

R É P U B L I Q U E F R A N Ç A I S E



PROGRAMME 843

RADIO FRANCE

MINISTRE CONCERNÉ : GÉRALD DARMANIN, MINISTRE DE L'ACTION ET DES COMPTES PUBLICS

Présentation stratégique du projet annuel de performances	4
Objectifs et indicateurs de performance	6
Présentation des crédits et des dépenses fiscales	13
Justification au premier euro	16

PRÉSENTATION STRATÉGIQUE DU PROJET ANNUEL DE PERFORMANCES

Martin AJDARI

Directeur général des médias et des industries culturelles

Responsable du programme n° 843 : Radio France

Le programme 843 a pour objet le financement de la société Radio France. Aux termes de l'article 44 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, Radio France est chargée de concevoir et de programmer des émissions de radio à caractère national et local ; elle favorise l'expression régionale sur ses antennes décentralisées sur l'ensemble du territoire, et valorise le patrimoine et la création artistique.

Premier groupe radiophonique français, Radio France produit et diffuse sept chaînes généralistes, thématiques et de proximité : France Inter, France Info, France Culture, France Musique, France Bleu, Mouv' et FIP. Leur positionnement répond à chacune des missions énoncées à l'article 25 de son cahier des missions et des charges. Radio France développe par ailleurs fortement son offre dans l'environnement numérique. Enfin, elle est un acteur culturel et musical de premier plan, du fait de la programmation de ses chaînes, mais aussi grâce à l'ouverture de la Maison de la Radio au public, à ses quatre formations musicales et à ses activités d'édition.

Conformément aux dispositions de l'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, un contrat d'objectifs et de moyens (COM) conclu entre l'État et la société Radio France définit dans un cadre prospectif et pluriannuel la stratégie éditoriale et de développement, les améliorations de gestion à mettre en œuvre et les moyens afférents permettant d'y parvenir. A ce titre, l'État et Radio France ont signé le 20 avril 2016 le COM couvrant la période 2015-2019, lequel traduit une ambition forte pour le service public radiophonique et fixe les conditions d'un retour durable de la société à l'équilibre de ses comptes à horizon 2018 ; le COM est articulé en trois axes :

- Radio France, radio de référence à l'ère du numérique ;
- Radio France, acteur majeur de la musique et de la culture ;
- Radio France, entreprise modernisée et responsable.

L'entreprise a par ailleurs présenté le 3 juin dernier son projet stratégique pour la période 2019-2022, lequel repose sur cinq priorités stratégiques :

- Renforcer les missions de service public prioritaires (information, proximité, culture) ;
- Miser sur la force musicale du groupe ;
- Parler à tous les Français, et notamment les jeunes ;
- Tout faire pour l'audio, en créant notamment une plateforme de contenus audios de référence ;
- Rénover son cadre social et accompagner la transformation des métiers du groupe.

La subvention d'investissement allouée en 2019 à Radio France a atteint, comme en 2018, 10 M€, soit - 24,6 M€ par rapport au montant défini dans le COM de la société. Cet écart résulte du décalage du chantier de la Maison de la Radio.

Par ailleurs, et dans le cadre de la contribution des sociétés de l'audiovisuel public au redressement des finances publiques, la dotation de fonctionnement accordée à Radio France a atteint 582,3 M€ HT en 2019, soit une baisse de -4 M€ par rapport à la LFI 2018 et qui s'écarte de la trajectoire prévue au COM. Cette diminution s'inscrit le cadre de réforme de l'audiovisuel public qui ne remet pas en cause les orientations stratégiques déjà mises en œuvre par la société.

Les dotations pour le projet de loi de finances 2020 ayant été arrêtées récemment par le Gouvernement, les prévisions budgétaires pour 2020 n'ont pas encore été stabilisées par la société.

RÉCAPITULATION DES OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

OBJECTIF	Proposer une offre radiophonique de service public, axée sur la culture, dans un univers de média global
INDICATEUR	Proposer une offre radiophonique et culturelle de service public
INDICATEUR	Nombre d'événements produits à la Maison de la radio
OBJECTIF	S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique
INDICATEUR	Audience des antennes de Radio France
INDICATEUR	Audience des offres numériques
INDICATEUR	Fréquentation des événements produits à la Maison de la radio
OBJECTIF	Assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion
INDICATEUR	Charges de personnel
INDICATEUR	Ressources propres
INDICATEUR	Evolution du résultat net

OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

OBJECTIF

Proposer une offre radiophonique de service public, axée sur la culture, dans un univers de média global

Radio France affirme son rôle de média public et d'acteur culturel de référence à travers ses sept antennes (France Inter, Franceinfo, France Culture, France Bleu, France Musique, Fip, Mouv'), ses 44 stations locales et ses quatre formations musicales (Orchestre national de France, Orchestre Philharmonique de Radio France, Maitrise et Chœur de Radio France).

La qualité et la diversité de l'offre musicale et culturelle programmée tant sur les antennes qu'au sein de la Maison de la Radio doit permettre à Radio France de s'affirmer comme un acteur majeur de la culture et de la musique en tant que producteur, diffuseur et promoteur de la diversité culturelle et de la création auprès du public le plus large.

Le développement de cette politique ambitieuse vise à soutenir la filière et la scène musicale française, notamment en faveur des jeunes artistes, et à affirmer la mission de Radio France comme producteur et diffuseur de l'excellence musicale sur tout le territoire et prescripteur de toutes les musiques et cultures, touchant tous les publics et notamment les plus jeunes.

1.1. Diversité de la programmation musicale sur les antennes de Radio France

En 2020, Radio France poursuivra sa politique de soutien à la création musicale et aux nouveaux talents, en particulier sur ses chaînes généralistes et à dominante musicale :

- pour France Inter, au regard de l'objectif de promotion des nouvelles productions musicales dans toute la diversité des genres, l'indicateur porte sur la proportion de nouveautés parmi les titres diffusés ;
- pour France Bleu, au regard de l'objectif de promotion des chansons d'expression française, l'indicateur porte sur le pourcentage de titres francophones diffusés ;
- pour Mouv', qui a une vocation de découverte et de promotion de nouveaux talents, plus particulièrement francophones, l'indicateur porte sur la part de diffusion des nouveaux talents francophones par rapport à l'ensemble des diffusions chantées.

1.2. Nombre d'événements produits à la Maison de la radio

Radio France souhaite s'affirmer comme un lieu unique de création et d'accès à la culture et faire ainsi de la Maison de la Radio un lieu ouvert à tous. Dans cette perspective, des objectifs ambitieux sont fixés en matière d'offres proposées par la Maison de la Radio, notamment en direction des publics jeunes et scolaires.

INDICATEUR

Proposer une offre radiophonique et culturelle de service public

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Prévision PAP 2019	2019 Prévision actualisée	2020 Prévision	2020 Cible
France Inter : part de nouveautés parmi les titres diffusés	%	54,5	54,9	>=50	>=50	>=50	ND
France Bleu : part de titres francophones parmi les titres diffusés	%	60,8	61,8	>=60	>=60	>=60	ND
Mouv' : part de titres des nouveaux talents francophones diffusés sur l'antenne	%	36,2	34	>=25	>=25	>=25	ND

Précisions méthodologiques

Ces données constituent des moyennes sur une année civile ; elles concernent trois grilles de programmes successives (la seconde partie de la grille de l'année radiophonique n-1, de janvier à juin, la grille d'été de l'année n, ainsi que la grille de rentrée de l'année n, de septembre à décembre).

Source des données : Yacast

JUSTIFICATION DES PRÉVISIONS ET DE LA CIBLE

Les prévisions 2019 correspondent aux cibles-planchers fixées dans le COM 2015-2019, signé en avril 2016. Pour 2020, la société prévoit en toute hypothèse de poursuivre son engagement fort en faveur de la création musicale et de la diversité de la programmation musicale de ses chaînes, qui ménage une large part aux musiques francophones ainsi qu'aux nouveaux talents, en maintenant des taux au moins similaires à ceux observés lors du COM 2015-2019.

INDICATEUR**Nombre d'évènements produits à la Maison de la radio**

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Prévision PAP 2019	2019 Prévision actualisée	2020 Prévision	2020 Cible
Nombre d'évènements produits à la Maison de la radio (émissions en public, événements, concerts)	Nb	1318	1341	1200	1150	1150	ND

Précisions méthodologiques

Les données prises en compte incluent l'ensemble des événements organisés en public dans la Maison de la Radio (concerts, émissions en public, activités pédagogiques, événements) pour lesquels une billetterie a été mise en place.

Ces données concernent deux saisons successives (saison n de janvier à juin et saison n+1 de septembre à décembre).

Sources des données : Radio France, Données issues du logiciel de billetterie

JUSTIFICATION DES PRÉVISIONS ET DE LA CIBLE

L'entreprise poursuit une stratégie d'augmentation de la fréquentation de son offre à destination de tous les publics (concerts, émissions en public, activités pédagogiques, événements), visant à accueillir, à nombre d'évènements constant, plus de 200 000 personnes chaque année à la Maison de la Radio. Les prévisions 2019 et 2020 tiennent compte à la fois du nombre d'évènements organisés au sein de la Maison de la Radio au cours des deux années précédentes et de la moindre disponibilité des studios pour l'organisation d'évènements en public en raison du chantier de rénovation des studios de création.

OBJECTIF mission**S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique**

Depuis le début de la période couverte par le COM 2015-2019, Radio France a renforcé la diversité de son offre en développant la complémentarité de ses antennes et la présence du groupe sur le numérique, afin de toucher tous les publics. Cette dynamique a reposé sur une affirmation de la singularité de chacune d'elles dans un souci constant du public, placé au cœur de la stratégie éditoriale. Cette stratégie s'est traduite par des résultats d'audience très satisfaisants au cours des dernières saisons, supérieurs aux objectifs, tant pour les audiences hertziennes que pour les audiences numériques.

Radio France poursuivra cette stratégie en 2020, en concentrant ses efforts éditoriaux sur les missions prioritaires retenues par son projet stratégique – information, proximité, culture – avec l'objectif de favoriser l'accès de tous les publics et notamment des jeunes générations, aux contenus audio du service public.

2.1. Audience des antennes de Radio France.

L'audience cumulée permet de calculer la proportion d'auditeurs ayant été en contact au moins une fois avec les antennes du groupe au cours d'une période donnée, quelle qu'en soit la durée. Elle mesure ainsi l'impact de la politique éditoriale auprès du public recevant les programmes de Radio France sur les canaux de diffusion traditionnels.

2.2. Audience des offres numériques.

De manière à diversifier ses audiences et à tenir compte des nouveaux usages, Radio France s'est engagée dans une évolution sans précédent de son offre audio, visant à intégrer dès la conception des programmes leur cycle de vie en radio et sur les différents supports numériques. Cette transformation de la production s'accompagne d'une politique de distribution ambitieuse sur le numérique, dans le but d'offrir une visibilité renforcée aux contenus et podcasts, qui se traduira prochainement par le lancement d'une nouvelle plateforme numérique d'écoute. Le nombre de visites mensuelles ainsi que le nombre d'écoutes mensuelles à la demande, indicateurs de référence, permettent de mesurer l'audience de l'offre numérique.

2.3. Fréquentation des concerts produits à la Maison de la Radio.

L'indicateur de fréquentation des concerts produits à la Maison de la Radio, soit le taux de places occupées par rapport aux places proposées pour l'ensemble des concerts donnés par les formations musicales du groupe au sein de la Maison de la Radio, mesure la performance de Radio France en matière d'action musicale, culturelle et pédagogique. Il permet d'apprécier la mise en œuvre de la stratégie de la direction de la musique.

INDICATEUR mission

Audience des antennes de Radio France

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Prévision PAP 2019	2019 Prévision actualisée	2020 Prévision	2020 Cible
Audience nationale cumulée sur un jour moyen		-	-	-	-	-	-
- Radio France	%	26,9	26,8	26	26	>=2019	ND
- France Inter	%	11,3	11,3	10,4	10,4	>=2019	ND
- France Bleu	%	6,8	6,7	7,8	7,8	>=2019	ND
- France Info	%	8,6	8,3	8,5	8,5	>=2019	ND
- Mouv'	%	0,7	0,7	1,2	1,2	>=2019	ND
- FIP	%	1	1	1	1	>=2019	ND
- France Culture	%	2,3	2,4	2,1	2,1	>=2019	ND
- France Musique	%	1,6	1,7	1,6	1,6	>=2019	ND

Précisions méthodologiques

Sources des données : Médiamétrie (étude 126 000 radio et Médialocales 126 000 pour FIP), Radio France, rapports d'exécution du COM 2017, 2018

JUSTIFICATION DES PRÉVISIONS ET DE LA CIBLE

Dans un contexte marqué par un recul du média radio dans son ensemble, les résultats enregistrés en 2017 et 2018 par Radio France sont très satisfaisants, avec près de 14,9 millions d'auditeurs en moyenne chaque jour à l'écoute d'au moins une station du groupe au cours de la saison 2018-2019 (soit 397 000 auditeurs de plus en un an et 527 000 auditeurs de plus en deux ans) et une part d'audience de 27,1% soit +1,7 point en un an et +1,9 point en deux ans. Il s'agit d'une saison historique pour le groupe.

La cible 2020 sera déterminée dans le cadre du prochain COM de Radio France. Les prévisions renseignées pour l'année 2019 reprennent les objectifs d'audience tels qu'ils figurent dans le COM signé en 2016.

La poursuite du travail éditorial d'ores et déjà engagé ainsi que la mise en œuvre du projet stratégique 2022, qui prévoit de renforcer la spécificité et la complémentarité des antennes, doivent permettre la stabilisation des audiences des chaînes et la conquête de nouveaux publics

INDICATEUR

Audience des offres numériques

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Prévision PAP 2019	2019 Prévision actualisée	2020 Prévision	2020 Cible
Visites mensuelles tous supports	millions	130,1	157,1	>2018	>2018	>2019	ND
Écoutes mensuelles à la demande tous supports	millions	159,5	100	>2018	>2018	>2019	ND

Précisions méthodologiques

Visites : Cet indicateur permet de rendre compte du nombre de visites mensuelles tous supports propriétaires hors Franceinfo (sites et applications mobiles portail Radio France, France Inter, France Culture, France Bleu, Mouv, et FIP). L'indicateur retenu (nombre de visites tous supports) est un indicateur de référence du marché, mesuré par un organisme certificateur, l'Office de Justification de la Diffusion (OJD).

Écoute à la demande : Cet indicateur permet de rendre compte du nombre d'écoutes mensuelles podcasts (téléchargements) et audio et vidéos à la demande, tous supports (propriétaires et plateformes tierces), L'indicateur s'entend hors Franceinfo à compter de 2018 inclus. Les écoutes mensuelles à la demande hors vidéos Franceinfo atteignaient 92,5 millions en 2017.

Sources : Office de Justification de la Diffusion (OJD) pour les visites, Médiamétrie pour les podcasts et AT Internet pour les écoutes à la demande (dit AOD) pour les moyennes mensuelles en millions.

JUSTIFICATION DES PRÉVISIONS ET DE LA CIBLE

La progression des audiences numériques observée depuis 2017 a vocation à se poursuivre en 2020, conformément aux prévisions du COM sur ce point. A noter que cet indicateur a connu un changement de périmètre entre les années 2017 et 2018 pour les « écoutes mensuelles à la demande tous supports » et exclut désormais franceinfo. Les résultats de cet item, s'ils affichent une baisse faciale entre 2017 et 2018, sont donc bien en augmentation à périmètre constant.

Radio France a lancé ces dernières années des offres numériques comprenant à la fois la mise en ligne des contenus diffusés en radio et de formats conçus pour le numérique (webradio, podcasts natifs) ; et renforcé sa présence sur les plateformes tierces et les réseaux sociaux. L'objectif de la société est de poursuivre cette stratégie éditoriale innovante en développant les podcasts, notamment natifs, et les nouvelles écritures, et de concentrer ses moyens sur sa nouvelle plateforme d'écoute audio, qui permettra de donner un accès libre et gratuit au catalogue le plus riche et le plus diversifié possible et favorisera la poursuite de la hausse des performances d'audience des offres numériques du groupe.

INDICATEUR

Fréquentation des événements produits à la Maison de la radio

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Prévision PAP 2019	2019 Prévision actualisée	2020 Prévision	2020 Cible
Taux de places occupées par rapport aux places proposées pour les concerts des formations musicales au sein de la Maison de la radio	%	80	80,5	>=80	>=80	>=80	ND

Précisions méthodologiques

Cet indicateur concerne deux saisons musicales successives (saison n de janvier à juin et saison n+1 de septembre à décembre).

Il permet d'apprécier le taux de places occupées par rapport aux places proposées (jauge) pour les concerts des quatre formations musicales (Orchestre national de France, Orchestre Philharmonique de Radio France, Chœur de Radio France et Maîtrise de Radio France) donnés au sein de la Maison de la radio.

JUSTIFICATION DES PRÉVISIONS ET DE LA CIBLE

Le taux de places occupées par rapport aux places proposées pour les concerts des formations musicales au sein de la Maison de la radio permet de mesurer le succès auprès du public de l'offre musicale proposée par les formations musicales de Radio France, et par conséquent la mise en œuvre de la stratégie de la Direction de la musique et de la création.

Ce taux s'élevait à 74% en 2017 et 80% en 2018, preuve du succès rencontré par l'offre musicale et culturelle renouvelée que propose la société. Pour les années 2019 et 2020, il est proposé de maintenir la prévision à 80% (étant entendu que la cible 2020 sera déterminée dans le cadre du prochain COM), moyenne que l'entreprise considère être un maximum au vu de la diversité des genres et des formats de son offre musicale.

OBJECTIF

Assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion

La maîtrise des coûts de Radio France suppose la maîtrise de l'évolution des charges de personnel et le développement des ressources propres. Des indicateurs permettent de suivre l'atteinte de cet objectif :

3.1. Évolution des charges de personnel.

Les charges de personnel constituent le principal poste de charges pour Radio France (environ 55,6 % des charges d'exploitation en 2018), la production des contenus radio étant intégralement réalisée en interne. La maîtrise de la masse salariale demeure l'un des objectifs du groupe Radio France.

3.2. Évolution des ressources propres.

Radio France a également pour objectif d'accroître le niveau de ses ressources propres dans le cadre de sa trajectoire financière.

3.3. Évolution du résultat net.

L'évolution du résultat net permet de suivre la trajectoire le maintien à l'équilibre des comptes de l'entreprise atteint en 2018, tel que prévu dans le COM 2015-2019.

INDICATEUR

Charges de personnel

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Prévision PAP 2019	2019 Prévision actualisée	2020 Prévision	2020 Cible
Charges de personnel	M€	406,2	396,8	394,3	394,3	ND	ND

Précisions méthodologiques

Les charges de personnel totales comprennent les personnels permanents, occasionnels et intermittents.

Sources des données : Radio France, comptes 2017 et 2018, budget 2019.

Charges de personnel – comptes 2017 (en M€) : 406,2 M€

Charges de personnel – comptes 2018 (en M€) : 396,8 M€

Charges de personnel – budget 2019 (en M€) : 394,3 M€

Indicateur de suivi : évolution du nombre d'ETP

2017 : 4509 ETP (dont 4161 CDI et 348 CDD)

2018 : 4473 ETP (dont 4119 CDI et 354 CDD)

Sources des données : Radio France, comptes 2017 et 2018, budget 2019.

JUSTIFICATION DES PRÉVISIONS ET DE LA CIBLE

Le budget de Radio France repose sur une hypothèse centrale de maîtrise de sa masse salariale. L'effort réalisé par Radio France au cours de la période 2015-2019 doit se poursuivre ces prochaines années dans le cadre de la transformation de la société visant à pérenniser et adapter ses activités dans un contexte concurrentiel et d'évolutions technologiques rapides, et de la participation des sociétés de l'audiovisuel public au redressement des finances publiques.

La prévision 2019 est conforme au budget 2019. Les chiffres de prévision actualisée 2019 et du budget 2020 ne sont pas encore disponibles. La cible 2020 sera déterminée dans le cadre du prochain COM de Radio France.

INDICATEUR**Ressources propres**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Prévision PAP 2019	2019 Prévision actualisée	2020 Prévision	2020 Cible
Ressources propres	M€	63,9	67,5	66,9	66,9	ND	ND

Précisions méthodologiques

Les ressources propres comprennent les recettes publicitaires et diverses recettes commerciales (éditions, concerts, locations d'espaces, etc.), hors partenariats (qui n'ont pas d'impact sur le résultat net dans la mesure où les recettes sont strictement équilibrées par des charges).

Ressources propres (hors partenariats) – comptes 2017 (en M€) : 63.9 M€

Ressources propres (hors partenariats) – comptes 2018 (en M€) : 67.5 M€

Ressources propres (hors partenariats) – budget 2019 (en M€) : 66.9 M€

Sources des données : Radio France, comptes 2017 et 2018, budget 2019.

JUSTIFICATION DES PRÉVISIONS ET DE LA CIBLE

Les ressources propres doivent participer au retour à l'équilibre des comptes de la société et au financement de ses projets stratégiques. Elles reposent à la fois sur les ressources publicitaires et sur les ressources d'autres activités (billetterie, locations de salles, etc.)

La prévision 2019 est conforme au budget 2019 et en baisse de 0,6 M€ par rapport au réalisé 2018, ce qui s'explique par le caractère exceptionnel de l'année 2018, qui a connu des succès d'édition permettant un niveau de ressources particulièrement haut. Les chiffres de prévision actualisée 2019 et du budget 2020 ne sont pas encore disponibles. La cible 2020 sera déterminée dans le cadre du prochain COM de Radio France.

INDICATEUR**Evolution du résultat net**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Prévision PAP 2019	2019 Prévision actualisée	2020 Prévision	2020 Cible
Evolution du résultat net	M€	-4,8	7,3	>=0	>=0	ND	ND

Précisions méthodologiques

Sources des données : Radio France, comptes 2017 et 2018, budget 2019.

JUSTIFICATION DES PRÉVISIONS ET DE LA CIBLE

La prévision 2019 est conforme au budget 2019. Les chiffres de prévision actualisée 2019 et du budget 2020 ne sont pas encore disponibles. La cible 2020 sera déterminée dans le cadre du prochain COM de Radio France.

Conformément aux objectifs du COM 2015-2019, l'année 2018 a été marquée par le retour à l'équilibre des comptes de l'entreprise.

PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

2020 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS DEMANDÉS

2020 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FDC et ADP attendus en 2020
01 – Radio France	599 602 670	0
Total	599 602 670	0

2020 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FDC et ADP attendus en 2020
01 – Radio France	599 602 670	0
Total	599 602 670	0

2019 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LOI DE FINANCES INITIALE)

2019 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FDC et ADP prévus en 2019
01 – Radio France	604 707 670	0
Total	604 707 670	0

2019 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FDC et ADP prévus en 2019
01 – Radio France	604 707 670	0
Total	604 707 670	0

PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR TITRE ET CATÉGORIE

Titre ou catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Ouvertes en LFI pour 2019	Demandées pour 2020	FDC et ADP attendus en 2020	Ouverts en LFI pour 2019	Demandés pour 2020	FDC et ADP attendus en 2020
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	604 707 670	599 602 670	0	604 707 670	599 602 670	0
Prêts et avances	604 707 670	599 602 670	0	604 707 670	599 602 670	0
Total	604 707 670	599 602 670	0	604 707 670	599 602 670	0

JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

ÉLÉMENTS TRANSVERSAUX AU PROGRAMME

Numéro et intitulé de l'action ou de la 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 – Radio France	0	599 602 670	599 602 670	0	599 602 670	599 602 670
Total	0	599 602 670	599 602 670	0	599 602 670	599 602 670

ÉLÉMENTS DE SYNTHÈSE DU PROGRAMME

ÉVOLUTION DU PÉRIMÈTRE DU PROGRAMME

TRANSFERTS EN CRÉDITS

	Prog Source / Cible	T2 Hors Cas pensions	T2 CAS pensions	Total T2	AE Hors T2	CP Hors T2	Total AE	Total CP
Transferts entrants								
Transferts sortants								

TRANSFERTS EN ETPT

	Prog Source / Cible	ETPT ministériels	ETPT hors État
Transferts entrants			
Transferts sortants			

MESURES DE PÉRIMÈTRE

COÛTS SYNTHÉTIQUES

■ INDICATEURS IMMOBILIERS

■ RATIO D'EFFICIENCE BUREAUTIQUE

DÉPENSES PLURIANNUELLES

GRANDS PROJETS INFORMATIQUES

MARCHÉS DE PARTENARIAT

CONTRATS DE PROJETS ÉTAT-RÉGION (CPER)

Génération CPER 2007-2014

Action / Opérateur	CPER 2007-2014 (rappel du montant contractualisé)	AE engagées au 31/12/2019	CP réalisés au 31/12/2019	AE demandées pour 2020	CP demandés pour 2020	CP sur engagements à couvrir après 2020
--------------------	--	---------------------------	---------------------------	------------------------	-----------------------	---

CPER 2007-2014

Génération CPER 2015-2020

Action / Opérateur	CPER 2015-2020 (rappel du montant contractualisé)	AE engagées au 31/12/2019	CP réalisés au 31/12/2019	AE demandées pour 2020	CP demandés pour 2020	CP sur engagements à couvrir après 2020
--------------------	--	---------------------------	---------------------------	------------------------	-----------------------	---

CPER 2015-2020

Total des crédits de paiement pour ce programme

CP demandés pour 2020	CP sur engagements à couvrir après 2020
-----------------------	---

GRANDS PROJETS TRANSVERSAUX

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

ESTIMATION DES RESTES À PAYER AU 31/12/2019

Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2018 (RAP 2018)	Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2018 y.c. travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2018	AE LFI 2019 + reports 2018 vers 2019 + prévision de FDC et ADP	CP LFI 2019 + reports 2018 vers 2019 + prévision de FDC et ADP	Évaluation des engagements non couverts par des paiements au 31/12/2019
0	0	604 707 670	604 707 670	0

ÉCHÉANCIER DES CP À OUVRIR

AE	CP 2020	CP 2021	CP 2022	CP au-delà 2022
Évaluation des engagements non couverts par des paiements au 31/12/2019	CP demandés sur AE antérieures à 2020 CP PLF / CP FDC et ADP	Estimation des CP 2021 sur AE antérieures à 2020	Estimation des CP 2022 sur AE antérieures à 2020	Estimation des CP au-delà de 2022 sur AE antérieures à 2020
0	0 0	0	0	0
AE nouvelles pour 2020 AE PLF / AE FDC et ADP	CP demandés sur AE nouvelles en 2020 CP PLF / CP FDC et ADP	Estimation des CP 2021 sur AE nouvelles en 2020	Estimation des CP 2022 sur AE nouvelles en 2020	Estimation des CP au-delà de 2022 sur AE nouvelles en 2020
599 602 670 0	599 602 670 0	0	0	0
Totaux	599 602 670	0	0	0

CLÉS D'OUVERTURE DES CRÉDITS DE PAIEMENT SUR AE 2020

CP 2020 demandés sur AE nouvelles en 2020 / AE 2020	CP 2021 sur AE nouvelles en 2020 / AE 2020	CP 2022 sur AE nouvelles en 2020 / AE 2020	CP au-delà de 2022 sur AE nouvelles en 2020 / AE 2020
100%	0%	0%	0%

JUSTIFICATION PAR ACTION

ACTION n° 01 100,0%**Radio France**

	Titre 2	Hors titre 2	Total	FDC et ADP attendus
Autorisations d'engagement	0	599 602 670	599 602 670	0
Crédits de paiement	0	599 602 670	599 602 670	0

Les dotations prévues dans le projet de loi de finances 2020 ayant été communiquées récemment, la prévision budgétaire pour 2020 n'a pas encore été établie.

Conformément au projet stratégique Radio France 2022 présenté aux instances de l'entreprise en juin 2019, en 2020, les objectifs de la société seront les suivants :

- poursuivre le travail sur les antennes en axant les moyens sur les priorités du projet stratégique (information, proximité, culture) et en accélérant le développement numérique pour renforcer l'accessibilité des contenus à tous les publics et proposer des modes de distribution en phase avec l'évolution des pratiques d'écoute ; rendre la musique et l'excellence des formations musicales de Radio France accessibles à tous les Français en renforçant la présence sur le territoire et en développant la visibilité des concerts au bénéfice de nouveaux publics (télévision, cinéma, numérique) ;
- maîtriser la trajectoire financière en mettant en œuvre les mesures nécessaires pour permettre à l'entreprise de construire un équilibre financier durable, et en développant ses ressources propres ;
- construire un nouveau pacte social avec les partenaires sociaux permettant la mise en œuvre des leviers de transformation et la construction d'un nouvel équilibre ; engager une démarche de gestion des emplois et des parcours professionnels (GEPP) sur la base d'une organisation cible qui sera présentée aux instances de Radio France d'ici la fin de l'année 2019, devant permettre à la société d'accélérer la transformation numérique de ses offres par la mise en œuvre d'un ambitieux plan de formation (avec un volume de formations multiplié par trois dès 2020) et de réorganiser le travail en fonction des nouveaux besoins.; cette démarche de GEPP inclut un volet de départs volontaires séquencés sur trois années, au fur et à mesure des réorganisations ;
- continuer l'exécution du programme de réhabilitation et poursuivre la refonte des systèmes d'information de gestion.

ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Dépenses d'opérations financières	599 602 670	599 602 670
Prêts et avances	599 602 670	599 602 670
Total	599 602 670	599 602 670

Radio France

Programme n° 843 | JUSTIFICATION AU PREMIER EURO