

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

2020

FRANCE TÉLÉVISIONS



PROGRAMME 841

FRANCE TÉLÉVISIONS

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 a pour objet le financement de France Télévisions. En application de l'article 44 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, France Télévisions est chargée de concevoir et programmer des émissions de télévision à caractère national, régional et local ainsi que des émissions de radio ultramarines.

Dans un environnement audiovisuel bouleversé par la démultiplication de l'offre, le développement des usages non linéaires et une intensification de la concurrence d'acteurs internationaux, le groupe France Télévisions poursuit sa transformation dans le cadre des orientations arbitrées par le Gouvernement mi-2018 qui constituent, dans le contexte de la crise sanitaire de la Covid-19, des enjeux encore plus centraux qu'hier. L'objectif de cette transformation est de renforcer la valeur ajoutée de ses contenus et son utilité sociale tout en s'adaptant à la révolution numérique pour s'adresser à tous les publics autour de cinq priorités : la création et la culture ; la jeunesse et l'éducation ; l'information ; la proximité et la transformation numérique. C'est autour de ces priorités qu'a été élaboré le projet de contrat d'objectifs et de moyens (COM) 2020-2022.

En 2020, dans le but de clarifier et de stabiliser le cadre stratégique et financier de l'audiovisuel public, le Gouvernement a en effet invité l'ensemble des entreprises du secteur couvertes par un contrat d'objectifs et de moyens (COM) (France Télévisions, Radio France, France Médias Monde, l'Institut national de l'audiovisuel et ARTE France) à le renégocier. Pour la première fois, ces contrats, qui seront signés au cours du premier semestre 2021, seront alignés entre eux et sur l'horizon budgétaire prévisible (2022). Plus concis et plus stratégiques, ils déclinent la feuille de route fixée dans le cadre du plan de transformation du secteur audiovisuel public annoncé par le Gouvernement à l'été 2018. De manière inédite, ils comportent un volet commun dédié à leurs missions partagées. Ce faisant, ils constitueront des instruments de coopération et d'accélération des synergies entre les entreprises concernées. Ils comportent en outre un volet spécifique à chaque entreprise défini en lien avec les missions spécifiques et la stratégie propre de celle-ci.

Afin de faire face à la concurrence de plateformes mondialisées, la création française, notamment en fiction, doit être toujours plus innovante, ce qui implique le maintien d'un haut niveau d'investissement et le développement de formats et d'écritures toujours plus adaptés au numérique et aux jeunes publics. En 2019 et 2020, des accords structurants ont été conclus entre France Télévisions et les organisations professionnelles représentant la création audiovisuelle et cinématographique. Ils pérennisent un engagement d'investissement global à 480 M€ par an parallèlement à une modernisation des droits d'exploitation acquis par France Télévisions auprès des producteurs des œuvres qu'elle finance, de manière à mieux prendre en compte l'évolution des usages. Egalement dans le but de proposer une alternative aux offres internationales et anglo-saxonnes, les groupes France Télévisions, TF1 et M6 se sont alliés pour constituer Salto, une plateforme française de vidéo à la demande par abonnement, lancée le 20 octobre 2020.

Dans le contexte de la crise sanitaire, le rôle et la responsabilité de France Télévisions à l'égard des industries culturelles, durement frappées par la crise, a emprunté la voie d'une action résolue en faveur de l'exposition du spectacle vivant (concrétisé notamment en 2021 avec le lancement de la chaîne éphémère Culturebox le 1^{er} février 2021), du livre et plus généralement du rayonnement de la culture, dans la continuité des initiatives conduites pendant le confinement.

En matière de jeunesse et d'éducation, France Télévisions a pour objectif de renforcer son ancrage auprès des jeunes publics avec des programmes à la fois ambitieux et accessibles, adaptés à chaque tranche d'âge. Sa mission éducative s'est exprimée avec force durant la crise sanitaire du printemps 2020 et a vocation à trouver une place renforcée tant dans les contenus télévisuels qu'à travers Lumni, l'offre éducative commune des sociétés de

l'audiovisuel public lancée fin 2019. Prévu en 2020, l'arrêt de la diffusion TNT de France 4 a été reporté à août 2021 afin de permettre à la chaîne de continuer à assumer sa mission d'accompagnement scolaire dans le contexte de crise sanitaire. Parallèlement, France Télévisions déploie un ensemble de contenus divertissants, diversifiés et de qualité destinés aux enfants sur tous les écrans, à travers Okoo, offre et application lancée en décembre 2019. A destination des adolescents et jeunes adultes, Slash dont l'audience a augmenté de 110% entre fin 2019 et fin 2020 cumulant plus de 215 millions de vues, poursuit son développement autour de nouveaux contenus innovants, notamment en fiction originale française.

Face au risque de manipulation et à la multiplication des sources, l'information de service public incarnée par France Télévisions doit plus que jamais constituer une référence en matière de fiabilité, de pédagogie et de mise en perspective des événements – comme elle l'a été tout au long de l'année 2020 dans le contexte de crise sanitaire. 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, notamment par le biais d'un renforcement des moyens consacrés au média global franceinfo.

S'agissant de la proximité, les réseaux France 3 et France Bleu ont annoncé en mai 2019 la généralisation progressive des émissions matinales communes à horizon 2022. Après une phase d'expérimentation en 2019, six matinales communes ont été lancées en 2019 et cinq matinales supplémentaires en 2020.

Par ailleurs, dans le cadre de la mise en œuvre 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 en prévision de la fermeture de France Ô intervenue à l'été 2020, un vaste travail de redéfinition de l'offre linéaire et non linéaire a été conduit en 2020 afin de parvenir à une plus juste représentation des Outre-mer dans l'ensemble de l'offre. Ainsi, à titre d'exemple, le groupe a diffusé 27 programmes ultra-marins en première partie de soirée en 2020, contre 8 en 2018.

Enfin, l'offre de la télévision publique s'attache à être toujours plus inclusive et représentative de tous les citoyens. A ces fins, la parité est systématiquement recherchée, dans les contenus comme dans les structures, et un plan d'actions pour la diversité et l'inclusion, assorti d'objectifs chiffrés de progression de la représentation de la diversité, sera élaboré par l'entreprise.

La transformation profonde des organisations et structures de l'entreprise permettra de recentrer l'allocation des moyens sur les contenus et en particulier au profit du rayonnement numérique de l'offre.

Ces axes prioritaires s'inscrivent dans une trajectoire budgétaire pluriannuelle contrainte, dans le contexte de baisse significative des concours publics à l'horizon 2022. 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 150 M€ (par rapport à 2017) 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. 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 | 2018 Réalisation | 2019 Réalisation | 2020 Prévision PAP 2020 | 2020 Prévision actualisée | 2020 Réalisation | 2020 Cible PAP 2020 |
|---|-------|---------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------------------|---------------------|---------------------------|
| Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales | % | 81,3 | 81,4 | Non déterminé | 80,5 | 80,3 | 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 2020 correspond à la révision des hypothèses budgétaires présentée au conseil d'administration du 9 juillet 2020. La réalisation 2020 correspond à l'arrêté des comptes 2020 sous réserve de leur certification par les commissaires aux comptes et de leur approbation par le conseil d'administration du 25 mars 2021.

Source des données : France Télévisions.

INDICATEUR

1.2 – Qualité des programmes de fiction et d'information

(du point de vue du citoyen)

| | Unité | 2018 Réalisation | 2019 Réalisation | 2020 Prévision PAP 2020 | 2020 Prévision actualisée | 2020 Réalisation | 2020 Cible PAP 2020 |
|---|-------------|---------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------------------|---------------------|---------------------------|
| Indicateur de qualité des programmes de fiction française | Note sur 10 | 7,8 | 7,9 | Non déterminé | Non déterminé | 7,9 | Non déterminé |
| Qualité des programmes d'information | Note sur 10 | Non déterminé | 6,1 | Non déterminé | Non déterminé | 6 | Non déterminé |

Commentaires techniques

Mode de calcul :

Pour la qualité de la fiction, les chiffres correspondent à la moyenne des notes obtenues par les programmes de fiction française diffusés sur France 2 et France 3. Ces notes sont issues du baromètre qualitatif, « Quali TV », enquête permanente d'évaluation de la qualité des programmes pilotée par l'institut de sondage Harris Interactive. Chaque jour, 1 800 à 2 000 individus âgés de 15 ans ou plus évaluent les émissions en leur donnant une note sur 10.

Fin 2016, l'institut Harris Interactive a fait évoluer la notion de « qualité » : jusqu'alors centrée autour de la note de satisfaction, la notion de « qualité » repose désormais sur la note d'impact qui agrège les indicateurs de satisfaction, mais également de souvenir, d'attention et de recommandation. Plus complète et reflétant mieux les nouveaux modes de consommation de la télévision, la note d'impact est mécaniquement plus faible que la note de satisfaction.

Pour la qualité de l'information, les chiffres sont issus d'une étude annuelle initiée en 2016, réalisée par l'institut IFOP auprès d'un échantillon de 2 000 individus représentatif de la population de 15 ans et plus. Les répondants ont évalué les offres d'information de France Télévisions et de ses principaux concurrents par des notes de d'appréciation (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 ; celle pour 2020, du 12 au 19 février 2021.

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

Source des données : Harris et IFOP.

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 Réalisation | 2019 Réalisation | 2020 Prévision PAP 2020 | 2020 Réalisation | 2020 Cible |
|--------------------------------------|-----------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------|---------------|
| Volume d'heures de fiction diffusées | Nombre d'heures | 7 273 | 7 066 | 5 696 | 5 374 | n.d. | 4 070 | n.d. |

Précisions méthodologiques :

Mode de calcul :

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

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 Réalisation | 2019 Réalisation | 2020 Prévision PAP 2020 | 2020 Réalisation | 2020 Cible |
|---|-------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------|---------------|
| Investissement dans la création audiovisuelle | En M€ | 405,2 | 421,4 | 420,5 | 420,6 | 420 | 422,1 | 420 |

Précisions méthodologiques :

Mode de calcul : dépenses réglementaires consacrées à la production d'œuvres audiovisuelles patrimoniales françaises et européennes (fiction, documentaire, animation, spectacles vivants), auxquelles s'ajoutent les investissements dans les documentaires régionaux et ultramarins. L'accord conclu le 9 juillet 2019 avec les organisations professionnelles engage France Télévisions à sanctuariser un investissement annuel minimal de 420 M€ dans la création audiovisuelle. La réalisation 2019 et 2020 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 Réalisation | 2019 Réalisation | 2020 Prévision PAP 2020 | 2020 Réalisation | 2020 Cible |
|-------------------------------------|-------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------|---------------|
| Journaux télévisés | Note sur 10 | 6,3 | 6,5 | 6,4 | 6,4 | n.d. | 6,4 | n.d. |
| Chaîne d'information en continu | Note sur 10 | 5,8 | 6 | 5,8 | 5,8 | n.d. | 5,8 | n.d. |
| Sites et applications d'information | Note sur 10 | 5,7 | 5,9 | 5,6 | 5,9 | n.d. | 5,6 | n.d. |
| Magazines d'information | Note sur 10 | 6,2 | 6,4 | 6,3 | 6,3 | n.d. | 6,2 | n.d. |

Commentaires techniques

Mode de calcul : étude réalisée chaque année auprès d'un échantillon de 2 000 individus représentatif de la population de 15 ans et plus. Les répondants ont évalué les offres d'information de France Télévisions et de ses principaux concurrents par des notes d'appréciation (note sur 10) et des items d'image. France Télévisions mesure 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 ; celle pour 2020, du 12 au 19 février 2021.

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.

L'année 2020 s'inscrit dans un double contexte de diminution des concours publics de 60 M€ HT par rapport à 2019 (-42 M€ HT à niveau de charges constant) et de crise sanitaire. Economiquement, cette dernière se traduit par une baisse de chiffre d'affaires publicitaire de 31,7 M€ par rapport aux prévisions initiales (et de 18,8 M€ par rapport à 2019), un impact significatif sur la grille de programmes (décalage des Jeux olympiques de Tokyo notamment) et des surcoûts liés aux frais directs induits par la crise sanitaire.

Dans le contexte de la crise, le groupe a adapté son offre de programmes ainsi que ses activités et son organisation du travail, tout en maintenant ses engagements en faveur de la création audiovisuelle et cinématographique aux niveaux prévus au budget. La priorité a notamment été donnée à l'information et aux programmes éducatifs ainsi qu'à l'offre de création et de proximité. Parallèlement, le maintien d'une gestion rigoureuse dans toutes les directions de l'entreprise a permis de contenir le niveau général des charges hors programmes et ainsi de limiter les effets de la diminution significative des ressources publicitaires.

Les dépenses de programmes représentent, cette année encore, le poste essentiel des charges opérationnelles de l'entreprise, en ligne avec les priorités stratégiques de France Télévisions, soit 80,3%, en baisse de 1,1 point par rapport à 2019, en raison :

- d'un tassement des dépenses de programmes (-67,1 M€) portant la marque de l'annulation ou du report d'événements majeurs (événements sportifs dont les Jeux olympiques de Tokyo, spectacles vivants...) ainsi que de l'arrêt puis d'une reprise progressive des activités de tournage et de production (flux, fictions, feuilletons..) et de reportage.

Cette évolution tient compte de l'impact à la hausse par rapport au budget initial (+21,2 M€) résultant de l'adaptation de la programmation (offre renforcée sur les contenus à destination des jeunes publics avec France 4 et Okoo, sur le cinéma patrimonial et sur le spectacle vivant) ;

- d'une évolution modérée des charges opérationnelles hors programmes (+18,4 M€), principalement liée à l'impact de l'arrêt des activités de tournage et aux surcoûts de gestion de crise (dépenses de protection des personnels et des équipements indispensables à la continuité de l'activité). La quasi stabilité des dépenses hors Covid traduit les efforts d'économies compensant les glissements naturels.

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 2020, une note moyenne de 7,9/10, un niveau stable comparé à 2019.

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 *T'en fais pas, j'suis là* (8,8/10, France 2) sur l'autisme a obtenu la meilleure note pour le genre en 2020 sur France Télévisions. Elle enregistre 96% de réponses positives sur la dimension d'originalité ainsi que sur la dimension éducative (soit la meilleure note pour une fiction française sur cette dimension en 2020, toutes chaînes confondues), et 93% sur l'impact. Parmi les fictions sociétales, peuvent également être citées *La maladroite* sur la maltraitance infantile (8,8/10, en rediffusion sur France 2), *Le viol* diffusé à la suite de la disparition de Gisèle Halimi (8,7/10, en rediffusion sur France 3). Se distinguent aussi la mini-série événement *Laëtitia* tirée de l'affaire Laëtitia Perrais et l'unitaire

Mauvais garçon sur la réinsertion et la deuxième chance (tous deux sur France 2, à 8,6/10). La mini-série historique de prestige *De Gaulle, L'éclat et le secret* est très valorisée par le public (8,8/10, sur France 2).

Les fictions conçues pour une diffusion en ligne (comme *Skam*, *Stalk* ou *Parlement*), proposées sur la plateforme Slash), ne sont pas suivies à travers 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 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 et confirmée avec la nouvelle consultation menée en 2020 avec Radio France, France Médias Monde et l'INA.

Afin d'améliorer la perception de son offre d'information, France Télévisions continue de renforcer ses initiatives pour lutter contre les infox, offrir une large couverture des grands événements de l'actualité nationale, européenne et internationale et consolider la place de franceinfo comme premier media global d'information en France.

Pour la cinquième année, France Télévisions a fait réaliser une étude de perception de la qualité des offres d'information. Cette nouvelle vague fait apparaître les effets persistants de la crise de confiance qu'avait révélés la précédente vague, réalisée au sortir de la crise des « Gilets jaunes ».

La note obtenue par l'offre globale d'information de France Télévisions en 2020 atteint 6/10. Les résultats obtenus pour les principaux sous-indicateurs sont stables ou en légère baisse ; ils continuent de se situer au-dessus des résultats enregistrés par les concurrentes privées du groupe :

- les notes attribuées aux journaux télévisés de France Télévisions sont stables (6,4), à nouveau devant TF1 et M6 (6,2) ;
- la chaîne d'information franceinfo obtient cette année encore la meilleure note dans son univers de concurrence (5,8 vs 5 en moyenne pour les chaînes BFM TV, CNews et LCI) et creuse l'écart : franceinfo est stable par rapport à 2019 alors que les trois chaînes d'information en continu privées affichent chacune une note en baisse, la plus basse depuis la mise en place de la mesure ;
- la note attribuée à l'offre numérique franceinfo à travers son site et son application est en léger retrait de 0,3 point par rapport à 2019 pour atteindre la note de 5,6/10, toujours devant les autres offres d'information en ligne qui affichent en moyenne leur plus faible note depuis 2016 (5,1/10 pour la moyenne des sites/applications Le Monde, Le Figaro, 20 minutes et BFMTV). L'écart en faveur de franceinfo n'a donc jamais été aussi important ;
- les magazines de France 2, France 3 et France 5 recueillent une note en léger retrait par rapport à 2019, toujours à un bon niveau (6,2).

France Télévisions a maintenu en 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 élevé de confiance envers l'offre d'information du service public se traduit par une fréquentation importante en 2020 :

- chaque jour, 15,5 millions de téléspectateurs (27% de la population 4+) se sont informés à travers les différentes éditions d'information de France 2 et France 3, soit un gain de 2,1 millions téléspectateurs quotidiens, qui représente une progression de 16% par rapport à 2019 ;
- la chaîne franceinfo est regardée quotidiennement par 4,8 millions de téléspectateurs, soit plus de 1,2 million par rapport à l'année 2019, ce qui correspond à une hausse de 33% ;

- l'offre numérique franceinfo attire 3,5 millions de visiteurs uniques en moyenne par jour, soit une progression de 31% par rapport à 2019, à hauteur de 850 000 visiteurs uniques quotidiens supplémentaires ;
- en moyenne, les magazines de la rédaction nationale sont regardés 16,5 millions de téléspectateurs chaque semaine (+1,4 million et +9% par rapport à 2019).

OBJECTIF

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

INDICATEUR mission

2.1 – Audiences de France Télévisions

(du point de vue du citoyen)

| | Unité | 2018 Réalisation | 2019 Réalisation | 2020 Prévision PAP 2020 | 2020 Prévision actualisée | 2020 Réalisation | 2020 Cible PAP 2020 |
|---|----------|---------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------------------|---------------------|---------------------------|
| Audience cumulée hebdomadaire des chaînes de France Télévisions | % | 70,1 | 68,6 | >70 | Non déterminé | 75,2 | >70 |
| Audience des offres numériques tous supports | millions | 626 | 817 | 1 000 | Non déterminé | 960 | 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. Base population équipée TV.

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 Réalisation | 2019 Réalisation | 2020 Prévision PAP 2020 | 2020 Réalisation | 2020 Cible |
|--|-------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------|---------------|
| Audience 4 écrans couverture mensuelle | % | 91,3 | 90,8 | 89,4 | 88,9 | n.d. | 92,8 | n.d. |

Précisions méthodologiques :

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 au cours de la période juin-décembre 2016. Les chiffres 2017 et 2018 correspondent à la moyenne mensuelle au cours de la période janvier-décembre.

Source des données : Médiamétrie et France Télévisions. Base population France entière

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

| | Unité | 2016 Réalisation | 2017 Réalisation | 2018 Réalisation | 2019 Réalisation | 2020 Prévision PAP 2020 | 2020 Réalisation | 2020 Cible |
|------------------------------|-------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------|---------------|
| Part d'audience sur les 4-14 | % | 18,9 | 17,9 | 18,0 | 19,2 | n.d. | 16,8 | n.d. |

France Télévisions

Programme n° 841 | OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

| ans | | | | | | | | |
|--|---|------|------|------|------|------|------|------|
| Part d'audience sur les 15-24 ans | % | 14,9 | 14,9 | 15,3 | 16,5 | n.d. | 17,3 | n.d. |
| Part d'audience sur les 25-59 ans | % | 20,5 | 19,7 | 19,2 | 19,2 | n.d. | 18,5 | n.d. |
| Part d'audience sur les plus de 60 ans | % | 42,1 | 40,8 | 40,4 | 40,1 | n.d. | 40,1 | n.d. |

Précisions méthodologiques :

Mode de calcul : Part d'audience consolidée 24h/24 des antennes nationales de France Télévisions (France 2, France 3, France 4, France 5 et France Ô jusqu'en août 2020, et hors franceinfo) auprès de quatre tranches d'âge de référence (4-14 ans, 15-24 ans, 25-59 ans, 60 ans et +).

Source des données : Médiamétrie et France Télévisions. Base population équipée TV.

ANALYSE DES RÉSULTATS

Contexte

Alors que la tendance était plutôt baissière ces dernières années, la télévision joue son rôle fédérateur dans le contexte de crise sanitaire. Elle renforce ainsi ses audiences en 2020 avec 44,3 millions de téléspectateurs quotidiens sur le poste de télévision (contre 41,3 millions en 2019). Au global, quel que soit l'écran, les Français ont consacré 3h58 aux programmes de télévision en 2020, en progression notable de 18 minutes sur un an.

A noter qu'à partir d'avril 2020, la mesure d'audience a évolué pour s'adapter aux usages : elle prend désormais en compte la consommation hors domicile et en mobilité des programmes de télévision sur tous les écrans.

Dans ce contexte de forte présence devant les écrans, les services payants de vidéo à la demande (SVoD) renforcent leur croissance : le nombre d'utilisateurs quotidiens âgés de 15 ans et plus atteint 5 millions en 2020 (contre 3 millions en 2019 et 2,3 millions en 2018). Cette progression est toujours principalement portée par le leader Netflix, qui revendique 9 millions d'abonnements en France, et également par l'arrivée de Disney+ en avril 2020[1].

La même tendance s'observe concernant les réseaux sociaux et les plateformes vidéo gratuites : YouTube est leader avec chaque jour 18,6 millions d'utilisateurs de 15 ans et plus ; l'application Tiktok est devenue un phénomène en deux ans – en particulier chez les jeunes – avec 4 millions d'utilisateurs mensuels[2].

Audiences de France Télévisions

Dans le contexte de la crise sanitaire, France Télévisions reste le premier média des Français. Le groupe voit sa couverture tous écrans confondus progresser, tant au quotidien, en hebdomadaire qu'en mensuel. Ainsi, le groupe touche 81% de la population en moyenne chaque semaine, quel que soit l'écran, soit près de 49 millions de personnes. Cet indicateur de couverture hebdomadaire 4 écrans (télévision, ordinateur, mobile et tablette) s'élève à 60% chez les 4-14 ans, à 64% chez les 15-24 ans, à 83% chez les actifs et à 96% chez les retraités.

Par ailleurs, dans un contexte de surconsommation des médias, et malgré le recul de France 4, France Télévisions maintient sa part d'audience à 28,8% (contre 28,9% en 2019 et 28,5% en 2018). Son audience cumulée hebdomadaire (qui ne comprend que la consommation sur téléviseur) s'établit à 75,2% en 2020 (+6,6 points) ; sa couverture mensuelle 4 écrans (téléviseur, ordinateur, tablette, smartphone) s'élève à 92,8 % des 4 ans et plus (ce résultat est supérieur de 3,9 points par rapport à 2019).

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

S'agissant de la structure de l'audience, elle est relativement stable, mise à part la part d'audience de France Télévisions sur les enfants (4-14 ans), qui, à 16,8 % de part d'audience, baisse de 2,4 points. Cette baisse est imputable à France 4, à la suite du repositionnement éducatif de la chaîne à partir du premier confinement.

Sur les autres cibles :

- la légère progression du groupe sur les 15-24 ans (+0,8 point) est portée par France 2 (+1 point) ;
- la baisse sur les 25-59 ans est marginale : la couverture du groupe progresse en 2020 pour cette tranche d'âge (+0,8 point), mais proportionnellement moins que le reste du marché, ce qui explique cette baisse de sa part d'audience ;
- la part d'audience sur les 60 ans et plus reste stable.

Audiences numériques

L'audience des offres numériques tous supports et toutes plateformes confondus est en hausse par rapport à 2019 (+143 millions à 960 millions en moyenne par mois).

Il convient de noter que, depuis 2018, France Télévisions a entamé une évolution importante de sa stratégie de distribution, notamment par un processus d'assèchement graduel des contenus disponibles en intégralité sur les plateformes externes, notamment YouTube, afin de privilégier la consommation vidéo sur ses propres plateformes.

Son objectif est de favoriser l'identification et l'attribution de ses contenus et la maîtrise de leurs modalités de distribution en amenant les publics vers les plateformes éditées en propre par France Télévisions. Les derniers accords conclus avec les organisations professionnelles de la production audiovisuelle en 2018, et cinématographique en 2020, participent au renforcement des plateformes propriétaires de France Télévisions.

Cette stratégie conduit France Télévisions à concentrer ses efforts sur l'amélioration des performances de ses propres offres numériques (franceinfo et France.tv notamment) et rend ainsi moins pertinente l'appréciation de sa performance numérique à travers l'indicateur « tous supports et plateformes » en million de vidéos vues, fortement tributaire de l'exposition sur les plateformes externes et cela indifféremment de la durée de visionnage. Au sein de cet indicateur, France Télévisions entend ainsi faire progresser particulièrement le nombre de vidéos vues sur les plateformes propriétaires.

Ainsi :

- la plateforme france.tv connaît une forte progression, avec 134 M de vidéos vues en moyenne par mois sur ordinateur, smartphone, tablette et TV, soit +27% en 1 an ;
- franceinfo s'affiche comme la première plateforme d'actualités de France avec une audience quotidienne de près de 3,6 millions d'utilisateurs en hausse de près de 900 000 individus soit une progression de +32% par rapport à 2019 [1] ;
- pour sa première année, la consommation sur les applications TV et mobiles Okoo atteint 14.4 millions de vidéos vues mensuelles en moyenne.
- pour sa première année également, le site lumni.fr attire en moyenne 1,7M de visiteurs uniques par mois en 2020.

Au global, sur les 3 écrans (ordinateur, smartphone et tablette), France Télévisions attire près de 28 millions de visiteurs uniques âgés de 2 ans et +, soit 53% de la population connectée (+5 points en 1 an).

Enfin, le trafic mobile de France Télévisions poursuit sa croissance - bien que sur un rythme ralenti - en lien avec la transformation des usages numériques. Ainsi, 76% du trafic global est réalisé sur un support mobile en 2020, soit une progression de + 1 point en 1 an (contre 75% en 2019, 65% en 2018, 57 % en 2017 et 42 % en 2016).

[1] Source : Médiamétrie NetRatings - Internet Global, janvier– novembre 2020

[2] Source : Médiamétrie – Audiences vidéo 3 écrans (septembre-novembre 2020)

France Télévisions

Programme n° 841 | OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

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 | 2018 Réalisation | 2019 Réalisation | 2020 Prévision PAP 2020 | 2020 Prévision actualisée | 2020 Réalisation | 2020 Cible PAP 2020 |
|----------------------|-------|---------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------------------|---------------------|---------------------------|
| Charges de personnel | M€ | 904 | 902,4 | Non déterminé | 874,3 | 855,7 | Non déterminé |

Commentaires techniques

Mode de calcul : Masse salariale de FTV S.A. correspondant au compte 64, y compris CICE, retraité des indemnités de départs en retraite et de licenciement, des suppléments de cachet et impact du 1/10ème de congés payés. La réalisation 2019 a été rectifiée par rapport au RAP 2019 pour neutraliser, comme en 2018, l'impact rétroactif du 1/10 de congés payés sur les années antérieures, cet élément ne traduisant pas l'exploitation 2019.

La prévision actualisée 2020 correspond à la deuxième reprévision présentée au conseil d'administration le 9 juillet 2020, cohérente avec la poursuite de la diminution des effectifs prévue au budget et prenant en compte les effets atypiques induits par la baisse d'activité dans le contexte de la crise sanitaire. La réalisation 2020 correspond à l'arrêt des comptes 2020, sous réserve de leur certification par les commissaires aux comptes et de leur approbation par le conseil d'administration du 25 mars 2021.

Source des données : France Télévisions.

INDICATEUR

3.2 – Ressources propres

(du point de vue du contribuable)

| | Unité | 2018 Réalisation | 2019 Réalisation | 2020 Prévision PAP 2020 | 2020 Prévision actualisée | 2020 Réalisation | 2020 Cible PAP 2020 |
|--------------------|-------|---------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------------------|---------------------|---------------------------|
| Ressources propres | M€ | 398,2 | 411 | Non déterminé | 359,2 | 396,5 | 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.

Source des données : France Télévisions

| | Unité | 2018 Réalisation | 2019 Réalisation | 2020 Prévision PAP 2020 | 2020 Prévision actualisée | 2020 Réalisation | 2021 Cible PAP 2021 |
|---|-------|---------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------------------|---------------------|------------------------------|
| Développement des recettes commerciales | en M€ | 18,0 | 22,9 | ND | 7,6 | 22,4 | ND |

Précisions méthodologiques

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

Source des données : France Télévisions

INDICATEUR**3.3 – Résultat net**

(du point de vue du contribuable)

| | Unité | 2018 Réalisation | 2019 Réalisation | 2020 Prévision PAP 2020 | 2020 Prévision actualisée | 2020 Réalisation | 2020 Cible PAP 2020 |
|--------------|-------|---------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------------------|---------------------|---------------------------|
| Résultat net | M€ | Non déterminé | 26,4 | Non déterminé | -36,8 | 18,1 | Non déterminé |

Commentaires techniques

Mode de calcul : Résultat net consolidé FTV après impôts. La prévision actualisée 2020 correspond au chiffre issu de la 2ème prévision présentée au conseil d'administration de France Télévisions du 9 juillet 2020. La réalisation 2020 correspond à l'arrêté des comptes 2020, sous réserve de leur certification par les commissaires aux comptes et de leur approbation par le conseil d'administration du 25 mars 2021.

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 sa masse salariale, qui suppose d'engager des réformes structurelles permettant d'assainir l'exploitation de l'entreprise et d'investir les nouveaux modes de fonctionnement et de production induits par la transformation numérique et technologique, tout en préservant les priorités stratégiques du groupe.

En 2019, la maîtrise durable et structurelle de la masse salariale s'est confirmée à travers un pilotage renforcé des effectifs et des remplacements, notamment grâce à une meilleure planification et régulation de l'activité, puis par l'ouverture à partir de l'été 2019 du dispositif de rupture conventionnelle collective prévu par l'accord conclu le 9 mai avec trois organisations syndicales représentatives du personnel du groupe (la CFDT, FO et la CGT). Cet accord prévoit notamment un volet d'accompagnement des départs pour ceux des collaborateurs qui le souhaiteraient et un volet recrutements, qui doivent converger vers une cible de 8 570 ETP au 1^{er} janvier 2023. Au terme de ce plan, les effectifs de France Télévisions auront diminué de près de 20% entre 2012 et janvier 2023.

Les efforts ont été poursuivis en 2020, parallèlement à la mise en œuvre des priorités stratégiques, avec une prévision budgétaire initiale de 9 255 ETP (-200 ETP par rapport à 2019) qui traduit les résultats des réformes structurelles engagées par l'entreprise. A ces efforts structurels s'ajoutent les effets plus conjoncturels du ralentissement des activités au printemps, dans le contexte du confinement puis de mesures sanitaires strictes. Dans ce contexte, le niveau des effectifs s'établit à 9 021 ETP en 2020, en diminution significative par rapport à 2019 (-434 ETP dont 106 ETP CDD). Au global, depuis 2012, l'effectif total a été réduit de 1 469 ETP, soit -14%.

La masse salariale 2020 (hors indemnités de départ en retraite et de licenciements, hors suppléments de cachets et hors forfait social lié à la charge d'intéressement) s'élève à 855,7 M€, en diminution de 30,3 M€ par rapport aux prévisions budgétaires. Elle tient compte de la baisse des effectifs mais également des mesures de solidarité aux personnels non permanents mis en place par l'entreprise dès le printemps : d'une part, le maintien de salaire entre mi-mars et mi-avril puis un complément de rémunération par rapport aux indemnités versées par l'assurance chômage entre mi-avril et mi-mai ; d'autre part, la création avec Audiens d'un fonds de soutien solidaire temporaire permettant d'aider financièrement, de mi-mai à fin août 2020, les salariés non permanents impactés par une diminution de leur activité moyenne habituelle avec France Télévisions du fait de la crise sanitaire.

Sur les 30,3 M€ de baisse de la masse salariale en 2020 par rapport aux prévisions budgétaires, 18 M€ sont liés aux effets induits par la crise sanitaire.

Ressources propres

Les ressources propres s'établissent à 396,5 M€ en 2020, en diminution de 14,5 M€ par rapport à 2019, ce qui est principalement dû à la baisse significative du chiffre d'affaires publicitaire, ce qui est directement imputable à l'impact économique de la crise sanitaire de la Covid-19.

Les recettes commerciales s'établissent à 22,4 M€ en 2020, un niveau quasi stable par rapport à 2019 (*versus* une reprévision au 9 juillet 2020 très prudente en raison des très fortes incertitudes sur l'évolution du contexte sanitaire), la baisse du résultat d'exploitation des régies publicitaires (en lien avec la diminution du chiffre d'affaires) étant compensée par une augmentation du résultat net de France.tv Studio (développement de l'activité de production lié à l'adaptation de l'offre de programmes de flux pendant la crise sanitaire en particulier des programmes « Les cours Lumni », « La Maison Lumni », « Restez en forme »).

Résultat net

Les circonstances exceptionnelles nées de la crise sanitaire de 2020 et ses conséquences économiques ont amené France Télévisions à réactualiser régulièrement ses perspectives d'atterrissage budgétaire. Dans ce cadre, la réalisation 2020 est significativement améliorée par rapport à la reprévision présentée au conseil d'administration du 9 juillet 2020, qui avait été réalisée dans un contexte de rentrée incertain s'agissant tant du marché publicitaire que du rythme de reprise de l'ensemble des activités de production et tournage.

Ainsi, en 2020, en dépit de la perte de chiffre d'affaires publicitaire, du ralentissement des activités et des surcoûts directs induits par la crise sanitaire, et grâce à un pilotage fin des activités et des coûts, France Télévisions affiche, pour la cinquième année consécutive, un résultat d'exploitation à l'équilibre sur son cœur d'activité, en ligne avec le budget et équivalent à 2019.

PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

2020 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS OUVERTS ET DES CRÉDITS CONSOMMÉS

2020 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

| Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action | Titre 7 Dépenses d'opérations financières | Total | Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI |
|---|--|--|---|
| <i>Prévision LFI 2020 Consommation 2020</i> | | | |
| 01 – France Télévisions | 2 481 865 294 2 481 865 294 | 2 481 865 294 2 481 865 294 | 2 481 865 294 |
| Total des AE prévues en LFI | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 |
| Ouvertures / annulations par FdC et AdP | | | |
| Ouvertures / annulations hors FdC et AdP | | | |
| Total des AE ouvertes | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | |
| Total des AE consommées | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | |

2020 / CRÉDITS DE PAIEMENT

| Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action | Titre 7 Dépenses d'opérations financières | Total | Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI |
|---|--|--|---|
| <i>Prévision LFI 2020 Consommation 2020</i> | | | |
| 01 – France Télévisions | 2 481 865 294 2 481 865 294 | 2 481 865 294 2 481 865 294 | 2 481 865 294 |
| Total des CP prévus en LFI | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 |
| Ouvertures / annulations par FdC et AdP | | | |
| Ouvertures / annulations hors FdC et AdP | | | |
| Total des CP ouverts | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | |
| Total des CP consommés | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | |

2019 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LFI) ET DES CRÉDITS CONSOMMÉS

2019 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

| 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 2019 Consommation 2019</i> | | | |
| 01 – France Télévisions | 2 543 117 594 | 2 543 117 594 | 2 543 117 594 |

France Télévisions

Programme n° 841 | PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

| 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 2019</i> | | | |
| <i>Consommation 2019</i> | | | |
| | 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 |
| 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 | Titre 7 Dépenses d'opérations financières | Total hors FdC et AdP prévus en LFI | Total y.c. FdC et AdP |
|---|--|---|--------------------------|
| <i>Prévision LFI 2019</i> | | | |
| <i>Consommation 2019</i> | | | |
| 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 |
| Total des CP consommés | 2 543 117 594 | | 2 543 117 594 |

PRÉSENTATION PAR TITRE ET CATÉGORIE DES CRÉDITS CONSOMMÉS

| Titre et catégorie | Autorisations d'engagement | | | Crédits de paiement | | |
|---|----------------------------|------------------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------------|-----------------------|
| | Consommées* en 2019 | Ouvertes en LFI pour 2020 | Consommées* en 2020 | Consommés* en 2019 | Ouverts en LFI pour 2020 | Consommés* en 2020 |
| Titre 7 – Dépenses d'opérations financières | 2 543 117 594 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | 2 543 117 594 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 |
| Prêts et avances | 2 543 117 594 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | 2 543 117 594 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 |
| Total hors FdC et AdP | | 2 481 865 294 | | | 2 481 865 294 | |
| Total* | 2 543 117 594 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | 2 543 117 594 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 |

* 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 2020 a été réalisé sur la base des seules mesures votées avant le dépôt du projet de loi de finances pour 2020. 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 2020.

Les dépenses fiscales ont été associées à ce programme conformément aux finalités poursuivies par ce dernier.

« ε » : coût inférieur à 0,5 million d'euros ; « - » : dépense fiscale supprimée ou non encore créée ; « nc » : non chiffrable.

Le « Coût total des dépenses fiscales » constitue une somme de dépenses fiscales dont les niveaux de fiabilité peuvent ne pas être identiques (cf. caractéristique « Fiabilité » indiquée pour chaque dépense fiscale). Il ne prend pas en compte les dispositifs inférieurs à 0,5 million d'euros (« ε »). La portée du total s'avère toutefois limitée en raison des interactions éventuelles entre dépenses fiscales. Il n'est donc indiqué qu'à titre d'ordre de grandeur et ne saurait être considéré comme une véritable sommation des dépenses fiscales du programme.

DÉPENSES FISCALES PRINCIPALES SUR IMPÔTS D'ÉTAT (2)

(en millions d'euros)

| Dépenses fiscales sur impôts d'État contribuant au programme de manière principale | | Chiffrage définitif 2019 | Chiffrage initial 2020 | Chiffrage actualisé 2020 |
|--|--|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| 950101 | Dégrèvement en faveur des personnes de condition modeste Contribution à l'audiovisuel public <i>Bénéficiaires 2018 : 4497000 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> | 614 | 549 | 619 |
| 950102 | Dégrèvement en faveur des personnes de condition modeste au titre des "droits acquis" Contribution à l'audiovisuel public <i>Bénéficiaires 2018 : 84000 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> | 12 | 10 | 10 |
| Coût total des dépenses fiscales | | 626 | 559 | 629 |

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 | | 2 481 865 294 2 481 865 294 | 2 481 865 294 2 481 865 294 | | 2 481 865 294 2 481 865 294 | 2 481 865 294 2 481 865 294 |
| Total des crédits prévus en LFI * | 0 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | 0 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 |
| Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP | | | | | | |
| Total des crédits ouverts | 0 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | 0 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 |
| Total des crédits consommés | 0 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | 0 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 |
| Crédits ouverts - crédits consommés | | | | | | |

* hors FdC et AdP pour les montants de la LFI

1 – Le budget 2020 sanctuarise la création, l'information, la proximité et le numérique dans un cadre financier équilibré

Le budget 2020 s'inscrit dans un contexte de réduction des concours publics initiée depuis 3 ans, en baisse de 60 M€ HT (-42 M€ à niveau de charges constant dans le contexte de la réforme des taxes affectées au CNC engagée par le Gouvernement en 2020 qui s'est traduite par une diminution du montant acquitté par France Télévisions à hauteur de 18 M€) par rapport à 2019.

Dans ce cadre économique, le budget 2020 a été construit autour d'une hypothèse de croissance des recettes publicitaires de 19 M€ par rapport au budget 2019 (bonnes audiences du groupe, politique commerciale offensive de la régie et perspective des JO d'été) et la poursuite des efforts de gestion de l'entreprise mis en œuvre depuis plusieurs années au niveau des effectifs (objectif de 9 255 ETP, soit -201 par rapport au réel 2019 et -587 vs 2017) et des autres économies (masse salariale et dépenses de fonctionnement).

Le budget 2020 marque également une étape significative de la transformation de France Télévisions à l'horizon 2022 articulée autour d'objectifs ambitieux avec le maintien de la priorité donnée à la création (innovation dans les contenus, et déploiement de la plateforme éducative Lumni), la gestion de l'arrêt de France Ô en TNT, le lancement de la plateforme Okoo, le développement du programme régional de France 3 avec France Bleu et l'augmentation des budgets numériques afin d'accompagner au mieux la transition numérique.

Le budget 2020 maintient de fait un équilibre d'exploitation sur son cœur d'activité. Il intègre en outre deux nouvelles composantes en lien avec la transformation de l'entreprise et sa stratégie de développement que sont les coûts liés à la transformation (montée en puissance du numérique pour faire face à l'évolution des usages de consommation des contenus) et une prise de participation de France Télévisions dans Salto (offre de SVOD) : cette offre est développée avec les groupes TF1 et M6 ; pour la première année d'exploitation de Salto, FTV supporte une quote-part des pertes de la plateforme à hauteur de 21,3 M€.

Dans ce contexte, le budget 2020 présente un résultat d'exploitation à l'équilibre sur son cœur d'activité et en perte de 24,3 M€ après prise en compte des éléments 2020 liés à la transformation et à Salto. Le résultat net affiche une perte de 24 M€.

2 – L'exécution 2020 se traduit, malgré le contexte de crise sanitaire, par un résultat d'exploitation (avant transformation et Salto) à l'équilibre pour la cinquième année consécutive.

Les **concours publics (2 431,3 M€)** sont en ligne avec le budget et en baisse de 60 M€ HT par rapport à 2019 (-42 M€ HT à niveau constant de charges).

Les **recettes de publicité et parrainage (333,1 M€)** affichent une diminution de 18,8 M€ par rapport au réel 2019 et de 31,7 M€ par rapport au budget. Les investissements publicitaires TV sont en recul de 11% sur l'année 2020 et le marché publicitaire numérique progresse de +3%. Les conséquences économiques liées à la crise sanitaire de la Covid-19 et le report des Jeux Olympiques de Tokyo en 2021 n'ont pas permis d'atteindre les objectifs de recettes. La baisse FTV est nettement moindre que celle constatée sur le marché TTV : cette performance est liée à une politique d'augmentation des tarifs et la présence de nouveaux annonceurs. Le chiffre d'affaires FTV numérique (21,9 M€) n'atteint pas les objectifs 2020 (23,7 M€ au stade du budget initial) du fait de la crise sanitaire (JO, ...) mais est malgré tout en augmentation par rapport à 2019 grâce à la hausse des audiences.

Les recettes nettes disponibles (2 484 M€) sont inférieures de 40,4 M€ à 2019 et en baisse de 21,5 M€ par rapport au budget initial.

Le total des charges d'exploitation (2 535,1 M€) est inférieur de 48,7M€ par rapport à 2019 et de 30,6M€ par rapport au budget initial.

Le coût de grille (2 035,5 M€) est inférieur de 67,1 M€ au réalisé 2019 et de 60,6 M€ au budget. L'évolution par rapport au budget s'explique par :

- des économies sont constatées sur **l'information** (-15,2 M€, liés à une baisse de l'activité due à la crise sanitaire en partie compensée par une reprise d'activité notamment avec le second tour des élections municipales et les élections américaines), le **sport** (-23,4 M€ liés à l'impact de la crise sanitaire ayant entraîné le report ou l'annulation de compétitions dont les JO de Tokyo), le **programme régional métropolitain** (-30,7 M€ liés à la diminution des éditions d'information régionales, arrêt des locales, diminution des prises d'antenne exceptionnelles), les **Outre-mer 1ère** (-8,7 M€ liés à l'annulation de la plupart des manifestations sportives et culturelles) et le **numérique** (-3,9 M€ liés à la baisse des prestations effectuées pour les plateformes FTV : Slash, Okoo, France.tv, Culture box, ...). Ces économies sont à minorer en raison de la dégradation en miroir de l'exploitation des moyens internes de fabrication du fait de la réduction de l'activité. En intégrant l'impact sur les moyens internes, le coût de grille affiche une baisse de 38,5 M€.
- les dépassements concernent le **programme national** (+21,2 M€), contraint de modifier ses grilles en comblant les cases laissées vacantes par les autres genres (information, sports, réseau) avec une diffusion jeunesse enrichie de programmes frais et l'introduction des cours Lumni, ainsi qu'une offre enrichie en cinéma, théâtre, musique et spectacle vivant.

Le coût des supports (339,1 M€) est supérieur de 4,5 M€ à 2019 et de 11,6 M€ au budget ; par rapport au budget, une économie est constatée sur le support antennes et programmes (-11,7 M€ liés notamment à l'absence des partenariats médias). Le débord de 23,2 M€ affiché sur le support technique et informatique partagé est un effet collatéral de l'économie constatée sur le coût de grille. Les coûts techniques de diffusion sont en ligne avec le budget.

Le total des autres charges (160,5 M€) est supérieur de 13,9 M€ à 2019 et de 18,4 M€ au budget ; par rapport au budget, un dépassement est constaté sur les frais généraux, à hauteur de 5,1 M€ liés aux dépenses engagées dans le cadre de la crise sanitaire (11,6 M€) non budgétées (protection du personnel, frais de missions, matériels, ...) partiellement compensées par une diminution du volume d'ETP et par la mise à l'arrêt des formations dispensées par l'Université FTV. Les dépassements concernent les subventions cinéma (+2 M€ compensant partiellement la fermeture des cinémas) et les variations de provisions et autres charges (+11,3 M€ liés à une forte évolution des provisions pour

contentieux liés à des litiges à la fois prud'homaux et survenus dans le cadre de l'exploitation—litiges avec des producteurs, des ayant-droits, des prestataires, etc.).

Le **résultat d'exploitation hors transformation et Salto est positif à hauteur de 1,6 M€**, supérieur de 0,8 M€ au réalisé 2019 et de 1,6 M€ au budget : il intègre le résultat des autres activités (en baisse principalement du fait des résultats de FTP et du décalage du démarrage de Salto et des revenus associés), le résultat du producteur (en hausse en particulier du fait de l'augmentation des productions de flux de France.tv Studio et des moindres charges d'amortissement supportées par les filiales cinéma en raison de la fermeture des salles de cinéma - la sortie en salles est un fait générateur de l'amortissement des films) et l'intéressement non budgété (tous les indicateurs définis dans l'accord conclu en 2020 ont été atteints).

Les dépenses relatives à la transformation de l'entreprise sont en économie de 1,7 M€ (à la suite du décalage des projets prévus) et la quote-part des pertes de SALTO supportées par France Télévisions (-10,9 M€) est inférieure au budget (en raison du décalage du lancement de la plateforme).

La prise en compte du résultat financier à l'équilibre, du résultat exceptionnel (27,8 M€ liés notamment à un ajustement de la provision du plan de départs) et du résultat des sociétés mises en équivalence (1 M€) conduit à un **résultat net positif de 18,1 M€**, inférieur de 8,3 M€ au réel 2019 et supérieur de 42,2 M€ au budget.

L'effectif moyen atteint 9 021 ETP à fin décembre pour un budget annuel prévu de 9 255, soit une économie de 234 ETP. La baisse des effectifs par rapport à 2019 est de 434 ETP. Cette baisse très marquée poursuit certes la tendance constatée ces dernières années, mais est amplifiée en raison des contrats non permanents annulés du fait de la crise sanitaire (moins d'activité) et de certains postes en attente de recrutement à la suite des départs survenus, notamment dans le cadre du plan de départs. Cette économie amplifiée d'ETP (234) est conjoncturelle, mais a vocation à être pérennisée par un nouvel effort sur la masse salariale dans le cadre de la réduction des effectifs, conforme à la trajectoire pluriannuelle de l'entreprise (nombre d'ETP stable au BI 2021 par rapport à 2020).

La situation de la **trésorerie** est positive : + 167,1 M€ à fin décembre. La variation de trésorerie consolidée sur l'année est de +88,6 M€, soit un écart favorable de 111,8 M€ par rapport à la prévision budgétaire (-23,2 M€) : cette évolution par rapport au budget est le résultat de la conjonction d'éléments favorables (décaissements fournisseurs inférieurs du fait des décalages d'échéanciers de droits sportifs dont principalement les JO de Tokyo, masse salariale inférieure à la prévision et acquisitions d'immobilisations programmes et hors programmes en retrait). La moindre augmentation de capital par rapport au budget (-5 M€, initialement prévue pour 20 M€ contre un réel de 15 M€) est liée à un nombre de départs moins important qu'estimé initialement dans le cadre du plan de départs (227 soit moitié moins que l'objectif cible annuel dans le cadre d'une trajectoire de 1 800 départs de 2019 à 2022).

Compte de résultat métier de France Télévisions

| Compte de résultat métier consolidé (M€) | Réel 2019 | Budget 2020 | Réel 2020 | Ecart 2020 / 2019 | Ecart 2020 / Budget |
|--|----------------|----------------|----------------|-------------------------|---------------------------|
| Concours publics | 2 491,3 | 2 430,8 | 2 431,3 | -60,0 | +0,5 |
| Publicité et parrainage | 351,9 | 364,8 | 333,1 | -18,8 | -31,7 |
| Autres recettes | 16,9 | 18,2 | 20,0 | +3,1 | +1,8 |
| Total CA diffusion | 2 860,1 | 2 813,8 | 2 784,4 | -75,7 | -29,4 |
| Total commissions et ayants droit | 335,7 | 308,3 | 300,4 | -35,3 | -7,9 |
| Recettes nettes disponibles | 2 524,4 | 2 505,5 | 2 484,0 | -40,4 | -21,5 |
| Information nationale | 259,0 | 258,0 | 242,8 | -16,2 | -15,2 |
| Sport national | 193,6 | 202,4 | 179,0 | -14,6 | -23,4 |
| Programme national | 1 009,3 | 967,1 | 988,3 | -21,0 | +21,2 |
| Programme régional métropolitain | 386,0 | 400,8 | 370,1 | -15,9 | -30,7 |
| Programme régional ultramarin | 195,2 | 196,8 | 188,0 | -7,2 | -8,7 |
| Numérique | 59,5 | 71,0 | 67,2 | +7,7 | -3,9 |
| Coût de grille | 2 102,6 | 2 096,1 | 2 035,5 | -67,1 | -60,6 |
| Support antennes et programmes | 202,3 | 197,9 | 186,2 | -16,1 | -11,7 |
| Support techniq et informatiq partagé | 57,0 | 53,9 | 77,1 | +20,1 | +23,2 |
| Coûts techniques de diffusion | 75,3 | 75,7 | 75,8 | +0,5 | +0,1 |
| Coûts supports | 334,6 | 327,5 | 339,1 | +4,5 | +11,6 |
| Coût des antennes | 2 437,2 | 2 423,6 | 2 374,6 | -62,6 | -49,0 |
| Subventions cinéma | 16,8 | 16,8 | 18,8 | 2,0 | 2,0 |
| Var. de provisions et autres dépenses | 33,2 | 29,5 | 40,8 | +7,5 | +11,3 |
| Frais généraux | 96,6 | 95,9 | 101,0 | +4,4 | +5,1 |
| <i>dont coûts directs Covid-19</i> | | | 11,6 | | |
| Total autres dépenses | 146,6 | 142,1 | 160,5 | +13,9 | +18,4 |
| Charges d'exploitation du diffuseur | 2 583,8 | 2 565,7 | 2 535,1 | -48,7 | -30,6 |
| Résultat opérationnel diffuseur | -59,4 | -60,2 | -51,1 | +8,3 | +9,1 |
| Résultat autres activités | 56,5 | 59,9 | 54,5 | -2,0 | -5,5 |
| Résultat du producteur | 3,6 | 0,3 | 5,4 | +1,8 | +5,1 |
| Intéressement | | | 7,2 | +7,2 | +7,2 |
| Résultat d'exploitation avant transformation et SALTO | 0,7 | 0,0 | 1,6 | +0,8 | +1,6 |
| Transformation | 0,6 | 3,0 | 1,3 | +0,6 | -1,7 |
| SALTO | | 21,3 | 10,9 | +10,9 | -10,4 |
| Résultat d'exploitation | 0,1 | -24,3 | -10,6 | -10,7 | +13,7 |
| Résultat financier | -0,5 | -1,2 | 0,1 | +0,6 | +1,3 |
| Résultat exceptionnel | 19,0 | 0,9 | 27,8 | +8,8 | +26,9 |
| Sociétés MEE | 7,9 | 0,6 | 1,0 | -6,9 | +0,4 |
| Résultat avant impôts | 26,4 | -24,0 | 18,3 | -8,2 | +42,3 |
| Impôts | 0,0 | 0,0 | -0,1 | 0,1 | 0,1 |
| Résultat net | 26,4 | -24,0 | 18,1 | -8,3 | +42,2 |

PASSAGE DU PLF À LA LFI

| | Autorisations d'engagement | | | Crédits de paiement | | |
|-------------|----------------------------|---------------|---------------|---------------------|---------------|---------------|
| | Titre 2 | Autres titres | Total | Titre 2 | Autres titres | Total |
| PLF | 0 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | 0 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 |
| Amendements | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

France Télévisions

Programme n° 841 JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

| | Autorisations d'engagement | | | Crédits de paiement | | |
|-----|----------------------------|---------------|---------------|---------------------|---------------|---------------|
| | Titre 2 | Autres titres | Total | Titre 2 | Autres titres | Total |
| LFI | 0 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | 0 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 |

DÉPENSES PLURIANNUELLES

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

| AE 2020 | CP 2020 |
|--|---|
| AE ouvertes en 2020 * (E1) 2 481 865 294 | CP ouverts en 2020 * (P1) 2 481 865 294 |
| AE engagées en 2020 (E2) 2 481 865 294 | CP consommés en 2020 (P2) 2 481 865 294 |
| AE affectées non engagées au 31/12/2020 (E3) 0 | dont CP consommés en 2020 sur engagements antérieurs à 2020 (P3 = P2 - P4) 2 481 865 294 |
| AE non affectées non engagées au 31/12/2020 (E4 = E1 - E2 - E3) 0 | dont CP consommés en 2020 sur engagements 2020 (P4) 0 |

RESTES À PAYER

| | | | | | |
|--|--|---|--|---|---|
| Engagements ≤ 2019 non couverts par des paiements au 31/12/2019 brut (R1) 0 | | | | | |
| Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2019 (R2) 0 | | | | | |
| | Engagements ≤ 2019 non couverts par des paiements au 31/12/2019 net (R3 = R1 + R2) 0 | - | CP consommés en 2020 sur engagements antérieurs à 2020 (P3 = P2 - P4) 2 481 865 294 | = | Engagements ≤ 2019 non couverts par des paiements au 31/12/2020 (R4 = R3 - P3) -2 481 865 294 |
| | AE engagées en 2020 (E2) 2 481 865 294 | - | CP consommés en 2020 sur engagements 2020 (P4) 0 | = | Engagements 2020 non couverts par des paiements au 31/12/2020 (R5 = E2 - P4) 2 481 865 294 |
| | | | | | Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2020 (R6 = R4 + R5) 0 |
| | | | | | Estimation des CP 2021 sur engagements non couverts au 31/12/2020 (P5) 0 |
| | | | | | Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2021 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2020 (P6 = R6 - P5) 0 |

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

* LFI 2020 + reports 2019 + mouvements réglementaires + FdC + AdP + fongibilité asymétrique + LFR

JUSTIFICATION PAR ACTION

ACTION

01 – France Télévisions

| Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i> <i>Réalisation</i> | Autorisations d'engagement | | | Crédits de paiement | | |
|--|----------------------------|--------------------------------|--|---------------------|--------------------------------|--|
| | Titre 2 | Autres titres | Total | Titre 2 | Autres titres | Total |
| 01 – France Télévisions | | 2 481 865 294 2 481 865 294 | 2 481 865 294 2 481 865 294 | | 2 481 865 294 2 481 865 294 | 2 481 865 294 2 481 865 294 |

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 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 |
| Prêts et avances | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 |
| Total | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 | 2 481 865 294 |