

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
PROJETS ANNUELS DE PERFORMANCES
ANNEXE AU PROJET DE LOI DE FINANCES POUR

2023

FRANCE TÉLÉVISIONS



PROGRAMME 841 France Télévisions

MINISTRE CONCERNÉ : BRUNO LE MAIRE, MINISTRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA SOUVERAINETÉ
INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE

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. 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'État et la société le 12 mai 2021 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 ;
- proposer une offre éducative et divertissante riche pour les jeunes publics ;
- soutenir la création audiovisuelle et cinématographique et le secteur culturel ;
- s'engager en faveur de l'égalité, de l'inclusion et de la représentation de la diversité ;
- poursuivre la régionalisation portée par les synergies avec Radio France et renforcer l'exposition des Outremer.

Un avenant au COM 2020-2022 de l'entreprise sera négocié pour l'année 2023 au cours de l'automne 2022. Il intégrera une dotation publique de 2 430,5 M€ HT, en progression de +73,2 M€ par rapport à la dotation HT allouée en 2022 (+23,7 M€ par rapport à la dotation TTC prévue en loi de finances initiale pour 2022) et de +50,7 M€ par rapport à l'ensemble des concours publics perçus par le groupe en 2022 (2 357,3 M€ HT de dotation annuelle *via* le compte de concours financiers « Avances à l'audiovisuel public » et 22,5 M€ de crédits budgétaires versés au titre du plan de relance) notamment afin de financer les surcoûts liés à l'inflation, au glissement de la masse salariale ainsi qu'aux évolutions de dépenses engagées. Cette dotation comprendra 22,4 M€ visant à compenser les effets fiscaux induits par la suppression de la CAP (assujettissement à la taxe sur les salaires). Dans un second temps, un nouveau COM sera établi au cours de l'année 2023, adossé à une trajectoire de dotation pluriannuelle. Ce nouveau COM aura vocation à poursuivre la dynamique de transformation de France Télévisions.

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 la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire

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

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	2020	2021	2022 (Cible PAP 2022)	2023 (Cible)	2024 (Cible)	2025 (Cible)
Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales	%	80,3	81,6	>= 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 réalisation 2021 correspond à l'arrêté des comptes 2021 tel qu'approuvé par le conseil d'administration du 24 mars 2022.

JUSTIFICATION DES CIBLES

L'année 2021 s'est inscrite dans un contexte de diminution de la contribution à l'audiovisuel public allouée à France Télévisions (-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 crise sanitaire. Les efforts d'économie de l'entreprise, l'augmentation significative des recettes publicitaires et commerciales ainsi que la dotation complémentaire de l'État (22,5 M€ en 2021 au titre du plan de relance) 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. Dans ce contexte, les dépenses de programmes ont représenté 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.

En 2022, les dépenses de programmes devraient afficher une quasi stabilité par rapport à 2021 (avec une prévision budgétaire de 2 070 M€ soit -0,2 %) et toujours représenter une part essentielle des charges opérationnelles supérieure à 80 % (avec une prévision budgétaire de 81,5 %). 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 développement des offres numériques, le rôle de l'information dans le débat démocratique, le renforcement de la proximité et de la visibilité des Outre-mer, une offre enrichie pour les enfants et les jeunes adultes et le renouvellement de l'offre culturelle et créative.

En 2023, 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. Les prévisions de dépenses de programme seront précisées dans le projet d'avenant 2023 au COM 2020-2022 qui sera transmis au Parlement dans le cadre de la préparation du débat sur le PLF 2023.

INDICATEUR

1.2 – Qualité des programmes de fiction et d'information

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2020	2021	2022 (Cible PAP 2022)	2023 (Cible)	2024 (Cible)	2025 (Cible)
Indicateur de qualité des programmes de fiction française	Note sur 10	7,9	8,0	Non déterminé	Non déterminé		
Qualité des programmes d'information	Note sur 10	6	6,3	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 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. La notion de « qualité » repose sur la note d'impact qui agrège les 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 du 12 au 19 février 2021 pour 2020 et du 3 au 15 mars 2022 pour 2021.

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

France Télévisions

Programme n° 841 | Objectifs et indicateurs de performance

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Prévision	2023 Prévision
Volume d'heures de fiction diffusées	Nombre d'heures	5 000	4070	2600	n.d.	n.d.

Précisions méthodologiques

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, 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).

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

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Prévision	2023 Prévision
Investissement dans la création audiovisuelle	En M€	421,6	422,1	440,1	440	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	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Prévision	2023 Prévision
Journaux télévisés	Note sur 10	6,4	6,4	6.7	n.d.	n.d.
Chaîne d'information en continu	Note sur 10	5,8	5,8	6.2	n.d.	n.d.
Sites et applications d'information	Note sur 10	5,9	5,6	5.5	n.d.	n.d.
Magazines d'information	Note sur 10	6,3	6,2	6.3	n.d.	n.d.

Précisions méthodologiques

Source des données : IFOP.

Mode de calcul : Étude 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 2019 a été réalisée du 27 janvier au 7 février 2020 (avant le confinement), du 12 au 19 février 2021 pour 2020 et du 3 au 15 mars 2022 pour 2021.

JUSTIFICATION DES CIBLES

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.

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 :
 - 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.
 - l'audience linéaire cumulée hebdomadaire des chaînes de France Télévisions. Elle 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, elle 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 :
 - des audiences par tranche d'âge aux fins de suivre l'attrait des chaînes du service public pour les différentes générations.
 - de la couverture mensuelle sur 4 écrans ;

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) ; cet 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) ; cet 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	2020	2021	2022 (Cible PAP 2022)	2023 (Cible)	2024 (Cible)	2025 (Cible)
Audience cumulée hebdomadaire des chaînes de France Télévisions	%	75,2	74,5	Non déterminé	Non déterminé		
Audience des offres numériques tous supports	millions	960	811	Non déterminé	Non déterminé		
Couverture hebdomadaire 4 écrans	%	74	81	>= 80%	Non déterminé		
Vidéos vues chaque mois (hors plateformes externes)	millions	151	177	>= 2021	Non déterminé		
Nombre d'utilisateurs mensuels des offres numériques de France Télévisions (hors information)	millions	8,9	25	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.

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.

Couverture hebdomadaire 4 écrans

Source des données : Médiamétrie

Mode de calcul : nombre d'individus ayant regardé chaque semaine au moins une fois un programme de FTV, quel que soit l'écran (tv, ordinateur, mobile, tablette).

Vidéos vues chaque mois (hors plateformes externes)

Source des données : France Télévisions

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, Molotov), autres plateformes éditées par France Télévisions (franceinfo, Okoo, Lumni...).

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

Source des données : France Télévisions et AT Internet.

Mode de calcul : moyenne mensuelle en millions de visiteurs uniques (mesure AT Internet), tous écrans hors interfaces FAI des box internet, offres France.tv, Lumni, Okoo et sites propriétaires, audiences non dédupliquées.

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

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Prévision	2023 Prévision
Audience 4 écrans couverture mensuelle	%	88,9	92,8	92,2	Non déterminé	Non déterminé

Précisions méthodologiques

Source des données : Médiamétrie et France Télévisions.

Mode de calcul : Taux de couverture mensuelle 4 écrans.

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

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Prévision	2023 Prévision
Part d'audience sur les 4-14 ans	%	19,2	16,8	16,7	Non déterminé	Non déterminé
Part d'audience sur les 15-24 ans	%	16,5	17,3	18,6	Non déterminé	Non déterminé
Part d'audience sur les 25-59 ans	%	19,2	18,5	18,8	Non déterminé	Non déterminé
Part d'audience sur les plus de 60 ans	%	40,4	40,1	38,6	Non déterminé	Non déterminé

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.

JUSTIFICATION DES CIBLES

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.

Au cours de la saison 2021-2022, France Télévisions touche en moyenne chaque semaine, quel que soit l'écran, 80 % des Français. Ce niveau est en retrait par rapport à la saison 2020-2021 encore fortement marquée par les restrictions sanitaires, particulièrement sur les cibles actives et familiales. Ce taux de couverture hebdomadaire 4 écrans (ou « reach ») s'élève au cours de la période 2021-2022 à 52 % auprès des enfants 4-14 ans (vs. 59 % en 2020-2021), à 63 % auprès des adolescents et jeunes adultes 15-24 ans, à 84 % auprès des parents (-2 points), 82 % auprès des actifs (-2 points), 97 % auprès des jeunes retraités (stable) et 98 % auprès des anciens.

S'agissant de la part d'audience « 4 ans et plus », le groupe poursuit sa dynamique de progression. Au cours de la saison 2021-2022, France Télévisions totalise une part d'audience de 29,1 % (+0,3 point par rapport à 2019-2020), au plus haut depuis dix ans. Le groupe confirme sa première place chaque mois, 2,4 points au-dessus du groupe TF1 en moyenne (contre 1,6 point en 2020-2021 et 1,5 point en 2019-2020).

S'agissant des audiences linéaires : toutes les chaînes du groupe mesurées quotidiennement maintiennent leur cap ou atteignent un point haut historique.

En 2023, le groupe entend maintenir une très forte couverture de la population et continuer à toucher tous les Français. Les cibles d'audience des chaînes de France Télévisions seront précisées dans le cadre de l'élaboration de l'avenant du COM 2020-2022 de l'entreprise.

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.

Entre janvier et juin 2022, les sites et applications de France Télévisions ont attiré en moyenne chaque mois 26,6 millions de visiteurs uniques sur les trois écrans numériques (ordinateur, mobile, tablette). L'offre de France Télévisions maintient sa puissance à un niveau équivalent à celui de 2020 malgré la fin de la crise sanitaire. Elle attire chaque mois 49 % de la population connectée (contre 50 % au premier semestre 2020).

Entre janvier et juin 2022, 736 millions de vidéos ont été vues en moyenne chaque mois sur tous les supports et plateformes (web, smartphone, tablette, box des fournisseurs d'accès à internet et partenaires).

Aussi, en 2023, France Télévisions entend faire progresser encore le nombre de vidéos vues sur les plateformes qu'elle exploite en propre. Les cibles en matière d'audience des offres numériques de France Télévisions seront précisées à l'occasion de la négociation de l'avenant du COM 2020-2022 de l'entreprise.

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 et de renouvellement générationnel 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 et de rester en prise avec le marché.

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	2020	2021	2022 (Cible PAP 2022)	2023 (Cible)	2024 (Cible)	2025 (Cible)
Charges de personnel	M€	855,7	873,8	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. La réalisation 2021 correspond à l'arrêté des comptes 2021 tel qu'approuvé par le conseil d'administration du 24 mars 2022.

Indicateur de suivi 3.1.1 - Nombre d'ETP

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Prévision PAP 2022	2023 Prévision
Nombre d' ETP permanents		8298	7 969	7 871	n.d.	n.d.
Nombre d' ETP non permanents		1 158	1 052	1 179	n.d.	n.d.
Total ETP		9 456	9 021	9 050	8 995	n.d.

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)

France Télévisions

Programme n° 841 | Objectifs et indicateurs de performance

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

JUSTIFICATION DES CIBLES

Les efforts de maîtrise durable et structurelle de la masse salariale se confirment depuis 2019 à travers 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). Cet accord 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. Il prévoit notamment un volet d'accompagnement des départs, de formation pour reconversion pour ceux des collaborateurs qui le souhaiteraient et un volet de recrutements.

Parallèlement à la mise en œuvre des priorités stratégiques, les efforts de maîtrise des effectifs ont été poursuivis en 2021 (avec 9 050 ETP, soit -406 ETP vs 2019) et en 2022 (avec un objectif budgétaire de 8 995 ETP, soit -55 ETP vs 2021). 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 873,8 M€ en 2021 à une prévision budgétaire 2022 de 884 M€. La variation par rapport à 2021 est liée aux effets de glissements salariaux mécaniques qui ne sont pas totalement compensés par l'impact de la diminution des effectifs.

La maîtrise rigoureuse de la masse salariale reste un axe prioritaire pour 2023. La prévision de masse salariale pour 2023 sera précisée dans le projet d'avenant 2023 au COM 2020-2022 qui sera transmis au Parlement dans le cadre de la préparation du débat sur le PLF 2023.

INDICATEUR

3.2 – Ressources propres

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2020	2021	2022 (Cible PAP 2022)	2023 (Cible)	2024 (Cible)	2025 (Cible)
Ressources propres	M€	353	399,6	Non déterminé	Non déterminé		

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. 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. Les années 2020 et 2021 ont été retraitées selon le nouveau périmètre pour la présentation de cet indicateur.

La réalisation 2021 correspond à l'arrêté des comptes 2021 tel qu'approuvé par le conseil d'administration du 24 mars 2022.

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

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Prévision	2023 Prévision
Développement des recettes commerciales	en M€	22,9	22,4	31,8	25,3	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 réalisation 2021 correspond à l'arrêté des comptes 2021 tel qu'approuvé par le conseil d'administration du 24 mars 2022. La cible 2022 correspond au budget 2022 tel qu'approuvé par le conseil d'administration du 14 décembre 2021.

JUSTIFICATION DES CIBLES

Le budget 2022 affiche une prévision de ressources propres à hauteur de 402 M€, en légère hausse de 2,5 M€ par rapport à 2021. Cette progression s'explique par l'augmentation des autres recettes (liées au numérique), compensant une légère baisse des recettes de publicité et parrainage (absence des Jeux olympiques et paralympiques d'été, interdiction de la publicité pour les énergies fossiles, impact des élections).

Le budget 2022 prévoit des recettes commerciales s'établissant à 25,3 M€, en diminution de 6,4 M€ par rapport à 2021, ce qui s'explique par une baisse prévisionnelle des résultats d'exploitation des filiales France Télévisions Publicité (légère diminution du chiffre d'affaires) et France Télévisions Distribution.

Les ressources propres et les recettes commerciales prévisionnelles pour 2023 seront précisées dans le projet d'avenant 2023 au COM 2020-2022 qui sera transmis au Parlement dans le cadre de la préparation du débat sur le PLF 2023.

INDICATEUR

3.3 – Résultat d'exploitation

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2020	2021	2022 (Cible PAP 2022)	2023 (Cible)	2024 (Cible)	2025 (Cible)
Résultat exploitation	M€	1,6	9,5	Non déterminé	Non déterminé		

Précisions méthodologiques

Source des données : France Télévisions.

Mode de calcul : Résultat d'exploitation hors éléments non récurrents. La réalisation 2021 correspond à l'arrêté des comptes 2021 tel qu'approuvé par le conseil d'administration du 24 mars 2022. La cible 2022 correspond au budget 2022 tel qu'approuvé par le conseil d'administration du 14 décembre 2021.

JUSTIFICATION DES CIBLES

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, -59,6 M€ HT en 2021 et -14,4 M€ HT en 2022. Cette baisse a été minorée par les crédits du plan de relance alloués à France Télévisions en 2021 et 2022 (45 M€ au total sur la période) afin de permettre à l'entreprise de faire face aux impacts de la crise sanitaire.

Dans ce contexte, France Télévisions a renforcé ses efforts d'économies et de recherche de gains de productivité engagés depuis 2012, 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 2021 s'est inscrite dans un contexte de retour progressif à une activité quasi normale après une année 2020 fortement marquée par la pandémie et de réorganisation de l'offre de contenus, avec la prolongation de France 4 et la diffusion de Culturebox. France Télévisions a par ailleurs bénéficié de la diminution de la CVAE et de la CFE dans le cadre de la loi de finances 2021 qui n'était pas prévue au stade du budget initial et qui a généré des économies qui expliquent le résultat d'exploitation positif (+9,5 M€ avant éléments non récurrents, soit une exploitation à l'équilibre pour la sixième année consécutive).

France Télévisions

Programme n° 841 | Objectifs et indicateurs de performance

Le budget 2022 tient compte de ressources de la contribution à l'audiovisuel public en baisse (-14,4 M€, rejoignant le montant prévu dans la trajectoire 2022 à savoir -160 M€ vs 2018), des crédits versés dans le cadre du plan de relance à hauteur de 22,5 M€ et une stabilité des dépenses (prenant notamment en compte le financement du canal 14 en année pleine).

Le budget 2022 affiche un résultat d'exploitation, avant éléments non récurrents, à l'équilibre.

L'entreprise signale toutefois que l'année 2022 s'inscrit dans un contexte international qui ne pouvait être prévu au moment de l'élaboration budgétaire et qui devrait avoir un impact sur les comptes, avec notamment une activité soutenue en lien avec l'actualité et une reprise forte de l'inflation (montée des prix dans le domaine de l'énergie et des matières premières).

Les prévisions budgétaires pour 2023 seront précisées dans le projet d'avenant 2023 au COM 2020-2022 qui sera transmis au Parlement dans le cadre de la préparation du débat sur le PLF 2023, ainsi que lors de l'élaboration du budget 2023.

INDICATEUR

3.4 – Index égalité femmes-hommes

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2020	2021	2022 (Cible PAP 2022)	2023 (Cible)	2024 (Cible)	2025 (Cible)
Résultat de l'index égalité femmes-hommes	ratio	94	99	>= 2021	>=2019		

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 CIBLES

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). En 2021, l'index a progressé de 5 points pour atteindre 99/100 en 2021, ce qui situe l'entreprise à plus de 15 points au-dessus des principaux groupes audiovisuels privés. Cette note traduit l'absence totale d'écart dans les augmentations individuelles, les promotions et l'augmentation après retour de congé maternité. Elle invite à renforcer les actions visant à réduire durablement les écarts de rémunération.

Preuve de son engagement en la matière, France Télévisions a signé en juillet 2021 un nouvel accord en faveur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. 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.

Présentation des crédits et des dépenses fiscales

PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR ACTION ET TITRE POUR 2022 ET 2023

AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Action / Sous-action	LFI 2022 PLF 2023	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FdC et AdP attendus
01 – France Télévisions		2 406 803 300 2 430 513 517	0 0
Totaux		2 406 803 300 2 430 513 517	0 0

CRÉDITS DE PAIEMENTS

Action / Sous-action	LFI 2022 PLF 2023	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FdC et AdP attendus
01 – France Télévisions		2 406 803 300 2 430 513 517	0 0
Totaux		2 406 803 300 2 430 513 517	0 0

PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR TITRE POUR 2022, 2023, 2024 ET 2025

Titre	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Ouvertures	FdC et AdP attendus	Ouvertures	FdC et AdP attendus
LFI 2022 PLF 2023 Prévision indicative 2024 Prévision indicative 2025				
7 - Dépenses d'opérations financières	2 406 803 300 2 430 513 517 2 430 513 517 2 430 513 517		2 406 803 300 2 430 513 517 2 430 513 517 2 430 513 517	
Totaux	2 406 803 300 2 430 513 517 2 430 513 517 2 430 513 517		2 406 803 300 2 430 513 517 2 430 513 517 2 430 513 517	

PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR TITRE ET CATÉGORIE POUR 2022 ET 2023

Titre / Catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Ouvertures	FdC et AdP attendus	Ouvertures	FdC et AdP attendus
LFI 2022 PLF 2023				
7 – Dépenses d'opérations financières	2 406 803 300 2 430 513 517		2 406 803 300 2 430 513 517	
71 – Prêts et avances	2 406 803 300 2 430 513 517		2 406 803 300 2 430 513 517	
Totaux	2 406 803 300 2 430 513 517		2 406 803 300 2 430 513 517	

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 2023 ont été réalisés sur la base des seules mesures votées avant le dépôt du projet de loi de finances pour 2023. L'impact des dispositions fiscales de ce dernier sur les recettes 2023 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 2023, le montant pris en compte dans le total 2023 correspond au dernier chiffrage connu (montant 2022 ou 2021); 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 2021	Chiffrage 2022	Chiffrage 2023
950101	Dégrèvement en faveur des personnes de condition modeste Contribution à l'audiovisuel public <i>Bénéficiaires 2021 : 4574400 Ménages - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Fiabilité : Bonne - Création : 2004 - Dernière modification : 2022 - Dernière incidence budgétaire : 2021 - Fin du fait générateur : 2021 - code général des impôts : 1605 bis-2°</i>	620	-	-
950102	Dégrèvement en faveur des personnes de condition modeste au titre des "droits acquis" Contribution à l'audiovisuel public <i>Bénéficiaires 2021 : 53700 Ménages - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Fiabilité : Bonne - Création : 2004 - Dernière modification : 2022 - Dernière incidence budgétaire : 2021 - Fin du fait générateur : 2021 - code général des impôts : 1605 bis-3°</i>	7	-	-
Total		627		

Justification au premier euro

Éléments transversaux au programme

ÉLÉMENTS DE SYNTHÈSE DU PROGRAMME

Action / 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	2 430 513 517	2 430 513 517	0	2 430 513 517	2 430 513 517
Total	0	2 430 513 517	2 430 513 517	0	2 430 513 517	2 430 513 517

Dépenses pluriannuelles

ÉCHÉANCIER DES CRÉDITS DE PAIEMENT (HORS TITRE 2)

ESTIMATION DES RESTES À PAYER AU 31/12/2022

Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2021 (RAP 2021)	Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2021 y.c. travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2021	AE (LFI + LFR + Décret d'avance) 2022 + Reports 2021 vers 2022 + Prévision de FdC et AdP	CP (LFI + LFR + Décret d'avance) 2022 + Reports 2021 vers 2022 + Prévision de FdC et AdP	Évaluation des engagements non couverts par des paiements au 31/12/2022
0	0	2 386 176 925	2 386 176 925	0

ÉCHÉANCIER DES CP À OUVRIR

AE	CP 2023	CP 2024	CP 2025	CP au-delà de 2025
Évaluation des engagements non couverts par des paiements au 31/12/2022	CP demandés sur AE antérieures à 2023 CP PLF CP FdC et AdP	Estimation des CP 2024 sur AE antérieures à 2023	Estimation des CP 2025 sur AE antérieures à 2023	Estimation des CP au-delà de 2025 sur AE antérieures à 2023
0	2 430 513 517 0	0	0	0
AE nouvelles pour 2023 AE PLF AE FdC et AdP	CP demandés sur AE nouvelles en 2023 CP PLF CP FdC et AdP	Estimation des CP 2024 sur AE nouvelles en 2023	Estimation des CP 2025 sur AE nouvelles en 2023	Estimation des CP au-delà de 2025 sur AE nouvelles en 2023
2 430 513 517 0	0 0	0	0	0
Totaux	2 430 513 517	0	0	0

CLÉS D'OUVERTURE DES CRÉDITS DE PAIEMENT SUR AE 2023

CP 2023 demandés sur AE nouvelles en 2023 / AE 2023	CP 2024 sur AE nouvelles en 2023 / AE 2023	CP 2025 sur AE nouvelles en 2023 / AE 2023	CP au-delà de 2025 sur AE nouvelles en 2023 / AE 2023
0,00 %	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	2 430 513 517	2 430 513 517	0
Crédits de paiement	0	2 430 513 517	2 430 513 517	0

Pour 2023, il est prévu d'allouer une dotation publique de 2 430,5 M€ HT, en progression de +73,2 M€ par rapport à la dotation HT allouée en 2022 et de +50,7 M€ par rapport à l'ensemble des concours publics perçus par le groupe en 2022 (2 357,3 M€ HT de dotation annuelle *via* le compte de concours financiers « Avances à l'audiovisuel public » et 22,5 M€ de crédits budgétaires versés au titre du plan de relance) notamment afin de financer les surcoûts liés à l'inflation, au glissement de la masse salariale ainsi qu'aux évolutions de dépenses engagées. Cette dotation comprendra 22,4 M€ visant à compenser les effets fiscaux induits par la suppression de la CAP (assujettissement à la taxe sur les salaires).

En 2023, France Télévisions entend 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 soutien en faveur de la culture et de la création, le développement de l'offre de proximité et le rayonnement numérique. Les cibles précises attachées à ces objectifs ainsi que les prévisions budgétaires de l'entreprise seront définies dans un avenant au COM 2020-2022 pour l'année 2023.

Les prévisions budgétaires pour 2023 seront précisées dans le projet d'avenant 2023 au COM 2020-2022 qui sera transmis au Parlement dans le cadre de la préparation du débat sur le PLF 2023.

Le budget 2023 sera présenté au Conseil d'Administration de décembre 2022.

ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Dépenses d'opérations financières	2 430 513 517	2 430 513 517
Prêts et avances	2 430 513 517	2 430 513 517
Total	2 430 513 517	2 430 513 517

France Télévisions

Programme n° 841 | Justification au premier euro