

R É P U B L I Q U E F R A N Ç A I S E

BUDGET GÉNÉRAL
MISSION MINISTÉRIELLE
RAPPORTS ANNUELS DE PERFORMANCES
ANNEXE AU PROJET DE LOI DE RÉGLEMENT
DU BUDGET ET D'APPROBATION DES COMPTES POUR

2019

FRANCE TÉLÉVISIONS



PROGRAMME 841

FRANCE TÉLÉVISIONS

Bilan stratégique du rapport annuel de performances	4
Objectifs et indicateurs de performance	7
Présentation des crédits et des dépenses fiscales	16
Justification au premier euro	19

BILAN STRATÉGIQUE DU RAPPORT ANNUEL DE PERFORMANCES

Jean-Baptiste GOURDIN

Directeur général des médias et des industries culturelles

Responsable du programme n° 841 : France Télévisions

Le programme 841 vise à financer la société France Télévisions. Depuis la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô et les Outre-mer La 1^{ère} sont réunis au sein d'une entreprise commune, par une fusion absorption par la société holding.

Le cahier des charges de l'entreprise commune précise les caractéristiques et l'identité des différents services, complémentaires et dont les programmes peuvent être valorisés sur tous les supports :

- France 2 : chaîne généraliste de la communauté nationale dont l'ambition est de réunir tous les publics autour d'une offre large et variée, se nourrissant de toutes les formes de programmes dans leur dimension la plus fédératrice ;
- France 3 : chaîne nationale à vocation régionale et locale, chaîne de la proximité, du lien social et du débat citoyen ;
- Via Stella : chaîne régionale ayant pour vocation de diffuser, notamment par voie hertzienne terrestre en Corse, des programmes, dont une proportion significative est diffusée en langue corse, consacrée à la Corse, avec une ouverture sur d'autres régions, et notamment les régions voisines de la Méditerranée ;
- France 4 : chaîne de la jeunesse et de la famille, dont la vocation est de s'adresser aux enfants, aux jeunes et à leurs parents en contribuant à renforcer le lien entre ces générations ;
- France 5 : chaîne du décryptage, du partage des savoirs et de la transmission des connaissances ;
- Franceinfo : chaîne nationale diffusée notamment par voie hertzienne terrestre dont l'objet est d'offrir des programmes d'information couvrant tous les domaines de l'actualité en France et dans le monde, notamment grâce à la diffusion régulière de journaux et de résumés d'actualité ;
- France Ô : chaîne des outre-mer qui contribue au partage et à la diffusion des identités, des cultures et de l'actualité des outre-mer, en s'appuyant notamment sur les Outre-mer La 1^{ère} et en développant des productions ultra-marines ;
- Les Outre-mer La 1^{ère} : services régionaux généralistes de télévision et de radio diffusés en outre-mer qui privilégient la proximité dans leur offre de programmes.

Le cahier des charges précise en outre que France Télévisions édite, directement ou à travers des filiales, des services de médias audiovisuels à la demande qui permettent une nouvelle mise à disposition auprès du public de ses programmes télévisés et qui, d'une manière plus générale, proposent une offre de contenus de complément. La société développe une offre de services de communication au public en ligne qui prolongent, complètent et enrichissent l'offre de programmes des services précédemment énumérés.

Dans un environnement audiovisuel bouleversé par la démultiplication de l'offre, le développement des usages non linéaires et une intensification de la concurrence d'acteurs internationaux, le groupe France Télévisions a engagé en 2018, sous l'impulsion du Gouvernement, un vaste plan de transformation de son offre et de l'entreprise France Télévisions. L'objectif est de remettre le citoyen au cœur du projet de la télévision publique, de renforcer la valeur ajoutée de ses contenus et son utilité sociale et de s'adapter à la révolution numérique pour s'adresser à tous les

publics. Quatre priorités ont été définies pour concrétiser ce projet de transformation: la culture et l'éducation ; la proximité ; l'information ; et la création française et européenne.

En matière d'éducation et de culture, France Télévisions a vocation à renforcer son ambition, avec des programmes à la fois ambitieux et accessibles, adaptés à chaque tranche d'âge et porteurs des valeurs d'intégration, de citoyenneté et d'émancipation. Après avoir inauguré en février 2018 l'offre Slash à destination des jeunes adultes, France Télévisions a poursuivi la transformation de son offre afin de répondre à l'évolution des usages des enfants. La nouvelle offre Okoo, dédiée aux enfants de 3 à 12 ans, a été lancée avec succès en décembre 2019 sur tous les écrans, parallèlement à l'ouverture de nouvelles cases dédiées à la jeunesse sur France 5, à des heures d'écoute appropriées à ce public. Les travaux de coopération entre entreprises de l'audiovisuel public ont également permis le lancement, en novembre 2019, de la nouvelle offre éducative en ligne Lumni, qui regroupe les contenus disponibles sur francetv.education, Lesite.tv, l'INA ou encore Éduthèque.

Pour amplifier leur action en matière de proximité, les réseaux France 3 et France Bleu ont annoncé en mai 2019 la généralisation progressive des émissions matinales communes à horizon 2022. Après Toulouse et à Nice dès janvier 2019, quatre nouvelles matinales communes supplémentaires ont été proposées à Lille, Quimper, Guéret et Aix-en-Provence au cours de l'année. Par ailleurs, dans le cadre du déploiement des engagements du Pacte pour la visibilité des outre-mer, signé en juillet 2019 entre les ministères des outre-mer et de la culture et France Télévisions, le groupe France Télévisions a conduit en 2019 un vaste travail de redéfinition de son offre linéaire comme non linéaire afin de parvenir à une plus juste représentation des outre-mer dans l'ensemble de son offre.

Face au risque de manipulation et à la multiplication des sources, l'information de service public doit plus que jamais constituer une référence en matière de fiabilité, de pédagogie et de mise en perspective des événements. Forte de sa rédaction nationale désormais unifiée et de son offre de magazines, France Télévisions s'attache à devenir la première offre numérique française d'information – en témoigne par exemple sa contribution à « *Vrai ou fake* », qui regroupe l'ensemble des contenus des entreprises de l'audiovisuel public dédiés à la vérification et au décryptage.

Afin de faire face à la concurrence de plateformes mondialisées, la création française, notamment en fiction, doit entrer dans l'ère de l'innovation, ce qui implique le maintien d'un haut niveau d'investissement et le développement de formats et d'écritures dédiés et adaptés au numérique. Après l'Alliance de création entre diffuseurs publics européens initiée au printemps 2018, 2019 a vu la signature d'un nouvel accord entre France Télévisions et les représentants du secteur de la production audiovisuelle, qui assoit le soutien financier du Groupe jusqu'en 2022 et lui permet de concrétiser la transformation numérique de son offre à travers des droits adaptés. Toujours pour proposer une alternative aux offres internationales et anglo-saxonnes (6,7 millions de Français abonnés à Netflix en 2020), les groupes France Télévisions, TF1 et M6 se sont alliés pour constituer Salto, une plateforme française de vidéo à la demande par abonnement. Le projet a reçu l'autorisation de l'Autorité de la concurrence en août 2019 et devrait être lancé à l'automne 2020.

Ces quatre axes prioritaires s'inscrivent dans une trajectoire budgétaire pluriannuelle contrainte, avec des concours publics réduits de 160 M€ à l'horizon 2022 conformément aux arbitrages rendus par le Gouvernement en juillet 2018.

Outre les économies attendues de la reconfiguration du bouquet linéaire autour de trois chaînes et de franceinfo, c'est avant tout une transformation profonde des organisations et structures de l'entreprise qui permettra de recentrer l'allocation des moyens sur les contenus et en particulier de redéployer 100 M€ au profit du rayonnement numérique de l'offre. Un profond renouvellement des effectifs est en particulier anticipé à l'horizon 2022, à travers la mise en œuvre de l'accord-cadre sur le déploiement du projet d'entreprise, signé le 9 mai 2019 par trois des quatre organisations syndicales représentatives au sein de l'entreprise. Il prévoit notamment, au sein d'une démarche globale de Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC), un dispositif d'accompagnement des départs volontaires et un volet recrutements, qui doivent permettre un profond renouvellement des effectifs et converger vers une cible de 8 570 ETP au 1er janvier 2023.

L'ensemble de ces mesures doit permettre que chaque citoyen trouve demain dans l'offre de France Télévisions un service public plus moderne, plus utile et pleinement légitime.

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 l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion
INDICATEUR 3.1	Maîtrise des charges
INDICATEUR 3.2	Ressources propres
INDICATEUR 3.3	Résultat net

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	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Prévision PAP 2019	2019 Prévision actualisée	2019 Réalisation	2020 Cible PAP 2019
Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales	%	81,9	81,3	Non déterminé	81,6	81,4	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 prévision actualisée 2019 correspond à la révision des hypothèses budgétaires présentée au Conseil d'administration du 11 juillet 2019. La réalisation 2019 correspond à l'arrêté des comptes 2019 sous réserve de leur approbation par les commissaires aux comptes et le conseil d'administration du 2 avril 2020.

Source des données : France Télévisions.

INDICATEUR 1.2

Qualité des programmes de fiction et d'information

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Prévision PAP 2019	2019 Prévision actualisée	2019 Réalisation	2020 Cible PAP 2019
Indicateur de qualité des programmes de fiction française	Note sur 10	7,7	7,8	Non déterminé	Non déterminé	7,9	Non déterminé
Qualité des programmes d'information	Note sur 10	6,4	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé	6,1	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 fournies par le baromètre qualitatif, « Quali TV », enquête permanente d'évaluation de la qualité des programmes, piloté 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 de satisfaction (note sur 10). France Télévisions mesure au premier trimestre de l'année n+1 les résultats de l'année n. L'étude de perception de la qualité de l'offre d'information pour 2018 a été réalisée du 12 au 19 mars 2019 ; celle pour 2019 a été réalisée du 27 janvier au 7 février 2020.

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 et IFOP.

France Télévisions

Programme n° 841 | OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

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

	Unité	2016 Réalisation	2017 Réalisation	2018 Prévision PAP 2018	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Cible
Volume d'heures de fiction diffusées	Nombre d'heures	7 273	7 066	n.d.	5 696	5 374	n.d.

Commentaires techniquesMode de calcul :

Nombre d'heures de fiction diffusées sur France 2 France 3, France 4, France 5 et France Ô. Ce volume intègre les heures de fiction jeunesse.

Sur le périmètre France 2, France 3 et France 5, qui prévaudra à compter de la mi-2020, le volume de fiction diffusée en 2019 est de 2 279 heures (vs. 2249 en 2018 et 2154 en 2017).

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

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

	Unité	2016 Réalisation	2017 Réalisation	2018 Prévision PAP 2018	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Cible
Investissement dans la création audiovisuelle	En M€	405,2	421,4	n.d.	420,5	420,6	420

Commentaires techniques

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 420 M€ dans la création audiovisuelle. La réalisation 2019 est présentée sous réserve de sa validation par le CSA.

Source des données : France Télévisions.

Indicateur de suivi 1-2-3 : Mesure de la qualité de l'information par type de programme

	Unité	2016 Réalisation	2017 Réalisation	2018 Prévision PAP 2018	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Cible
Journaux télévisés	Note sur 10	6,3	6,5	n.d.	6,4	6,4	n.d.
Chaîne d'information en continu	Note sur 10	5,8	6	n.d.	5,8	5,8	n.d.
Sites et applications d'information	Note sur 10	5,7	5,9	n.d.	5,6	5,9	n.d.
Magazines d'information	Note sur 10	6,2	6,4	n.d.	6,3	6,3	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 de satisfaction (note sur 10) et des items d'image. France Télévisions mesure au premier trimestre de l'année n+1 les résultats de l'année n. L'étude de perception de la qualité de l'offre d'information pour 2018 a été réalisée du 12 au 19 mars 2019 ; celle pour 2019 a été réalisée du 27 janvier au 7 février 2020.

Source des données : IFOP.

ANALYSE DES RÉSULTATS**Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales**

La ressource affectée à France Télévisions doit être prioritairement dédiée aux dépenses de programmes, qui constituent le cœur de sa mission de service public. Depuis 2015, France Télévisions s'est engagée à augmenter ses dépenses de programmes et à diminuer les autres dépenses du diffuseur (coûts de diffusion, coûts opérationnels du

diffuseur, frais généraux). L'indicateur retenu pour mesurer la réalisation de cet objectif est défini par la part des dépenses de programmes dans les dépenses totales.

En 2019, dans un contexte de diminution de ses recettes nettes disponibles de 18,5 M€, principalement lié à une baisse des concours publics de 26 M€, l'entreprise a mis en œuvre des mesures d'économies dans l'ensemble de ses activités et directions. France Télévisions a cependant contenu l'économie sur son coût de grille à -0,3 %, soit -6,8 M€ (pour un total de 2 102,6 M€), permettant ainsi de préserver le financement des contenus et missions prioritaires ainsi que la qualité et la diversité de l'offre proposée aux téléspectateurs. En témoigne notamment la diminution moins importante que prévu du coût de grille du programme national (-17,8M€ contre -26,7 M€ prévus au budget voté par le conseil d'administration), principalement portée par le flux et les acquisitions et traduisant le redéploiement d'économies structurelles, en cours d'exercice, au profit du financement des priorités de grille en matière de création audiovisuelle et cinématographique et notamment de fiction.

Parallèlement, les efforts d'économies structurelles et les gains de productivité portés par l'ensemble des activités de l'entreprise (tels que détaillés *infra* à la description de l'exécution du budget 2019) ont permis de compenser le glissement des charges lié à l'inflation.

La part des dépenses de programmes dans les dépenses totales représente, en 2019, 81,4 % du total des charges opérationnelles de l'entreprise, Cet indicateur est en légère progression de 0,1 point par rapport à la réalisation 2018, cette évolution s'expliquant par une diminution du total des charges opérationnelles (-9,8 M€) plus importante que la baisse du coût de grille (-6,8 M€). Le maintien de cet indicateur à un niveau très élevé traduit, cette année encore, la priorité donnée par l'entreprise aux dépenses de programmes.

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 2019, une note moyenne de 7,9/10, en progression de 0,1 point par rapport à l'année 2018 (à 7,8/10).

Les fictions adaptées de faits réels ou traitants de thématiques sociétales restent particulièrement appréciées du public, en se distinguant notamment sur les dimensions d'impact (ce programme « m'a fait vivre des moments forts », « m'a donné envie d'en parler autour de moi »...), d'originalité (« c'est un programme différent et original », « la thématique n'est pas souvent traitée à la télévision »...) et d'éducation (« j'ai appris des choses », « ce programme m'a fait réfléchir »...).

La fiction *La maladroite* (9,0/10, France 3) sur la maltraitance infantile a obtenu la meilleure note du « Quali TV » pour une fiction française en 2019. Elle enregistre plus de 95% de réponses positives sur la dimension d'originalité, 94% sur l'impact et 93% sur la dimension éducative. D'autres fictions françaises ont également marqué le public, notamment *Un homme parfait* (8,7/10, France 2) sur l'inceste, ou encore *Ma mère, le crabe et moi* (8,7/10, France 2) à propos du combat d'une mère contre le cancer du sein.

Cette progression qualitative est portée par de volumes de diffusion en hausse sur les principales chaînes du bouquet linéaire de France Télévisions : en 2019, le volume horaire de fiction diffusé sur France 2 et France 3 progresse de 40 heures pour atteindre 2247 heures, avec la diffusion en année pleine du feuilleton *Un si grand soleil* et des fictions européennes sur France 3. Il convient de relever que les fictions 100% numériques (comme *Skam* ou *Mental*, proposés sur la plateforme Slash) ne sont pas comptabilisées au sein de cet indicateur.

Indicateur de qualité de l'information

Dans un contexte de multiplication des offres d'information, et notamment face à la montée en puissance des réseaux sociaux qui constituent d'ores et déjà l'une des premières sources d'information pour les nouvelles générations, l'information de service public se doit en effet d'être une référence indiscutable de sérieux, de compétence et

d'impartialité. La demande d'une information certifiée, indépendante et de qualité est apparue comme une priorité du public lors de la consultation citoyenne conduite par France Télévisions et Radio France fin 2018.

Pour la quatrième année, France Télévisions a fait réaliser une étude de perception de la qualité des offres d'information. Cette nouvelle vague de mesure fait apparaître les effets persistants de la crise de confiance qui avait fortement marqué la précédente mesure, réalisée à l'issue de la crise des « Gilets jaunes ».

La note obtenue pour l'offre globale d'information de France Télévisions en 2019 atteint 6,1/10, en hausse de 0,1 point par rapport à la précédente mesure. L'offre d'information de France Télévisions conserve un niveau stable ou en hausse sur les principaux sous-indicateurs :

- les notes attribuées aux journaux télévisés du service public sont stables (6,4) devant TF1 et M6 (6,2) ;
- la chaîne d'information franceinfo obtient cette année encore la meilleure note parmi son univers de concurrence (5,8 vs 5,1 pour les chaînes BFM TV, CNews et LCI). Franceinfo demeure proche de son niveau 2018, alors que les chaînes d'information en continu privées ne parviennent pas à retrouver leur niveau antérieur à la séquence sociale de la fin d'année 2018, qui se situait alors à 5,6/10 ;
- les sites/applications d'information de France Télévisions progressent de 0,3 point en 2019 pour atteindre la note de 5,9/10, très nettement devant les autres offres d'information en ligne (5,4/10 pour les sites/applications Le Monde, Le Figaro, 20 minutes et BFMTV) ;
- les magazines de France 2, France 3 et France 5 conservent quant à eux leur haut niveau en 2019 (6,3).

France Télévisions poursuit début 2020 son ambition de rester une offre de référence en matière de fiabilité de l'information, de lutte contre les fausses informations, de décryptage et d'investigation.

Le maintien d'un niveau conséquent de confiance envers l'offre d'information du service public se traduit par une fréquentation importante : en 2019, chaque jour, 14,2 millions de téléspectateurs se sont informés à travers les différentes éditions d'information de France 2 et France 3. La chaîne franceinfo (canal 27) a touché chaque jour 3,6 millions de téléspectateurs (+240 000 vs. 2018) et l'offre numérique franceinfo a fédéré chaque mois 21,2 millions de visiteurs uniques en moyenne (+7% vs. 2018 soit en moyenne +1,3 million de visiteurs mensuels).

OBJECTIF 2

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

INDICATEUR 2.1 mission

Audiences de France Télévisions

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Prévision PAP 2019	2019 Prévision actualisée	2019 Réalisation	2020 Cible PAP 2019
Audience cumulée hebdomadaire des chaînes de France Télévisions	%	71,6	70,1	>70	>70	68,6	>70
Audience des offres numériques tous supports	millions	543	626	820	820	817	1000

Commentaires techniques

Audience des chaînes linéaires

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

En 2017, Médiamétrie a modifié la méthode de calcul de l'audience cumulée. Auparavant basée sur les individus du panel ayant répondu tous les lundis au cours de la période étudiée, cet indicateur est désormais calculé sur la base des individus ayant répondu durant au moins 90% des jours de la période étudiée ainsi que le dernier jour.

Source des données : Médiamétrie, France Télévisions.

Audience des offres numériques

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. Suite à des réajustements de périmètres liés à l'évolution des offres, l'audience des offres numériques réalisée en 2016 a été recalculée.

Source des données : France Télévisions, AT Internet.

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

	Unité	2016 Réalisation	2017 Réalisation	2018 Prévision PAP 2018	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Cible
Audience 4 écrans couverture mensuelle	%	91,3	90,8	n.d.	89,4	88,9	n.d.

Commentaires techniques

Mode de calcul : Taux de couverture mensuelle 4 écrans. Ce nouvel indicateur lancé par Médiamétrie en juin 2016 prend en compte l'ensemble des écrans (télévision, ordinateur, mobile et tablette). Le chiffre 2016 correspond à la moyenne mensuelle sur la période juin-décembre 2016. Les chiffres 2017 et 2018 correspondent à la moyenne mensuelle sur la période janvier-décembre.

Source des données : Médiamétrie et France Télévisions.

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

	Unité	2016 Réalisation	2017 Réalisation	2018 Prévision PAP 2018	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Cible
Part d'audience sur les 4-14 ans	%	18,9	17,9	n.d.	18,0	19,2	n.d.
Part d'audience sur les 15-24 ans	%	14,9	14,9	n.d.	15,3	16,5	n.d.
Part d'audience sur les 25-59 ans	%	20,5	19,7	n.d.	19,2	19,2	n.d.
Part d'audience sur les plus de 60 ans	%	42,1	40,8	n.d.	40,4	40,1	n.d.

Commentaires techniques

Mode de calcul : Part d'audience consolidée 24h/24 des antennes nationales de France Télévisions (France 2, France 3, France 4, France 5 et France Ô) 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.

ANALYSE DES RÉSULTATS**Audiences de France Télévisions**Audiences linéaires

Dans un contexte d'essor des services payants de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) (3 millions d'utilisateurs quotidiens, en hausse de 0,7 million sur un an), la durée d'écoute quotidienne de la télévision tous écrans poursuit sa baisse et s'établit en 2019 à 3h40 (-6 minutes vs. 2018). La baisse de consommation sur le poste de TV se concentre à nouveau sur les moins de 50 ans. La consommation TV des 15-34 ans, qui avait déjà reculé de 15 minutes en 2018, perd 13 minutes supplémentaires à 1h43 de consommation quotidienne (vs. 1h56 en 2018 et 2h11 en 2017). À l'inverse, la consommation TV des 50 ans se stabilise à 5h12 par individu (-1 minute). Cette tendance entraîne un vieillissement du public de la télévision. En 2019, la moyenne d'âge des téléspectateurs en taux moyen est de 53,9 ans (vs. 52,8 ans en 2018 et 51,9 ans en 2017). A titre de comparaison, l'âge moyen de la population française est de 41,7 ans en 2019.

Dans ce cadre, si la part d'audience moyenne du groupe France Télévisions progresse, la baisse de la durée d'écoute de la télévision entraîne un léger retrait de la couverture de France Télévisions. L'audience cumulée hebdomadaire

s'établit ainsi à 68,6% (-1,5 point). La couverture mensuelle 4 écrans (téléviseur, ordinateur, tablette, smartphone) de France Télévisions en 2019 s'élève à 54,5 millions d'individus en moyenne, soit 88,9 % des 4 ans et plus. Ce résultat est inférieur de 0,5 point à 2018, en raison d'une baisse de la consommation du média télévisuel qui n'est pas totalement compensée par le développement des audiences numériques.

France Télévisions reste néanmoins le premier média des Français. Chaque jour, près d'un Français sur deux continue néanmoins à regarder les contenus de France Télévisions (couverture 4 écrans quotidienne de 48,6 %, soit 29,8 millions d'individus).

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

S'agissant de la structure de l'audience, les parts d'audience de France Télévisions sur les enfants (4-14 ans) (19,2%) comme sur les jeunes adultes (15-24 ans) (16,5%) progressent nettement, respectivement de +1,2 et +0,8 point, grâce aux bons résultats de France 4 sur les 4-14 ans et de France 2 sur les 15-24 ans.

Audiences numériques

Le développement de l'offre numérique de France Télévisions a vocation à répondre à la profonde mutation des usages et aux nouveaux modes de consommation audiovisuelle. Il s'agit de s'adresser à l'ensemble du public à travers de nouvelles offres, en particulier à destination des moins de 35 ans, de renforcer l'attractivité technologique des offres numériques éditées par France Télévisions, et de maîtriser la distribution des contenus.

En 2019, le nombre de vidéos vues sur l'ensemble des supports numériques (interne et externe) est de 817 millions en moyenne par mois, proche de la prévision 2019 (820 millions) et en forte progression de +31% par rapport à l'année 2018. Les vidéos visionnées sur les services distribués en propre par France Télévisions (france.tv, franceinfo, offres jeunesse) progressent de +16% vs. 2018 (+11 points vs l'évolution de l'année précédente). Les plateformes externes progressent de +34% vs 2018, ces environnements proposant désormais principalement des vidéos ou extraits de courte durée.

En cohérence avec les arbitrages rendus mi-2018 par le Gouvernement sur les nouvelles ambitions de l'audiovisuel public, l'entreprise a révisé sa stratégie au second semestre afin d'amplifier l'empreinte numérique de France Télévisions, en mobilisant des moyens plus importants sur les contenus et les technologies (+100 M€ de moyens dédiés au numérique sont prévus à l'horizon 2022) et en privilégiant le renforcement de ses services numériques à la distribution *via* des plateformes externes.

Dans cette perspective, France Télévisions a lancé Slash, une nouvelle offre numérique à destination des 15-30 ans, dont certains programmes rencontrent un succès très important à l'instar de la série *Skam*. La société a également participé activement au lancement d'une nouvelle offre culturelle 100 % numérique, Culture Prime, qui expose le meilleur des productions culturelles de l'audiovisuel public auprès d'un public plus jeune en s'appuyant sur les codes des réseaux sociaux. Enfin, des chantiers structurants ont abouti au second semestre 2019 : refonte de l'offre vidéo france.tv, et lancement de la nouvelle offre éducative Lumni et de la nouvelle offre destinée aux enfants, Okoo. Les travaux se sont par ailleurs poursuivis en vue du lancement du portail « Outre-mer La 1^{ère} » au printemps 2020.

En parallèle, France Télévisions a entamé un processus d'assèchement graduel de la mise en ligne de contenus en intégralité sur YouTube et a initié un partenariat avec TF1 et M6 pour créer *Salto*, une nouvelle plateforme vidéo dédiée à tous les usages et proposant une sélection des meilleurs programmes des trois groupes français.

Cette nouvelle stratégie conduit ainsi France Télévisions à porter désormais l'effort sur l'amélioration des performances de ses offres franceinfo et France.tv et rend moins pertinente l'appréciation de sa performance numérique à travers l'indicateur « audience des offres numériques tous supports » en million de vidéos vues. Celui-ci est en effet fortement tributaire de l'exposition sur les plateformes externes et de l'effet volume qui caractérise la consommation dans ces environnements, sans considération notamment de la durée des contenus visionnés.

OBJECTIF 3**Assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion****INDICATEUR 3.1****Maîtrise des charges**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Prévision PAP 2019	2019 Prévision actualisée	2019 Réalisation	2020 Cible PAP 2019
Charges de personnel	M€	900,5	904	Non déterminé	899	902,4	Non déterminé

Commentaires techniques

Mode de calcul: Masse salariale de FTV S.A. correspondant au compte 64, y compris CICE, retraité des indemnités de départ en retraite et de licenciement et des suppléments de cachet.

La réalisation 2018 a été rectifiée par cohérence avec l'arrêté des comptes de l'exercice et la valeur retenue au PAP 2020. En 2018, la masse salariale (hors indemnités de départ en retraite et de licenciement et hors suppléments de cachets) s'est établie à 899,3 M€, l'impact rétroactif du 1/10 de congés payés correspondant aux années 2013 à 2016 (4,6 M€) ayant été, avec l'accord des administrations de l'Etat, retraité du périmètre mesuré.

La prévision actualisée 2019 correspond à la reprévision présentée au Conseil d'administration du 11 juillet 2019. La réalisation 2019 correspond à l'arrêté des comptes 2019, sous réserve de leur approbation par les commissaires aux comptes et le conseil d'administration du 2 avril 2020.

Source des données: France Télévisions.

INDICATEUR 3.2**Ressources propres**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Prévision PAP 2019	2019 Prévision actualisée	2019 Réalisation	2020 Cible PAP 2019
Ressources propres	M€	399,5	398,2	Non déterminé	397,8	411	Non déterminé

Commentaires techniques

Mode de calcul: Somme des lignes « publicité et parrainage », autres recettes, résultat des autres activités du compte de résultat métier, retraité des recettes affectées qui trouvent une contrepartie dans les charges de France Télévisions et ne peuvent être considérées comme des ressources propres. La réalisation 2019 correspond à l'arrêté des comptes 2019, sous réserve de leur approbation par les commissaires aux comptes et le conseil d'administration du 2 avril 2020.

Source des données: France Télévisions.

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

	Unité	2016 Réalisation	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Prévision PAP 2019	2019 Réalisation	2020 Cible
Développement des recettes commerciales	en M€	17,6	19,1	19,1	n.d.	22,9	n.d.

Commentaires techniques

Mode de calcul: Somme des résultats d'exploitation de France Télévisions Publicité (FTP) et France Télévisions Distribution (FTD), du résultat net consolidé de France tv Studios et des reversements de FTD à FTV au titre des activités pour lesquelles FTV la mandate. La réalisation 2019

correspond à l'arrêté des comptes 2019, sous réserve de leur approbation par les commissaires aux comptes et le conseil d'administration du 2 avril 2020.

Source des données : France Télévisions.

INDICATEUR 3.3

Résultat net

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Prévision PAP 2019	2019 Prévision actualisée	2019 Réalisation	2020 Cible PAP 2019
Résultat net	M€	6,8	Non déterminé	Non déterminé	7,2	26,4	Non déterminé

Commentaires techniques

Mode de calcul : Résultat net consolidé FTV après impôts. La prévision actualisée 2019 correspond au chiffre issu de la reprévision 2019 présentée au conseil d'administration de France Télévisions du 11 juillet 2019. La réalisation 2019 correspond à l'arrêté des comptes 2019, sous réserve de leur approbation par les commissaires aux comptes et le conseil d'administration du 2 avril 2020.

Source des données : France Télévisions.

ANALYSE DES RÉSULTATS

Maîtrise des charges

La consolidation de l'équilibre financier de France Télévisions repose sur une condition centrale de maîtrise de la masse salariale, qui suppose d'engager des réformes structurelles permettant d'assainir l'exploitation de l'entreprise et d'investir les possibilités nouvelles offertes par le développement de nouveaux modes de fonctionnement et de production induits par la transformation numérique et technologique.

En 2019, la masse salariale (hors indemnités de départ en retraite et de licenciements et hors suppléments de cachets) s'établit à 902,4 M€, en progression de 2,9 M€ (+0,3%) par rapport à 2018, pour mémoire inférieure de 2,6 M€ à la cible de 905 M€ fixée dans le contrat d'objectifs et de moyens 2016-2020, et en tout état de cause inférieure à la tendance mécanique de glissement des charges (de l'ordre de 15 M€ chaque année).

La maîtrise durable et structurelle de la masse salariale a ainsi été recherchée par la société à travers un pilotage renforcé des effectifs et des remplacements, puis par l'ouverture à partir de l'été du dispositif de rupture conventionnelle collective prévu par l'accord conclu le 9 mai avec la CFDT, FO et la CGT, accord dont les termes et le calendrier de conclusion, par construction, n'étaient pas connus lors de l'adoption du budget 2019 par le conseil d'administration. Le niveau des effectifs s'établit *in fine* à 9 456 ETP en 2019, en diminution significative par rapport à 2018 (-162 ETP), et inférieur de 14 ETP au niveau budgété.

Ressources propres

L'indicateur de ressources propres s'établit à 411 M€, en augmentation de 12,8 M€ par rapport à 2018. L'exercice 2019 est marqué par des recettes publicitaires en hausse (+4,3 M€, dont +1,4 M€ sur le numérique), conséquence de la très bonne dynamique des programmes de France Télévisions en matière d'audiences. Cette évolution est d'autant plus significative qu'elle s'opère sur un marché relativement atone. Par ailleurs, les autres recettes progressent de 2,7 M€ en raison de la hausse des revenus issus des contrats de distribution auprès des fournisseurs d'accès internet. Le résultat des autres activités est également en progression de 7,1 M€ en raison du résultat de France Télévisions Publicité plus élevé que prévu et d'une perte d'exploitation moins importante que prévu pour la filiale francetv.svod.

A 22,9 M€ en 2019, l'indicateur de développement des recettes commerciales est en augmentation de 20% (+ 3,8 M€) par rapport à 2018, ce qui s'explique par la hausse de toutes les composantes de l'indicateur avec notamment :

- les bonnes performances des France Télévisions Publicité et de France.tv Studio, portés par le développement de l'activité de production avec notamment le feuilleton quotidien de France 2, *Un si grand soleil* ;
- la moindre dégradation du résultat d'exploitation de la filiale francetv.svod ce qui s'explique par le changement de stratégie ayant conduit à privilégier le lancement d'une offre commune avec TF1 et M6 ;
- la hausse des reversements de la filiale France Télévisions Distribution à France Télévisions.

Résultat net

En 2019, France Télévisions affiche un résultat d'exploitation à l'équilibre pour la quatrième année consécutive, grâce à un pilotage fin de l'activité et des coûts et à la bonne performance des activités commerciales, dans un contexte de baisse des concours publics.

Le résultat net 2019 est bénéficiaire de 26,4 M€, ce qui s'explique notamment par :

- le résultat exceptionnel (19 M€) correspondant principalement aux plusvalues réalisées sur des opérations immobilières ;
- le résultat des sociétés mises en équivalence (7,9 M€), lié notamment à la cession des titres Mezzo dont France Télévisions détenait 40%.

PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

2019 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS OUVERTS ET DES CRÉDITS CONSOMMÉS

2019 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action <i>Prévision LFI 2019 Consommation 2019</i>	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
01 – France Télévisions	2 543 117 594 2 543 117 594	2 543 117 594 2 543 117 594	2 543 117 594
Total des AE prévues en LFI	2 543 117 594	2 543 117 594	2 543 117 594
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP			
Total des AE ouvertes	2 543 117 594	2 543 117 594	
Total des AE consommées	2 543 117 594	2 543 117 594	

2019 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action <i>Prévision LFI 2019 Consommation 2019</i>	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
01 – France Télévisions	2 543 117 594 2 543 117 594	2 543 117 594 2 543 117 594	2 543 117 594
Total des CP prévus en LFI	2 543 117 594	2 543 117 594	2 543 117 594
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP			
Total des CP ouverts	2 543 117 594	2 543 117 594	
Total des CP consommés	2 543 117 594	2 543 117 594	

2018 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LFI) ET DES CRÉDITS CONSOMMÉS

2018 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action <i>Prévision LFI 2018 Consommation 2018</i>	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total hors FdC et AdP prévus en LFI	Total y.c. FdC et AdP
01 – France Télévisions	2 567 907 594	2 567 907 594	2 567 907 594

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total hors FdC et AdP prévus en LFI	Total y.c. FdC et AdP
<i>Prévision LFI 2018</i> Consommation 2018			
	2 567 907 594		2 567 907 594
Total des AE prévues en LFI	2 567 907 594	2 567 907 594	2 567 907 594
Total des AE consommées	2 567 907 594		2 567 907 594

2018 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total hors FdC et AdP prévus en LFI	Total y.c. FdC et AdP
<i>Prévision LFI 2018</i> Consommation 2018			
01 – France Télévisions	2 567 907 594 2 567 907 594	2 567 907 594	2 567 907 594 2 567 907 594
Total des CP prévus en LFI	2 567 907 594	2 567 907 594	2 567 907 594
Total des CP consommés	2 567 907 594		2 567 907 594

PRÉSENTATION PAR TITRE ET CATÉGORIE DES CRÉDITS CONSOMMÉS

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées* en 2018	Ouvertes en LFI pour 2019	Consommées* en 2019	Consommés* en 2018	Ouverts en LFI pour 2019	Consommés* en 2019
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	2 567 907 594	2 543 117 594	2 543 117 594	2 567 907 594	2 543 117 594	2 543 117 594
Prêts et avances	2 567 907 594	2 543 117 594	2 543 117 594	2 567 907 594	2 543 117 594	2 543 117 594
Total hors FdC et AdP		2 543 117 594			2 543 117 594	
Total*	2 567 907 594	2 543 117 594	2 543 117 594	2 567 907 594	2 543 117 594	2 543 117 594

* 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 2019 a été réalisé sur la base des seules mesures votées avant le dépôt du projet de loi de finances pour 2019. 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 2019.

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 (3)

(en millions d'euros)

Dépenses fiscales sur impôts d'État contribuant au programme de manière principale		Chiffrage définitif 2018	Chiffrage initial 2019	Chiffrage actualisé 2019
950101	Dégrèvement en faveur des personnes de condition modeste Contribution à l'audiovisuel public <i>Bénéficiaires 2017 : 4304000 Menages - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Fiabilité : Bonne - Création : 2004 - Dernière modification : 2014 - Dernière incidence budgétaire : dépense fiscale non bornée - Fin du fait générateur : dépense fiscale non bornée - code général des impôts : 1605 bis-2°</i>	604	540	545
950102	Dégrèvement en faveur des personnes de condition modeste au titre des "droits acquis" Contribution à l'audiovisuel public <i>Bénéficiaires 2017 : 127000 Menages - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Fiabilité : Bonne - Création : 2004 - Dernière modification : 2012 - Dernière incidence budgétaire : dépense fiscale non bornée - Fin du fait générateur : dépense fiscale non bornée - code général des impôts : 1605 bis-3°</i>	15	12	12
740106	Taux de 2,10 % applicable à la contribution à l'audiovisuel public Régimes particuliers <i>Bénéficiaires 2017 : (nombre non déterminé) Entreprises - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Fiabilité : Bonne - Création : 1990 - Dernière modification : 2017 - Dernière incidence budgétaire : dépense fiscale non bornée - Fin du fait générateur : dépense fiscale non bornée - code général des impôts : 281 nonies</i>	655	655	
Coût total des dépenses fiscales		1 274	1 207	557

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		2 543 117 594	2 543 117 594		2 543 117 594	2 543 117 594
		2 543 117 594	2 543 117 594		2 543 117 594	2 543 117 594
Total des crédits prévus en LFI *		2 543 117 594	2 543 117 594		2 543 117 594	2 543 117 594
Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP						
Total des crédits ouverts		2 543 117 594	2 543 117 594		2 543 117 594	2 543 117 594
Total des crédits consommés		2 543 117 594	2 543 117 594		2 543 117 594	2 543 117 594
Crédits ouverts - crédits consommés						

* hors FdC et AdP pour les montants de la LFI

PASSAGE DU PLF À LA LFI

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
PLF	0	2 543 117 594	2 543 117 594	0	2 543 117 594	2 543 117 594
Amendements	0	0	0	0	0	0
LFI	0	2 543 117 594	2 543 117 594	0	2 543 117 594	2 543 117 594

France Télévisions

Programme n° 841 | JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

DÉPENSES PLURIANNUELLES

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

AE 2019	CP 2019
AE ouvertes en 2019 * (E1) 2 543 117 594	CP ouverts en 2019 * (P1) 2 543 117 594
AE engagées en 2019 (E2) 2 543 117 594	CP consommés en 2019 (P2) 2 543 117 594
AE affectées non engagées au 31/12/2019 (E3) 0	dont CP consommés en 2019 sur engagements antérieurs à 2019 (P3 = P2 - P4) 2 543 117 594
AE non affectées non engagées au 31/12/2019 (E4 = E1 - E2 - E3) 0	dont CP consommés en 2019 sur engagements 2019 (P4) 0

RESTES À PAYER

Engagements ≤ 2018 non couverts par des paiements au 31/12/2018 brut (R1) 0					
Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2018 (R2) 0					
Engagements ≤ 2018 non couverts par des paiements au 31/12/2018 net (R3 = R1 + R2) 0	–	CP consommés en 2019 sur engagements antérieurs à 2019 (P3 = P2 - P4) 2 543 117 594	=	Engagements ≤ 2018 non couverts par des paiements au 31/12/2019 (R4 = R3 - P3) -2 543 117 594	
AE engagées en 2019 (E2) 2 543 117 594	–	CP consommés en 2019 sur engagements 2019 (P4) 0	=	Engagements 2019 non couverts par des paiements au 31/12/2019 (R5 = E2 - P4) 2 543 117 594	
				Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2019 (R6 = R4 + R5) 0	
					Estimation des CP 2020 sur engagements non couverts au 31/12/2019 (P5) 0
					Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2020 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2019 (P6 = R6 - P5) 0

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

* LFI 2019 + reports 2018 + mouvements réglementaires + FDC + ADP + fongibilité asymétrique + LFR

France Télévisions

Programme n° 841 | JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

JUSTIFICATION PAR ACTION

Action 01**France Télévisions**

	Prévision LFI			Réalisation		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
(y.c. FdC et AdP)						
Autorisations d'engagement		2 543 117 594	2 543 117 594		2 543 117 594	2 543 117 594
Crédits de paiement		2 543 117 594	2 543 117 594		2 543 117 594	2 543 117 594

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	2 543 117 594	2 543 117 594	2 543 117 594	2 543 117 594
Prêts et avances	2 543 117 594	2 543 117 594	2 543 117 594	2 543 117 594
Total	2 543 117 594	2 543 117 594	2 543 117 594	2 543 117 594

NB :

Lors de l'élaboration de la justification au premier euro pour l'exercice 2018, il avait été souligné que France Télévisions avait engagé avec ses partenaires sociaux la négociation d'un accord de rupture conventionnelle collective et de reconstitution des effectifs du groupe. La signature de cet accord, intervenu le 9 mai 2019, a conduit France Télévisions à provisionner dans les comptes 2018 le montant nécessaire au financement de ce dispositif. Les comptes 2018 définitifs de France Télévisions ont été approuvés lors de la séance du Conseil d'administration du 10 mai 2019.

Avant les éléments non récurrents, le résultat net du groupe 2018 est bénéficiaire pour la quatrième année consécutive et s'est établi à 3,5 M€. La prise en compte de la provision comptabilisée en clôture au titre du plan de départs, sous-tendant le projet d'entreprise 2019-2022, conduit à un résultat net de -89,3 M€. Le financement de ce dispositif affecte ainsi mécaniquement le résultat net, indépendamment des caractéristiques de l'exploitation au cours de l'année 2018.

1) Un budget 2019 pour la création, l'information, la proximité et le numérique dans un cadre financier équilibré

La structure d'exploitation de France Télévisions, à l'instar d'autres entreprises des médias, est tendanciellement marquée par un « effet de ciseau », qui traduit l'alourdissement mécanique de ses charges et parallèlement une tendance à l'érosion de ses ressources. Dans ce contexte, doublé d'un environnement numérique en rapide mutation, le financement des ambitions de développement de l'entreprise a nécessairement pour corollaires la définition de priorités stratégiques claires et resserrées et la réalisation d'économies structurelles.

Dans ce contexte, les **priorités stratégiques** définies dès 2016, et confortées par les arbitrages pris par le Gouvernement en 2018, se sont concrétisées dans le budget 2019 :

- **soutenir la création**, en préservant le niveau de 420 M€ d'investissement dans la création audiovisuelle malgré la baisse des ressources. Cet engagement financier est consacré par le nouvel accord conclu en 2019 avec les organisations représentant la production indépendante, qui permet en outre à France Télévisions d'accélérer la mutation numérique de ses offres avec des droits étendus tout en confiant davantage de projets à sa filiale France.tv Studios, productrice notamment du feuilleton quotidien *Un si grand soleil* diffusé sur France 2 depuis septembre 2018 ;
- **offrir une information de service public exemplaire, réactive et innovante** avec la poursuite du développement de franceinfo, offre d'information globale et multi-support en continu éditée par France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA, avec l'ambition de consolider durablement sa place de première offre française d'information en ligne. Les moyens de l'information nationale sont désormais mutualisés au sein d'une rédaction unique, à l'issue du processus de fusion qui s'est achevé fin 2018 ;
- **renforcer la proximité avec les citoyens sur l'ensemble du territoire, dans l'hexagone comme outre-mer**. En 2019, cette orientation s'est traduite notamment par l'expérimentation puis l'annonce de la généralisation des matinales communes entre France 3 et France Bleu et par le déploiement du Pacte pour la visibilité des outre-mer, conclu en juillet entre la société et les ministères de l'outre-mer et de la culture.
- **proposer une offre numérique de référence et adaptée aux nouveaux usages**, en faisant de la plateforme gratuite france.tv la première antenne du groupe et en développant des offres de destination adaptées aux jeunes publics : après Slash, pour les 18-30 ans, deux nouvelles offres essentielles à la reconquête des jeunes publics ont vu le jour en 2019 : Okoo, destinée aux enfants et accessible sur tous les écrans et Lumni, offre éducative issue d'un partenariat avec tous les acteurs de l'audiovisuel public français. Par ailleurs, 2019 a vu la concrétisation de l'entreprise commune Salto, née d'un partenariat entre France Télévisions, TF1 et M6, qui devrait donner lieu à un lancement au second semestre 2020.

Le budget 2019, approuvé en décembre 2018 par le conseil d'administration, s'inscrivait dans un contexte de diminution de la dotation publique de France Télévisions (-26 M€ par rapport à 2018 et -57 M€ par rapport à 2017). Une légère diminution des ressources publicitaires (- 2,2 M€) était en outre anticipée au budget, eu égard aux prévisions de marché peu favorables qui prévalaient au moment de la construction budgétaire.

Dans un contexte marqué par ailleurs par la reprise de l'inflation ce **budget 2019 reposait sur la poursuite des efforts de maîtrise des charges, notamment salariales, afin de pérenniser l'équilibre d'exploitation retrouvé depuis 2016**. Le budget 2019 présentait ainsi un **résultat d'exploitation à l'équilibre** et un **résultat net bénéficiaire de 4,1 M€**.

2) En exécution 2019, le résultat d'exploitation se situe à l'équilibre pour la quatrième année consécutive

Les **concours publics (2 491,3 M€)** sont en ligne avec le budget et en baisse de 26 M€ par rapport à 2018.

Les recettes de **publicité et parrainage (351,9 M€)** affichent une progression de 4,3 M€ par rapport au réel 2018 et de 6,3 M€ par rapport au budget. Cette évolution est d'autant plus significative qu'elle s'opère au cours d'une année sans olympiade, dans un contexte d'atonie du marché (-0,3 % selon l'estimation de l'IREP) et de diminution de la durée d'écoute individuelle (DEI) liée à la baisse du nombre moyen de téléspectateurs au profit d'autres écrans. C'est principalement la très bonne orientation des audiences du groupe tant en télévision que sur le numérique qui a permis de dépasser les objectifs budgétaires.

Les **recettes nettes disponibles (2 524,4 M€)** sont inférieures de 18,5 M€ à 2018 et en hausse de 4,3 M€ par rapport au budget initial.

Le **coût de grille (2 102,6 M€)** est inférieur de 6,8 M€ au réalisé 2018 et supérieur de 8,4 M€ (+0,4 %) au budget :

- **Le coût de grille de l'information nationale (259 M€)** est sensiblement stable (+0,2 M€ vs. 2018 et -0,2 M€ vs. budget). Les surcoûts constatés à la direction de l'information nationale (couverture du mouvement des

Gilets jaunes, renforcement des magazines *Vous avez la parole* et *13h15*) sont presque totalement compensés par des économies sur périmètre de la direction.

- **Le coût de grille des sports (193,6 M€)** est inférieur de 6,1 M€ à 2018 et supérieures de 0,9 M€ par rapport au budget. Les économies dégagées sur les coûts de production ne compensent que partiellement le léger débord observé sur les effectifs ainsi que sur les hypothèses budgétaires non concrétisées de partage ou de revente de certains droits sportifs.
- **Le coût de grille du programme national (1 009,3 M€)** est inférieur de 17,8 M€ à 2018 mais en amélioration sensible (+8,8 M€) par rapport au budget. L'amélioration par rapport au budget traduit le redéploiement des économies de structure, en exécution, sur le financement des contenus prioritaires, particulièrement la création préfinancée et singulièrement la fiction.
- **Le coût de grille du programme régional de France 3 (386 M€)** est supérieur de 7,6 M€ à 2018. Il est légèrement inférieur (-0,8 M€) au budget grâce aux économies réalisées sur la masse salariale. Ces économies compensent les effets de la dynamique de développement de l'offre en régions (matinales communes, soutien au documentaire régional...).
- **Le coût de grille des Outre-mer La 1^{ère} (195,2 M€)** est supérieur de 4,8 M€ à 2018 et en dépassement de 2,7 M€ par rapport au budget : le réseau absorbe en effet en 2019 les effets salariaux du 1/10^{ème} de congés payés, partiellement compensés par une économie sur les charges hors personnel (achats de programmes, décalage de la relocalisation de Mayotte...).
- **Le numérique (59,5 M€)** progresse de 4,5 M€ par rapport à 2018 mais s'établit en retrait de 3,1 M€ par rapport au budget du fait du décalage de certaines prestations et du comblement de certains postes vacants. La progression sur un an traduit le développement des offres lancées en fin d'année (Lumni, Okoo) et la mise à niveau technique de France.tv intervenue en 2019. Pour autant, en considérant l'ensemble des dépenses consacrées au numérique (y compris celles qui figurent sur d'autres lignes du coût de grille), celles-ci progressent de 18M€ par rapport à 2018 et s'établissent à 118 M€.

Les coûts supports s'élèvent à 334,6 M€ en 2019, en augmentation de 7,4 M€ par rapport à 2018, et de +6,2 M€ par rapport au budget :

- **Le support antennes et programmes (202,3 M€)** est sensiblement stable (+0,5M€) par rapport à 2018, et en débord de 3,9 M€ par rapport au budget, du fait d'une régularisation concernant l'utilisation du fonds tiers de l'INA sur les exercices précédents et de tensions sur les ETP. Ce débord est partiellement compensé par des économies sur les charges de fonctionnement.
- **Le support technique et informatique partagé (57 M€)** est supérieur de 5,3 M€ à 2018, et en débord de 3 M€ par rapport au budget. Ces évolutions portent l'impact des grèves de fin d'année et d'une baisse d'activité de la vidéo mobile liée à des arrêts d'émissions (jeux, magazines, ...). La direction des technologies est en légère économie du fait des efforts d'optimisation sur les coûts des prestations et de la maintenance.
- **Les coûts techniques de diffusion (75,3 M€)** sont supérieurs de 1,7 M€ à 2018, du fait principalement de la diffusion de franceinfo outre-mer à compter du printemps, et néanmoins en économie de 0,7 M€ par rapport au budget en raison notamment du décalage de certains projets.

Les subventions cinéma (16,8 M€) sont en ligne avec le budget.

Les variations de provisions et autres charges (33,2 M€) sont supérieurs de 1,7 M€ par rapport au budget en raison d'un niveau de litiges plus élevé que prévu. Elles s'établissent néanmoins en baisse de 10,2 M€ par rapport à 2018, en raison de la diminution de la dotation aux provisions pour indemnités de départ à la retraite.

Les frais généraux (96,6 M€) sont inférieurs de 0,2 M€ à 2018, et en économie de 2,5 M€ par rapport au budget en raison de la masse salariale (niveau d'ETP inférieur au budget) et des économies sur les charges hors personnel (décalages de projets et de prestations notamment).

Le résultat des autres activités (56,5 M€) affiche un résultat supérieur de 4,8 M€ à celui de 2018 et de 7,1 M€ par rapport au budget : cette évolution est principalement liée au bon résultat des régies publicitaires et à une perte moins

importante que prévu de l'activité de la filiale FrancetvSVOD, le projet porté par France Télévisions ayant été décalé puis réorienté vers un projet commun avec TF1 et M6.

Le résultat du producteur (3,6 M€), supérieur de 4,3 M€ à 2018, affiche également un résultat supérieur au budget de 3,2 M€ en raison d'une amélioration du résultat des filiales cinéma lié d'une part à un niveau de recettes supérieur et d'autre part à un nombre de films sortis en salles moins important que prévu.

Le résultat exceptionnel (19 M€) est supérieur de 10,3 M€ par rapport au budget et correspond aux plus-values réalisées sur des opérations immobilières (vente d'un immeuble à Issy-les-Moulineaux et de la péniche Thalassa ; échange de quote parts de propriété avec TDF concernant deux immeubles situés à Lille et Lyon).

Le résultat des sociétés mises en équivalence s'élève en 2019 à 7,9 M€ (contre 1,9 M€ en 2018) en avance de 7,1 M€ par rapport au budget en raison de la cession des titres Mezzo dont France Télévisions détenait 40%.

L'ensemble de ces éléments se traduit par un résultat net positif à 26,4 M€, en amélioration de 22,3 M€ par rapport au budget.

En 2019, la masse salariale (hors indemnités de départ en retraite et de licenciements et hors suppléments de cachets) s'établit à 902,4 M€, en progression de 2,9M€ par rapport à 2018. Par rapport au budget 2019, la masse salariale affiche un écart de 13,4 M€ (+1,5%), dont 11,1 M€ résultent, selon les informations présentées par la société à son comité d'audit, de circonstances externes à l'activité de l'exercice 2019. Cette évolution traduit ainsi à la fois la contentions du glissement mécanique des charges de personnel, permise par une nouvelle diminution importante des effectifs, et des effets prix défavorables pesant sur l'exercice (évolution des cotisations patronales AGIRC/ARRCO, majoration des heures week-end étendue aux intermittents, et progression de la valeur des CET).

L'effectif moyen atteint 9 455,8 ETP à fin décembre pour un budget annuel prévu de 9 470,4 ETP moyens, soit une économie de 14,6 ETP. La baisse des effectifs par rapport à 2018 est de -162,4 ETP. Cette baisse très marquée poursuit la tendance constatée ces dernières années et concerne l'ensemble des natures de contrats, permanents et non-permanents.

La situation de **la trésorerie**, au 31 décembre 2019, est positive à hauteur de 78,5 M€. La variation de trésorerie consolidée sur un an est de +42,5 M€.

Compte de résultat métier de France Télévisions

France.tv Compte de résultat métier consolidé (M€)	Réel 2018	Budget 2019	Réel 2019	Ecart Réel 2019 / Réel 2018	Ecart Réel 2019 / Budget
Concours publics	2 517,3	2 490,8	2 491,3	-26,0	+0,5
Publicité et parrainage	347,7	345,7	351,9	+4,3	+6,3
Autres recettes	14,1	17,8	16,9	+2,7	-0,9
Total CA diffusion	2 879,1	2 854,3	2 860,1	-19,0	+5,8
Total commissions et ayants droit	336,1	334,2	335,7	-0,5	+1,5
Recettes nettes disponibles	2 542,9	2 520,1	2 524,4	-18,5	+4,3
Information nationale	258,8	259,2	259,0	+0,2	-0,2
Sport national	199,6	192,6	193,6	-6,1	+0,9
Programme national	1 027,1	1 000,4	1 009,3	-17,8	+8,8
Programme régional métropolitain	378,5	386,8	386,0	+7,6	-0,8
Programme régional ultramarin	190,4	192,5	195,2	+4,8	+2,7
Numérique	55,0	62,6	59,5	+4,5	-3,1
Coût de grille	2 109,4	2 094,1	2 102,6	-6,8	+8,4
Support antennes et programmes	201,8	198,4	202,3	+0,5	+3,9
Support technique et informatique partagé	51,7	54,0	57,0	+5,3	+3,0
Coûts techniques de diffusion	73,6	76,0	75,3	+1,7	-0,7
Coûts supports	327,2	328,4	334,6	+7,4	+6,2
Coût des antennes	2 436,6	2 422,5	2 437,2	+0,6	+14,6
Subventions cinéma	16,8	16,8	16,8	-0,0	-0,0
Variation de provisions et autres dépenses	43,4	31,5	33,2	-10,2	+1,7
Frais généraux	96,8	99,1	96,6	-0,2	-2,5
Total des autres dépenses	157,0	147,4	146,6	-10,4	-0,8
Charges d'exploitation du diffuseur	2 593,6	2 569,9	2 583,8	-9,8	+13,8
Résultat opérationnel diffuseur	-50,7	-49,8	-59,4	-8,7	-9,5
Résultat autres activités	51,7	49,4	56,5	+4,8	+7,1
Résultat du producteur	-0,7	0,4	3,6	+4,3	+3,2
Résultat d'exploitation avant coûts transformation	0,4	0,0	0,7	+0,4	+0,7
Transformation			-0,6	-0,6	-0,6
Résultat d'exploitation	0,4	0,0	0,1	-0,3	+0,1
Résultat financier	-1,9	-1,3	-0,5	+1,4	+0,8
Résultat exceptionnel	-89,7	8,6	19,0	+108,7	+10,3
Sociétés MEE	1,9	0,8	7,9	+6,0	+7,1
Résultat avant impôts	-89,4	8,1	26,4	+115,8	+18,3
Impôts	0,0	-4,0	0,0	-0,0	+4,0
Résultat net	-89,3	4,1	26,4	+115,8	+22,3