à un niveau toujours très élevé, avec 140 millions de vidéos vues en moyenne par mois sur ordinateur, smartphone, tablette et télévision (134 millions en 2020), un record avec une hausse de +4% en un an grâce aux déploiements de l'offre sur de nouvelles interfaces ;
- l'offre numérique franceinfo : une fréquentation stable avec 3 millions de visiteurs uniques en moyenne par jour (3,6 millions en 2020 ; 2,7 millions en 2019) dont 1 million pour les sites régionaux. Le média global (tv, radio, numérique) franceinfo est suivi par 11,4 millions d'utilisateurs chaque jour ;
- la consommation sur les applications TV et mobiles Okoo atteint 15,8 millions de vidéos vues mensuelles en 2021 (14,4 millions en 2020) ;
- le site Lumni.fr attire en moyenne 1,2 millions de visiteurs uniques mensuels en 2021. Dans un contexte normalisé, sans fermeture des classes comme en 2020, le trafic est en baisse sur lumni.fr par rapport à 2020 (1,7 millions de visiteurs uniques mensuels), mais la plateforme atteint l'objectif de trafic qui lui avait été assigné.

Sur les 3 écrans (ordinateur, smartphone et tablette), France Télévisions attire près de 27 millions de visiteurs uniques âgés de 2 ans et +, soit près de 50% de la population connectée.

En lien avec la transformation des usages numériques, le trafic mobile de France Télévisions est en croissance continue ces dernières années. Ainsi, 80% du trafic global est réalisé sur un support mobile en 2021, soit une progression de 4 points en un an (contre 76% en 2020, 75% en 2019).

[1] Source : Médiamétrie – baromètre des usages et comportements SVOD (janvier-novembre 2021)

[2] Source : Médiamétrie – Mesure Internet vidéo 3 écrans (janvier-novembre 2021)

[3] Source : Médiamétrie – Mesure Internet Global (janvier-novembre 2021)

**OBJECTIF****3 – Assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion****INDICATEUR****3.1 – Maîtrise des charges**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision PAP 2021	2021 Prévision actualisée	2021 Réalisation	2023 Cible PAP 2021
Charges de personnel	M€	902,4	855,7	Non déterminé	880,1	873,8	Non déterminé

**Commentaires techniques**

**Mode de calcul** : Masse salariale de FTV S.A. correspondant au compte 64, y compris CICE, retraité des indemnités de départs 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 deuxième reprévision présentée au conseil d'administration le 8 juillet 2021, cohérente avec la poursuite de la diminution des effectifs prévue au budget et prenant en compte les effets atypiques induits par la baisse d'activité dans le contexte de la crise sanitaire. La réalisation 2021 correspond à l'arrêté des comptes 2021 tel qu'approuvé par le conseil d'administration du 24 mars 2022.

**Source des données** : France Télévisions.

**INDICATEUR****3.2 – Ressources propres**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision PAP 2021	2021 Prévision actualisée	2021 Réalisation	2023 Cible PAP 2021
Ressources propres	M€	411	396,5	Non déterminé	382	460,9	Non déterminé

**Commentaires techniques**

**Mode de calcul** : Somme des lignes « publicité et parrainage », autres recettes, résultat des autres activités du compte de résultat métier, retraité des recettes affectées qui trouvent une contrepartie dans les charges de France Télévisions et ne peuvent être considérées comme des ressources propres.

**Source des données** : France Télévisions

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision PAP 2021	2021 Réalisation	2021 Cible
Développement des recettes commerciales	M€	18,0	22,9	22,4	n.d.	31,8	n.d.

**Précisions méthodologiques**

**France Télévisions**

Programme n° 841 | Objectifs et indicateurs de performance

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 versements de FTD à FTV au titre des activités pour lesquelles FTV la mandate.

Source des données: France Télévisions

**INDICATEUR****3.3 – Résultat net**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Prévision PAP 2021	2021 Prévision actualisée	2021 Réalisation	2023 Cible PAP 2021
Résultat net	M€	26,4	18,1	Non déterminé	0,0	- 11,8	Non déterminé

**Commentaires techniques**

Mode de calcul : Résultat net consolidé FTV après impôts. La prévision actualisée 2021 correspond au chiffre issu de la prévision présentée au conseil d'administration de France Télévisions du 8 juillet 2021. La réalisation 2021 correspond à l'arrêté des comptes 2021, tel qu'approuvé par le conseil d'administration du 24 mars 2022

Source des données : France Télévisions.

**ANALYSE DES RÉSULTATS****Maîtrise des charges**

La consolidation de l'équilibre financier de France Télévisions repose sur une condition centrale de maîtrise de sa masse salariale, qui suppose d'engager des réformes structurelles permettant d'assainir l'exploitation de l'entreprise et d'investir les nouveaux modes de fonctionnement et de production induits par la transformation numérique et technologique, tout en préservant les priorités stratégiques du groupe.

Les efforts de maîtrise durable et structurelle de la masse salariale se traduisent depuis 2019 par un pilotage renforcé des effectifs et des remplacements, notamment grâce à une meilleure planification et régulation de l'activité, et par l'ouverture à partir de l'été 2019 du dispositif de rupture conventionnelle collective prévu par l'accord conclu le 9 mai avec trois organisations syndicales représentatives du personnel du groupe (la CFDT, FO et la CGT), qui permet l'adaptation du cadre social et de la méthode de transformation aux défis du numérique, en assurant à la fois une diminution de la masse salariale à l'horizon 2022 et un rééquilibrage de la structure socio-générationnelle des compétences internes. Cet accord prévoit notamment un volet d'accompagnement des départs pour ceux des collaborateurs qui le souhaiteraient et un volet de recrutements. Le rythme des départs a été ralenti en 2020 et 2021 en particulier du fait de la crise sanitaire et sociale qui a créé un environnement incertain peu propice aux départs et aux reconversions, ce qui a conduit l'entreprise à revoir son objectif à la baisse, le portant à 1 200 départs au total au cours de la période (versus 1 800 initialement).

Les efforts ont été poursuivis en 2021, parallèlement à la mise en œuvre des priorités stratégiques, avec un niveau des effectifs s'établissant à 9 050 ETP en augmentation de 28 ETP par rapport à 2020, ce qui s'explique par le retour à une activité quasi normale, alors que l'année 2020 avait été marquée par le contexte sanitaire (qui a généré une baisse exceptionnelle et non reconductible des ETP). Au total, les effectifs de France Télévisions auront diminué de près de 15% entre 2012 et décembre 2021.

La masse salariale 2021 (hors indemnités de départ en retraite et de licenciements, suppléments de cachets et intéressement) s'élève à 873,8 M€, en léger recul (-0,3%) par rapport aux prévisions budgétaires, malgré le dépassement de la trajectoire d'EPT prévue au budget 2021 (9 021 ETP), en raison de coûts moyens par ETP inférieurs à la prévision budgétée.

## Ressources propres

Les ressources propres s'établissent à 460,9 M€, en hausse significative de 64,4 M€ par rapport à 2020 ; hausse due à l'augmentation des recettes publicitaires, liée à une conjoncture plus favorable mais aussi à la stratégie commerciale de la régie, à la bonne tenue des audiences du groupe et à la très bonne performance des événements sportifs diffusés en 2021.

Les recettes commerciales s'établissent à 31,8 M€ en 2021, en augmentation de 9,4 M€ par rapport à 2020, ce qui s'explique principalement par la progression des résultats d'exploitation de France Télévisions Publicité (en lien avec la hausse des ressources publicitaires) et de France Télévisions Distribution (augmentation du chiffre d'affaires en lien avec une hausse de la distribution des fictions, le développement de licences de marques et la hausse des parts de coproduction et des droits à recettes).

## Résultat net

L'année 2021 s'inscrit dans un contexte :

- de baisse de la contribution à l'audiovisuel public (-59,6 M€ par rapport à 2020 soit -146,5 M€ cumulés depuis 2018, en conformité avec la trajectoire du COM) ;
- de retour progressif à une activité quasi normale en dépit du prolongement de la crise sanitaire;
- de réorganisation de l'offre de contenus, avec la prolongation de France 4 et la diffusion de Culturebox.

L'augmentation significative des recettes publicitaires et commerciales et la dotation complémentaire de l'Etat (22,5 M€ en 2021 sur un total 2021/2022 de 45 M€ au titre du plan de relance) ainsi que les économies réalisées ont permis de financer les impacts négatifs de la crise sanitaire et le renforcement du budget de programmes. Parallèlement, France Télévisions a poursuivi ses efforts de gestion, notamment de maîtrise de la masse salariale et de recherche de gains de productivité, et en pilotant les économies liées aux diminutions d'activité dans le cadre de la crise sanitaire. France Télévisions a par ailleurs bénéficié de la diminution de la CVAE et de la CFE dans le cadre de la loi de finance 2021 qui n'était pas prévue budgétairement et qui a généré des économies qui expliquent en totalité le résultat d'exploitation positif.

Dans ce contexte, France Télévisions a préservé une exploitation équilibrée pour la sixième année consécutive. Le résultat d'exploitation avant éléments non récurrents s'établit à +9,5 M€. Le résultat net s'élève à -11,8 millions d'euros en 2021 et tient compte des impacts de la transformation de l'entreprise et de sa stratégie de développement (coûts de formation aux nouveaux métiers pour 2,5 millions d'euros, quote part de perte de la plateforme numérique Salto pour 27,8 millions d'euros) ainsi que d'un résultat exceptionnel lié notamment à un ajustement de la provision du plan de départs à hauteur de 8,7 millions d'euros.

## France Télévisions

Programme n° 841 | Présentation des crédits et des dépenses fiscales

## Présentation des crédits et des dépenses fiscales

## 2021 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS OUVERTS ET DES CRÉDITS CONSOMMÉS

## 2021 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
01 – France Télévisions	2 421 053 594 2 421 053 594	2 421 053 594 2 421 053 594	2 421 053 594
<b>Total des AE prévues en LFI</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 421 053 594</b>
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP			
Total des AE ouvertes	2 421 053 594	2 421 053 594	
<b>Total des AE consommées</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 421 053 594</b>	

## 2021 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
01 – France Télévisions	2 421 053 594 2 421 053 594	2 421 053 594 2 421 053 594	2 421 053 594
<b>Total des CP prévus en LFI</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 421 053 594</b>
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP			
Total des CP ouverts	2 421 053 594	2 421 053 594	
<b>Total des CP consommés</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 421 053 594</b>	

## 2020 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LFI) ET DES CRÉDITS CONSOMMÉS

## 2020 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total hors FdC et AdP prévus en LFI	Total y.c. FdC et AdP
01 – France Télévisions	2 481 865 294	2 481 865 294	2 481 865 294

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7	Total	Total
	Dépenses d'opérations financières	hors FdC et AdP prévus en LFI	y.c. FdC et AdP
	Prévision LFI 2020		
	Consommation 2020		
	2 481 865 294		2 481 865 294
<b>Total des AE prévues en LFI</b>	<b>2 481 865 294</b>	<b>2 481 865 294</b>	<b>2 481 865 294</b>
<b>Total des AE consommées</b>	<b>2 481 865 294</b>		<b>2 481 865 294</b>

## 2020 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7	Total	Total
	Dépenses d'opérations financières	hors FdC et AdP prévus en LFI	y.c. FdC et AdP
	Prévision LFI 2020		
	Consommation 2020		
01 – France Télévisions	2 481 865 294	2 481 865 294	2 481 865 294
	2 481 865 294		2 481 865 294
<b>Total des CP prévus en LFI</b>	<b>2 481 865 294</b>	<b>2 481 865 294</b>	<b>2 481 865 294</b>
<b>Total des CP consommés</b>	<b>2 481 865 294</b>		<b>2 481 865 294</b>

## PRÉSENTATION PAR TITRE ET CATÉGORIE DES CRÉDITS CONSOMMÉS

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées* en 2020	Ouvertes en 2021	Consommées* en 2021	Consommés* en 2020	Ouverts en 2021	Consommés* en 2021
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	2 481 865 294	2 421 053 594	2 421 053 594	2 481 865 294	2 421 053 594	2 421 053 594
Prêts et avances	2 481 865 294	2 421 053 594	2 421 053 594	2 481 865 294	2 421 053 594	2 421 053 594
<b>Total hors FdC et AdP</b>		<b>2 421 053 594</b>			<b>2 421 053 594</b>	
<b>Total*</b>	<b>2 481 865 294</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 481 865 294</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 421 053 594</b>

\* y.c. FdC et AdP



## 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.

Le chiffrage initial pour 2021 a été réalisé sur la base des seules mesures votées avant le dépôt du projet de loi de finances pour 2021. Dès lors, le chiffrage actualisé peut différer de celui-ci, notamment lorsqu'il tient compte d'aménagements intervenus depuis le dépôt du projet de loi de finances pour 2021.

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 »). 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 définitif 2020	Chiffrage initial 2021	Chiffrage actualisé 2021
950101 <b>Dégrèvement en faveur des personnes de condition modeste</b> Contribution à l'audiovisuel public <i>Bénéficiaires 2019 : 4508000 Ménages - 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	nc	624
950102 <b>Dégrèvement en faveur des personnes de condition modeste au titre des "droits acquis"</b> Contribution à l'audiovisuel public <i>Bénéficiaires 2019 : 66000 Ménages - 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	nc	7
<b>Total</b>	<b>621</b>		<b>631</b>

Il est à noter que les six entités de l'audiovisuel public sont exonérées du paiement de la taxe sur les salaires du fait de l'assujettissement de la contribution à l'audiovisuel public à la taxe sur la valeur ajoutée (taux réduit de 2,1%). Le montant de cette taxe serait d'environ 94 M€ pour l'ensemble du secteur (estimation réalisée sur la base des rémunérations brutes versées en 2020).

## Justification au premier euro

### Éléments transversaux au programme

#### ÉLÉMENTS DE SYNTHÈSE DU PROGRAMME

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action  <i>Prévision LFI Consommation</i>	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2 * Dépenses de personnel	Autres titres *	Total y.c. FdC et AdP	Titre 2 * Dépenses de personnel	Autres titres *	Total y.c. FdC et AdP
01 – France Télévisions		2 421 053 594 2 421 053 594	2 421 053 594 2 421 053 594		2 421 053 594 2 421 053 594	2 421 053 594 2 421 053 594
<b>Total des crédits prévus en LFI *</b>	<b>0</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>0</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 421 053 594</b>
Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP						
Total des crédits ouverts	0	2 421 053 594	2 421 053 594	0	2 421 053 594	2 421 053 594
<b>Total des crédits consommés</b>	<b>0</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>0</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 421 053 594</b>
Crédits ouverts - crédits consommés						

\* hors FdC et AdP pour les montants de la LFI

La loi de finances 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, aux termes des arbitrages pris à l'été 2018, en recul de 160 M€. Après une baisse de 26 M€ en 2019 et de 60 M€ en 2020, les concours publics 2021 budgétés diminuent de 15 M€ en 2021 : -60 M€ sur la contribution à l'audiovisuel public et +45 M€ au titre du plan de relance).

Le budget 2021 s'inscrit dans un contexte de réduction des concours publics pour la quatrième année consécutive et une activité fortement impactée par les conséquences économiques de la crise sanitaire.

En parallèle du processus budgétaire 2021, la révision du Contrat d'objectifs et de moyens 2022 a été élaborée afin de remettre en perspective la trajectoire économique de France Télévisions pour 2021 et 2022. Il définit les priorités stratégiques et les événements majeurs, tout en poursuivant et en accentuant les efforts d'économies et de gains de productivité significatifs, permettant d'en assurer le financement.

Dans ce cadre économique, **le budget 2021 a été construit autour :**

- d'une hypothèse de retrait des recettes publicitaires de 5,6 M€ par rapport au budget 2020, dû au contexte économique engendré par la crise sanitaire,
- de la recherche systématique d'économies, de gains de productivité et de synergies dans la gestion de l'entreprise, favorisée par sa transformation entamée depuis plusieurs années, et qui se traduisent aussi bien dans la trajectoire des effectifs que dans les économies réalisées dans l'ensemble des directions, au travers de la baisse de la masse salariale et des dépenses de fonctionnement,

- du maintien d'une priorité donnée à l'offre et aux missions de service public, dans un cadre qui a nécessité des arbitrages stratégiques sur tous les grands genres de programmes.

Le budget 2021 marque également une nouvelle étape de la transformation de France Télévisions à l'horizon 2022 articulée autour d'objectifs ambitieux :

- maintien de la priorité donnée à la création et à l'innovation dans les contenus, renforcement de l'exposition de la culture et de l'éducation, sur les antennes linéaires et non linéaires,
- gestion du maintien de France 4 et organisation du basculement des contenus sur France.TV avec la plateforme Okoo et sur le bouquet des chaînes,
- développement de la régionalisation avec le programme régional de France 3 (montée en puissance des tranches d'information régionale, accroissement des matinales communes avec France Bleu) et une plus grande exposition des Outre-mer sur les antennes linéaires et de leur portail numérique dédié, suite à l'arrêt de France Ô,
- augmentation des budgets numériques tant sur la technologie que sur les contenus afin de faire de France.tv une antenne de destination et la vitrine numérique du groupe.

Dans ce contexte, le budget 2021 présente un résultat d'exploitation à l'équilibre sur son cœur d'activité et en perte de 35,3 M€ après prise en compte des éléments 2021 liés à la transformation et à Salto. Le résultat net affiche une perte de 35,7 M€.

## **2 – L'exécution 2021 se traduit, malgré le contexte de poursuite de la crise sanitaire, par un résultat d'exploitation (avant transformation et Salto) positif pour la sixième année consécutive.**

L'année 2021 s'inscrit dans un contexte :

- de baisse de la contribution à l'audiovisuel public (-59,6 M€ par rapport à 2020 soit -146,5 M€ cumulés depuis 2018, en conformité avec la trajectoire du COM) ;
- de retour progressif à une activité quasi normale en dépit de la persistance de la crise sanitaire ;
- de réorganisation de l'offre de contenus, avec la prolongation de France 4 et la diffusion de Culturebox sur le canal 19 de la TNT de février à avril puis en soirée sur France 4 à compter de mai.

L'augmentation significative des recettes publicitaires et commerciales, la dotation complémentaire de l'Etat (22,5 M€ en 2021 sur un total 2021/2022 de 45 M€ au titre du plan de relance) et les économies réalisées ont permis de financer les impacts négatifs de la crise sanitaire et le renforcement du budget de programmes dans le cadre de Culturebox et de la prolongation de France 4.

Parallèlement, France Télévisions a poursuivi ses efforts de gestion, notamment au travers de la maîtrise de la masse salariale, de la recherche de gains de productivité et le pilotage des économies liées aux diminutions d'activité dans le cadre de la crise sanitaire. France Télévisions a par ailleurs bénéficié de la diminution de la CVAE et de la CFE dans le cadre de la loi de finance 2021 pour un montant de 11,7 M€.

Dans ce contexte, France Télévisions a préservé une exploitation équilibrée. Le **résultat d'exploitation** (avant transformation et Salto) s'établit à **+9,5 M€** avant prise en compte des reclassements comptables recommandés par l'ANC (Collège de l'Autorité des normes comptables) le 3 décembre 2021 (retraitement qui a concerné les frais financiers sur la provision d'indemnités de départ en retraite).

Plus précisément, le **chiffre d'affaires diffusion (2 793,8 M€)** est légèrement inférieur aux prévisions budgétaires (-1,8 M€) avec une hausse des recettes publicitaires (21,7 M€) et un report sur 2022 de la moitié du produit généré par le Plan de relance (22,5 M€), les effets de la crise sanitaire subsistant en 2022 :

- **la contribution à l'audiovisuel public (2 371,7 M€)** est en ligne avec le budget (+0,5 M€) et en baisse de 59,6 M€ HT par rapport à 2020. Le plan de relance de 45 M€ a été étalé sur deux ans afin de faire face aux charges liées à la crise sanitaire constatées en 2021 et se poursuivant en 2022 ;
- **les recettes de publicité et parrainage du groupe France Télévisions s'établissent à 380,9 M€**, en hausse de 21,7 M€ par rapport au budget à la fois sur les recettes diffuseur (+18,4 M€) et sur les

recettes internet (+3,4 M€). Cette hausse est liée à la stratégie commerciale de la régie, à la bonne tenue des audiences du groupe et à la très bonne performance des événements sportifs (Jeux Olympiques, Tour de France, Roland-Garros).

Les **recettes nettes disponibles (2 482 M€)** sont inférieures de 2,1 M€ à 2020 et de 6,8 M€ par rapport au budget initial.

**Le coût de grille (2 075,2 M€)** affiche une hausse de 0,2% par rapport au budget (4 M€). Cette quasi stabilité est cependant impactée la dégradation de l'exploitation des moyens internes de fabrication : la crise sanitaire a réduit l'activité en début d'année : par genre, les évolutions sont les suivantes :

- Le coût de grille de l'**information nationale (255 M€)** affiche une diminution de 1,3 M€ par rapport au budget : elle est principalement liée aux magazines qui ont eu une activité limitée par la pandémie, ainsi qu'à des transferts de cases et leurs effets prix favorables.
- Le coût de grille des **sports (201,4 M€)** affiche une baisse de 6,6 M€ par rapport au budget. Cette économie est principalement liée au report sur 2022 de deux événements majeurs (Championnats du monde d'athlétisme aux Etats Unis et les Championnats du monde de natation à Tokyo). Par ailleurs, des économies ont été générées sur les coûts de production de Roland-Garros et sur les magazines du fait de tournages de reportages limités par des contraintes liées à la pandémie.
- **Le programme national (960,6 M€)** affiche une hausse de 27,9 M€ par rapport au budget essentiellement liée au coût de la chaîne Culturebox, puis à la prolongation de France 4 en année pleine, du remplacement des cases Information et Sports supprimées dans le contexte de la crise sanitaire. Enfin, la programmation de la rentrée 2021 a été renforcée pour accompagner le potentiel de ressources publicitaires et préparer l'exercice 2022 marqué par une diminution significative du budget des programmes.
- Le coût de grille du **programme régional de France 3 (388,4 M€)** est en retrait de 15,4 M€ par rapport au budget, principalement du fait des restrictions d'activités et de la réduction du nombre d'opérations liées au contexte sanitaire en début d'année se traduisant par un moindre recours à la Fabrique, des économies sur les charges de fonctionnement, un effet volume favorable sur les ETP et une réduction de l'impôt production.
- Le coût de grille des **Outre-mer 1ères (196,6 M€)** est conforme aux prévisions budgétaires.
- Le **numérique (73,3 M€)** est inférieur au budget de 0,8 M€ : les économies constatées sur les prestations (Slash, Okoo, France.tv édito, l'Education, Culturebox et Culture Prime) sont en partie compensée par des coûts supplémentaires sur les campagnes d'acquisition de trafic, des prestations prolongées sur la fin de l'année sur les projets transverses et des régularisations de factures à recevoir sur années antérieures. Au-delà du budget confié à la Direction du numérique, **le total des montants dédiés au numérique s'élève à 174 M€**, en hausse de 6,5 M€ par rapport au budget et correspond principalement aux développements de contenus non linéaires au programme national et à la transformation numérique.

**Le total des charges d'exploitation (2 544,7 M€)** est supérieur de 9,6 M€ par rapport à 2020 et de 7,2 M€ par rapport au budget initial.

Les **coûts supports (331,7 M€)** affichent une hausse de 11,1 M€ par rapport aux prévisions budgétaires.

- Le support **antennes et programmes (192,2 M€)** est en légère diminution de 0,9 M€ par rapport au budget liée à la réduction des échanges.
- Le support **technique et informatique partagé (66,4 M€)** affiche un dépassement de 10,5 M€ par rapport au budget, lié d'une part à la Fabrique (activité en baisse en raison des contraintes sanitaires, arrêt de certaines émissions et changements de grille) et d'autre part à la direction des technologies (principalement sur les amortissements en lien avec la hausse des investissements techniques et informatiques liés à la crise sanitaire et à la transformation de l'entreprise).
- Les **coûts techniques de diffusion (73,1 M€)** sont en dépassement de 1,4 M€ par rapport au budget du fait du maintien du canal 14 (France 4) et des coûts de mise en œuvre temporaire de la distribution de Culturebox sur le canal 19 au premier semestre. Ces dépassements sont en partie compensés par des économies obtenues par la renégociation de contrats de diffusion historiques.

Les **autres dépenses (137,8 M€)** affichent un retrait de 7,8 M€ par rapport au budget :

- Les **subventions Cinéma (18,8 M€)** sont en ligne avec les prévisions budgétaires.
- Les **variations de provisions et autres charges (28,2 M€)** affichent une diminution de 0,5 M€ par rapport au budget et de 1,3 M€ après retraitements du nouveau réglementaire comptable français (reclassement des frais financiers liés à la PIDR en résultat financier). Le solde de l'écart s'explique par des reprises de provisions supérieures au budget.
- Les **frais généraux (90,8 M€)** affichent un recul de 6,6 M€ par rapport au budget qui résulte de la crise sanitaire (baisse d'activité à l'Université, reports de projets, d'études et de conseil, réduction des déplacements,...) amplifiée par un effet volume ETP favorable, des économies sur les loyers et des coûts d'infrastructures inférieurs au budget. Ils incluent les dépenses spécifiques liées au Covid (masques, gel hydroalcoolique, protections, nettoyage complémentaire, matériels).

Les **autres éléments** liés à l'exploitation hors transformation et Salto sont les suivants :

- le **résultat des autres activités (71,2 M€)** est supérieur au budget de 16,3 M€ : il est majoritairement lié aux bonnes performances de France Télévisions Publicité et de France Télévisions Distribution.
- le **résultat du producteur (4,7 M€ versus -1,7 M€ au budget)** résulte des bonnes performances de la filiale de production France.tv Studio ainsi que le report de la diffusion en salles des films coproduits par les filiales cinéma de France Télévisions (allégeant ainsi le niveau d'amortissements).
- l'**intéressement (3,6 M€ contre 4 M€ au budget)** résulte de l'atteinte partielle des objectifs de l'accord d'intéressement.

Grâce à une exploitation équilibrée, le **résultat d'exploitation (avant transformation et Salto)** s'établit à **+9,5 M€**.

Les **autres éléments** concernant la **transformation et Salto** sont les suivants :

- les **dépenses liées à la transformation de l'entreprise (2,5 M€)** en économie de 2,3 M€ (décalage de mise en œuvre du plan de départs).
- Le **résultat de Salto (-27,8 M€)** est en amélioration de 3,2 M€ par rapport au budget.

Les **autres résultats** sont les suivants :

- Le **résultat financier** s'établit à **-1,8 M€** : il est en dégradation de 0,8 M€ par rapport au budget, notamment du fait du reclassement des frais financiers de la PIDR en résultat financier.
- Le **résultat exceptionnel** s'élève à **8,7 M€** et correspond notamment à une baisse du nombre de départs 2021 au titre du plan.
- La **quote-part des sociétés mises en équivalence (2,1 M€)** est en amélioration de 1,5 M€ par rapport au budget.

Le **résultat net** est négatif à hauteur de **11,8 M€**, supérieur de 23,9 M€ à la prévision.

L'**effectif moyen annuel** 2021 de l'entreprise commune s'établit à **9 050 ETP** :

- Il progresse de 28 ETP par rapport à 2020 notamment du fait du retour à une activité normale après une année 2020 marquée par le contexte sanitaire et du ralentissement de la mise en œuvre de projets de transformation.
- Le taux de recours aux non permanents s'établit à 13%.

La **masse salariale** 2021 est quasi conforme au budget à 876,1 M€ (contre 876,2 M€ au budget). Ce montant s'entend hors départs et litiges et hors suppléments de cachets et forfait social de l'intéressement (indicateur du COM).

La **trésorerie** du groupe (175,8 M€) augmente de 8,7 M€ sur 12 mois contre une diminution de 69,4 M€ prévue au budget. L'écart de 78 M€ s'explique essentiellement par des coûts de transformation inférieurs au budget ainsi que par une évolution favorable du besoin en fonds de roulement et du stock de programmes en diminution sur l'exercice.

**Compte de résultat métier de France Télévisions**

Compte de résultat métier consolidé (M€)	Réel 2020	Budget 2021	Réel 2021	Ecart 2021/2020	Ecart 2021/B2021
Concours publics	2 431,3	2 416,4	2 394,2	-37,1	-22,2
<i>dont contribution à l'audiovisuel public</i>	2 431,3	2 371,2	2 371,7	-59,6	+0,5
<i>dont Plan de relance</i>		45,2	22,5	+22,5	-22,7
Publicité et parrainage	333,1	359,2	380,9	+47,8	+21,7
Autres recettes	20,0	20,0	18,7	-1,3	-1,3
<b>Total CA diffusion</b>	<b>2 784,4</b>	<b>2 795,6</b>	<b>2 793,8</b>	<b>+9,4</b>	<b>-1,8</b>
Total commissions et ayants droit	300,4	306,8	311,8	+11,4	+5,0
<b>Recettes nettes disponibles</b>	<b>2 484,0</b>	<b>2 488,8</b>	<b>2 482,0</b>	<b>-2,1</b>	<b>-6,8</b>
Information nationale	242,8	256,3	255,0	+12,2	-1,3
Sport national	179,0	208,0	201,4	+22,4	-6,6
Programme national	988,3	932,7	960,6	-27,7	+27,9
Programme régional métropolitain	370,1	403,8	388,4	+18,3	-15,4
Programme régional ultramarin	188,0	196,4	196,6	+8,6	+0,2
Numérique	67,2	74,1	73,3	+6,1	-0,8
<b>Coût de grille</b>	<b>2 035,5</b>	<b>2 071,3</b>	<b>2 075,2</b>	<b>+39,7</b>	<b>+4,0</b>
Support antennes et programmes	186,2	193,0	192,2	+6,0	-0,9
Support technique et informatique partagé	77,1	55,9	66,4	-10,7	+10,5
Coûts techniques de diffusion	75,8	71,7	73,1	-2,7	+1,4
<b>Coûts supports</b>	<b>339,1</b>	<b>320,6</b>	<b>331,7</b>	<b>-7,4</b>	<b>+11,1</b>
<b>Coût des antennes</b>	<b>2 374,6</b>	<b>2 391,9</b>	<b>2 406,9</b>	<b>+32,3</b>	<b>+15,0</b>
Subventions cinéma	18,8	18,8	18,8	0,0	0,0
Var. de provisions et autres dépenses	40,8	29,5	28,2	-12,5	-1,3
Frais généraux	101,0	97,4	90,8	-10,2	-6,6
<i>dont coûts directs Covid-19</i>	11,6	2,4	3,2	-8,4	+0,8
<b>Total autres dépenses</b>	<b>160,5</b>	<b>145,7</b>	<b>137,8</b>	<b>-22,7</b>	<b>-7,8</b>
<b>Charges d'exploitation du diffuseur</b>	<b>2 535,1</b>	<b>2 537,5</b>	<b>2 544,7</b>	<b>+9,6</b>	<b>+7,2</b>
<b>Résultat opérationnel diffuseur</b>	<b>-51,1</b>	<b>-48,8</b>	<b>-62,8</b>	<b>-11,7</b>	<b>-14,0</b>
Résultat autres activités	+54,5	+54,9	+71,2	+16,7	+16,3
Résultat du producteur	+5,4	-1,7	+4,7	-0,7	+6,3
Intéressement	7,2	4,0	3,6	-3,6	-0,4
<b>Résultat d'exploitation avant transformation et SALTO</b>	<b>1,6</b>	<b>0,4</b>	<b>9,5</b>	<b>+7,9</b>	<b>+9,0</b>
Transformation	1,3	4,8	2,5	+1,3	-2,3
SALTO	10,9	31,0	27,8	+16,9	-3,2
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>-10,6</b>	<b>-35,3</b>	<b>-20,8</b>	<b>-10,2</b>	<b>+14,5</b>
Résultat financier	0,1	-1,0	-1,8	-1,8	-0,8
Résultat exceptionnel	27,8		8,7	-19,1	+8,7
Sociétés MEE	1,0	0,6	2,1	+1,1	+1,5
<b>Résultat avant impôts</b>	<b>18,3</b>	<b>-35,7</b>	<b>-11,8</b>	<b>-30,1</b>	<b>+23,9</b>
Impôts	-0,1			+0,1	0,0
<b>Résultat net</b>	<b>18,1</b>	<b>-35,7</b>	<b>-11,8</b>	<b>-30,0</b>	<b>+23,9</b>

**PASSAGE DU PLF À LA LFI**

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
PLF	0	2 421 053 594	2 421 053 594	0	2 421 053 594	2 421 053 594
Amendements	0	0	0	0	0	0
<b>LFI</b>	<b>0</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>0</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 421 053 594</b>

**France Télévisions**

Programme n° 841 | Justification au premier euro

***Dépenses pluriannuelles***

## SUIVI DES CRÉDITS DE PAIEMENT ASSOCIÉS À LA CONSOMMATION DES AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT (HORS TITRE 2)

AE 2021	CP 2021
AE ouvertes en 2021 * (E1) <b>2 421 053 594</b>	CP ouverts en 2021 * (P1) <b>2 421 053 594</b>
AE engagées en 2021 (E2) <b>2 421 053 594</b>	CP consommés en 2021 (P2) <b>2 421 053 594</b>
AE affectées non engagées au 31/12/2021 (E3) <b>0</b>	dont CP consommés en 2021 sur engagements antérieurs à 2021 (P3 = P2 - P4) <b>2 421 053 594</b>
AE non affectées non engagées au 31/12/2021 (E4 = E1 - E2 - E3) <b>0</b>	dont CP consommés en 2021 sur engagements 2021 (P4) <b>0</b>

### RESTES À PAYER

Engagements ≤ 2020 non couverts par des paiements au 31/12/2020 brut (R1) <b>0</b>				
Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2020 (R2) <b>0</b>				
<b>Engagements ≤ 2020 non couverts par des paiements au 31/12/2020 net</b> (R3 = R1 + R2) <b>0</b>	–	CP consommés en 2021 sur engagements antérieurs à 2021 (P3 = P2 - P4) <b>2 421 053 594</b>	=	Engagements ≤ 2020 non couverts par des paiements au 31/12/2021 (R4 = R3 - P3) <b>-2 421 053 594</b>
AE engagées en 2021 (E2) <b>2 421 053 594</b>	–	CP consommés en 2021 sur engagements 2021 (P4) <b>0</b>	=	Engagements 2021 non couverts par des paiements au 31/12/2021 (R5 = E2 - P4) <b>2 421 053 594</b>
				<b>Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2021</b> (R6 = R4 + R5) <b>0</b>
				Estimation des CP 2022 sur engagements non couverts au 31/12/2021 (P5) <b>0</b>
				Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2022 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2021 (P6 = R6 - P5) <b>0</b>

NB : les montants ci-dessus correspondent uniquement aux crédits hors titre 2

\* LFI 2021 + reports 2020 + mouvements réglementaires + FdC + AdP + fongibilité asymétrique + LFR



---

**France Télévisions**

Programme n° 841 | Justification au premier euro

## Justification par action

### ACTION

#### 01 – France Télévisions

Action / Sous-action	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
<i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i>						
<i>Réalisation</i>						
01 – France Télévisions		2 421 053 594	<b>2 421 053 594</b>		2 421 053 594	<b>2 421 053 594</b>
		2 421 053 594	<b>2 421 053 594</b>		2 421 053 594	<b>2 421 053 594</b>

#### ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision LFI y.c. FdC et AdP	Réalisation	Prévision LFI y.c. FdC et AdP	Réalisation
Titre 7 : Dépenses d'opérations financières	2 421 053 594	2 421 053 594	2 421 053 594	2 421 053 594
Prêts et avances	2 421 053 594	2 421 053 594	2 421 053 594	2 421 053 594
<b>Total</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 421 053 594</b>	<b>2 421 053 594</b>