

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 RÉGLEMENT
DU BUDGET ET D'APPROBATION DES COMPTES POUR

2022

FRANCE TÉLÉVISIONS



PROGRAMME 841
France Télévisions

Bilan stratégique du rapport annuel de performances

Florence PHILBERT

Directrice générale 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 2022 se caractérise par la poursuite de la mise en œuvre par l'entreprise des axes stratégiques définies dans le contrat d'objectifs et de moyens (COM) qu'elle a conclu avec l'État pour la période 2020-2022 qui vient décliner la feuille de route fixée dans le cadre du plan de transformation du secteur audiovisuel public annoncé par le Gouvernement en 2018. Ce COM définit les objectifs spécifiques suivants pour France Télévisions :

- consolider la confiance dans l'information ;
- conforter son offre éducative et divertissante pour les jeunes publics ;
- renouveler son engagement en faveur de l'égalité, de l'inclusion et de la représentation de la diversité ;
- soutenir la création audiovisuelle et cinématographique ainsi que le secteur culturel ;
- renforcer son offre audiovisuelle de proximité.

Conformément à ces objectifs, l'entreprise a notamment accompli les actions suivantes en 2022 :

- le maintien de ses engagements en faveur de la création, avec plus de 500 M€ investis dans la création patrimoniale audiovisuelle (fiction, documentaire, spectacle et animation) et cinématographique, au-delà de ses obligations réglementaires ;
- le lancement de l'application ICI, plateforme numérique d'information de proximité partagée avec Radio France au printemps 2022 dans le cadre d'un groupement d'intérêt économique (GIE) qui associe les deux entreprises ;
- le recentrage de l'ensemble de la stratégie éditoriale du groupe autour de sa plateforme France.tv, considérée comme la première antenne du groupe, une stratégie qui porte ses fruits puisqu'avec 23,5 millions de visiteurs uniques/mois en moyenne en 2022, la plateforme France.tv progresse de 13 % en un an (contre -2 % en un an pour My TF1 et +4 % en un an pour 6play) ;
- le lancement d'un Tour de France de l'EMI (éducation aux médias et à l'information) en partenariat avec le Ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, le CLEMI et les rectorats. Ce nouveau dispositif, inscrit au plan académique de formation, permet d'aller à la rencontre des enseignants, des élèves et des parents et confirmer le rôle majeur du groupe dans l'EMI.

Sur le plan de la gestion, l'exercice 2022 a été marqué par :

- l'allocation d'une dotation publique en retrait de 14 M€ par rapport à 2021 conformément à la trajectoire inscrite au COM 2020-2022 de l'entreprise ;
- un résultat d'exploitation avant coûts de transformation et Salto à l'équilibre au niveau du budget, pour la septième année consécutive ;
- une masse salariale maîtrisée et un nombre d'ETP à nouveau en baisse (-99 vs. 2021).

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

INDICATEUR

1.1 – Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Cible	2022 Réalisation	2023 Cible
Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales	%	80,3	81,6	>= 80%	81,5	Non déterminé

Commentaires techniquesMode de calcul :

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

La réalisation 2022 correspond à l'arrêté des comptes 2022 sous réserve de validation par le conseil d'administration du 9 mars 2023.

Source des données : France Télévisions.

INDICATEUR

1.2 – Qualité des programmes de fiction et d'information

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Cible	2022 Réalisation	2023 Cible
Indicateur de qualité des programmes de fiction française	Note sur 10	7,9	8,0	Non déterminé	8	Non déterminé
Qualité des programmes d'information	Note sur 10	6	6,3	Non déterminé	Non connu	Non déterminé

Commentaires techniquesMode 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 d'appréciation (note sur 10). France Télévisions mesure au premier trimestre de l'année n+1 les résultats de l'année n. La dernière étude de perception de la qualité de l'offre d'information a été réalisée du 3 au 15 mars 2022. Les résultats de la prochaine vague, actuellement en cours, pourront être renseignés à l'occasion du PAP pour 2024 et du RAP pour 2023.

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).

Source des données : Harris et IFOP.

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

• Périmètre Groupe

Unité	2018 Réalisation	2019	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Prévision	2022 Réalisation	2022 Cible
-------	---------------------	------	---------------------	---------------------	-------------------	---------------------	---------------

France Télévisions

Programme n° 841 | Objectifs et indicateurs de performance

		n	Réalisation	n	n	PAP 2022	n	
Volume d'heures de fiction diffusées	Nombre d'heures	5696	5374	4070	2600	n.d.	2617	n.d.

Précisions méthodologiques :

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

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

Données de contexte : le volume d'heures de fiction diffusées sur les antennes du groupe est en diminution en 2020 par rapport à 2019 en raison de :
- la fermeture à l'été 2020 de France Ô, dont la fiction composait une part importante de la grille ;
- les évolutions de la grille de France 4 intervenues en 2020 liées au renforcement des programmes pédagogiques (France 4 « première classe de France ») dans le contexte de la crise sanitaire et à la fermeture de la chaîne qui devait intervenir à l'été 2020.
Il est stable en 2022, le genre demeurant central dans l'offre et la stratégie du groupe.

Périmètre Historique

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Prévision PAP 2022	2022 Réalisation	2022 Cible
Volume d'heures de fiction diffusées	Nombre d'heures	2 248	2 191	2 228	2 370	n.d.	2 334	n.d.

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

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

Données de contexte : France 2, France 3 et France 5 diffusent autant de fiction en 2022 qu'en 2021, le genre demeurant central dans l'offre et la stratégie du groupe.

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

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Prévision PAP 2022	2022 Réalisation	2022 Cible
Investissement dans la création audiovisuelle	En M €	420,5	420,6	422,1	440,1	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 2022 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	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Prévision PAP 2022	2022 Réalisation	2022 Cible
Journaux	Note sur	6,4	6,4	6,4	6,7	n.d.	n.d.	n.d.

télévisés	10							
Chaîne d'information en continu	Note sur 10	5,8	5,8	5,8	6,2	n.d.	n.d.	n.d.
Sites et applications d'information	Note sur 10	5,6	5,9	5,6	5,5	n.d.	n.d.	n.d.
Magazines d'information	Note sur 10	6,3	6,3	6,2	6,3	n.d.	n.d.	n.d.

Commentaires techniques

Mode de calcul : étude réalisée chaque année auprès d'un échantillon de 2 000 individus représentatif de la population de 15 ans et plus. Les répondants ont évalué les offres d'information de France Télévisions et de ses principaux concurrents par des notes d'appréciation (note sur 10) et des items d'image. France Télévisions mesure ces items au premier trimestre de l'année. La dernière vague de cette étude de perception de la qualité de l'offre d'information a été réalisée du 3 au 15 mars 2022 ; la vague suivante est en cours et ses résultats pourront être renseignés à l'occasion du PAP pour 2024 et du RAP pour 2023.

Source des données : IFOP.

ANALYSE DES RÉSULTATS

Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales

L'année 2022 s'inscrit dans un contexte de baisse des ressources publiques allouées à l'entreprise conformément à la trajectoire adossée au contrat d'objectifs et de moyens d'un retour à un niveau d'activité normal après deux années atypiques marquées par la crise sanitaire.

L'augmentation significative des recettes publicitaires et commerciales et la dotation complémentaire de l'État (22,5 M€ en 2022 au titre du plan de relance) ainsi que les économies réalisées par l'entreprise ont permis de compenser les surcoûts liés à l'inflation (près de 17 M€ principalement sur la masse salariale, l'énergie et les missions), tout en maintenant les engagements en faveur de la création audiovisuelle et cinématographique aux niveaux prévus au budget.

Les dépenses de programmes représentent le poste essentiel des charges opérationnelles de l'entreprise, en ligne avec les priorités stratégiques de France Télévisions, soit 81,5 %, quasiment au même niveau que 2021 (81,6 %). On constate une légère augmentation des dépenses de programmes de 6,6 M€, soit +0,3 points : avec des surcoûts liés à la diffusion de certains événements (Jeux olympiques de Tokyo, élections présidentielles et législatives), des dépenses supplémentaires liées à la couverture de la guerre en Ukraine et l'accroissement de certains des coûts de production sous l'effet de l'inflation. Ces surcoûts ont été partiellement compensés par des efforts d'économies sur le programme national.

Pour les dépenses hors programmes, une hausse de 3,2 M€ des charges opérationnelles (+0,7 %) a été constatée, traduisant l'impact de l'inflation et des glissements mécaniques des charges, en partie absorbée par la poursuite des efforts d'économies dans tous les secteurs de l'entreprise.

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 2022, une note moyenne de 8,0/10, un niveau élevé et stable sur un an.

Les fictions traitant 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 *Mise à nu* sur le harcèlement en ligne obtient la meilleure note pour le genre en 2022 parmi les programmes de France Télévisions (8,8/10). Elle enregistre 91 % de réponses positives sur la dimension d'impact, 92 % sur les qualités éducatives (soit les meilleures notes pour une fiction française sur ces deux dimensions en 2022, toutes chaînes confondues) et 97 % sur l'originalité, parmi les plus hauts niveaux en 2022.

Parmi les fictions sociétales peuvent également être citées *Un homme abîmé* (France 2) sur le viol masculin (avec un haut niveau sur l'originalité - meilleur niveau toutes chaînes confondues - à 97 %), *T'en fais pas j'suis là* sur l'autisme (en rediffusion sur France 2, à 97 % sur l'originalité et 90 % sur l'éducation), *Après le silence*, sur le viol conjugal (France 2, à 93 % sur l'originalité et 85 % sur la dimension éducative), *Qu'est-ce qu'elle a ma famille ?* sur la gestation pour autrui (GPA) (sur France 2, 94 % sur l'originalité et 83 % sur les qualités éducatives).

Les fictions inspirées d'histoires vraies reçoivent également un accueil enthousiaste du public : *Deux femmes* (France 2) sur une erreur judiciaire dans les années 1960 (89 % sur l'originalité et 79 % sur l'éducation) ou *Les enfants des Justes* (sur France 2, noté 8.6/10). Enfin, l'unitaire de France 3 *Mauvaises graines*, sur un centre pour jeunes en difficulté en milieu rural se démarque sur le critère « Reflète la société dans sa diversité » (à 92 %).

Les fictions conçues pour une diffusion en ligne (comme *Skam*, *Chair tendre* ou *ReuSSS*), proposées dans l'offre France tv Slash, ou celles exposées en linéaire sur France 5 ne sont pas suivies à travers cet indicateur.

Indicateur de qualité de l'information

France Télévisions a lancé en mars la vague 2023 de l'étude de perception des offres d'information. Les résultats de cette étude ne sont pas disponibles au moment de la rédaction de ce rapport annuel de performance, ils le seront début mai 2023.

Les résultats de la vague précédente ont confirmé la bonne appréciation globale de l'information du groupe : une progression des notes attribuées aux journaux télévisés (+0,3 pt) et à la chaîne franceinfo (+0,4 pt) et une stabilité de l'appréciation des sites et applications (-0,1 pt) et des magazines d'information (+0,1 pt).

Après deux années fortement impactées par l'actualité liée à la crise sanitaire, les offres d'information de France Télévisions maintiennent des niveaux élevés de fréquentation en 2022, avec une progression pour une partie d'entre elles :

- chaque jour, 14 millions de téléspectateurs (24 % de la population âgée de 4 ans et +) se sont informés à travers les différentes éditions d'information de France 2 et France 3 dont 4,7 millions pour les JT régionaux ;
- les magazines de la rédaction nationale sont suivis par 18,3 millions de téléspectateurs chaque semaine ;
- les programmes consacrés aux campagnes et aux scrutins des élections présidentielle et législatives ont touché près de 52 millions de téléspectateurs, soit 90 % de la population;
- la chaîne franceinfo est regardée quotidiennement par 5,3 millions de téléspectateurs, une audience en hausse de 5 % pour la deuxième année consécutive ;
- l'offre numérique franceinfo enregistre 3,3 millions de visiteurs uniques en moyenne par jour, en hausse de 6 % par rapport à 2021, dont 900 000 pour les sites régionaux. Au total, ce sont 22,7 millions de visiteurs uniques qui se rendent chaque mois sur la plateforme numérique franceinfo (+30 % par rapport à 2017) ;
- le média global (tv, radio, numérique) franceinfo est suivi par 27 millions d'utilisateurs chaque semaine (+7 % en un an).

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	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Cible	2022 Réalisation	2023 Cible
Audience cumulée hebdomadaire des chaînes de France Télévisions	%	75,2	74,5	Non déterminé	69,6	Non déterminé
Audience des offres numériques tous supports	millions	960	811	Non déterminé	667	Non déterminé
Couverture hebdomadaire 4 écrans	%	74	81	>= 80%	79,3	Non déterminé
Vidéos vues chaque mois (hors plateformes externes)	millions	151	177	>= 2021	166	Non déterminé
Nombre d'utilisateurs mensuels des offres numériques de France Télévisions (hors information)	millions	8,9	25	20,5	26	Non déterminé

Commentaires techniques

Audience cumulée hebdomadaire des chaînes de France Télévisions. Base équipés TV.

Source des données : Médiamétrie, France Télévisions.

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

*Depuis janvier 2022, France 4 a changé de souscription Médiamétrie (passage à l'abonnement Médiamat'Thématik).

Les résultats relatifs à l'agrégat « chaînes de France Télévisions » ne peuvent en conséquence plus intégrer France 4 dans le calcul. Les données ont été recalculées en conséquence 2020 et 2021 pour permettre une comparaison plus juste avec 2022. Elles s'établissaient respectivement à 72,4 % et 72,3 % en supprimant les audiences de France 4.

Audience des offres numériques tous supports

Source des données : France Télévisions, AT Internet.

Mode de calcul : nombre de vidéos vues, toutes plateformes et tous supports. Mesure réalisée mensuellement sur les plateformes éditées par France Télévisions et les plateformes externes. Web, mobiles, tablettes et IPTV.

Couverture hebdomadaire 4 écrans

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

Mode de calcul : périmètre 4 écrans de France Télévisions :

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

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

Vidéos vues chaque mois (hors plateformes externes)

Source des données : Médiamétrie - eStat

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

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

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

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

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

France Télévisions

Programme n° 841 | Objectifs et indicateurs de performance

Source des données : France Télévisions, AT Internet.

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

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

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Prévision PAP 2022	2022 Réalisation	2022 Cible
Audience 4 écrans couverture mensuelle	%	89,4	88,9	92,8	92,2	n.d.	91	n.d.

Précisions méthodologiques :

Mode de calcul : Taux de couverture mensuelle 4 écrans. Cet indicateur lancé par Médiamétrie en 2018 prend en compte l'ensemble des écrans (télévision, ordinateur, mobile et tablette).

Périmètre des chaînes mesurées : Ensemble des contenus vidéos des chaînes FTV (France 2 / 3 / 4 / 5, franceinfo) et des exclusivités numériques (Slash, Okoo, Lumni...).

Source des données : Médiamétrie/Parent Vidéos 4 écrans. Base population France entière

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

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Prévision PAP 2022	2022 Réalisation	2022 Cible
Part d'audience sur les 4-14 ans	%	18	19,2	16,8	16,7	n.d.	17,9	n.d.
Part d'audience sur les 15-24 ans	%	15,3	16,5	17,3	18,6	n.d.	18,3	n.d.
Part d'audience sur les 25-59 ans	%	19,2	19,2	18,5	18,8	n.d.	18,0	n.d.
Part d'audience sur les plus de 60 ans	%	40,4	40,1	40,1	38,6	n.d.	37,9	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, France Ô jusqu'en août 2020, 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 deux années bouleversées par la crise sanitaire, les Français retrouvent un rythme de vie plus familial. Dans ce contexte, la consommation télévisuelle est mécaniquement en recul mais reste importante dans le quotidien des Français. Le temps passé devant la télévision reprend la tendance à la baisse d'avant la crise sanitaire. Au global, quel que soit l'écran, les Français ont consacré 3h26 aux programmes de télévision en 2022 (contre 3h41 en 2021, 3h58 en 2020 et 3h40 en 2019). La télévision maintient néanmoins son rôle fédérateur en 2022 et confirme sa puissance avec 43,3 millions de téléspectateurs quotidiens sur le poste de télévision (contre 44,5 millions en 2021), soit davantage qu'avant la crise sanitaire (2 millions de personnes de plus chaque jour comparé à 2019).

En parallèle, les services payants de vidéo à la demande (SVOD)[1] se sont installés dans les usages. 29,5 millions d'individus de six ans et plus déclarent utiliser actuellement au moins une plateforme SVOD (+1,7 million d'utilisateurs par rapport à 2021), avec un usage multiplateformes qui s'amplifie. Chaque jour, ces plateformes réunissent en moyenne 8,9 millions d'utilisateurs âgés de 15 ans et plus (contre 8,6 millions en 2021 et 8 millions en 2020). Netflix reste net leader, mais c'est désormais Prime Vidéo qui recrute le plus d'abonnés avec un positionnement généraliste (dont des droits d'évènements sportifs) et Disney+ assoit son statut de troisième plateforme en France.

La consommation globale de vidéo s'appuie également sur les réseaux sociaux et les plateformes vidéo gratuites. YouTube est en tête des plateformes vidéo avec chaque jour près de 19,8 millions de vidéonautes de 15 ans et plus[2], en hausse de 4 % par rapport à 2021, et l'application Tiktok[3] – plébiscitée par les jeunes – affiche une progression très importante en un an (+2,2M en moyenne quotidienne) avec 7,4 millions d'utilisateurs 15 ans et plus quotidiens.

Audiences de France Télévisions

L'audience cumulée hebdomadaire de France Télévisions se maintient à haut niveau avec près de 70 % hors France 4, en retrait des niveaux de 2020 et 2021 portés par la crise sanitaire (72,4 % en 2021 hors France 4) mais dans la lignée de 2019 avant la crise sanitaire (68,6 % en 2019).

La couverture mensuelle 4 écrans du groupe (téléviseur, ordinateur, tablette, smartphone) reste à un très haut niveau avec 91 % des 4 ans et plus (supérieur à celui de 2019, avant la crise sanitaire).

La couverture hebdomadaire est de 79,3 % en moyenne quel que soit l'écran, soit plus de 49 millions de personnes. 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 50 % chez les 4-14 ans, à 62 % chez les 15-24 ans, à 82 % chez les actifs et à 97 % chez les jeunes retraités. La légère baisse de la couverture hebdomadaire du groupe est à mettre en regard de celle du marché TV et des grands groupes audiovisuels privés, qui sont également en retrait en 2022 par rapport à 2021, attestant d'une tendance baissière globale. Ainsi, le Groupe TF1 est également en deçà des 80 % en 2022 (79,2 %). Aussi, la moyenne des 3 dernières années pleines (2020-2022), situe l'indicateur de couverture hebdomadaire de France Télévisions à 80,4 % de la population 4+.

France Télévisions progresse de nouveau en part d'audience avec 29,4 % (contre 29,1 % en 2021 et 28,8 % en 2020), au plus haut depuis 2012. Leader sur l'ensemble de la population 4+, le groupe creuse l'écart avec son concurrent direct, à 2,8 points devant le groupe TF1 en baisse à 26,6 % (contre un écart de 2 points en 2021 et 1,9 point en 2020 et 2019).

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

- Progression sur les enfants 4-14 ans à 17,9 % de part d'audience (+1,2 point) et bonne tenue du groupe sur les 15-24 ans à 18,3 % de part d'audience (-0,3 pt) ;
- Quasi stabilité sur les 25-59 ans (-0,8 pt) à 18,0 % de part d'audience (hors France 4 et franceinfo) ;
- La part d'audience sur les 60 ans et plus demeure à haut niveau (37,9 % hors France 4 et franceinfo en retrait de 0,7 pt).

Compte tenu de leur souscription Médiamétrie, les résultats des chaînes France 4 et franceinfo ne sont pas disponibles sur toutes les cibles.

Audiences numériques

L'audience des offres numériques tous supports et toutes plateformes confondues s'établit à 667 millions de vidéos vues, en baisse de par rapport à 2021 (-144 millions). Cette baisse s'explique en partie par la fin de la crise sanitaire et des périodes de confinement qui avait porté la consommation numérique à de très hauts niveaux en 2020 et 2021. Par ailleurs, une politique de priorisation des environnements propriétaires du groupe, et notamment de la plateforme numérique France.tv a été mise en place. La publication de contenus en intégralité sur YouTube en particulier a été réduite au profit d'extraits intégrant des liens de redirection vers la plateforme France.tv. Le flux d'audiences tiré des environnements tiers a donc été réduit.

Dans le détail, les audiences numériques affichent cependant des niveaux toujours élevés :

France Télévisions

Programme n° 841 | Objectifs et indicateurs de performance

- La plateforme france.tv totalise désormais 134 millions de vidéos vues en moyenne par mois sur ordinateur, smartphone, tablette et télévision, en léger retrait après le record de 2021 (140 millions de vidéos vues grâce aux effets des confinements et des Jeux Olympiques)
- l'offre numérique franceinfo voit sa fréquentation progresser avec 3,3 millions de visiteurs uniques en moyenne par jour (3 millions en 2021 ; 3,6 millions en 2020 ; 2,7 millions en 2019), dont 900 000 pour les sites régionaux ;
- après trois ans d'exploitation, Okoo enregistre 18,4 millions de vidéos vues par mois en moyenne, en progression de plus de 15 % par rapport à 2021. L'offre jeunesse cumule plus de 500 millions de vues sur l'année 2022, soit 1,4 million de vidéos consommées chaque jour.
- Pour sa troisième année également, le site éducatif lumni.fr attire en moyenne 1,2 million de visiteurs uniques par mois, en progression de 5 % sur un an malgré un contexte sanitaire normalisé, sans confinement impliquant des fermetures d'école.
- Sur les 3 écrans (ordinateur, smartphone et tablette), France Télévisions attire près de 26 millions de visiteurs uniques âgés de 2 ans et +, soit près de 50 % de la population connectée.

[1] Source : Médiamétrie – Observatoire des usages et comportements SVOD (juin 2022) & Médiamétrie / Harris Interactive - Baromètre de la consommation SVOD (janvier-novembre 2022)

[2] Source : Médiamétrie – Mesure Internet vidéo 3 écrans (janvier-décembre 2022)

[3] Source : Médiamétrie – Mesure Internet Global (janvier-décembre 2022)

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**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Cible	2022 Réalisation	2023 Cible
Charges de personnel	M€	855,7	873,8	Non déterminé	871,7	Non déterminé

Commentaires techniques**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 1/10^e de congés payés et hors forfait social de l'intéressement.

La réalisation 2022 correspond à l'arrêté des comptes 2022 sous réserve de validation par le conseil d'administration du 9 mars 2023.

Source des données : France Télévisions.

Indicateur de suivi 3-1-1 : Nombre d' ETP

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Prévision PAP 2022	2022 Réalisation	2023 Cible
Nombre d' ETP permanents		8298	7 969	7871.	n.d.	7693	n.d.
Nombre d' ETP non permanents		1 158	1 053	1179.	n.d.	1257	n.d.
Total ETP		9 456	9 021	9050	n.d.	8951	n.d.

Précisions méthodologiques

La réalisation 2022 correspond à l'arrêté des comptes 2022 sous réserve de validation par le conseil d'administration du 9 mars 2023.

Source des données : France Télévisions.

Mode de calcul (mensuel) :

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

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

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

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

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

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

INDICATEUR

3.2 – Ressources propres

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Cible	2022 Réalisation	2023 Cible
Ressources propres	M€	353	399,6	Non déterminé	417,5	Non déterminé

Commentaires techniques

Commentaires techniques

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

La réalisation 2022 correspond à l'arrêté des comptes 2022 sous réserve de validation par le conseil d'administration du 9 mars 2023.

Source des données : France Télévisions

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Prévision PAP 2022	2022 Réalisation	2022 Cible
Développement des recettes commerciales	M€	18,0	22,9	22,4	31,8	n.d.	31,6	n.d.

Précisions méthodologiques

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 2022 correspond à l'arrêté des comptes 2022.

Source des données : France Télévisions

France Télévisions

Programme n° 841 | Objectifs et indicateurs de performance

INDICATEUR**3.3 – Résultat d'exploitation**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Cible	2022 Réalisation	2023 Cible
Résultat exploitation	M€	1,6	9,5	Non déterminé	0,1	Non déterminé

Commentaires techniques**Commentaires techniques**

Mode de calcul : Résultat d'exploitation consolidé FTV avant éléments non récurrents.

La réalisation 2022 correspond à l'arrêté des comptes 2022 sous réserve de validation par le conseil d'administration du 9 mars 2023.

Source des données : France Télévisions.

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

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Cible	2022 Réalisation	2023 Cible
Résultat de l'index égalité femmes-hommes	ratio	94	99	>= 2021	99	Non déterminé

Commentaires techniques**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.

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 de poursuivre la transformation numérique et technologique du Groupe afin de s'adapter aux nouveaux usages, 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 sur cette période. En 2022, le rythme des départs a repris le niveau attendu initialement. Dans ce contexte, le plan de recomposition des effectifs a totalisé 1 238 départs.

Les efforts ont été poursuivis en 2022, parallèlement à la mise en œuvre des priorités stratégiques, avec un niveau des effectifs s'établissant à 8 951 ETP, en baisse de 99 ETP par rapport à 2021. Cette diminution s'explique principalement par les départs dans le cadre du dispositif de rupture conventionnelle. Au total, les effectifs de France Télévisions auront diminué de près de 15 % entre 2012 et 2022.

La masse salariale 2022 (hors indemnités de départ en retraite et de licenciements, suppléments de cachets et intéressement) s'élève à 871,7 M€ contre 884 M€ au budget, l'écart favorable de 12,3 M€ s'expliquant, malgré la mesure générale liée à l'inflation, notamment par un effet volume (moins d' ETP) et une provision pour congés en économie (grâce à une politique de plafonnement de l'alimentation du CET ainsi que des départs de l'entreprise en cours d'année).

Ressources propres

Les ressources propres s'établissent à 417,5 M€, en hausse de 17,9 M€ par rapport à 2021, portées principalement par les recettes publicitaires (performance de la régie et de sa stratégie commerciale, succès des audiences des programmes et attrait suscité par la diffusion d'événements sportifs, dont les Jeux olympiques d'hiver de Tokyo et le Tournoi des 6 nations) et, dans une moindre mesure, par les autres recettes (augmentation des recettes de distribution numérique).

Les recettes commerciales s'établissent à 31,6 M€ en 2022, à un niveau équivalent à 2021 (31,8 M€).

Résultat d'exploitation avant éléments non récurrents

L'année 2022 a été marquée par :

- La baisse des ressources issues de la Contribution à l'Audiovisuel Public (-14 M€ par rapport à 2021), conformément au budget et à la trajectoire du COM (-160 M€ par rapport à 2018) ;
- Une amélioration des ressources propres et des résultats des activités commerciales (+21 M€), principalement portée par la publicité ;
- Un dépassement des charges d'exploitation (+16 M€) qui correspond globalement à l'évolution de l'impact de la reprise de l'inflation (environ +17 M€, principalement sur la masse salariale, l'énergie et les frais de missions). Au-delà de ce dépassement global, des économies significatives ont permis de financer les budgets supplémentaires qui se sont avérés nécessaires sur l'information, les sports et les programmes.

Dans ce contexte, France Télévisions a préservé en 2022 une exploitation équilibrée pour la septième année consécutive (avant éléments non récurrents). Le résultat net s'élève à -48 millions d'euros en 2022 et tient compte de l'impact de la perte de Salto, ainsi que la perspective de sa liquidation en 2023 provisionnée dès 2022 pour un montant total de 46 M€.

Égalité femmes-hommes

L'index se situe au même niveau qu'en 2021, à savoir 99 %, traduisant les efforts résolus du groupe en faveur de l'égalité salariale.

France Télévisions

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

Présentation des crédits et des dépenses fiscales

2022 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS OUVERTS ET DES CRÉDITS CONSOMMÉS

2022 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
	Dépenses d'opérations financières		
	Prévision LFI 2022		
	Consommation 2022		
01 – France Télévisions	2 406 803 300 2 386 176 925	2 406 803 300 2 386 176 925	2 406 803 300
Total des AE prévues en LFI	2 406 803 300	2 406 803 300	2 406 803 300
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP	-20 626 375	-20 626 375	
Total des AE ouvertes	2 386 176 925	2 386 176 925	
Total des AE consommées	2 386 176 925	2 386 176 925	

2022 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
	Dépenses d'opérations financières		
	Prévision LFI 2022		
	Consommation 2022		
01 – France Télévisions	2 406 803 300 2 386 176 925	2 406 803 300 2 386 176 925	2 406 803 300
Total des CP prévus en LFI	2 406 803 300	2 406 803 300	2 406 803 300
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP	-20 626 375	-20 626 375	
Total des CP ouverts	2 386 176 925	2 386 176 925	
Total des CP consommés	2 386 176 925	2 386 176 925	

2021 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LFI) ET DES CRÉDITS CONSOMMÉS

2021 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7	Total hors FdC et AdP prévus en LFI	Total y.c. FdC et AdP
	Dépenses d'opérations financières		
	Prévision LFI 2021		
	Consommation 2021		
01 – France Télévisions	2 421 053 594	2 421 053 594	2 421 053 594

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
	<i>Prévision LFI 2021</i>		
	Consommation 2021		
	2 421 053 594		2 421 053 594
Total des AE prévues en LFI	2 421 053 594	2 421 053 594	2 421 053 594
Total des AE consommées	2 421 053 594		2 421 053 594

2021 / 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
	<i>Prévision LFI 2021</i>		
	Consommation 2021		
01 – France Télévisions	2 421 053 594	2 421 053 594	2 421 053 594
	2 421 053 594		2 421 053 594
Total des CP prévus en LFI	2 421 053 594	2 421 053 594	2 421 053 594
Total des CP consommés	2 421 053 594		2 421 053 594

PRÉSENTATION PAR TITRE ET CATÉGORIE DES CRÉDITS CONSOMMÉS

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées* en 2021	Ouvertes en 2022	Consommées* en 2022	Consommés* en 2021	Ouverts en 2022	Consommés* en 2022
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	2 421 053 594	2 406 803 300	2 386 176 925	2 421 053 594	2 406 803 300	2 386 176 925
Prêts et avances	2 421 053 594	2 406 803 300	2 386 176 925	2 421 053 594	2 406 803 300	2 386 176 925
Total hors FdC et AdP		2 406 803 300			2 406 803 300	
Ouvertures et annulations* hors titre 2		-20 626 375			-20 626 375	
Total*	2 421 053 594	2 386 176 925	2 386 176 925	2 421 053 594	2 386 176 925	2 386 176 925

* y.c. FdC et AdP

France Télévisions

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

RÉCAPITULATION DES MOUVEMENTS DE CRÉDITS

LOIS DE FINANCES RECTIFICATIVES

Date de signature	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
16/08/2022						20 626 375		20 626 375
Total						20 626 375		20 626 375

TOTAL DES OUVERTURES ET ANNULATIONS (Y.C. FDC ET ADP)

	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
Total général						20 626 375		20 626 375

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 2022 a été réalisé sur la base des seules mesures votées avant le dépôt du projet de loi de finances pour 2022. 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 2022.

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 2021	Chiffrage initial 2022	Chiffrage actualisé 2022
950101	Dégrèvement en faveur des personnes de condition modeste Contribution à l'audiovisuel public <i>Bénéficiaires 2020 : 4574400 Ménages - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Fiabilité : Bonne - Création : 2004 - Dernière modification : 2014 - Dernière incidence budgétaire : 2021 - Fin du fait générateur : 2021 - code général des impôts : 1605 bis-2°</i>	620	nc	-
950102	Dégrèvement en faveur des personnes de condition modeste au titre des "droits acquis" Contribution à l'audiovisuel public <i>Bénéficiaires 2020 : 53700 Ménages - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Fiabilité : Bonne - Création : 2004 - Dernière modification : 2012 - Dernière incidence budgétaire : 2021 - Fin du fait générateur : 2021 - code général des impôts : 1605 bis-3°</i>	7	nc	-
Total		627		

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 100 M€ pour l'ensemble du secteur (estimation réalisée sur la base des rémunérations brutes versées en 2021).

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		2 406 803 300 2 386 176 925	2 406 803 300 2 386 176 925		2 406 803 300 2 386 176 925	2 406 803 300 2 386 176 925
Total des crédits prévus en LFI *	0	2 406 803 300	2 406 803 300	0	2 406 803 300	2 406 803 300
Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP		-20 626 375	-20 626 375		-20 626 375	-20 626 375
Total des crédits ouverts	0	2 386 176 925	2 386 176 925	0	2 386 176 925	2 386 176 925
Total des crédits consommés	0	2 386 176 925	2 386 176 925	0	2 386 176 925	2 386 176 925
Crédits ouverts - crédits consommés						

* hors FdC et AdP pour les montants de la LFI

1 – Budget 2022

Le **budget 2022** a été construit sur la base des priorités stratégiques de l'entreprise que sont 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, le renouvellement de l'offre culturelle et créative et, dans le contexte nouveau généré par deux années de crise sanitaire, la poursuite de la modernisation de l'entreprise.

Le **résultat d'exploitation**, avant éléments non récurrents, est à l'équilibre. Il est inférieur de 9,5 M€ à l'exercice 2021. Le **résultat net** prévisionnel 2022 s'établit à **-6,6 M€**. Il résulte :

- de la diminution de la contribution à l'audiovisuel public (-14 M€) se situant au niveau prévu dans la trajectoire 2022 ;
- des produits 2022 générés par le plan de relance (22,5 M€) : ce plan a vocation à financer les impacts de la crise sanitaire au titre des exercices 2021 et 2022, tels que les dispositifs de protection et de sécurité, les surcoûts liés à la production, le décalage d'événements sportifs, les conséquences financières des fermetures de salles de cinéma (qui influent sur le résultat des filiales cinémas du groupe), la moindre diminution de la masse salariale occasionnée par le décalage de la baisse des effectifs initialement envisagée ;
- d'une progression de +35 M€ de l'ensemble des ressources propres (dont la publicité et les résultats des filiales commerciales) ;
- d'une progression des dépenses (+2,8 M€) liée .

Le budget 2022 repose sur une diminution des effectifs par rapport au budget 2021 de -25 ETP avec un effectif prévisionnel de 8 995 ETP, soit une diminution de 850 par rapport à 2017 et de 450 par rapport à 2019.

2 – L'exécution 2022 se traduit par un résultat d'exploitation (avant transformation et Salto) à l'équilibre pour la septième année consécutive : les objectifs ont été atteints dans un contexte où le conflit en Ukraine et l'inflation ont impacté défavorablement l'activité et l'économie de l'entreprise.

Les **faits marquants 2022** de France Télévisions sont les suivants :

- en terme d'audiences, France Télévisions est restée en 2022 leader sur ses antennes linéaires (29,4 % de part d'audience) et sur son offre numérique *franceinfo* (3,3 M visiteurs uniques quotidiens) tandis que la couverture de *france.tv* a progressé fortement (+13 % à 23,5 M visiteurs uniques mensuels) ;
- en terme d'effectifs, avec 429 départs en 2022, l'entreprise a enregistré la dernière année du plan de recomposition des effectifs 2019-2022 et poursuivi sa démarche de transformation au travers, notamment, le lancement de deux projets stratégiques, *Campus* (rationalisation des implantations immobilières franciliennes du groupe) et *Tempo* (projet recouvrant notamment le développement d'éditions d'information intégralement réalisées dans les implantations régionales de France 3)

Sur le **plan budgétaire**, l'exercice 2022 a été marqué par :

- la suppression de la Contribution à l'Audiovisuel Public, remplacée depuis août 2022 par l'affectation d'une fraction du produit de la TVA, sans incidence économique par rapport au budget initial ;
- la baisse des ressources issues de la Contribution à l'Audiovisuel Public, conformément au budget et à la trajectoire du COM (-160 M€ par rapport à 2018) ;
- une amélioration des ressources propres et des résultats des activités commerciales (+21 M€), principalement portée par la publicité ;
- un dépassement des charges d'exploitation (+16 M€) qui correspond globalement à l'impact de la reprise de l'inflation (environ +17 M€, principalement sur la masse salariale, l'énergie et les frais de missions). Au-delà de ce dépassement global, des économies significatives ont permis de financer les budgets supplémentaires qui se sont avérés nécessaires sur l'information, les sports et les programmes.;
- un résultat d'exploitation à l'équilibre (0,1 M€) après versement d'un intéressement (5,9 M€) aux salariés ;
- la prise en compte de l'impact de la perte de Salto, ainsi que la perspective de sa liquidation en 2023 pour 46 M€.

L'exécution 2022 est la suivante :

Le chiffre d'affaires diffusion (2 797,7 M€) est supérieur de 15,8 M€ aux prévisions budgétaires, principalement en raison d'une hausse des recettes publicitaires :

- les **ressources publiques** issues de la Contribution à l'Audiovisuel Public sont en baisse (-14 M€ par rapport à 2021), conformément au budget et à la trajectoire du COM (-160 M€ par rapport à 2018). ;
- les **recettes de publicité et parrainage** du groupe France Télévisions s'établissent à 392,8 M€, en hausse de 14,3 M€ par rapport au budget à la fois sur les recettes linéaires (+8,9 M€) et sur les recettes numériques (+5,4 M€) : cette hausse 2022 est liée à la performance de la régie et de sa stratégie commerciale, au succès des audiences des programmes et à l'attrait suscité par la diffusion d'événements sportifs, dont les Jeux olympiques d'hiver de Tokyo ;
- les autres recettes (24,6 M€) (recettes de la direction du numérique, des échanges publicitaires ultramarins, prestations fournies à Arianespace par la station de Guyane) progressent de 1,1 M€ par rapport au budget. La forte progression par rapport à 2021 résulte d'une augmentation des recettes numériques.

Après prise en compte des **commissions de régie et ayants-droit** (312,1 M€), supérieures au budget de 5,6 M€ en lien avec l'augmentation des recettes publicitaires, les **recettes nettes** s'établissent à **2 485,6 M€**, supérieures de 10,2 M€ au budget.

Le total des charges d'exploitation (2 554,5 M€) est supérieur de 12,2 M€ par rapport à 2021 et de 9,8 M€ par rapport au budget initial 2022.

Le coût de grille (2 081,8 M€) affiche une hausse de 6,6 M€ (+0,3 %) par rapport à 2021 et de 11,7 M€ (+0,6 %) par rapport au budget. Cette légère hausse s'explique en partie par la couverture de la guerre en Ukraine et les effets de l'inflation sur les charges. Par genre, les évolutions par rapport au budget sont les suivantes :

- Le coût de grille de l'**information nationale (264,5 M€)** est en hausse de 5,7 M€ en raison de la forte actualité au plan national (élections présidentielle et législatives) et international (couverture du conflit en Ukraine) nécessitant le maintien d'équipes et de moyens sur le terrain.
- Le coût de grille des **sports (206,2 M€)** est en augmentation de 3,5 M€ : cette évolution s'explique, principalement, par l'acquisition de test matchs de rugby non budgétés (féminins et masculins), la diffusion d'autres événements non prévus au budget (basketball, rugby féminin, intégralité du Tournoi des 6 Nations féminin). Ce débord est partiellement compensé par des économies sur les droits sportifs renégociés (Coupe de France 20/21, Coupe d'Europe de Rugby 21/22) et sur les coûts de production des magazines sportifs.
- Le **programme national (928 M€)** est en hausse de 5,8 M€ principalement du fait des fictions (décalage de l'arrêt de *Plus Belle la vie*), du renforcement de l'offre de magazine le week-end et de la couverture d'événements non prévus au budget initial (Festival de Cannes). Ces surcoûts ont été en partie compensés par des économies liées à des adaptations de la programmation et aux grilles de rentrée. A noter que le coût du programme national en 2022 est inférieur à celui de 2021 (960,6 M€).
- Le **coût de grille du programme régional de France 3 (399,5 M€)** est en retrait de 6,2 M, €. diminution que l'entreprise explique par une moindre activité liée au contexte sanitaire de début d'année (baisse des charges de personnel, des charges externes et des coûts liés au recours aux moyens internes de production) et d'un retrait sur la masse salariale (un coût moyen des permanents plus faible que prévu, variation de congés et effet volume favorable). Cette économie est en partie neutralisée par une hausse **des coûts support technique et informatique partagé** liée à la dégradation de l'équilibre d'exploitation de La Fabrique.
- Le coût de grille des **Outre-mer 1^{res} s'élève à 205 M€ (+4,6 M€)**. Cette hausse est notamment le fait d'un débord sur la masse salariale (impact de la mesure inflation non prévue au budget).
- Le **numérique (78,6 M€)** est inférieur au budget de 0,8 M€ : en lien avec des difficultés de recrutement sur certains postes sans toutefois provoquer le report ou la réestimation de certains projets. Plus généralement, le total des montants dédiés au numérique s'élève à 196 M€, en légère baisse de 1,0 M€ par rapport au budget. La hausse par rapport à l'année 2021 s'élève à +22 M€ et correspond principalement aux développements des contenus non linéaires au programme national (+17,0 M€) et de la transformation numérique de l'entreprise (+5 M€).

Les **coûts supports (327,1 M€)** sont en hausse de **2,8 M€ par rapport aux prévisions budgétaires : ils résultent d'une diminution du support antennes et programmes (économies sur la masse salariale liées à un effet volume, sur les frais de missions, les honoraires et les études et prise en compte en 2022 de recettes d'échanges au titre des exercices antérieurs) et des coûts de diffusion (renégociations de contrats sur le transport et le satellite)**. Ces économies limitent le dépassement observé sur le support **technique et informatique partagé** principalement lié à la Fabrique (contrepartie de la baisse d'activité plateaux, tournage et post production et non répercussion de l'inflation aux clients internes).

Par rapport au budget, les **autres dépenses (145,6 M€)** sont inférieures de 1 M€ : les **subventions Cinéma (18,8 M€)** sont en ligne avec les prévisions budgétaires. Les **variations de provisions et autres charges (29,5 M€)**, sont équivalentes à celles prévues dans le budget initial (effet conjugué d'un dépassement sur les litiges d'exploitation, d'un niveau de provisions non prévu au budget et d'une PIDR inférieure au budget liée à un reclassement de son coût au niveau du résultat financier et de moindres départs en retraite avec la fin de la RCC). Les **frais généraux (97,3 M€)** sont en recul de 1 M€ par rapport au budget, notamment en raison d'un effet volume favorable sur les ETP qui compensent partiellement les surcoûts sur l'énergie et les dépenses.

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

- Le **résultat des autres activités (69,7 M€)** affiche un niveau supérieur au budget de 5,6 M€ en raison notamment des bonnes performances de France Télévisions Publicité et de France Télévisions Distribution.
- Le **résultat du producteur (5,4 M€)** affiche un niveau supérieur au budget de 3,8 M€ du fait des moindres sorties en salles des films produits par les filiales cinéma. Les moindres sorties se traduisent par de moindre charges d'amortissement, lesquelles se déclenchent en grande partie au moment de la sortie en salle. Les parts de coproductions sont amorties sur une durée de 8 ans de façon dégressive avec notamment : 30 % pour une exploitation en salle de 0 à 3 mois, puis 35 % supplémentaires dès le 4eme mois jusqu'au 12eme mois.
- L'**intéressement (5,9 M€)** est versé en raison de l'atteinte d'un résultat d'exploitation avant Salto et transformation positif (contre un résultat à l'équilibre au budget). L'intéressement peut être versé à condition

que le résultat d'exploitation avant transformation et Salto soit positif. Son niveau est ensuite déterminé en fonction de l'atteinte d'objectifs relatif à la RSE, la masse salariale et les audiences, seul l'objectif d'audience n'est pas atteint.

Ainsi, compte tenu des éléments présentés et pour la septième année consécutive, le résultat d'exploitation 2022 avant coûts de transformation et Salto est à l'équilibre, conformément au budget.

Les **autres agrégats 2022** constitutifs du résultat net sont :

- Les **dépenses liées à la transformation de l'entreprise (3,2 M€)** en économie de 3,2 M€ (décalage du fait de la pandémie des formations et de l'accompagnement prévus dans le cadre du plan de départ) ;
- Le **résultat de Salto (-24 M€)**, non prévu au budget et intégré après l'approbation d'un financement complémentaire par le Conseil d'administration, traduit la perte d'exploitation de Salto en 2022 dans les comptes de France Télévisions ;
- Le **résultat financier, soit -7,2 M€** (contre -0,8 M€ au budget) incluant le reclassement des frais financiers de la PIDR (en application des nouvelles normes 2022 de l'ANC non prévues au budget) ;
- Le **résultat exceptionnel (-17,4 M€)** résultant du plan de liquidation de Salto (22 M€) et de la soulte de la vente du bâtiment Horace Vernet ;
- **La quote-part des sociétés mises en équivalence (4 M€)**, en amélioration de 3,4 M€ par rapport au budget, grâce aux bonnes performances d'Arte France et Médiamétrie.

Le résultat net est déficitaire de 48 M€ (contre -6,6 M€ au budget), essentiellement en raison de la perte d'exploitation de Salto en 2022 et de la provision passée pour couvrir sa liquidation en 2023.

Le nombre d' ETP moyen atteint quant à lui 8 951 soit - 44 ETP par rapport au budget, cette diminution s'explique à titre principal par les effets positifs du plan de départ et la difficulté de recrutement sur certains postes).

La **masse salariale 2022** (hors départs et litiges, suppléments de cachets et forfait social de l'intéressement, conformément à l'indicateur du COM) s'élève à **871,7 M€** contre 884 M€ au budget : l'écart favorable de 12,3 M€ a pour origine un effet volume favorable, une provision pour congés en économie (plafonnement de l'alimentation du CET et départs de l'entreprise). Les économies générées par les actions mises en place par France Télévisions compensent les impacts défavorables liés à l'inflation.

Le groupe termine l'exercice 2022 avec une **trésorerie** positive de **122,4 M€**, dont 5,5 M€ correspondant à l'intégration proportionnelle du niveau de trésorerie de Salto. Elle résulte d'une augmentation du besoin en fonds de roulement en 2022 et du versement du « plan de relance ». A contrario, la réduction du passif social est plus importante qu'anticipée (départs RCC et augmentation du crédit de TVA résultant de l'évolution des concours publics). Enfin, l'augmentation de capital réalisée en 2022 est supérieure au budget.

France Télévisions

Programme n° 841 | Justification au premier euro

Compte de résultat métier consolidé (M€)	Réel 2021	Budget 2022	Réel 2022	Ecart 2022/ B2022
Concours publics	2 394,2	2 379,8	2 380,2	+0,4
<i>dont contribution à l'audiovisuel public</i>	2 371,7	2 357,3	2 357,7	+0,4
<i>dont Plan de relance</i>	22,5	22,5	22,5	
Publicité et parrainage	380,9	378,6	392,8	+14,3
Autres recettes	18,7	23,5	24,6	+1,1
Total CA diffusion	2 793,8	2 781,8	2 797,7	+15,8
Commissions et ayants droit	311,8	306,5	312,1	+5,6
Recettes nettes disponibles	2 482,0	2 475,3	2 485,6	+10,2
Information nationale	255,0	258,8	264,5	+5,7
Sport national	201,4	202,7	206,2	+3,5
Programme national	960,6	922,2	928,0	+5,8
Programme régional métropolitain	388,4	405,7	399,5	-6,2
Programme régional ultramarin	196,6	200,4	205,0	+4,6
Numérique	73,3	80,3	78,6	-1,7
Coût de grille	2 075,2	2 070,2	2 081,8	+11,7
Support antennes et programmes	192,2	197,7	192,5	-5,3
Support technique et informatique partagé	66,4	56,0	67,1	+11,1
Coûts techniques de diffusion	73,1	70,6	67,6	-3,0
Coûts supports	331,7	324,3	327,1	+2,8
Coût des antennes	2 406,9	2 394,5	2 409,0	+14,5
Subventions cinéma	18,8	18,8	18,8	0,0
Var. de provisions et autres dépenses	28,2	29,5	29,5	+0,0
Frais généraux	90,8	98,2	97,3	-1,0
Total autres dépenses	137,8	146,5	145,6	-1,0
Charges d'exploitation du diffuseur	2 544,7	2 541,0	2 554,5	+13,5
Résultat opérationnel diffuseur	-62,8	-65,7	-69,0	-3,3
Résultat autres activités	+71,2	+64,1	+69,7	+5,6
Résultat du producteur	+4,7	+1,6	+5,4	+3,8
Intéressement	3,6		5,9	+5,9
Résultat d'exploitation avant transformation et SALTO	9,5	0,0	0,1	+0,1
Transformation RCC	2,5	6,4	3,2	-3,2
SALTO	27,8	-	24,0	+24,0
Résultat d'exploitation	-20,8	-6,4	-27,1	-20,7
Résultat financier	-1,8	-0,8	-7,2	-6,4
Résultat exceptionnel	8,7		-17,4	-17,4
Sociétés MEE	2,1	0,6	4,0	+3,4
Résultat avant impôts	-11,8	-6,6	-47,8	-41,2
Impôts	-0,0		-0,2	0,2
Résultat net	-11,8	-6,6	-48,0	-41,4

PASSAGE DU PLF À LA LFI

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
PLF	0	2 406 803 300	2 406 803 300	0	2 406 803 300	2 406 803 300
Amendements	0	0	0	0	0	0
LFI	0	2 406 803 300	2 406 803 300	0	2 406 803 300	2 406 803 300

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 2022	CP 2022
AE ouvertes en 2022 * (E1) 2 386 176 925	CP ouverts en 2022 * (P1) 2 386 176 925
AE engagées en 2022 (E2) 2 386 176 925	CP consommés en 2022 (P2) 2 386 176 925
AE affectées non engagées au 31/12/2022 (E3) 0	dont CP consommés en 2022 sur engagements antérieurs à 2022 (P3 = P2 - P4) 2 386 176 925
AE non affectées non engagées au 31/12/2022 (E4 = E1 - E2 - E3) 0	dont CP consommés en 2022 sur engagements 2022 (P4) 0

RESTES À PAYER

Engagements ≤ 2021 non couverts par des paiements au 31/12/2021 brut (R1) 0					
Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2021 (R2) 0					
Engagements ≤ 2021 non couverts par des paiements au 31/12/2021 net (R3 = R1 + R2) 0	–	CP consommés en 2022 sur engagements antérieurs à 2022 (P3 = P2 - P4) 2 386 176 925	=	Engagements ≤ 2021 non couverts par des paiements au 31/12/2022 (R4 = R3 - P3) -2 386 176 925	
AE engagées en 2022 (E2) 2 386 176 925	–	CP consommés en 2022 sur engagements 2022 (P4) 0	=	Engagements 2022 non couverts par des paiements au 31/12/2022 (R5 = E2 - P4) 2 386 176 925	
				Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2022 (R6 = R4 + R5) 0	
					Estimation des CP 2023 sur engagements non couverts au 31/12/2022 (P5) 0
					Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2023 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2022 (P6 = R6 - P5) 0

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

* LFI 2022 + reports 2021 + 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 <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i> Réalisation	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
01 – France Télévisions		2 406 803 300	2 406 803 300		2 406 803 300	2 406 803 300
		2 386 176 925	2 386 176 925		2 386 176 925	2 386 176 925

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	2 406 803 300	2 386 176 925	2 406 803 300	2 386 176 925
Prêts et avances	2 406 803 300	2 386 176 925	2 406 803 300	2 386 176 925
Total	2 406 803 300	2 386 176 925	2 406 803 300	2 386 176 925