



**GOUVERNEMENT**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

# Projet annuel de performances

Compte de concours financiers

**PROGRAMME 841  
France Télévisions**



**2024**

# PROGRAMME 841 **France Télévisions**

---

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

**France Télévisions**

Programme	n°	Présentation stratégique
841		

## Présentation stratégique du projet 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.

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 quatre priorités fixées pour l'ensemble du secteur audiovisuel public : la création et la culture ; la jeunesse et l'éducation ; l'information ; la proximité.

Ces orientations ont été réaffirmées dans le contrat d'objectifs et de moyens (COM) couvrant la période 2020-2022 et son avenant pour l'année 2023, signés entre l'État et la société 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.

Les discussions entre l'entreprise et ses administrations de tutelles concernant la conception du prochain COM ont été amorcées dès le début de l'année 2023 et devraient aboutir dans les prochains mois. Une trajectoire financière sera adossée à ce projet de COM. Il sera ensuite transmis pour avis à l'ARCOM et aux commissions parlementaires compétentes conformément aux dispositions de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication.

La dotation publique allouée à France Télévisions en 2023 s'élève à 2 430,5 M€ dont 22,5 M€ au titre de la compensation des effets fiscaux induits par la suppression de la contribution à l'audiovisuel public (CAP) en 2022. Comme pour les autres entités de l'audiovisuel public, la trajectoire financière pluriannuelle de France Télévisions pour la période 2024-2028 sera inscrite au sein de son nouveau COM.

Le niveau de la dotation publique intègre en 2024 et pour les années suivantes une dotation de base permettant de financer l'activité tendancielle de l'entreprise, une part des surcoûts liés à l'inflation et la compensation des effets fiscaux liés à la suppression de la CAP (principe de neutralité fiscale).

S'y ajoute une enveloppe complémentaire, prenant la forme d'un programme bénéficiant des crédits du compte de concours financiers « Avances à l'audiovisuel public », ayant exclusivement vocation à financer des projets de transformation et de modernisation des entreprises de l'audiovisuel public inscrits dans les COM, pour un montant total de 200 M€ sur trois ans dont 69 M€ dès 2024 répartis entre les sociétés.

Cette dotation s'élève pour France Télévisions à 2 568,1 M€ en 2024, dont 45 M€ au titre du « Programme de transformation » et 53 M€ au titre de la compensation des effets fiscaux.

## 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

**France Télévisions**

Programme	n°	Objectifs et indicateurs de performance
841		

# 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 allouée 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	2021	2022	2023 (Cible PAP 2023)	2024 (Cible)	2025 (Cible)	2026 (Cible)
Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales	%	81,6	81,5	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé	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 2022 correspond à l'arrêté des comptes 2022 tel qu'approuvé par le conseil d'administration du 9 mars 2023.

## JUSTIFICATION DES CIBLES

L'année 2022 s'est inscrite dans un contexte de diminution de la contribution à l'audiovisuel public allouée à France Télévisions (-14 M€ par rapport à 2021, conformément au budget et à la trajectoire du contrat

## France Télévisions

Programme	n°	Objectifs et indicateurs de performance
841		

d'objectifs et de moyens, soit -160 M€ par rapport à 2018) et de retour à une activité normale, au niveau de 2019. 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 2022 au titre du plan de relance) ont permis de financer les surcoûts liés à l'inflation et à la couverture de la guerre en Ukraine, tout en maintenant les engagements en faveur de la création audiovisuelle et cinématographique aux niveaux prévus au budget.

Les dépenses de programmes représentaient 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. Elles avaient légèrement augmenté (+0,3 %), du fait des surcoûts liés à la diffusion de certains événements (Jeux olympiques d'hiver de Pékin, 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.

L'année 2023 s'inscrit dans un cadre budgétaire sous tension, marqué par un niveau d'inflation élevé. Pour la première fois depuis 2017, France Télévisions enregistre une hausse en euros courants des concours publics (+50,7 M€). Ce montant a été déterminé, sur la base de projections produites par l'entreprise, dans une logique conservatoire qui visait à permettre à l'entreprise d'absorber le glissement naturel de ses charges et de sa masse salariale, les impacts de l'inflation et les effets fiscaux induits par la suppression de la contribution à l'audiovisuel public (CAP).

Les dépenses de programmes devraient être stables en 2023 par rapport à 2022, avec une prévision budgétaire de 2 083,3 M€ (soit +0,1 % par rapport à 2022) et toujours représenter une part essentielle des charges opérationnelles supérieure à 80 % (81 % au budget pour 2023). 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 2024, France Télévisions diffusera les Jeux olympiques d'été de Paris et poursuivra 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, l'investissement dans le numérique et la technologie, le soutien en faveur de la culture et de la création et le développement de l'offre de proximité. Les prévisions sur cet indicateur seront précisées lors de la construction du budget 2024.

## INDICATEUR

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

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2021	2022	2023 (Cible PAP 2023)	2024 (Cible)	2025 (Cible)	2026 (Cible)
Indicateur de qualité des programmes de fiction française	Note sur 10	8,0	8	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé
Qualité des programmes d'information	Note sur 10	6,3	Non connu	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé

#### Précisions méthodologiques

Source des données : Harris et IFOP. Mode de calcul :

- Pour la qualité de la fiction, les chiffres correspondent à la moyenne des notes obtenues par les programmes de fiction française diffusés sur France 2 et France 3. Ces notes sont 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 3 au 15 mars 2022 pour 2021 et du 9 mars au 24 mars 2023 pour 2022.

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

	Unité	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision	2024 Prévision
Volume d'heures de fiction diffusées	Nombre d'heures	4070	2600	2617	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	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision	2024 Prévision
Investissement dans la création audiovisuelle	En M€	422,1	440,1	440,1	440	n.d.

#### Précisions méthodologiques

Source des données : France Télévisions et Arcom (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	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision	2024 Prévision
Journaux télévisés	Note sur 10	6,4	6,7	6,4	n.d.	n.d.
Chaîne d'information en continu	Note sur 10	5,8	6,2	6	n.d.	n.d.
Sites et applications d'information	Note sur 10	5,6	5,5	5,2	n.d.	n.d.

#### Précisions méthodologiques

Source des données : IFOP.



**France Télévisions**

Programme	n°	Objectifs et indicateurs de performance
841		

**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 en mars 2023 et est ici présentée en résultats 2022.

**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 offres de France Télévisions permet de s'assurer que la société prend en compte les attentes des publics 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 en vigueur 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 et prend en compte la consommation des programmes sur l'ensemble des 4

écrans. 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'agrèger 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 en vigueur ; 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 en vigueur 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	2021	2022	2023 (Cible PAP 2023)	2024 (Cible)	2025 (Cible)	2026 (Cible)
Audience cumulée hebdomadaire des chaînes de France Télévisions	%	74,5	69,6	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé
Audience des offres numériques tous supports	millions	811	667	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé
Couverture hebdomadaire 4 écrans	%	81	79,3	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé
Vidéos vues chaque mois (hors plateformes externes)	millions	177	166	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé
Nombre d'utilisateurs mensuels des offres numériques de France Télévisions (hors information)	millions	25	26	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé

#### Précisions méthodologiques

#### Précisions méthodologiques

## France Télévisions

Programme n° Objectifs et indicateurs de performance  
841

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 déduites.

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

	Unité	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision	2024 Réalisation
Audience 4 écrans couverture mensuelle	%	92,8	92,2	91	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	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision	2024 Prévision
Part d'audience sur les 4-14 ans	%	16,8	16,7	17,9	Non déterminé	Non déterminé
Part d'audience sur les 15-24 ans	%	17,3	18,6	18,3	Non déterminé	Non déterminé
Part d'audience sur les 25-59 ans	%	18,5	18,8	18,0	Non déterminé	Non déterminé
Part d'audience sur les plus de 60 ans	%	40,1	38,6	37,9	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 +).

## 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. 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.

La couverture hebdomadaire est de 79,3 % en moyenne en 2022, 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 l'année 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+.

Pour 2023 et 2024, comme pour 2022, la société anticipe au mieux un maintien voire une légère baisse de ce niveau, comme pour l'ensemble du média télévisuel.

### Audience des offres numériques

En 2022, l'audience des offres numériques tous supports et toutes plateformes confondus, avec 667 millions de vidéos vues, est en baisse par rapport à 2021. Cela s'explique en partie par la fin de la crise sanitaire et des périodes de confinement qui avaient porté la consommation numérique à de très hauts niveaux en 2020 et 2021. Par ailleurs, il a été mis en place une politique de priorisation des environnements propriétaires du groupe, et notamment de la plateforme numérique France.tv. 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, ce qui a eu un impact sur le nombre de vidéos vues sur cette plateforme. Cette évolution 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.

Dans le détail, les audiences numériques affichaient des niveaux élevés en 2022 :

- 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 : une fréquentation en progression 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 ;
- Okoo fête cette année ses trois ans, et la consommation sur les applications mobiles et TV Okoo progresse de plus de 15 % sur un an pour atteindre 18,4 millions de vidéos vues mensuelles en moyenne. L'offre jeunesse cumule plus de 500 millions de vues sur l'année 2022, soit 1,4M de vidéos consommées chaque jour.
- Pour sa troisième année également, le site 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.

## France Télévisions

Programme	n°	Objectifs et indicateurs de performance
841		

En 2023, France Télévisions s'est fixée l'objectif de faire progresser particulièrement le nombre de vidéos vues sur les plateformes qu'elle exploite en propre.

Les objectifs 2024 de la stratégie numérique du groupe seront définis et précisés dans le futur COM actuellement en cours de discussion entre la société et l'État.

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

[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

### 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	2021	2022	2023 (Cible PAP 2023)	2024 (Cible)	2025 (Cible)	2026 (Cible)
Charges de personnel	M€	873,8	871,7	Non déterminé	Non déterminé	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 2022 correspond à l'arrêté des comptes 2022 tel qu'approuvé par le conseil d'administration du 9mars 2023.

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

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2024 Prévision
<b>Nombre d' ETP permanents</b>		7 969	7 871	7693	n.d.	n.d.
<b>Nombre d' ETP non permanents</b>		1 052	1 179	1257	n.d.	n.d.
<b>Total ETP</b>		9 021	9 050	8951	n.d.	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)

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

La réalisation 2022 correspond à l'arrêté des comptes 2022 tel qu'approuvé par le conseil d'administration du 9 mars 2023.

**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 a permis l'adaptation du cadre social et de la méthode de transformation aux défis du numérique en assurant à la fois une maîtrise de la masse salariale et un rééquilibrage de la structure socio-générationnelle des compétences internes. Il prévoyait notamment un volet d'accompagnement des départs, de formation pour reconversion pour ceux des collaborateurs qui le souhaiteraient et un volet de recrutements. Le dispositif a pris fin en décembre 2022.

Parallèlement à la mise en œuvre des priorités stratégiques, les efforts de maîtrise des effectifs initiés depuis 2012 ont été poursuivis en 2022 (avec 8 951 ETP, soit -99 ETP par rapport à 2021) et en 2023 (avec un objectif budgétaire de 8 900 ETP, soit -51 ETP par rapport à 2022). La masse salariale au sens de l'indicateur du COM (hors indemnités de départ en retraite et de licenciements et suppléments de cachets et intéressement) est passée de 871,7 M€ en 2022 à une prévision budgétaire 2023 de 899,6 M€. La variation par rapport à 2022 (+3,2 %) est liée aux effets de l'inflation et des glissements salariaux mécaniques qui ne sont pas compensés par l'impact de la diminution des effectifs.

La maîtrise rigoureuse de la masse salariale reste un axe prioritaire pour 2024. La prévision de masse salariale 2024 sera précisée lors de l'élaboration du budget.

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

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2021	2022	2023 (Cible PAP 2023)	2024 (Cible)	2025 (Cible)	2026 (Cible)
Ressources propres	M€	399,6	417,5	Non	Non	Non	Non

## France Télévisions

Programme n° Objectifs et indicateurs de performance  
841

	Unité	2021	2022	2023 (Cible PAP 2023)	2024 (Cible)	2025 (Cible)	2026 (Cible)
				déterminé	déterminé	déterminé	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. L'année 2021 a été retraitée selon le nouveau périmètre pour la présentation de cet indicateur.

La réalisation 2022 correspond à l'arrêté des comptes 2022 tel qu'approuvé par le conseil d'administration du 6 juillet 2023.

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

	Unité	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision	2024 Prévision
Développement des recettes commerciales	en M€	22,4	31,8	31,6	20,6	n.d.

**Précisions méthodologiques**

Source des données : France Télévisions.

Mode de calcul : Somme des résultats d'exploitation de France Télévisions Publicité (FTP), France Télévisions Distribution (FTD) et FTVSOD, 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 tel qu'approuvé par le conseil d'administration du 9 mars 2023. La prévision 2023 correspond à la reprévision présentée au Conseil d'administration du 6 juillet.

**JUSTIFICATION DES CIBLES**

Les ressources propres s'établissent à 417,5 M€ en 2022, 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).

La dernière prévision des ressources propres devrait s'élever à un peu moins de 400 M€ en 2023 (diminution d'une quinzaine de millions d'euros par rapport au budget). Cette variation s'explique par la diminution des recettes publicitaires qui s'inscrit dans un contexte de recul significatif du marché publicitaire TV et de forte baisse de la DEI (durée d'écoute par individu) sur les cibles publicitaires qui concernent l'ensemble du marché TV.

Les recettes commerciales s'établissent à 31,6 M€ en 2022, à un niveau équivalent à 2021 (31,8 M€). En 2022 comme en 2021, les filiales commerciales du groupe ont réalisé de très bonnes performances sur leur cœur de métier respectif avec deux années riches en événements comme les Jeux olympiques de Tokyo en 2021 et de Pékin en 2022 et de bons résultats sur la filiale France Télévisions Distribution (FTD) notamment sur la distribution de droits.

La dernière prévision 2023 des recettes commerciales s'établit en diminution de près de 11 M€ par rapport à 2022, ce qui s'explique principalement par une baisse prévisionnelle du résultat d'exploitation de France Télévisions Publicité (en lien avec la diminution du chiffre d'affaires, dans le contexte atone du marché publicitaire et plus spécifiquement de celui du parrainage, duquel dépendent 25 % des ressources publicitaires du groupe).

Les ressources propres et les recettes commerciales prévisionnelles pour 2024 seront précisées lors de la construction du budget.

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

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2021	2022	2023 (Cible PAP 2023)	2024 (Cible)	2025 (Cible)	2026 (Cible)
Résultat exploitation	M€	9,5	0,1	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé

**Mode de calcul :** Résultat d'exploitation hors éléments non récurrents. La réalisation 2022 correspond à l'arrêté des comptes 2022 tel qu'approuvé par le conseil d'administration du 9 mars 2023. La cible 2023 correspond au budget 2023 tel qu'approuvé par le conseil d'administration du 13 décembre 2022.

**JUSTIFICATION DES CIBLES**

La période 2018-2022 s'inscrivait 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, 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 2023 s'inscrit dans un cadre budgétaire sous tension, marqué par un niveau d'inflation élevé. Pour la première fois depuis 2017, France Télévisions enregistre une hausse en euros courants des concours publics (+50,7 M€). Ce montant a été déterminé, sur la base de projections produites par l'entreprise, dans une logique conservatoire qui visait à permettre à l'entreprise d'absorber le glissement naturel de ses charges et de sa masse salariale, l'inflation et les effets fiscaux induits par la suppression de la contribution à l'audiovisuel public (CAP).

Cependant, le recul du marché publicitaire TV et la baisse de la durée d'écoute par individu (DEI) sur les cibles publicitaires sont plus prononcés que prévu initialement. L'impact de la diminution des recettes publicitaires devrait être significatif sur le résultat d'exploitation de l'entreprise pour 2023. Dès lors l'entreprise met en œuvre une série de mesures pour atténuer cette perte d'exploitation.

Les prévisions budgétaires pour 2024 seront précisées lors de l'élaboration du budget.



## France Télévisions

Programme	n°	Objectifs et indicateurs de performance
841		

## INDICATEUR

## 3.4 – Index égalité femmes-hommes

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2021	2022	2023 (Cible PAP 2023)	2024 (Cible)	2025 (Cible)	2026 (Cible)
Résultat de l'index égalité femmes-hommes	ratio	99	99	>=2019	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé

## Précisions méthodologiques

Source des données : France Télévisions.

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

## JUSTIFICATION DES 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 et progresse même (de 94/100 en 2018 à 99/100 encore en 2022), preuve de l'engagement du groupe en la matière.

# Présentation des crédits et des dépenses fiscales

## PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR ACTION ET TITRE POUR 2023 ET 2024

### AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Action / Sous-action	LFI 2023 PLF 2024	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FdC et AdP attendus
01 – France Télévisions		2 430 513 517 2 523 106 868	0 0
<b>Totaux</b>		<b>2 430 513 517</b> <b>2 523 106 868</b>	<b>0</b> <b>0</b>

### CRÉDITS DE PAIEMENTS

Action / Sous-action	LFI 2023 PLF 2024	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FdC et AdP attendus
01 – France Télévisions		2 430 513 517 2 523 106 868	0 0
<b>Totaux</b>		<b>2 430 513 517</b> <b>2 523 106 868</b>	<b>0</b> <b>0</b>

## France Télévisions

Programme n° Présentation des crédits et des dépenses fiscales  
841

## PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR TITRE POUR 2023, 2024, 2025 ET 2026

Titre	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Ouvertures	FdC et AdP attendus	Ouvertures	FdC et AdP attendus
LFI 2023 PLF 2024 Prévision indicative 2025 Prévision indicative 2026				
7 - Dépenses d'opérations financières	2 430 513 517 2 523 106 868 2 573 181 006 2 609 665 464		2 430 513 517 2 523 106 868 2 573 181 006 2 609 665 464	
<b>Totaux</b>	<b>2 430 513 517</b> <b>2 523 106 868</b> <b>2 573 181 006</b> <b>2 609 665 464</b>		<b>2 430 513 517</b> <b>2 523 106 868</b> <b>2 573 181 006</b> <b>2 609 665 464</b>	

## PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR TITRE ET CATÉGORIE POUR 2023 ET 2024

Titre / Catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Ouvertures	FdC et AdP attendus	Ouvertures	FdC et AdP attendus
LFI 2023 PLF 2024				
7 – Dépenses d'opérations financières	2 430 513 517 2 523 106 868		2 430 513 517 2 523 106 868	
71 – Prêts et avances	2 430 513 517 2 523 106 868		2 430 513 517 2 523 106 868	
<b>Totaux</b>	<b>2 430 513 517</b> <b>2 523 106 868</b>		<b>2 430 513 517</b> <b>2 523 106 868</b>	

## 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	2 523 106 868	2 523 106 868	0	2 523 106 868	2 523 106 868
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>2 523 106 868</b>	<b>2 523 106 868</b>	<b>0</b>	<b>2 523 106 868</b>	<b>2 523 106 868</b>

## France Télévisions

Programme n° Justification au premier euro  
841

## Dépenses pluriannuelles

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

## ESTIMATION DES RESTES À PAYER AU 31/12/2023

Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2022 (RAP 2022)	Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2022 y.c. travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2022	AE (LFI + LFR + Décret d'avance) 2023 + Reports 2022 vers 2023 + Prévision de FdC et AdP	CP (LFI + LFR + Décret d'avance) 2023 + Reports 2022 vers 2023 + Prévision de FdC et AdP	Évaluation des engagements non couverts par des paiements au 31/12/2023
0	0	2 430 513 517	2 430 513 517	0

## ÉCHÉANCIER DES CP À OUVRIR

AE	CP 2024	CP 2025	CP 2026	CP au-delà de 2026
Évaluation des engagements non couverts par des paiements au 31/12/2023	CP demandés sur AE antérieures à 2024 CP PLF CP FdC et AdP	Estimation des CP 2025 sur AE antérieures à 2024	Estimation des CP 2026 sur AE antérieures à 2024	Estimation des CP au-delà de 2026 sur AE antérieures à 2024
0	2 523 106 868 0	0	0	0
AE nouvelles pour 2024 AE PLF AE FdC et AdP	CP demandés sur AE nouvelles en 2024 CP PLF CP FdC et AdP	Estimation des CP 2025 sur AE nouvelles en 2024	Estimation des CP 2026 sur AE nouvelles en 2024	Estimation des CP au-delà de 2026 sur AE nouvelles en 2024
2 523 106 868 0	0 0	0	0	0
<b>Totaux</b>	<b>2 523 106 868</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

## CLÉS D'OUVERTURE DES CRÉDITS DE PAIEMENT SUR AE 2024

CP 2024 demandés sur AE nouvelles en 2024 / AE 2024	CP 2025 sur AE nouvelles en 2024 / AE 2024	CP 2026 sur AE nouvelles en 2024 / AE 2024	CP au-delà de 2026 sur AE nouvelles en 2024 / AE 2024
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	2 523 106 868	<b>2 523 106 868</b>	0
Crédits de paiement	0	2 523 106 868	<b>2 523 106 868</b>	0

La dotation publique allouée à France Télévisions en 2024 s'élève au total à 2 568,1 M€, dont 45 M€ au titre du « Programme de transformation » et 53 M€ au titre de la compensation des effets fiscaux.

En 2024, 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, l'investissement dans le numérique et la technologie, le soutien en faveur de la culture et de la création et le développement de l'offre de proximité. L'année 2024 sera surtout marquée par la diffusion des Jeux Olympiques de Paris avec une mobilisation exceptionnelle de ses journalistes, France Télévisions proposera de nombreux directs et éditions spéciales sur les antennes nationales, régionales et ultramarines.

Les cibles précises attachées à ces objectifs ainsi que les prévisions budgétaires de l'entreprise seront définies dans le COM 2024 - 2028 en cours de négociation.

Le budget 2024 sera présenté au Conseil d'Administration de décembre 2023.

## France Télévisions

Programme n° Justification au premier euro  
841

Compte de résultat métier consolidé (M€)	Réel 2021	Réel 2022	Budget 2023	Représentation 2023
Concours publics	2 394,2	2 380,2	2 430,5	2 430,5
<i>dont contribution à l'audiovisuel public</i>	<i>2 371,7</i>	<i>2 357,7</i>		
<i>dont Plan de relance</i>	<i>22,5</i>	<i>22,5</i>		
Publicité et parrainage	380,9	392,8	391,2	375,7
Autres recettes	18,7	24,6	23,6	21,9
<b>Total CA diffusion</b>	<b>2 793,8</b>	<b>2 797,7</b>	<b>2 845,2</b>	<b>2 828,1</b>
<b>Commissions et ayants droit</b>	<b>311,8</b>	<b>312,1</b>	<b>315,8</b>	<b>311,8</b>
<b>Taxe sur les salaires</b>			<b>22,4</b>	<b>22,4</b>
<b>Recettes nettes disponibles</b>	<b>2 482,0</b>	<b>2 485,6</b>	<b>2 507,1</b>	<b>2 493,9</b>
<i>Coût de grille*</i>	<i>2 075,2</i>	<i>2 081,8</i>	<i>2 083,3</i>	<i>2 086,8</i>
<i>Coûts supports</i>	<i>331,7</i>	<i>327,1</i>	<i>336,0</i>	<i>334,4</i>
<b>Coût des antennes</b>	<b>2 406,9</b>	<b>2 409,0</b>	<b>2 419,4</b>	<b>2 421,2</b>
<b>Autres dépenses</b>	<b>137,8</b>	<b>145,6</b>	<b>152,1</b>	<b>145,2</b>
<b>Charges d'exploitation du diffuseur</b>	<b>2 544,7</b>	<b>2 554,5</b>	<b>2 571,4</b>	<b>2 566,4</b>
<b>Résultat opérationnel diffuseur</b>	<b>-62,8</b>	<b>-69,0</b>	<b>-64,4</b>	<b>-72,4</b>
Résultat autres activités	+71,2	+69,7	+62,0	+60,7
Résultat du producteur	+4,7	+5,4	+2,5	-4,7
Intéressement	3,6	5,9		
<b>Résultat d'exploitation avant transformation et SALTO</b>	<b>9,5</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>-16,5</b>
Transformation RCC	2,5	3,2		
SALTO	27,8	24,0		
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>-20,8</b>	<b>-27,1</b>	<b>0,1</b>	<b>-16,5</b>
Résultat financier	-1,8	-7,2	-5,6	-7,2
Résultat exceptionnel	8,7	-17,4	0,1	6,0
Sociétés MEE	2,1	4,0	0,6	0,0
<b>Résultat avant impôts</b>	<b>-11,8</b>	<b>-47,8</b>	<b>-4,8</b>	<b>-17,7</b>
Impôts	-0,0	-0,2		
<b>Résultat net</b>	<b>-11,8</b>	<b>-48,0</b>	<b>-4,8</b>	<b>-17,7</b>

\*Tous contenus, linéaires, plateformes  
propriétaires, réseaux sociaux

## ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Dépenses d'opérations financières	2 523 106 868	2 523 106 868
Prêts et avances	2 523 106 868	2 523 106 868
<b>Total</b>	<b>2 523 106 868</b>	<b>2 523 106 868</b>