



**GOVERNEMENT**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

# Rapport annuel de performances

Annexe au projet de loi de règlement du budget  
et d'approbation des comptes pour 2023

PROGRAMME 841  
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 2023 se caractérise par la poursuite de la mise en œuvre par l'entreprise des axes stratégiques définis dans le contrat d'objectifs et de moyens (COM) qu'elle a conclu avec l'État pour la période 2020-2022 et reconduits dans son avenant pour 2023. 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 ;
- renforcer son offre audiovisuelle de proximité ;
- soutenir la création audiovisuelle et cinématographique ainsi que le secteur culturel ;
- renouveler son engagement en faveur de l'égalité, de l'inclusion et de la représentation de la diversité.

Conformément à ces objectifs, l'entreprise a notamment accompli les actions suivantes en 2023 :

- la poursuite de l'action en faveur de la lutte contre la désinformation auprès de tous les publics, avec notamment le lancement en septembre 2023 d'un JT quotidien dédié aux adolescents (*C quoi l'info ?*, diffusé sur les réseaux sociaux et *franceinfo*), et la montée en puissance du Tour de France de l'éducation aux médias et à l'information de France Télévisions, lancé en octobre 2022 en partenariat avec le Ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, le CLEMI et les rectorats, inscrit au plan académique de formation, et qui permet d'aller à la rencontre des enseignants, des élèves et des parents (réalisation de cinq étapes en 2023 en métropole et dans les Outre-mer et lancement d'un dispositif commun aux entreprises de l'audiovisuel public à compter de la fin de l'année 2023) ;
- la poursuite du déploiement de la marque commune de proximité ICI (France 3 et France Bleu), créée en 2022, et la régionalisation de l'offre d'information sur France 3, avec le lancement, en septembre 2023, de 48 éditions d'information quotidiennes (24 éditions le midi et 24 éditions le soir, substituées aux éditions nationales), intégralement pilotées et présentées depuis les régions et mêlant information nationale et locale ;
- la poursuite du 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 avec 26 millions de visiteurs uniques par mois, soit un score en nette progression par rapport à 2022 (+11 %), la plus forte augmentation parmi les plateformes numériques et son record historique (source Télé 4 écrans Médiamétrie) ;
- 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, dont 440,4 M€ en 2023 en faveur de la production d'œuvres audiovisuelles européennes et d'expression originale française.

Sur le plan de la gestion, l'exercice 2023 a été marqué par :

- un niveau d'inflation élevé. Pour la première fois depuis 2017, France Télévisions a enregistré 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 France Télévisions 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). L'entreprise a par ailleurs poursuivi ses efforts de gestion pour mettre en œuvre ses priorités stratégiques et atteindre l'équilibre au budget 2023 ;

- l'atteinte d'un résultat d'exploitation bénéficiaire à hauteur de 3,7 M€, après sept années consécutives de résultats d'exploitation à l'équilibre.

## 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	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Cible	2023 Réalisation	Atteinte de la cible	2024 Cible
Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales	%	81,6	81,5	Non déterminé	81,3	donnée non renseignée	Non déterminé

#### Commentaires techniques

##### Mode de calcul :

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

La réalisation 2023 correspond à l'arrêté des comptes 2023 sous réserve de validation par les commissaires aux comptes et le conseil d'administration du 14 mars 2024.

Source des données : France Télévisions.

### ANALYSE DES RÉSULTATS

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

Les dépenses de programmes représentent le poste essentiel des charges opérationnelles de l'entreprise, en ligne avec les priorités stratégiques de France Télévisions, soit 81,3 %, quasiment au même niveau que 2022 (81,5 %). Les dépenses de programmes sont en légère augmentation : +5,9 M€, soit +0,3 % par rapport à 2022, avec des dépenses supplémentaires liées à la couverture des conflits en Ukraine et au Proche-Orient, des surcoûts liés à la diffusion de certains événements (Eurovision junior, Concert de Paris, venue du Pape à Marseille) 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 (-5,4 M€ par rapport à 2022) sur le programme national, amplifiés par la modification des règles d'amortissement des fictions (en ligne avec l'évolution des usages)[1] qui a un effet positif de 24 M€.

Pour les dépenses hors programmes, une hausse de 8,4 M€ des charges opérationnelles (+1,8 %) a été constatée, traduisant l'impact de l'inflation et des glissements mécaniques des charges ainsi qu'un complément de financement ponctuel de France 2 Cinéma (en lien avec une augmentation des fins de tournages de 2023), en partie absorbés par une baisse des dépenses énergétiques (à hauteur de 3 M€) et sur les fonctions supports, avec notamment une réduction en volume des frais de mission.

[1] France Télévisions a modifié les règles d'amortissement des fictions qu'elle diffuse, auparavant fixées à 80 % à la première diffusion et 20 % à la deuxième diffusion, en les portant respectivement à 66 % - 34 %. A l'appui de données d'audiences, l'entreprise dresse le constat d'une **évolution des usages des**

**consommateurs de contenu de fiction**, qui plébiscitent plus qu'auparavant les rediffusions. Par ailleurs, son évolution éditoriale vers des fictions *premium* au potentiel de rediffusion plus élevé plaide également en faveur de cette évolution.

## INDICATEUR

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

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Cible	2023 Réalisation	Atteinte de la cible	2024 Cible
Indicateur de qualité des programmes de fiction française	Note sur 10	8,0	8	Non déterminé	8	donnée non renseignée	Non déterminé
Qualité des programmes d'information	Note sur 10	6,3	Non connu	Non déterminé	Non Disponible	donnée non renseignée	Non déterminé

#### Commentaires techniques

##### Mode de calcul :

Pour la qualité de la fiction, les chiffres correspondent à la moyenne des notes obtenues par les programmes de fiction française diffusés sur France 2 et France 3. Ces notes sont issues du baromètre qualitatif, « Quali TV », enquête permanente d'évaluation de la qualité des programmes pilotée par l'institut de sondage Harris Interactive. Chaque jour, 1 800 à 2 000 individus âgés de 15 ans ou plus évaluent les émissions en leur donnant une note sur 10. Fin 2016, l'institut Harris Interactive a fait évoluer la notion de « qualité » : jusqu'alors centrée autour de la note de satisfaction, la notion de « qualité » repose désormais sur la note d'impact qui agrège les indicateurs de satisfaction, mais également de souvenir, d'attention et de recommandation. Plus complète et reflétant mieux les nouveaux modes de consommation de la télévision, la note d'impact est mécaniquement plus faible que la note de satisfaction.

Pour la qualité de l'information, les chiffres sont issus d'une étude annuelle initiée en 2016, réalisée par l'institut IFOP auprès d'un échantillon de 2 000 individus représentatif de la population de 15 ans et plus. Les répondants ont évalué les offres d'information de France Télévisions et de ses principaux concurrents par des notes 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 9 au 24 mars 2023. Les résultats de la prochaine vague, en cours, pourront être renseignés à l'occasion du prochain RAP.

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

Source des données : Harris Interactive et IFOP.

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

- **Périmètre Groupe**

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2023 Cible
Volume d'heures de fiction diffusées	Nombre d'heures	5374	4070	2600	2617	n.d.	<b>2381</b>	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 :

La diminution du volume d'heures de fiction diffusées sur les antennes du groupe entre 2022 et 2023 s'explique par - l'arrêt de la diffusion de *Plus belle la vie* depuis la fin de l'année 2022.

Le genre demeure central dans l'offre et la stratégie du groupe.

#### Périmètre Historique

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2023 Cible
Volume d'heures de fiction diffusées	Nombre d'heures	2 191	2 228	2 370	2 334	n.d.	2040	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. La baisse sur l'année 2023 peut s'expliquer par l'arrêt de la diffusion sur France 3 de *Plus belle la vie*. 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	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2023 Cible
Investissement dans la création audiovisuelle	En M €	420,6	422,1	440,1	440,2	440	440,4	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 2023 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	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2023 Cible
Journaux télévisés	Note sur 10	6,4	6,4	6,7	6,4	n.d.	n.d.	n.d.
Chaîne d'information en continu	Note sur 10	5,8	5,8	6,2	6,1	n.d.	n.d.	n.d.
Sites et applications d'information	Note sur 10	5,9	5,6	5,5	5,2	n.d.	n.d.	n.d.
Magazines d'information	Note sur 10	6,3	6,2	6,3	5,5**	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 9 au 24 mars 2023 ; la vague pour mesurer le réalisé 2023 a lieu fin mars 2024 et ses résultats pourront être renseignés dans le prochain RAP.

\*\* Changement de méthodologie 2022 : les magazines d'information sont désormais notés individuellement (« 13h15 », « Envoyé spécial », etc) et la note par chaîne est calculée a posteriori. Lors des vagues précédentes, une seule note était donnée pour l'ensemble de l'offre de magazines de la chaîne (par exemple « les magazines de France 2 »)

Source des données : IFOP.

## ANALYSE DES RÉSULTATS

### 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 2023, une note moyenne de 8,0/10, un niveau élevé et stable sur un an.

Les fictions traitant de thématiques de société 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 mini-série *Sambre* de Jean-Xavier de Lestrade, à fort impact et retraçant le traitement judiciaire, sur plusieurs années, de viols en série et de la prise en compte de la parole des victimes, obtient la meilleure note pour le genre en 2023 parmi les programmes de France Télévisions (8,7/10 sur l'épisode 5). Elle enregistre 96 % de réponses positives sur la dimension d'originalité (soit le meilleur niveau pour une fiction française de France Télévisions en 2023), 88 % sur les qualités éducatives et 87 % sur la dimension d'impact, parmi les plus hauts niveaux de 2023.

Les fictions inspirées d'histoires vraies continuent de recevoir un accueil particulièrement enthousiaste du public. La fiction *L'histoire d'Annette Zelman* (France 2) sur une jeune fille juive pendant la Seconde Guerre mondiale obtient la deuxième meilleure note pour une fiction de France Télévisions cette année (8,6/10, et 85 % sur la dimension d'impact). Peuvent également être mentionnés : *Maman ne me laisse pas m'endormir* (France 2) sur l'addiction d'un jeune homme aux opiacés (96 % sur l'originalité, 91 % sur l'éducation et 88 % sur l'impact, au plus haut sur cet indicateur pour un inédit en 2023), *Le prochain voyage* sur la fin de vie avec Line Renaud sur France 2 (96 % sur l'originalité), *Je suis né à 17 ans* sur un enfant battu (94 % sur l'originalité, France 2) ou *Fille de paysan* sur la détresse d'une famille d'agriculteurs (95 % sur l'originalité, 91 % sur les qualités éducatives soit le meilleur niveau en 2023, et 93 % sur l'item « Reflète bien la société dans sa diversité »). Sur le monde agricole, peut également être citée la série *La doc et le véto* sur France 3 (88 % sur « reflète bien la société »). Enfin, l'unitaire *La vie devant toi* (France 2, sur l'homosexualité d'une jeune fille) obtient le meilleur niveau de l'année sur l'item « Reflète bien la société dans sa diversité » (95 %).

Les fictions conçues pour une exclusivité numérique dans l'offre France tv Slash ne sont pas prises en compte par cet indicateur.

#### Indicateur de qualité de l'information

France Télévisions a lancé en mars la vague 2024 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 au printemps 2024.

Après des résultats globalement en hausse lors de la vague précédente, réalisée à une période d'actualité particulièrement riche (guerre en Ukraine, élection présidentielle), les indicateurs d'appréciation des journaux télévisés reculent légèrement sur cette dernière vague (-0,3 pt) et retrouvent leur niveau des vagues 2018 à 2020. La note de la chaîne franceinfo est relativement stable sur un an (-0,1 pt) et reste au-dessus des vagues antérieures à 2021. La note du site et application franceinfo affiche quant à elle un retrait de 0,3 pt par rapport à la dernière vague, confirmant ainsi la tendance baissière observée depuis 2019 et qui concerne également les offres d'information concurrentes.

France Télévisions continue en 2023 de rassembler un très large public grâce à son offre d'information diversifiée et multisupport :



- Chaque jour, 14,1 millions de téléspectateurs s'informent grâce aux éditions d'information de France 2 et France 3, dont 5,1 millions pour l'information régionale (en hausse par rapport à 2022) ;
- Chaque semaine, les magazines d'information de la rédaction nationale attirent 22,4 millions de téléspectateurs (+4,1 millions par rapport à 2022) ;
- La chaîne franceinfo est regardée quotidiennement par 5 millions de téléspectateurs, soit une baisse de 5 % par rapport à 2022, mais au même niveau qu'en 2021 et au-dessus des moyennes de 2018 à 2020 ;
- L'offre numérique franceinfo enregistre 3,3 millions de visiteurs uniques en moyenne par jour, un niveau stable par rapport à 2022. La fréquentation des sites régionaux a fortement progressé : 1,2 million de visiteurs uniques quotidiens, soit une hausse de plus de 30 % en un an ;
- Le média global franceinfo (tv, radio, numérique) est suivi par 27 millions d'utilisateurs chaque semaine, un niveau stable par rapport à 2022.

## 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	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Cible	2023 Réalisation	Atteinte de la cible	2024 Cible
Audience cumulée hebdomadaire des chaînes de France Télévisions	%	74,5	69,6	Non déterminé	68,6	donnée non renseignée	Non déterminé
Audience des offres numériques tous supports	millions	811	667	Non déterminé	677	donnée non renseignée	Non déterminé
Couverture hebdomadaire 4 écrans	%	81	79,3	Non déterminé	77,3	donnée non renseignée	Non déterminé
Vidéos vues chaque mois (hors plateformes externes)	millions	177	166	Non déterminé	182	donnée non renseignée	Non déterminé
Nombre d'utilisateurs mensuels des offres numériques de France Télévisions (hors information)	millions	25	26	Non déterminé	27	donnée non renseignée	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 MédiamatThématik).

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)

**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	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2023 Cible
Audience 4 écrans couverture mensuelle	%	88,9	92,8	92,2	91	n.d.	90 %	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 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2023 Cible
Part d'audience sur les 4-14 ans	%	18	19,2	16,8	16,7	17,9	n.d.	18,3	n.d.
Part d'audience sur les 15-24 ans	%	15,3	16,5	17,3	18,6	18,3	n.d.	18,2	n.d.
Part d'audience sur les 25-59 ans	%	19,2	19,2	18,5	18,8	18,0	n.d.	18,6	n.d.
Part d'audience sur les plus de 60 ans	%	40,4	40,1	40,1	38,6	37,9	n.d.	37	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

Depuis la fin de la crise sanitaire, les Français ont retrouvé un rythme de vie plus familial. Dans ce contexte, la consommation télévisuelle est mécaniquement en recul et le temps passé devant la télévision reprend la tendance à la baisse d'avant la crise sanitaire. Ce temps reste toutefois important dans le quotidien des Français. Au global, quel que soit l'écran, les Français ont consacré 3h20 aux programmes de télévision en 2023 [1] (contre 3h26 en 2022, 3h41 en 2021, 3h58 en 2020). La télévision maintient néanmoins son rôle fédérateur en 2023 et confirme sa puissance avec 43 millions de téléspectateurs quotidiens sur le poste de télévision (contre 43,3 millions en 2022), soit davantage qu'avant la crise sanitaire (1,7 million de personnes de plus chaque jour comparé à 2019).

En parallèle, les services payants de vidéo à la demande (SVOD) [2] confirment leur installation durable dans les usages. Après une augmentation significative lors de la période de crise sanitaire, l'utilisation des plateformes SVOD se maintient à un niveau élevé, avec 29,5 millions d'individus de six ans et plus déclarant utiliser au moins une plateforme SVOD (stable par rapport à 2022). Chaque jour, ces plateformes réunissent en moyenne 9,3 millions d'utilisateurs âgés de 15 ans et plus (contre 8,9 millions en 2022 et 8,6 millions en 2021). Netflix reste de loin la première plateforme SVOD en France (21,7 millions d'utilisateurs), devant Prime Vidéo (12,6 millions d'utilisateurs) et Disney+ (8,6 millions d'utilisateurs).

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 21,1 millions de vidéonautes de 4 ans et plus [3] (vs 19,8 millions en 2022). En 2023, l'application Tiktok connaît de nouveau une progression très importante [4], avec 10,8 millions d'utilisateurs âgés de 2 ans et plus en moyenne chaque jour (+24 % par rapport à 2022, s 8,7 millions).

[1] Source : Médiamétrie – Médiamat National DEI Total TV modélisée – Janvier-Novembre 2023

[2] Source : Médiamétrie – Observatoire des usages et des comportements SVOD (juin 2023) & Médiamétrie / Harris Interactive – Baromètre de la consommation SVOD (janvier-novembre 2023)

[3] Source : Médiamétrie – Mesure Internet Vidéo 3 écrans (janvier-novembre 2023)

[4] Source : Médiamétrie – Mesure Internet Global (janvier-novembre 2023)

### Audiences de France Télévisions

L'audience cumulée hebdomadaire de France Télévisions se maintient à haut niveau avec 69 % hors France 4, dans la lignée de 2022 (70 %) et de 2019 avant la crise sanitaire (68,6 %).

La couverture mensuelle 4 écrans du groupe (téléviseur, ordinateur, tablette, smartphone) reste à un très haut niveau avec 90 % des 4 ans et plus (stable par rapport à 2022 et supérieur à celui de 2019, avant la crise sanitaire).

La couverture hebdomadaire 4 écrans (télévision, ordinateur, mobile et tablette) est de 77 % de la population en moyenne chaque semaine [1], soit 48,2 millions de personnes, soit un retrait contenu par rapport aux années précédentes (49 millions de personnes en 2022). La couverture hebdomadaire s'élève à 45 % chez les 4-14 ans, à 62 % chez les 15-24 ans (stable par rapport à 2022), à 80 % chez les actifs (en baisse de 2 points par rapport à 2022) et à 95 % chez les jeunes retraités (en baisse de 2 points également).

La légère baisse de la couverture hebdomadaire du groupe est à mettre en regard de celle du marché TV dans son ensemble et des grands groupes audiovisuels privés.

Par ailleurs, les premiers résultats du nouveau Médiamat (depuis janvier 2024) - qui prend désormais en compte l'intégralité des audiences issues des écrans internet à domicile et des individus non équipés TV - ont montré que l'ancienne méthodologie sous-estimait les niveaux d'audience réels (80,1 % de couverture hebdomadaire 4 écrans pour France Télévisions en janvier 2024 contre 77,8 % en janvier 2023). Cette nouvelle mesure permet donc de mieux appréhender l'évolution des usages notamment la hausse de la consommation des contenus télévisuels sur les écrans internet (ordinateur, smartphone, tablette)

[1] Source : Médiamétrie - Ad'hoc propriétaire Parent Vidéo 4 écrans (janvier-octobre 2023)

France Télévisions maintient en 2023 un haut niveau de part d'audience à 29,3 % (contre 29,4 % en 2022, qui était un point haut depuis 2012), se situant au-dessus des niveaux de 2021 (29,1 %) et de 2020 (28,8 %). Leader sur l'ensemble de la population 4+, le groupe conserve un écart important avec son concurrent direct, à 2,5 points devant le groupe TF1 (contre un écart de 2,8 points en 2022, 2 points en 2021 et 1,9 point en 2020 et 2019), qui se situe à 26,8 % de part d'audience.

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

- Poursuite de la progression sur les enfants 4-14 ans, à 18,3 % de part d'audience (+0,4 point par rapport à 2022) et bonne tenue du groupe sur les 15-24 ans à 18,2 % de part d'audience ;
- Légère progression sur les 25-59 ans (+0,6 pt) à 18,6 % de part d'audience (hors France 4) ;
- La part d'audience sur les 60 ans et plus demeure à niveau élevé (37,0 % hors France 4 et franceinfo, en retrait de 0,9 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 en 2023 à 667 millions de vidéos vues, un volume stable sur un an (667 millions de vues en 2022) mais en retrait sur deux ans (811 millions de vues en 2021). Cette baisse 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. Une politique de priorisation des environnements propriétaires du groupe a été mise en place et se poursuit, avec notamment des renvois vers la plateforme france.tv et une clarification de nos comptes sur les réseaux sociaux, entraînant une réduction des flux d'audience tirés des environnements tiers, mais une meilleure lisibilité.

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

- Sur les quatre écrans (télévision, ordinateur, smartphone et tablette), la plateforme france.tv attire chaque mois 26 millions de visiteurs uniques, un score en nette progression par rapport à 2022 (+11 %) et son record historique. Il s'agit de la plus forte augmentation parmi les plateformes numériques. La plateforme france.tv totalise désormais 146 millions de vidéos vues en moyenne par mois sur ordinateur, smartphone, tablette et télévision (contre 134 millions en 2022, soit +9 % en un an), un niveau record également.
- L'offre numérique franceinfo rassemble 3,3 millions de visiteurs uniques chaque jour, un niveau stable par rapport à 2022. Les sites régionaux touchent 1,2 million de visiteurs uniques quotidiens (contre 900 000 en 2022), soit une progression de plus de 30 % en un an.
- Okoo poursuit sa progression et enregistre 20,6 millions de vidéos vues par mois en moyenne sur ses applications dédiées, en progression de 10 % sur un an (18,4 millions de vidéos vues par mois en moyenne en 2022). L'offre jeunesse cumule plus de 557 millions de vues sur l'année 2023 (contre 500 millions de vues sur l'année 2022), soit 1,5 millions de vidéos consommées chaque jour.
- Le site éducatif lumni.fr attire en moyenne 1,2 millions de visiteurs uniques par mois (+1 % sur un an).

**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	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Cible	2023 Réalisation	Atteinte de la cible	2024 Cible
Charges de personnel	M€	873,8	871,7	Non déterminé	894,1	donnée non renseignée	Non déterminé

**Commentaires techniques****Commentaires techniques**

Mode de calcul : Masse salariale de FTV S.A. correspondant au compte 64, retraité des indemnités de départs en retraite et de licenciement, des suppléments de cachet et hors forfait social de l'intéressement.

La réalisation 2023 correspond à l'arrêté des comptes 2023 sous réserve de validation par les commissaires aux comptes et le conseil d'administration du 14 mars 2024.

Source des données : France Télévisions.

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

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2023 Cible
Nombre d' ETP permanents		8298	7 969	7871.	7693	n.d.	7540	n.d.
Nombre d' ETP non permanents		1 158	1 053	1179.	1257	n.d.	1285	n.d.
Total ETP		9 456	9 021	9050	8951	n.d.	8825	n.d.

**Précisions méthodologiques**

La réalisation 2023 correspond à l'arrêté des comptes 2023 sous réserve de validation par les commissaires aux comptes et le conseil d'administration du 14 mars 2024.

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.

**ANALYSE DES RÉSULTATS****Maîtrise des charges de personnel**

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'améliorer l'efficacité de la gestion de l'entreprise et de poursuivre sa transformation numérique et technologique 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), permettant l'adaptation du cadre social et de la méthode de transformation aux défis du numérique, en assurant à la fois une stabilisation de la masse salariale (hors impact de l'inflation) et un rééquilibrage de la structure socio-générationnelle des compétences internes. Cet accord prévoyait notamment un volet d'accompagnement des départs pour ceux des collaborateurs qui le souhaitent et un volet de recrutements. Dans ce contexte, le plan de recomposition des effectifs a totalisé 1 238 départs à fin décembre 2022 dont une partie est intervenue en 2023.

Les efforts ont été poursuivis en 2023, parallèlement à la mise en œuvre des priorités stratégiques, avec un niveau des effectifs s'établissant à 8 825 ETP, en baisse de 126 ETP par rapport à 2022. Cette diminution s'explique pour partie par des départs enregistrés dispositif de rupture conventionnelle, clos le 31 décembre 2022, qui se sont concrétisés en 2023 ainsi que par les grèves (pour 26 ETP) et les postes vacants remplacés seulement en fin d'année 2023. Au total, les effectifs de France Télévisions ont ainsi diminué de près de 16 % entre 2012 et 2023.

La masse salariale 2023 (hors indemnités de départ en retraite et de licenciements, suppléments de cachets et intéressement) s'élève à 894,1 M€ contre 899,6 M€ au budget. L'écart favorable de 5,5 M€ s'explique 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) ayant permis la mise en œuvre d'une mesure générale de revalorisation des salaires, à hauteur de 10,4 M€ pour permettre aux salariés de l'entreprise de faire face aux effets l'inflation.

## INDICATEUR

### 3.2 – Ressources propres

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Cible	2023 Réalisation	Atteinte de la cible	2024 Cible
Ressources propres	M€	399,6	417,5	Non déterminé	404,1	donnée non renseignée	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 et son avenant 2023 de France Télévisions.

La réalisation 2023 correspond à l'arrêté des comptes 2023 sous réserve de validation par les commissaires aux comptes et le conseil d'administration du 14 mars 2024.

**Source des données :** France Télévisions

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2023 Cible
Développement des recettes	M€	18,0	22,9	22,4	31,8	31,6	n.d.	26,4	n.d.

commerciales									
--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

### 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 2023 correspond à l'arrêté des comptes 2023 sous réserve de validation par les commissaires aux comptes et le conseil d'administration du 14 mars 2024.

Source des données : France Télévisions

## ANALYSE DES RÉSULTATS

### Ressources propres et recettes commerciales

Les ressources propres s'établissent à 404,1 M€, en baisse de 13,4 M€ par rapport à 2022, ce qui s'explique par une diminution des recettes publicitaires dans un contexte de recul du marché publicitaire de 3,1 % et de baisse de la DEI (durée d'écoute individuelle).

Les recettes commerciales s'établissent à 26,4 M€ en 2023, en baisse de 5,2 M€ par rapport à 2022 principalement du fait de la diminution des résultats d'exploitation de France Télévisions Publicité (en lien avec la baisse de son chiffre d'affaires), du résultat d'exploitation de FTVSVOD (liée à l'arrêt de Salto) et du résultat net de France.tv Studio (liée aux pertes du studio d'animation Dwarf pour un montant imputable à FTVS de 1,4 M€).

## INDICATEUR

### 3.3 – Résultat d'exploitation

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Cible	2023 Réalisation	Atteinte de la cible	2024 Cible
Résultat exploitation	M€	9,5	0,1	Non déterminé	3,7	donnée non renseignée	Non déterminé

### Commentaires techniques

#### Commentaires techniques

Mode de calcul : Résultat d'exploitation consolidé FTV avant éléments non récurrents. A noter que le changement des règles d'amortissement des fictions (passage d'un taux d'amortissement de 80 % à la première diffusion et 20 % à la seconde, à, respectivement, 66 % et 34 %) intervenu en 2023 se traduit par un effet positif de 24 M€ sur le résultat d'exploitation de France Télévisions.

La réalisation 2023 correspond à l'arrêté des comptes 2023 sous réserve de validation par les commissaires aux comptes et le conseil d'administration du 14 mars 2024.

Source des données : France Télévisions.

## ANALYSE DES RÉSULTATS

### Résultat d'exploitation avant éléments non récurrents

L'année 2023 a été marquée par :

- Une amélioration des recettes nettes disponibles de 5,7 M€ par rapport à 2022 du fait d'une augmentation significative des ressources publiques neutralisée pour partie par une baisse des ressources publicitaires ;

- Une progression des résultats des activités commerciales portée notamment par France Télévisions Distribution ;
- Un dépassement des charges d'exploitation (+14,3 M€ par rapport à 2022) qui correspond globalement à l'impact de l'inflation (notamment sur la masse salariale, l'énergie et les frais de missions, déplacements et hébergements), en partie neutralisé par l'impact positif de 24 M€ de l'évolution des amortissements de fiction dans le programme national.

France Télévisions a préservé en 2023 une exploitation équilibrée (+3,7 M€) pour la huitième année consécutive (avant éléments non récurrents). Le résultat net est bénéficiaire à hauteur de 13,6 M€ et tient compte d'un résultat exceptionnel de 10,2 M€ (incluant notamment une reprise de provision de 6,2 M€ sur les délais de règlement fournisseurs et une reprise de provision de la quote-part de Salto à hauteur de 4,2 M€).

## INDICATEUR

### 3.4 - Index égalité femmes-hommes

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Cible	2023 Réalisation	Atteinte de la cible	2024 Cible
Résultat de l'index égalité femmes-hommes	ratio	99	99	Non déterminé	99	donnée non renseignée	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

### Égalité femmes-hommes

L'index se situe au même niveau qu'en 2022, à savoir 99 %, traduisant les efforts résolus du groupe en faveur de l'égalité salariale.



## Présentation des crédits et des dépenses fiscales

### 2023 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS OUVERTS ET DES CRÉDITS CONSOMMÉS

#### 2023 / 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 2023 Consommation 2023		
01 – France Télévisions	2 430 513 517 2 430 513 517	<b>2 430 513 517</b> <b>2 430 513 517</b>	2 430 513 517
<b>Total des AE prévues en LFI</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>2 430 513 517</b>
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP			
Total des AE ouvertes	2 430 513 517	2 430 513 517	
<b>Total des AE consommées</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>2 430 513 517</b>	

#### 2023 / 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 2023 Consommation 2023		
01 – France Télévisions	2 430 513 517 2 430 513 517	<b>2 430 513 517</b> <b>2 430 513 517</b>	2 430 513 517
<b>Total des CP prévus en LFI</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>2 430 513 517</b>
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP			
Total des CP ouverts	2 430 513 517	2 430 513 517	
<b>Total des CP consommés</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>2 430 513 517</b>	

## 2022 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LFI) ET DES CRÉDITS CONSOMMÉS

## 2022 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

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

## 2022 / CRÉDITS DE PAIEMENT

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

## PRÉSENTATION PAR TITRE ET CATÉGORIE DES CRÉDITS CONSOMMÉS

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées* en 2022	Ouvertes en 2023	Consommées* en 2023	Consommés* en 2022	Ouverts en 2023	Consommés* en 2023
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	2 386 176 925	2 430 513 517	2 430 513 517	2 386 176 925	2 430 513 517	2 430 513 517
Prêts et avances	2 386 176 925	2 430 513 517	2 430 513 517	2 386 176 925	2 430 513 517	2 430 513 517
<b>Total hors FdC et AdP</b>		<b>2 430 513 517</b>			<b>2 430 513 517</b>	
<b>Total*</b>	<b>2 386 176 925</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>2 386 176 925</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>2 430 513 517</b>

\* y.c. FdC et AdP

## ÉVALUATION DES DÉPENSES FISCALES

### Avertissement

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

Le chiffrage initial pour 2023 a été réalisé sur la base des seules mesures votées avant le dépôt du projet de loi de finances pour 2023. 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 2023.

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 2022	Chiffrage initial 2023	Chiffrage actualisé 2023
950101	<b>Dégrèvement en faveur des personnes de condition modeste</b> Contribution à l'audiovisuel public <i>Bénéficiaires 2021 : 4574400 Ménages - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Fiabilité : Bonne - Création : 2004 - Dernière modification : 2022 - Dernière incidence budgétaire : 2021 - Fin du fait générateur : 2021 - code général des impôts : 1605 bis-2°</i>	-	-	-
950102	<b>Dégrèvement en faveur des personnes de condition modeste au titre des "droits acquis"</b> Contribution à l'audiovisuel public <i>Bénéficiaires 2021 : 53700 Ménages - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Fiabilité : Bonne - Création : 2004 - Dernière modification : 2022 - Dernière incidence budgétaire : 2021 - Fin du fait générateur : 2021 - code général des impôts : 1605 bis-3°</i>	-	-	-
<b>Coût total des dépenses fiscales</b>				

## 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		2 430 513 517 2 430 513 517	2 430 513 517 2 430 513 517		2 430 513 517 2 430 513 517	2 430 513 517 2 430 513 517
<b>Total des crédits prévus en LFI *</b>	<b>0</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>0</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>2 430 513 517</b>
Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP						
Total des crédits ouverts	0	2 430 513 517	2 430 513 517	0	2 430 513 517	2 430 513 517
<b>Total des crédits consommés</b>	<b>0</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>0</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>2 430 513 517</b>
Crédits ouverts - crédits consommés						

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

### 1 - Budget 2023

Le budget 2023 a été construit avec comme objectif de permettre à France Télévisions de poursuivre l'ensemble de ses missions conformément aux orientations stratégiques contenues dans le contrat d'objectifs et de moyens 2020-2022 et son avenant 2023 :

- Une information enrichie au plus près des territoires et la poursuite de l'ambition pour les offres régionales et ultramarines ;
- Une offre de programmes innovante, marquée par les programmes de création et les programmes destinés aux jeunes publics ;
- Une couverture ambitieuse et des audiences numériques en progression ;
- La poursuite de la modernisation structurelle et technologique de l'entreprise.

Cette ambition s'inscrit dans un cadre budgétaire sous tension, marqué par un niveau d'inflation élevé en 2022 et 2023.

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). L'entreprise a par ailleurs poursuivi ses efforts de gestion pour mettre en œuvre ses priorités stratégiques et atteindre l'équilibre au budget 2023.

2 - L'exécution **2023** se traduit par un résultat d'exploitation **bénéficiaire à hauteur de 3,7 M€, après sept années consécutives de résultats d'exploitation à l'équilibre.**

L'exécution **budgétaire** de l'exercice 2023 a été marquée par :

- La diminution du chiffre d'affaires publicitaire (-13,1 M€) liée la baisse d'activité du marché de la publicité TV ;
- Des charges d'exploitation du diffuseur supérieures à 2022, mais en économie par rapport au budget.

Le **chiffre d'affaires diffusion s'établit à 2 834,6 M€** : supérieur de 36,9 M€ à 2022, il est cependant inférieur de 10,7 M€ aux prévisions budgétaires du fait de la baisse des recettes publicitaires :

- Les **concours publics** progressent de 50,3 M€ par rapport à 2022. Cette augmentation est liée au financement en 2023 de la taxe sur les salaires dont France Télévisions est redevable depuis août 2022 (du fait de la suppression de la contribution à l'audiovisuel public), de la poursuite des objectifs stratégiques de l'entreprise et de la prise en compte d'une partie des surcoûts liés à l'inflation.
- Les **recettes publicitaires et parrainage (379,8 M€)** sont en retrait de 13,1 M€ par rapport à 2022 et de 11,4 M€ par rapport au budget 2023 :
  - Le chiffre d'affaires du diffuseur s'établit à 343,7 M€ en diminution de 16,6 M€ par rapport à 2022 et de 16,1 M€ par rapport au budget : ce retrait est lié au recul du marché publicitaire TV (-3,1 % en 2023 vs 2022) qui résulte lui-même de la diminution des audiences globales avec un retrait de 4 % de la durée d'écoute individuelle. Parmi les recettes publicitaires de France Télévisions, ce sont les recettes de parrainages qui subissent la plus forte baisse (-10,8 M€ par rapport à 2022).
  - Le chiffre d'affaires lié aux recettes de publicité numérique (36 M€) progresse quant à lui de 3,5 M€ par rapport à 2022 et de 4,8 M€ par rapport au budget, ce qui est en partie lié à l'ouverture de l'adswitcing (technologie de décrochage publicitaire digital).
- Les **autres recettes (24,3 M€)**, composées principalement des recettes de distribution de la direction du numérique et des échanges publicitaires ultramarins sont quasi stables.

Les **recettes nettes** s'établissent à **2 491,2 M€**, supérieures de 5,7 M€ à 2022, mais inférieures de 15,9 M€ au budget. Elles intègrent :

- Les commissions et ayants droit (312,7 M€) corrélées au chiffre d'affaires diffusion ;
- La taxe sur les salaires, 22,4 M€ en 2022 et 30,6 M€ en 2023 (assiette année pleine).

Le total des charges d'exploitation (2 **568,9 M€**) est supérieur de **14,3 M€ à 2022, mais inférieur de 2,6 M€ au budget initial 2023.**

- **Le coût de grille (2 087,8 M€)** affiche une hausse de 5,9 M€ (+0,3 %) par rapport à 2022 et de 4,5 M€ (+0,2 %) par rapport au budget. Par genre, les évolutions par rapport au budget sont les suivantes :
  - Le coût de grille de **l'information nationale** est quasiment stable par rapport au budget. L'année 2023 a été en particulier marquée par une actualité internationale intense (Ukraine, Proche-Orient, ...) et des dépenses de transports et d'hébergement impactés par l'inflation.
  - Le coût de grille des **sports** est en augmentation par rapport au budget, du fait notamment de la co-diffusion de la Coupe du monde féminine de football et la diffusion de cinq matches de la Ligue des Nations féminine de football non prévues au budget.
  - Le **programme national** est en économie par rapport au budget et en diminution par rapport à 2022. Cette baisse est liée à la modification des taux d'amortissement du genre fiction. Cette modification, qui correspond à la réalité des audiences constatées et aux nouvelles pratiques de programmation, génère, pour ce premier exercice d'application, un impact spécifique positif de 24 M€. Par ailleurs, France Télévisions a maintenu son objectif d'engagement dans la création audiovisuelle à hauteur de 440 M€.
  - Le **coût de grille du programme régional de France 3** est en léger retrait par rapport au budget. Les charges, notamment les achats hors programmes, sont en économie du fait d'une baisse de la consommation énergétique et d'effets prix favorables sur les dépenses d'énergie ainsi qu'un niveau d'amortissements inférieur en raison de retards de projets et de mises en service.
  - La hausse du coût de grille des **Outre-mer 1<sup>res</sup>** par rapport au budget provient de la mesure générale de revalorisation des salaires pour permettre aux salariés de l'entreprise de faire face aux effets l'inflation, laquelle mesure n'a pas pu être totalement absorbée notamment du fait de l'indexation.

- Le numérique **hors contenus** progresse du fait du développement des contenus non linéaires au programme national et de la poursuite de la transformation numérique de l'entreprise.

Les coûts supports (**331,1 M€**) sont en **baisse** par rapport aux prévisions budgétaires : cette baisse résulte d'une diminution du support antennes et programmes (économies sur la masse salariale liées à un effet volume, aux honoraires et études et à la prise en compte de recettes d'échanges au titre des exercices antérieurs).

Par rapport au budget, les **autres dépenses (150 M€)** sont en baisse. L'économie est portée par les fonctions supports, formation, frais généraux du fait notamment de postes vacants et des économies constatées notamment sur l'énergie (baisse de la consommation énergétique et mise en place du dispositif amortisseur électricité et du bouclier tarifaire). Ces économies sont cependant limitées par le dépassement sur les variations de provisions et autres dépenses.

Les autres éléments liés à l'exploitation sont les suivants :

- **Le résultat des autres activités (80,3 M€)** affiche une avance par rapport au budget. Le résultat des filiales immobilières est supérieur au budget du fait de reprises de provisions sur les travaux des sites parisiens (évolution de l'interprétation des règles comptables). Enfin, France Télévisions Distribution dégage un résultat plus élevé que prévu du fait de bonnes performances commerciales.
- **Le résultat du producteur (1 M€)** est inférieur au budget principalement du fait de France 2 Cinéma dont le nombre de sorties de films est plus élevé que prévu et génère des amortissements supérieurs au budget.

**Ainsi, compte tenu des éléments présentés** et pour la huitième année consécutive, **le résultat d'exploitation 2023 est bénéficiaire de 3,7 M€**, en hausse de 3,6 M€ par rapport au budget.

Les **autres agrégats 2023** constitutifs du résultat net sont les suivants :

- Le résultat financier s'améliore par rapport au budget. Il correspond aux frais financiers liés à l'IDR compensés en grande partie par des produits de placements positifs du fait de la remontée des taux ;
- Le résultat exceptionnel correspond principalement à une reprise de provision sur les délais de règlement fournisseurs et à la reprise de provision de la quote-part de Salto ;

**Compte tenu de ces éléments, le résultat net est bénéficiaire de 13,6 M€ (contre une perte de 4,8 M€ prévue au budget).**

Le groupe termine l'exercice avec une position de **trésorerie de 104,7 M€** au 31 décembre 2023, en baisse de 17,7 M€ par rapport au 31 décembre 2022.

La trésorerie positive 2023 prend en compte une augmentation de la capacité d'autofinancement (liée à l'arrêt de la RCC[1] et la liquidation de Salto [2]) et à une hausse des stocks de programmes en lien avec les aménagements des grilles de rentrée.

### Compte de résultat de France Télévisions

Compte de résultat métier consolidé (M€)	Réel 2022	Budget 2023	Réel 2023
Concours publics	2 380,2	2 430,5	2 430,5
Publicité et parrainage	392,8	391,2	379,8
Autres recettes	24,6	23,6	24,3
<b>Total CA diffusion</b>	<b>2 797,7</b>	<b>2 845,2</b>	<b>2 834,6</b>
<b>Commissions et ayants droit</b>	<b>312,1</b>	<b>315,8</b>	<b>312,7</b>
<b>Taxe sur les salaires</b>		<b>22,4</b>	<b>30,6</b>
<b>Recettes nettes disponibles</b>	<b>2 485,6</b>	<b>2 507,1</b>	<b>2 491,2</b>
<b>Coût de grille</b>	<b>2 081,8</b>	<b>2 083,3</b>	<b>2 087,8</b>
<b>Coûts supports</b>	<b>327,1</b>	<b>336,0</b>	<b>331,1</b>
<b>Autres dépenses</b>	<b>145,6</b>	<b>152,1</b>	<b>150,0</b>
<b>Charges d'exploitation du diffuseur</b>	<b>2 554,5</b>	<b>2 571,4</b>	<b>2 568,9</b>
<b>Résultat opérationnel diffuseur</b>	<b>-69,0</b>	<b>-64,4</b>	<b>-77,7</b>
Résultat autres activités	+69,7	+62,0	+80,3
Résultat du producteur	+5,4	+2,5	+1,0
Intéressement	5,9		-0,0
<b>Résultat d'exploitation avant transformation et SALTO</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>3,7</b>
Transformation RCC	3,2		
SALTO	24,0		0,0
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>-27,1</b>	<b>0,1</b>	<b>3,7</b>
Résultat financier	-7,2	-5,6	-1,4
Résultat exceptionnel	-17,4	0,1	10,2
Sociétés MEE	4,0	0,6	0,4
<b>Résultat avant impôts</b>	<b>-47,8</b>	<b>-4,8</b>	<b>12,9</b>
Impôts	-0,2		-0,1
Intérêts minoritaires			0,8
<b>Résultat net</b>	<b>-48,0</b>	<b>-4,8</b>	<b>13,6</b>

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

[1] La fin de la RCC a été accompagnée d'une augmentation de capital à hauteur de 18,9 M€.

[2] Aux termes d'un peu plus de deux années d'exploitation et après l'échec de la fusion TF1-M6, la décision de liquidation de SALTO a été prise en février 2023 par ses actionnaires (France Télévisions, dont la participation était portée par sa filiale commerciale FranceTV SVOD, TF1 et M6).

## PASSAGE DU PLF À LA LFI

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
PLF	0	2 430 513 517	2 430 513 517	0	2 430 513 517	2 430 513 517
Amendements	0	0	0	0	0	0
<b>LFI</b>	<b>0</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>0</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>2 430 513 517</b>





*Dépenses pluriannuelles*

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

AE 2023	CP 2023
AE ouvertes en 2023 * (E1) <b>2 430 513 517</b>	CP ouverts en 2023 * (P1) <b>2 430 513 517</b>
AE engagées en 2023 (E2) <b>2 430 513 517</b>	CP consommés en 2023 (P2) <b>2 430 513 517</b>
AE affectées non engagées au 31/12/2023 (E3) <b>0</b>	<i>dont CP consommés en 2023 sur engagements antérieurs à 2023</i> (P3 = P2 - P4) <b>2 430 513 517</b>
AE non affectées non engagées au 31/12/2023 (E4 = E1 - E2 - E3) <b>0</b>	<i>dont CP consommés en 2023 sur engagements 2023</i> (P4) <b>0</b>

RESTES À PAYER

Engagements ≤ 2022 non couverts par des paiements au 31/12/2022 brut (R1) <b>0</b>					
Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2022 (R2) <b>0</b>					
<b>Engagements ≤ 2022 non couverts par des paiements au 31/12/2022 net (R3 = R1 + R2)</b> <b>0</b>	-	CP consommés en 2023 sur engagements antérieurs à 2023 (P3 = P2 - P4) <b>2 430 513 517</b>	=	Engagements ≤ 2022 non couverts par des paiements au 31/12/2023 (R4 = R3 - P3) <b>-2 430 513 517</b>	
AE engagées en 2023 (E2) <b>2 430 513 517</b>	-	CP consommés en 2023 sur engagements 2023 (P4) <b>0</b>	=	Engagements 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2023 (R5 = E2 - P4) <b>2 430 513 517</b>	
				<b>Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2023 (R6 = R4 + R5)</b> <b>0</b>	
					Estimation des CP 2024 sur engagements non couverts au 31/12/2023 (P5) <b>0</b>
					Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2024 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2023 (P6 = R6 - P5) <b>0</b>

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

\* LFI 2023 + reports 2022 + mouvements réglementaires + FdC + AdP + fongibilité asymétrique + LFR



*Justification par action***ACTION****01 – France Télévisions**

Action / Sous-action  <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i> <i>Réalisation</i>	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
01 – France Télévisions		2 430 513 517 2 430 513 517	<b>2 430 513 517</b> <b>2 430 513 517</b>		2 430 513 517 2 430 513 517	<b>2 430 513 517</b> <b>2 430 513 517</b>

## ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision LFI y.c. FdC et AdP	Réalisation	Prévision LFI y.c. FdC et AdP	Réalisation
Titre 7 : Dépenses d'opérations financières	2 430 513 517	2 430 513 517	2 430 513 517	2 430 513 517
Prêts et avances	2 430 513 517	2 430 513 517	2 430 513 517	2 430 513 517
<b>Total</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>2 430 513 517</b>	<b>2 430 513 517</b>