



GOVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Rapport annuel de performances

Annexe au projet de loi relative aux résultats de la gestion
et portant approbation des comptes de l'année 2024

Compte de concours financiers
Mission ministérielle

Avances à l'audiovisuel public



2024

Note explicative

La présente annexe au projet de loi de règlement est prévue aux 4° et 5° de l'article 54 de la loi organique du 1^{er} août 2001 relative aux lois de finances (LOLF).

Conformément aux dispositions de la LOLF, cette annexe présente et explique les réalisations effectives concernant l'ensemble des moyens inscrits à un **compte de concours financiers**.

Elle comporte :

- les rapports annuels de performances (RAP) des programmes associés au compte ; ces RAP rendent compte de l'exécution des engagements pris dans les projets annuels de performances (PAP) ayant accompagné la loi de finances pour 2024 ;
- le développement et la justification des recettes constatées pour le compte.

Pour chacun des programmes du compte, la présente annexe :

■ **Récapitule les crédits consommés (y compris les fonds de concours et les attributions de produits) en 2024 en les analysant par programme, action, titre et catégorie**

■ **Présente la consommation effective des crédits ouverts sur le programme, ainsi que les dépenses fiscales associées**

Les crédits consommés (autorisations d'engagement [AE] et crédits de paiement [CP]) sont détaillés selon la nomenclature par destination (programmes et actions) et par nature (titres et catégories) ; les fonds de concours (FdC) et les attributions de produits (AdP) réalisés en 2024 sont précisés.

■ **Intègre le rapport annuel de performances (RAP) qui comporte les éléments suivants :**

- le bilan stratégique du programme ;
- les objectifs et indicateurs de performances : résultats attendus et obtenus, et analyse des résultats ;
- le tableau de suivi des CP associés aux AE ;
- la justification au premier euro (JPE) des mouvements de crédits et dépenses constatés.

Sauf indication contraire, les montants de crédits figurant dans les tableaux du présent document sont exprimés en euros.

Sommaire

MISSION : Avances à l'audiovisuel public	7
Présentation du compte	8
Bilan de la programmation pluriannuelle	9
Récapitulation des crédits et des emplois	12
PROGRAMME 841 : France Télévisions	17
Bilan stratégique du rapport annuel de performances	18
Objectifs et indicateurs de performance	21
1 – Proposer une offre de service public, axée sur la création française et européenne dans un univers de média global	21
2 – S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique	25
3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire	28
Présentation des crédits	32
Justification au premier euro	34
Éléments transversaux au programme	34
Dépenses pluriannuelles	38
Justification par action	39
01 – France Télévisions	39
PROGRAMME 842 : ARTE France	41
Bilan stratégique du rapport annuel de performances	42
Objectifs et indicateurs de performance	44
1 – Offrir des programmes culturels français et européens de qualité en donnant la priorité à la création et aux inédits	44
2 – Diffuser cette offre de programmes au public le plus large, sur tous les supports, partout en Europe	46
3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire	47
Présentation des crédits	49
Justification au premier euro	52
Éléments transversaux au programme	52
Dépenses pluriannuelles	58
Justification par action	59
01 – ARTE France	59
PROGRAMME 843 : Radio France	61
Bilan stratégique du rapport annuel de performances	62
Objectifs et indicateurs de performance	64
1 – Proposer une offre radiophonique de service public, axée sur la culture, dans un univers de média global	64
2 – S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique	66
3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire	69
Présentation des crédits	72
Justification au premier euro	74
Éléments transversaux au programme	74
Dépenses pluriannuelles	78
Justification par action	79
01 – Radio France	79
PROGRAMME 844 : France Médias Monde	81
Bilan stratégique du rapport annuel de performances	82
Objectifs et indicateurs de performance	84
1 – Proposer une offre reflet de la culture et des valeurs françaises et francophones dans un univers de média global	84

2 – Développer la présence française et francophone dans le paysage audiovisuel mondial	86
3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire	92
Présentation des crédits	96
Justification au premier euro	99
Éléments transversaux au programme	99
Dépenses pluriannuelles	105
Justification par action	106
01 – France Médias Monde	106
PROGRAMME 845 : Institut national de l'audiovisuel	107
Bilan stratégique du rapport annuel de performances	108
Objectifs et indicateurs de performance	110
1 – Assurer la conservation et la valorisation du patrimoine audiovisuel	110
2 – Constituer et transmettre les savoirs et les compétences	112
3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire	113
Présentation des crédits	117
Justification au premier euro	120
Éléments transversaux au programme	120
Dépenses pluriannuelles	127
Justification par action	128
01 – Institut national de l'audiovisuel	128
PROGRAMME 847 : TV5 Monde	129
Bilan stratégique du rapport annuel de performances	130
Objectifs et indicateurs de performance	132
1 – Proposer une offre reflet de la culture et des valeurs françaises et francophones dans un univers de média global	132
2 – Développer la présence française et francophone dans le paysage audiovisuel mondial	133
3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire	136
Présentation des crédits	139
Justification au premier euro	142
Éléments transversaux au programme	142
Dépenses pluriannuelles	145
Justification par action	146
01 – TV5 Monde	146
PROGRAMME 848 : Programme de transformation	147
Bilan stratégique du rapport annuel de performances	148
Objectifs et indicateurs de performance	149
1 – Contribuer à la transformation de l'audiovisuel public	149
Présentation des crédits	151
Justification au premier euro	154
Éléments transversaux au programme	154
Dépenses pluriannuelles	155
Justification par action	156
01 – France Télévisions	156
02 – ARTE France	156
03 – Radio France	157
04 – France Médias Monde	158
05 – Institut national de l'audiovisuel	159
06 – TV5 Monde	159

MISSION
Avances à l'audiovisuel public

Présentation du compte

Le ministre chargé du budget est l'ordonnateur principal de ce compte, qui reprend en balance d'entrée le solde des opérations antérieurement enregistrées par le compte d'avances n° 903-60 : « Avances aux organismes de l'audiovisuel public ».

Ce compte retrace :

- en dépenses : le montant des avances accordées aux sociétés et à l'établissement public visés par les articles 44, 45 et 49 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication ;
- en recettes : une fraction du produit de la taxe sur la valeur ajoutée déterminée chaque année par la loi de finances de l'année.

La mission que constitue le volet « dépenses » du présent compte de concours financiers est composée de sept programmes :

- le programme 841 : « France Télévisions » retrace les crédits alloués au groupe France Télévisions ;
- le programme 842 : « ARTE France » retrace les crédits alloués au groupe ARTE France ;
- le programme 843 : « Radio France » retrace les crédits alloués au groupe Radio France ;
- le programme 844 : « France Médias Monde » retrace les crédits alloués à la société France Médias Monde ;
- le programme 845 : « Institut national de l'audiovisuel » retrace les crédits alloués à l'Institut national de l'audiovisuel ;
- le programme 847 : « TV5 Monde » retrace les crédits alloués à la société TV5 Monde ;
- le programme 848 : « Programme de transformation » retrace les crédits alloués aux entités de l'audiovisuel public pour la mise en œuvre de projets de transformation prioritaires ayant vocation à accroître la visibilité et l'impact des offres proposées par le secteur en matière de proximité, de numérique et d'information.

Bilan de la programmation pluriannuelle

OBJECTIFS ET INDICATEURS LES PLUS REPRESENTATIFS DE LA MISSION

OBJECTIF 1 : S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique (P841)

Indicateur 1.1 : Audiences de France Télévisions (P841)

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Audience cumulée hebdomadaire des chaînes de France Télévisions	%	69,6	68,6	Non déterminé	63,0	donnée non renseignée	Non déterminé
Audience des offres numériques tous supports	millions	667	677	Non déterminé	1013	donnée non renseignée	Non déterminé
Couverture hebdomadaire 4 écrans	%	79,3	77,3	Non déterminé	80,9	donnée non renseignée	Non déterminé
Vidéos vues chaque mois (hors plateformes externes)	millions	166	182	Non déterminé	224	donnée non renseignée	Non déterminé
Nombre d'utilisateurs mensuels des offres numériques de France Télévisions (hors information)	millions	26	27	Non déterminé	Non connu	donnée non renseignée	Non déterminé

OBJECTIF 2 : S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique (P843)

Indicateur 2.1 : Audience des antennes de Radio France (P843)

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Audience nationale cumulée sur un jour moyen		27,6	26,6	Non déterminé	Non déterminé	donnée non retenue	Non déterminé
- Radio France	%	27,6	26,6	Non déterminé	26,2	donnée non renseignée	Non déterminé
- France Inter	%	12,4	12,5	Non déterminé	12,7	donnée non renseignée	Non déterminé
- France Bleu	%	5,2	4,7	Non déterminé	4,7	donnée non renseignée	Non déterminé
- France Info	%	9,2	8,9	Non déterminé	8,6	donnée non renseignée	Non déterminé
- Mouv'	%	0,7	0,7	Non déterminé	0,6	donnée non renseignée	Non déterminé
- FIP	%	1,2	1,2	Non déterminé	1,3	donnée non renseignée	Non déterminé
- France Culture	%	3,1	3,1	Non déterminé	3,5	donnée non renseignée	Non déterminé
- France Musique	%	1,7	1,8	Non déterminé	1,9	donnée non renseignée	Non déterminé

Équilibre du compte et recettes

ÉQUILIBRE DU COMPTE

Section / Programme	Recettes	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement	Solde
	<i>Prévision LFI</i>			
	<i>Exécution</i>			
841 - France Télévisions		2 523 106 868 2 523 106 868	2 523 106 868 2 523 106 868	
842 - ARTE France		295 102 353 293 541 041	295 102 353 293 541 041	
843 - Radio France		652 954 400 652 954 400	652 954 400 652 954 400	
844 - France Médias Monde		299 202 200 299 552 666	299 202 200 299 552 666	
845 - Institut national de l'audiovisuel		103 913 354 104 075 354	103 913 354 104 075 354	
847 - TV5 Monde		83 449 220 83 826 220	83 449 220 83 826 220	
848 - Programme de transformation		69 000 000 19 000 008	69 000 000 19 000 008	
Total et solde	4 026 728 395 3 976 074 495	4 026 728 395 3 976 056 557	4 026 728 395 3 976 056 557	+17 938
Solde cumulé du compte depuis sa création				+3 985 294

(+ : excédent ; - : charge)

RECETTES CONSTATEES ET JUSTIFICATION DES ECARTS

Section / Ligne de recette	LFI	Exécution	Écart à la prévision
01 - Recettes	4 026 728 395	3 976 074 495	-50 653 900
Total	4 026 728 395	3 976 074 495	-50 653 900

Récapitulation des crédits et des emplois

RECAPITULATION DES CREDITS ET DES EMPLOIS PAR PROGRAMME

Avertissement

La colonne « ETPT » est renseignée de la façon suivante :

- la prévision en emplois du programme correspond au total indicatif des ETPT par programme figurant dans le PAP 2024 et des transferts d'ETPT prévus en gestion ;
- l'exécution en emplois du programme correspond à la consommation des ETPT du programme pour l'année 2024 sur le périmètre de gestion du ministère (c'est-à-dire après transferts de gestion éventuels).

Programme Crédits	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement	ETPT *
841 – France Télévisions			
Prévision	2 523 106 868	2 523 106 868	
<i>Crédits de LFI (hors FdC et AdP)</i>	2 523 106 868	2 523 106 868	
Exécution	2 523 106 868	2 523 106 868	
842 – ARTE France			
Prévision	293 541 041	293 541 041	
<i>Crédits de LFI (hors FdC et AdP)</i>	295 102 353	295 102 353	
<i>Ouvertures / annulations (y.c. FdC et AdP)</i>	-1 561 312	-1 561 312	
Exécution	293 541 041	293 541 041	
843 – Radio France			
Prévision	652 954 400	652 954 400	
<i>Crédits de LFI (hors FdC et AdP)</i>	652 954 400	652 954 400	
Exécution	652 954 400	652 954 400	
844 – France Médias Monde			
Prévision	299 552 666	299 552 666	
<i>Crédits de LFI (hors FdC et AdP)</i>	299 202 200	299 202 200	
<i>Ouvertures / annulations (y.c. FdC et AdP)</i>	350 466	350 466	
Exécution	299 552 666	299 552 666	
845 – Institut national de l'audiovisuel			
Prévision	104 075 354	104 075 354	
<i>Crédits de LFI (hors FdC et AdP)</i>	103 913 354	103 913 354	
<i>Ouvertures / annulations (y.c. FdC et AdP)</i>	162 000	162 000	
Exécution	104 075 354	104 075 354	
847 – TV5 Monde			
Prévision	83 826 220	83 826 220	
<i>Crédits de LFI (hors FdC et AdP)</i>	83 449 220	83 449 220	
<i>Ouvertures / annulations (y.c. FdC et AdP)</i>	377 000	377 000	
Exécution	83 826 220	83 826 220	
848 – Programme de transformation			
Prévision	19 000 008	19 000 008	

Programme Crédits	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement	ETPT *
<i>Crédits de LFI (hors FdC et AdP)</i>	69 000 000	69 000 000	
<i>Ouvertures / annulations (y.c. FdC et AdP)</i>	-49 999 992	-49 999 992	
Exécution	19 000 008	19 000 008	
Total Prévision	3 976 056 557	3 976 056 557	
Total Exécution	3 976 056 557	3 976 056 557	

* Répartition indicative par programme du plafond ministériel d'emplois

RECAPITULATION DES CREDITS PAR PROGRAMME ET ACTION

Numéro et intitulé du programme ou de l'action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP Consommation</i>	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	2023	2024	2023	2024
841 – France Télévisions	2 430 513 517 2 430 513 517	2 523 106 868 2 523 106 868	2 430 513 517 2 430 513 517	2 523 106 868 2 523 106 868
01 – France Télévisions	2 430 513 517 2 430 513 517	2 523 106 868 2 523 106 868	2 430 513 517 2 430 513 517	2 523 106 868 2 523 106 868
842 – ARTE France	303 464 377 278 175 689	295 102 353 293 541 041	303 464 377 278 175 689	295 102 353 293 541 041
01 – ARTE France	303 464 377 278 175 689	295 102 353 293 541 041	303 464 377 278 175 689	295 102 353 293 541 041
843 – Radio France	623 406 038 623 406 038	652 954 400 652 954 400	623 406 038 623 406 038	652 954 400 652 954 400
01 – Radio France	623 406 038 623 406 038	652 954 400 652 954 400	623 406 038 623 406 038	652 954 400 652 954 400
844 – France Médias Monde	284 734 306 284 858 936	299 202 200 299 552 666	284 734 306 284 858 936	299 202 200 299 552 666
01 – France Médias Monde	284 734 306 284 858 936	299 202 200 299 552 666	284 734 306 284 858 936	299 202 200 299 552 666
845 – Institut national de l'audiovisuel	93 629 039 99 929 039	103 913 354 104 075 354	93 629 039 99 929 039	103 913 354 104 075 354
01 – Institut national de l'audiovisuel	93 629 039 99 929 039	103 913 354 104 075 354	93 629 039 99 929 039	103 913 354 104 075 354
847 – TV5 Monde	79 966 333 79 966 333	83 449 220 83 826 220	79 966 333 79 966 333	83 449 220 83 826 220
01 – TV5 Monde	79 966 333 79 966 333	83 449 220 83 826 220	79 966 333 79 966 333	83 449 220 83 826 220
848 – Programme de transformation	0 0	69 000 000 19 000 008	0 0	69 000 000 19 000 008
01 – France Télévisions	0 0	45 000 000 12 391 306	0 0	45 000 000 12 391 306
03 – Radio France	0 0	15 000 000 4 130 436	0 0	15 000 000 4 130 436
04 – France Médias Monde	0 0	5 000 000 1 376 814	0 0	5 000 000 1 376 814
05 – Institut national de l'audiovisuel	0 0	4 000 000 1 101 452	0 0	4 000 000 1 101 452

RECAPITULATION DES CREDITS PAR PROGRAMME ET TITRE

Numéro et intitulé du programme ou du titre <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP Consommation</i>	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	2023	2024	2023	2024
841 – France Télévisions	2 430 513 517 2 430 513 517	2 523 106 868 2 523 106 868	2 430 513 517 2 430 513 517	2 523 106 868 2 523 106 868
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	2 430 513 517 2 430 513 517	2 523 106 868 2 523 106 868	2 430 513 517 2 430 513 517	2 523 106 868 2 523 106 868
842 – ARTE France	303 464 377 278 175 689	295 102 353 293 541 041	303 464 377 278 175 689	295 102 353 293 541 041
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	303 464 377 278 175 689	295 102 353 293 541 041	303 464 377 278 175 689	295 102 353 293 541 041
843 – Radio France	623 406 038 623 406 038	652 954 400 652 954 400	623 406 038 623 406 038	652 954 400 652 954 400
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	623 406 038 623 406 038	652 954 400 652 954 400	623 406 038 623 406 038	652 954 400 652 954 400
844 – France Médias Monde	284 734 306 284 858 936	299 202 200 299 552 666	284 734 306 284 858 936	299 202 200 299 552 666
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	284 734 306 284 858 936	299 202 200 299 552 666	284 734 306 284 858 936	299 202 200 299 552 666
845 – Institut national de l'audiovisuel	93 629 039 99 929 039	103 913 354 104 075 354	93 629 039 99 929 039	103 913 354 104 075 354
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	93 629 039 99 929 039	103 913 354 104 075 354	93 629 039 99 929 039	103 913 354 104 075 354
847 – TV5 Monde	79 966 333 79 966 333	83 449 220 83 826 220	79 966 333 79 966 333	83 449 220 83 826 220
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	79 966 333 79 966 333	83 449 220 83 826 220	79 966 333 79 966 333	83 449 220 83 826 220
848 – Programme de transformation	0 0	69 000 000 19 000 008	0 0	69 000 000 19 000 008
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	0 0	69 000 000 19 000 008	0 0	69 000 000 19 000 008
Total	3 815 713 610 3 796 849 552	4 026 728 395 3 976 056 557	3 815 713 610 3 796 849 552	4 026 728 395 3 976 056 557
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	3 815 713 610 3 796 849 552	4 026 728 395 3 976 056 557	3 815 713 610 3 796 849 552	4 026 728 395 3 976 056 557

PROGRAMME 841
France Télévisions

Bilan stratégique du rapport annuel de performances

Florence Philbert

Directrice générale des médias et des industries culturelles

Responsable du programme n° 841 : France Télévisions

Le programme 841 a pour objet le financement de France Télévisions. En application de l'article 44 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, France Télévisions est chargée de concevoir et programmer des émissions de télévision à caractère national, régional et local ainsi que des émissions de radio ultramarines.

Dans l'attente de la signature du nouveau Contrat d'objectifs et de moyens (COM), l'année 2024 se caractérise par la poursuite de la mise en œuvre par l'entreprise des axes stratégiques définis dans le COM qu'elle a conclu avec l'État pour la période 2020-2022 et reconduits dans son avenant pour 2023, tout en respectant les grandes orientations stratégiques du projet de COM 2024-2028. Après une année de dialogue entre France Télévisions et ses tutelles, la signature du projet de COM 2024-2028 a en effet été mise en suspens, car la trajectoire budgétaire qui y était adossée n'est aujourd'hui plus d'actualité.

France Télévisions a ainsi mis en place et poursuivi les objectifs suivants :

- accélérer et consolider la transformation numérique de France Télévisions ;
- consolider la confiance dans l'information et renforcer la lutte contre la désinformation ;
- soutenir la création audiovisuelle et cinématographique ainsi que le secteur culturel ;
- renforcer son offre audiovisuelle de proximité et poursuivre les rapprochements entre France 3 et France Bleu ;
- conforter son offre éducative et reconquérir les jeunes publics ;
- renouveler son engagement en faveur de l'égalité, de l'inclusion et de la représentation de la diversité ;
- poursuivre les efforts de gestion.

Conformément à ces objectifs, l'entreprise a notamment accompli les actions suivantes en 2024 :

- le renforcement de l'ambition numérique de France Télévisions, grâce à une plateforme numérique à l'éditorialisation renforcée (collections plus nombreuses, mise en avant de directs événementiels), enrichie de formats interactifs et conversationnels (jeu quotidien *100 % Logique*, le live chat et le dispositif #On vous répond, le dispositif inédit de Fan zone déployé à l'occasion des Jeux de Paris 2024) et à une personnalisation améliorée (recommandations éditoriales en fonction des centres d'intérêt et préférences thématiques déclarés par l'utilisateur). La plateforme a également intégré l'offre d'Arte conformément à l'ambition de faire de la plateforme france.tv un point de convergence de l'audiovisuel public. Avec 35 millions de visiteurs uniques mensuels 4 écrans en moyenne en 2024 (vs. 26 millions en 2023), la plateforme France.tv est devenue la première plateforme des offres de *streaming* gratuit, et connaît la plus forte croissance parmi les éditeurs de télévision gratuite sur un an ;
- la poursuite de l'action en faveur de la lutte contre la désinformation auprès de tous les publics, avec notamment la poursuite du JT quotidien dédié aux adolescents (*C quoi l'info ?*, diffusé sur les réseaux sociaux et *franceinfo*), et la poursuite du Tour de France de l'éducation aux médias et à l'information de France Télévisions, lancé en octobre 2022 en partenariat avec le Ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, le CLEMI et les rectorats, inscrit au plan académique de formation, et qui permet d'aller à la rencontre des enseignants, des élèves et des parents (réalisation de cinq étapes en 2023, deux étapes en 2024, en métropole et dans les Outre-mer) ;
- le maintien de ses engagements en faveur de la création, avec plus de 505 M€ investis dans la création patrimoniale audiovisuelle (fiction, documentaire, spectacle et animation) et cinématographique, au-delà de ses obligations réglementaires, dont 440,2 M€ en 2024 en faveur de la production d'œuvres audiovisuelles européennes et d'expression originale française. L'année 2024 a également été marquée par

- la signature du nouvel accord audiovisuel, le 17 mai 2024, avec les organisations professionnelles du secteur, renouvelant l'engagement de France Télévisions à investir un minimum annuel de 440 M€ dans la création audiovisuelle ;
- le renforcement de son offre éditoriale de proximité, grâce à la poursuite du déploiement de la marque commune de proximité ICI (France 3 et France Bleu), créée en 2022, et la régionalisation de l'offre d'information sur France 3 (48 éditions de proximité sous la marque ICI 12/13 et ICI 19/20 – 24 éditions le midi et 24 éditions le soir – substituées aux éditions nationales, intégralement pilotées et présentées depuis les régions et mêlant information nationale et locale). Depuis septembre 2024 les rédactions régionales ont ainsi pris la main sur l'intégralité des contenus, garantissant ainsi une information de terrain, proche des citoyens. Le logo ICI est affiché depuis novembre 2024 sur toutes les tranches régionales de France 3, renforçant la visibilité de la marque sur les antennes du groupe ;
 - la poursuite du déploiement d'une offre de programmes dédiés aux moins de 30 ans et un renforcement de sa présence sur les réseaux sociaux grâce à la rationalisation de tous ses comptes. De nouveaux programmes ont ainsi été proposés en 2024 pour aller vers ces publics : Okoo (lancement record de la saison 4 de la série animée de *Wakfu*, lancement de la nouvelle série *Mystery lane*), france.tv Slash (diffusion émission *Safe Zone*, nouvelle émission culturelle *BOAT*, magazine dédié aux sports extrêmes *Riding Zone*) et Lumni (nouveaux programmes autour de thématiques à fort enjeu pour les jeunes publics comme *Sexo trucs* pour les 8-11 ans ou *TakTik*, une série de méthodologie pour les collégiens) ;
 - la poursuite de la politique volontariste en matière d'égalité femmes-hommes comme l'attestent de nombreux indicateurs : index égalité professionnelle de 99 %, part des réalisatrices de fiction qui atteint 45 % en 2024, plus de 49 % de présence d'expertes dans les émissions. A également été signé, en juin 2024, un avenant à l'accord en faveur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. Enfin, France Télévisions affirme son engagement au quotidien à travers ses programmes, notamment à l'occasion de la Journée internationale pour les droits des femmes (diffusion du film *L'évènement*, ou du documentaire *IVG le droit d'en parler*) ou de la Journée internationale du 25 novembre contre les violences faites aux femmes. Cet engagement s'est également exprimé lors des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris pendant lesquels France Télévisions a diffusé près de 70 disciplines féminines ;

Pour mémoire, le niveau de la dotation publique de France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA intégrait en 2024 :

- une dotation de base permettant de financer l'activité tendancielle de l'entreprise, une part des surcoûts liés à l'inflation et la compensation des effets fiscaux liés à la suppression de la CAP (principe de neutralité fiscale) ;
- une enveloppe complémentaire, portée par le programme 848 « Programme de transformation » du compte de concours financiers « Avances à l'audiovisuel public », ayant exclusivement vocation à financer des projets de transformation et de modernisation. L'enveloppe de ce programme était d'un montant de 69 M€ en LFI 2024 répartis entre France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA.

Compte tenu de la situation contrainte des finances publiques et de la perspective de la reprise de la lecture de la proposition de loi relative à la réforme de l'audiovisuel public, l'enveloppe globale du programme de transformation *in fine* été diminuée en cours de gestion de -50 M€ par rapport à la LFI 2024, pour atteindre 19 M€.

Dans ce contexte, et compte tenu également de la situation politique particulière observée au cours de l'année 2024, la finalisation des projets de contrats d'objectifs et de moyens (COM) 2024-2028 de France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et de l'INA a été interrompue. En effet, les arbitrages du Gouvernement ont abaissé les dotations allouées en 2024 et celles inscrites en LFI 2025 à des niveaux inférieurs à ceux prévus par ces projets de COM. Des échanges sur ce sujet ont été amorcés au premier trimestre 2025 associant les administrations de tutelle et les entreprises pour tenir compte du nouveau contexte budgétaire. À l'issue de ces travaux, les projets de COM pourront faire l'objet d'une révision, tant dans leur dimension stratégique que budgétaire.

La LFI 2024 prévoyait une dotation allouée à l'entreprise de 2 568,1 M€ dont 2523,1 M€ de dotation socle (comprenant la compensation des effets fiscaux liés à la suppression de la contribution à l'audiovisuel public) et 45 M€ de crédits au titre du programme de transformation.

La dotation publique perçue par l'entreprise en 2024 atteint 2 535,5 dont 2 523,1 M€ de dotation socle (comprenant la compensation des effets fiscaux liés à la suppression de la contribution à l'audiovisuel public) et 12,4 M€ de crédits de transformation.

Sur le plan de la gestion, l'exercice 2024 pour France Télévisions a ainsi été marqué par :

- l'annulation de 32,6 M€ de concours publics (crédits portés par le programme de transformation) ;
- des recettes publicitaires en hausse de +17,4 M€ par rapport au budget, portées par le succès de la diffusion des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, d'une part, et des économies réalisées sur les charges d'exploitation et des recettes supplémentaires dégagées grâce à l'amélioration des activités commerciales et de production, d'autre part, qui ont permis de compenser ces annulations de crédits ;
- l'atteinte d'un résultat d'exploitation à l'équilibre (+0,7 M€).

Enfin, il est à noter que France Télévisions a poursuivi l'ensemble de ses objectifs dans un contexte événementiel et institutionnel dense - les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, la dissolution de l'Assemblée nationale, le suivi des élections législatives anticipées, le conflit au Proche-Orient, l'élection présidentielle américaine, les évolutions gouvernementales - qui a nécessité une grande réactivité éditoriale.

RECAPITULATION DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

OBJECTIF 1 : Proposer une offre de service public, axée sur la création française et européenne dans un univers de média global

INDICATEUR 1.1 : Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales

INDICATEUR 1.2 : Qualité des programmes de fiction et d'information

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

INDICATEUR 2.1 : Audiences de France Télévisions

OBJECTIF 3 : Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire

INDICATEUR 3.1 : Maîtrise des charges

INDICATEUR 3.2 : Ressources propres

INDICATEUR 3.3 : Résultat d'exploitation

INDICATEUR 3.4 : Index égalité femmes-hommes

Objectifs et indicateurs de performance

OBJECTIF

1 – Proposer une offre de service public, axée sur la création française et européenne dans un univers de média global

INDICATEUR

1.1 – Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales	%	81,5	81,3	Non déterminé	81,3	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Mode de calcul :

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

La réalisation 2024 correspond à l'arrêté des comptes 2024 tel que validé par les commissaires aux comptes et le conseil d'administration du 13 mars 2025.

Source des données : France Télévisions.

ANALYSE DES RESULTATS

Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales

Les dépenses de programmes représentent le poste essentiel des charges opérationnelles de l'entreprise, en ligne avec les priorités stratégiques de France Télévisions, soit 81,3 % en 2024, au même niveau que 2023 (81,3 %).

Les dépenses de programmes sont en augmentation de 111,2 M€ par rapport à 2023 (soit +5,3 %). Elles tiennent compte d'une année 2024 riche en événements (les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, une actualité nationale et internationale très soutenue, les élections européennes, la dissolution de l'Assemblée nationale, les conflits géopolitiques), d'un renforcement de l'offre de création et de l'offre destinée aux jeunes publics, de la mise en place en année pleine du projet ICI (élargissement de l'offre d'information régionale) et de la poursuite du développement de l'hyper-proximité.

Les dépenses hors programmes affichent une hausse de 23,7 M€ des charges opérationnelles (+4,9 %), qui s'explique principalement par l'impact de l'inflation et des glissements mécaniques des charges, un renfort des campagnes d'échanges marchandises (recettes publicitaires affectées en échange de prestations de service) liées aux Jeux olympiques et paralympiques de Paris (qui trouvent leur contrepartie à due concurrence en recettes publicitaires), une hausse de 6,8 M€ des coûts techniques de diffusion dont une grande partie est liée à la diffusion de France 2 et France 3 en ultra HD (pour France 3, uniquement pendant la durée des Jeux olympiques et paralympiques) et une augmentation de l'ensemble des frais annexes autour des nombreux événements exceptionnels 2024 (frais de mission, supports aux événements, renforts ponctuels, sécurité, etc.).

INDICATEUR

1.2 – Qualité des programmes de fiction et d'information

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Indicateur de qualité des programmes de fiction française	Note sur 10	8	8	Non déterminé	8	donnée non renseignée	Non déterminé
Qualité des programmes d'information	Note sur 10	Non connu	Non connu	Non déterminé	Non connu	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Source des données : Harris Interactive et IFOP.

Mode de calcul : pour la qualité de la fiction, les chiffres correspondent à la moyenne des notes obtenues par les programmes de fiction française diffusés sur France 2 et France 3. Ces notes sont issues du baromètre qualitatif, « Quali TV », enquête permanente d'évaluation de la qualité des programmes pilotée par l'institut de sondage Harris Interactive. Chaque jour, 1 800 à 2 000 individus âgés de 15 ans ou plus évaluent les émissions en leur donnant une note sur 10. 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 chaque année vers la fin du 1^{er} trimestre auprès d'un échantillon de 2 000 individus représentatif de la population de 15 ans et plus. Les répondants évaluent 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. La dernière vague de cette étude de perception de la qualité de l'offre d'information a été réalisée du 11 au 29 mars 2024 ; la vague pour mesurer le réalisé 2024 a lieu fin mars 2025 et ses résultats pourront être renseignés dans le prochain rapport annuel de performances. 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).

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

- Périmètre Groupe

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2024 Réalisation
Volume d'heures de fiction diffusées	Nombre d'heures	5374	4070	2600	2617	n.d.	2381	2500

Précisions méthodologiques :

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

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

Données de contexte : le volume d'heures de fiction diffusées sur les antennes du groupe entre 2023 et 2024 a légèrement remonté en raison de la diffusion d'une fiction jeunesse sur France 4 (*Organisation super insolite*), le genre demeurant central dans l'offre et la stratégie du groupe. Pour rappel, la diminution du nombre d'heures entre 2022 et 2023 s'explique par l'arrêt de la diffusion du feuilleton quotidien *Plus belle la vie* depuis la fin de l'année 2022.

Périmètre Historique

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2024 Réalisation
Volume d'heures de fiction diffusées	Nombre d'heures	2 191	2 228	2 370	2 334	n.d.	2040	2033

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

Mode de calcul : Nombre d'heures de fiction diffusées sur France 2, France 3 et France 5.

Données de contexte : France 2, France 3 et France 5 diffusent autant de fiction en 2024 qu'en 2023. Pour rappel, la baisse sur l'année 2023 par rapport aux trois années précédentes s'explique par l'arrêt de la diffusion sur France 3 du feuilleton quotidien *Plus belle la vie*.

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

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2024 Réalisation
Investissement dans la création audiovisuelle	En M €	420,6	422,1	440,1	440,2	440	440,4	440,2

Précisions méthodologiques :

Source des données : France Télévisions.

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. Les accords conclus le 9 juillet 2019 puis le 17 mai 2024 avec les organisations professionnelles engagent France Télévisions à sanctuariser un investissement annuel minimal de 440 M€ dans la création audiovisuelle. La réalisation 2024 est présentée sous réserve de sa validation par l'ARCOM.

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

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2024 Réalisation
Journaux télévisés	Note sur 10	6,4	6,4	6,7	6,4	n.d.	6,6	n.d.
Chaîne d'information en continu	Note sur 10	5,8	5,8	6,2	6,1	n.d.	6,2	n.d.
Sites et applications d'information	Note sur 10	5,9	5,6	5,5	5,2	n.d.	5,9	n.d.
Magazines d'information	Note sur 10	6,3	6,2	6,3	5,5**	n.d.	5,9	n.d.

Précisions méthodologiques

Source des données : IFOP.

Mode de calcul : étude réalisée chaque année auprès d'un échantillon de 2 000 individus représentatif de la population de 15 ans et plus. Les répondants ont évalué les offres d'information de France Télévisions et de ses principaux concurrents par des notes d'appréciation (note sur 10) et des items d'image. France Télévisions mesure ces items au premier trimestre de l'année. La dernière vague de cette étude de perception de la qualité de l'offre d'information a été réalisée du 11 au 29 mars 2024 et constitue la référence pour l'année 2023 ; la vague pour mesurer le réalisé 2024 a lieu fin mars 2025 et ses résultats pourront être renseignés dans le prochain rapport annuel de performances.

**** Changement de méthodologie 2022** : les magazines d'information sont désormais notés individuellement et la note globale des magazines est calculée en moyennant la note de chaque magazine. Lors des vagues précédentes, l'échantillon était appelé à noter globalement les magazines pour chaque chaîne (par exemple « les magazines de France 2 »).

ANALYSE DES RESULTATS**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 2024, une note moyenne de 8,0/10, un niveau élevé et stable comparé aux années précédentes.

Les fictions traitant de thématiques de société restent particulièrement appréciées du public, en se distinguant notamment sur les dimensions d'impact (ce programme « m'a fait vivre des moments forts », « m'a donné envie d'en parler autour de moi »), d'originalité (« c'est un programme différent et original », « la thématique n'est pas souvent traitée à la télévision ») et d'éducation (« j'ai appris des choses », « ce programme m'a fait réfléchir »). La fiction unitaire *Tu ne tueras point* sur le procès d'une mère infanticide et la détresse des parents face au handicap de leur enfant obtient la meilleure note pour le genre en 2024 parmi les programmes de France Télévisions (à 8,8/10). Elle affiche également le meilleur niveau atteint en 2024 pour une fiction sur le critère d'originalité quelle que soit la chaîne (98 %, ex-aequo avec *A l'épreuve*, également diffusée sur France 2).

Signalons également les notes élevées obtenues par des fictions en lien avec les violences sexuelles et psychologiques : *Signalements* – une fiction inspirée de faits réels sur les violences quotidiennes faites aux enfants - à 8,7/10 (96 % sur la dimension d'originalité, 93 % sur les qualités éducatives, 91 % sur la dimension d'impact), *Parents à perpétuité* sur le calvaire de parents dont le fils est accusé de viol à 8,5/10 (91 % aussi sur l'impact, 97 % sur l'originalité et 93 % sur l'éducation), *Des blessures invisibles* sur les violences psychologiques au sein d'un couple à 8,5/10.

Sur un thème peu traité à la télévision (une mère de famille qui risque de perdre la garde de ses enfants parce qu'elle devient aveugle, jouée par une comédienne elle-même en situation de handicap visuel), *Droit de regard* suscite l'adhésion avec 95 % sur l'originalité et 90 % sur l'éducation.

Enfin, la fiction *A l'épreuve* sur une mère célibataire en situation de précarité qui devient éboueuse obtient le meilleur niveau sur le critère « reflète bien la société dans sa diversité » à 97 %.

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

Indicateur de qualité de l'information

France Télévisions a lancé en mars la vague 2025 de l'étude de perception des offres d'information pour 2024. Les résultats de cette étude ne sont pas disponibles au moment de la rédaction de ce rapport annuel de performance ; ils le seront au printemps 2025.

Concernant la qualité perçue de l'année 2023 sur la base de la vague du baromètre du printemps 2024, les indicateurs d'appréciation de l'offre d'information de France Télévisions ont retrouvé en 2023 les niveaux historiques obtenus en 2021 (meilleur niveau après 2021 pour les journaux (6.6) et pour la chaîne franceinfo (6.2) ; meilleure note depuis le lancement du baromètre en 2016 pour l'offre numérique franceinfo (5.9)).

Les résultats 2023 confirment la bonne appréciation que portent les Français sur l'offre d'information de France Télévisions avec des notes supérieures à celle de ses concurrents sur les différentes catégories (journaux, chaînes, offre numérique).

En 2024, France Télévisions a continué de rassembler un large public grâce à son offre d'information diversifiée et multisupport :

- Chaque jour, 12,5 millions de téléspectateurs s'informent grâce aux éditions d'information de France 2 et France 3, dont 5,3 millions pour l'information régionale (en hausse de 500 000 téléspectateurs par rapport à 2023) ;
- Chaque semaine, les magazines d'information de la rédaction nationale attirent 18 millions de téléspectateurs ;
- La chaîne franceinfo est regardée quotidiennement par 5,4 millions de téléspectateurs en 2024, , soit une hausse de 6 % par rapport à 2023 et un gain de 300 000 téléspectateurs quotidiens.
- L'offre numérique franceinfo enregistre 4,2 millions de visiteurs uniques en moyenne par jour en 2024, soit son meilleur niveau annuel. Cette audience en hausse de 25 % par rapport à 2023 (soit un gain de plus de 800 000 visiteurs uniques quotidiens) en fait la 1^{re} offre d'information numérique de France. La fréquentation des sites régionaux a de nouveau fortement progressé en 2023 : 1,8 million de visiteurs uniques quotidiens, soit une hausse de 55 % par rapport à 2023 pour un gain de 650 000 visiteurs uniques quotidiens ;
- Le média global franceinfo (tv, radio, numérique) est suivi par 26,5 millions d'utilisateurs chaque semaine (moyenne sur les mois de mars, juin et septembre 2024), un niveau stable par rapport à 2023.

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	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Audience cumulée hebdomadaire des chaînes de France Télévisions	%	69,6	68,6	Non déterminé	63,0	donnée non renseignée	Non déterminé
Audience des offres numériques tous supports	millions	667	677	Non déterminé	1013	donnée non renseignée	Non déterminé
Couverture hebdomadaire 4 écrans	%	79,3	77,3	Non déterminé	80,9	donnée non renseignée	Non déterminé
Vidéos vues chaque mois (hors plateformes externes)	millions	166	182	Non déterminé	224	donnée non renseignée	Non déterminé
Nombre d'utilisateurs mensuels des offres numériques de France Télévisions (hors information)	millions	26	27	Non déterminé	Non connu	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques**Audience cumulée hebdomadaire des chaînes de France Télévisions.**

Depuis 2024, Base France Entière tous lieux tous écrans (Base équipés TV auparavant).

Source des données : Médiamétrie, France Télévisions.

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

*Depuis janvier 2022, France 4 a changé de souscription Médiamétrie (passage à l'abonnement Médiamat'Thématic).

Les résultats relatifs à l'agrégat « chaînes de France Télévisions » ne peuvent en conséquence plus intégrer France 4 dans le calcul. Les données ont été recalculées en conséquence pour 2020 et 2021 afin de permettre une comparaison plus juste avec 2022. Elles s'établissaient respectivement à 72,4 % et 72,3 % en supprimant les audiences de France 4.

Avec l'intégration des foyers non équipés TV et des écrans digitaux à domicile en 2024, le temps passé par individu sur la TV baisse mécaniquement d'où la baisse de l'audience cumulée hebdomadaire avec un seuil de 15 minutes (non-consécutives). En revanche, le nombre de contacts (seuil de vision minimal de 10 secondes) augmente significativement.

Audience des offres numériques tous supports

Source des données : France Télévisions, AT Internet.

Mode de calcul : nombre de vidéos vues, toutes plateformes et tous supports. Mesure réalisée mensuellement sur les plateformes éditées par France Télévisions et les plateformes externes. Web, mobiles, tablettes et IPTV.

Vidéos vues chaque mois (hors plateformes externes)

Source des données : Médiamétrie - eStat

Mode de calcul : moyenne mensuelle en millions. Environnements France Télévisions, hors réseaux sociaux et plateformes externes : France.tv sur FAI (estimation) et agrégateurs (Molotov, My Canal), autres plateformes éditées par France Télévisions (franceinfo, Okoo, Lumi...).

Le comptage d'une vidéo vue obéit à deux conditions :

- si l'utilisateur lance un flux et ne fait aucune action sur le player, une session est comptabilisée dès que le temps passé sur un contenu est supérieur à 10 secondes.
- si l'utilisateur fait une action sur le player avant les 10 premières secondes (« play », « pause », « stop », « marche avant », « marche arrière »), la session sera comptabilisée.

La technologie eStat'Streaming est la mesure de référence pour les acteurs TV présents sur le digital : elle nourrit également la nouvelle mesure TV qui inclut les écrans digitaux. L'intérêt de l'indicateur de vidéos vues réside surtout au niveau éditorial, cela permet d'identifier les contenus forts au sein des différentes offres.

*Nombre d'utilisateurs mensuels des offres numériques de France Télévisions (hors information)

Source des données : France Télévisions, AT Internet.

Mode de calcul : moyenne mensuelle en millions de visiteurs uniques, tous écrans hors interfaces FAI des box internet, offres France.tv, Lumi, Okoo et sites propriétaires.

France Télévisions ne suit plus cet indicateur, au profit de l'indicateur « Vidéonautes Uniques » mensuels (voir infra) qui a été ajouté au tableau avec l'historique, et qui mesure la puissance de nos contenus en délinéaire sur les plateformes internes et externes, en permettant la comparaison avec la concurrence.

Vidéonautes Uniques mensuels VAD (en millions d'individus)

Mode de calcul : VAD : preview/replay. Pas de prise en compte du direct, des exclusivités numériques ni des enregistrements privés. Les contenus watermarkés, publiés sur les plateformes externes (Youtube, Réseaux sociaux, etc.), remontent dans ces audiences délinéaires.

Source des données : Médiamétrie - Médiamat National (ad hoc france.tv VAD incluant F4). Élargissement du périmètre en 2024 : France entière, tous lieux, tous écrans.

	Unité	Indicateur de contexte	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	2025 Cible
Vidéonautes uniques mensuels VAD (en millions d'individus)	millions	Non indiqué	23,5	26,0	n.d.	35,0	n.d.

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

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2024 Réalisation
Audience 4 écrans couverture mensuelle	%	88,9	92,8	92,2	91	n.d.	90 %	95,1

Précisions méthodologiques :

Mode de calcul : Taux de couverture mensuelle 4 écrans. Cet indicateur lancé par Médiamétrie en 2018 prend en compte l'ensemble des écrans (télévision, ordinateur, mobile et tablette).

Périmètre des chaînes mesurées : Ensemble des contenus vidéos des chaînes FTV (France 2 / 3 / 4 / 5, franceinfo) et des exclusivités numériques (Slash, Okoo, Lumni).

Source des données : Médiamétrie/Parent Vidéos 4 écrans. Base population France entière, tous écrans tous lieux.

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

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2024 Réalisation
Part d'audience sur les 4-14 ans	%	18	19,2	16,8	16,7	17,9	n.d.	18,3	21,6
Part d'audience sur les 15-24 ans	%	15,3	16,5	17,3	18,6	18,3	n.d.	18,2	21,6
Part d'audience sur les 25-59 ans	%	19,2	19,2	18,5	18,8	18,0	n.d.	18,6	19,9
Part d'audience sur les plus de 60 ans	%	40,4	40,1	40,1	38,6	37,9	n.d.	37	36,2

Précisions méthodologiques :

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

Source des données : Médiamétrie et France Télévisions. Base France entière tous écrans tous lieux à partir de 2024 (Base population équipée TV auparavant).

ANALYSE DES RESULTATS

Audiences de France Télévisions

L'audience cumulée hebdomadaire de France Télévisions se maintient à haut niveau avec 63 % hors France 4 (seuil de 15min non-consécutives), mais n'est pas comparable avec 2023 compte tenu de l'évolution du périmètre de mesure. **L'intégration des foyers non équipés TV et des écrans digitaux à domicile à la mesure de Médiamétrie à compter du 1^{er} janvier 2024 entraîne une baisse mécanique de la durée d'écoute individuelle de la télévision, liée à l'intégration de plus petits consommateurs, d'où la baisse de l'audience cumulée hebdomadaire** avec un seuil de 15 minutes (non-consécutives). En revanche, le nombre de contacts (seuil de vision minimal de 10 Secondes) augmente significativement.

La couverture hebdomadaire 4 écrans (télévision, ordinateur, mobile et tablette) : compte tenu de la nouvelle mesure d'audience et de la période des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris, France Télévisions affiche un très haut niveau de couverture. **Le groupe a touché 81 % de la population en moyenne chaque semaine [1]**, quel que soit l'écran (télévision, ordinateur, mobile et tablette). La couverture hebdomadaire s'élève à 71 % chez les 15-24 ans, à 85 % chez les actifs et à 94 % chez les jeunes retraités.

La couverture mensuelle 4 écrans de France Télévisions (téléviseur, ordinateur, tablette, smartphone) affiche des **niveaux supérieurs à ces dernières années** (95 % des 4 ans et plus en 2024 vs 90 % en 2023, seuil 10 secondes).

Au cours d'une année marquée par le succès des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris, **France Télévisions reste le premier groupe média audiovisuel et affiche une part d'audience en hausse, atteignant 29,8 %** (vs 29,3 % en 2023 et 29,4 % en 2022), au plus haut depuis 2012. Sur l'ensemble de la population 4+, le groupe creuse l'écart avec le groupe TF1 (écart de 3,2 points en 2024 contre 2,5 points en 2023 et 2,8 points en 2022).

Performances de France Télévisions par tranche d'âge :

- En raison des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris et de la prise en compte des écrans digitaux à domicile et des foyers non équipés TV, **la part d'audience de France Télévisions progresse auprès des publics jeunes, avec 21,6 % de part d'audience sur les enfants 4-14 ans (+3,3 points) et 21,6 % également chez les 15-24 ans (+3,4 points).**
- Le groupe progresse également chez les 25-59 ans (à 19,9 % soit +1,3 point, hors France 4)
- La part d'audience sur les 60 ans et plus demeure à niveau élevé (36,2 % hors France 4 et franceinfo, en retrait de 0,8 pt).

Compte tenu de leur souscription Médiamétrie, les audiences de France 4 et franceinfo ne sont pas disponibles sur toutes les cibles.

[1] Source : Médiamétrie/ Médiamat Agrégat France.tv avec France 4 (janvier-décembre 2024).

Audiences numériques

L'audience des offres numériques tous supports et toutes plateformes confondues atteint un record en 2024 à plus d'1 milliard de vidéos vues (contre 677 millions en 2023 et 667 millions en 2022). Cette hausse est également visible sur les plateformes propriétaires du groupe (224 millions de vidéos vues chaque mois en 2024, soit +23 % vs 2023).

Dans le détail, en 2024, les audiences numériques sont les suivantes :

- Les contenus délinéaires de France Télévisions (tous environnements confondus, france.tv et plateformes sociales), réunissent 35 millions de vidéonautes uniques chaque mois [1] soit la plus forte croissance parmi les éditeurs de télévision gratuite sur un an et la première offre de *streaming* gratuit en France (2,3 millions de vidéonautes de plus que TF1+, et 13 millions de plus que M6+).
- Okoo se maintient à de bons niveaux en 2024 et enregistre 20,6 millions de vidéos vues en moyenne sur ses applications dédiées (stable sur un an). L'offre jeunesse atteint un record en délinéaire, avec 561 millions de vues sur l'année 2024 (contre 556 millions de vues sur l'année 2023), soit 1,5 millions de vidéos consommées chaque jour. Chaque mois, 3,5 millions d'enfants sont en contact avec les programmes Okoo sur l'écran de TV et sur les écrans numériques hors domicile.
- Le site éducatif lumni.fr attire en moyenne 1,2 millions de visiteurs uniques par mois (-6 % sur un an, légère baisse qui s'explique par la stratégie de mise à jour du catalogue

[1] Source Médiamétrie : Médiamat Thematik (ad hoc france.tv VAD incluant France 4). Consommation preview, replay et extraits sur les réseaux sociaux des contenus watermarkés (janvier-décembre 2024).

OBJECTIF

3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire

INDICATEUR**3.1 – Maîtrise des charges**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Charges de personnel	M€	871,7	894,1	Non déterminé	937,2	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques**Commentaires techniques**

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

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

Source des données : France Télévisions.

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

Source des données : France Télévisions.

Mode de calcul : la masse salariale de FTV S.A. correspondant au compte 64, retraité des indemnités de départs en retraite et de licenciement, des suppléments de cachet et hors forfait social de l'intéressement. La réalisation 2024 correspond à l'arrêté des comptes 2024 tel que validé par les commissaires aux comptes et le conseil d'administration du 13 mars 2025.

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

	Unité	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Prévision PAP 2024	2024 Réalisation	2025 Cible
Nombre d'ETP permanents		7 969	7871.	7693	7540	n.d.	7671	n.d.
Nombre d'ETP non permanents		1 053	1179.	1257	1285	n.d.	1261	n.d.
Total ETP		9 021	9050	8951	8825	8980	8932	n.d.

Précisions méthodologiques

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

Source des données : France Télévisions.

Mode de calcul (mensuel) :

Personnel Permanent : nombre de jours payés / 30 (un salarié permanent à temps plein est payé 30 jours par mois [pour 22 jours ouvrés en moyenne par mois] ce qui donne après calcul 1 ETP)

Personnel CDD : nombre de jours payés / 30 (un salarié occasionnel [contrat long] à temps plein est payé 30 jours par mois [pour 22 jours ouvrés en moyenne par mois] ce qui donne après calcul 1 ETP)

Contrats aidés (alternants, contrats de professionnalisation) : nombre de jours payés / 30 divisé par 2 (division par 2 eu égard à leur taux d'activité réduit)

Stagiaires : pas de calcul d'ETP, même s'ils génèrent des jours payés

Personnel Intermittents, cachetiers et pigistes : nombre de jours de prestation / 22 (un salarié ponctuel [contrat court] est décompté au nombre de jours de prestation / travaillés [22 jours ouvrés par mois en moyenne] ce qui donne après calcul 1 ETP pour 22 jours de travail)

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

ANALYSE DES RESULTATS

Maîtrise des charges de personnel

La consolidation de l'équilibre financier de France Télévisions repose sur une condition centrale de maîtrise de sa masse salariale, qui suppose d'engager des réformes structurelles permettant d'améliorer l'efficacité de la gestion de l'entreprise et de poursuivre sa transformation numérique et technologique afin de s'adapter aux nouveaux usages, tout en préservant les priorités stratégiques du groupe.

Les efforts de maîtrise durable et structurelle de la masse salariale se traduisent depuis 2019 par un pilotage renforcé des effectifs et des remplacements, notamment grâce à une meilleure planification et régulation de l'activité, et par l'ouverture à partir de l'été 2019 du dispositif de rupture conventionnelle collective prévu par l'accord conclu le 9 mai avec trois organisations syndicales représentatives du personnel du groupe (la CFDT, FO et la CGT), permettant l'adaptation du cadre social et de la méthode de transformation aux défis du numérique, en assurant à la fois une stabilisation de la masse salariale (hors impact de l'inflation) et un rééquilibrage de la structure socio-générationnelle des compétences internes. Cet accord, qui se terminait le 31 décembre 2022, prévoyait notamment un volet d'accompagnement des départs pour ceux des collaborateurs qui le souhaitaient et un volet de recrutements. Dans ce contexte, le plan de recomposition des effectifs a totalisé 1 238 départs à fin décembre 2022 et dont une partie est intervenue en 2023.

Les efforts ont été poursuivis en 2024, parallèlement à la mise en œuvre des priorités stratégiques, avec un niveau des effectifs s'établissant à 8 932 ETP, en hausse de 126 ETP par rapport à 2023, en raison des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris et d'une hausse ponctuelle sur le réseau France 3 en lien avec la disparition des journaux nationaux de France 3 et l'allongement des journaux régionaux. Le niveau d'ETP 2024 est cependant en baisse de 48 ETP par rapport au budget, ce qui s'explique par des efforts d'optimisation sur la planification des salariés (voir ci-après).

La masse salariale 2024 (hors indemnités de départ en retraite et de licenciements, suppléments de cachets et intéressement) s'élève à 937,2 M€ contre 952,7 M€ au budget. L'écart favorable de 15,5 M€ s'explique notamment par un effet volume (moins d'ETP que ceux prévus pour 2024), des effets prix favorables et des taux des cotisations sociales patronales moins élevés que budgétés.

INDICATEUR

3.2 – Ressources propres

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Ressources propres	M€	417,5	404,1	Non déterminé	475,9	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Commentaires techniques

Mode de calcul : Somme des lignes publicité et parrainage (y compris recettes affectées) et autres recettes. Contrairement aux rapports annuels de performance précédents, cet indicateur n'intègre pas le résultat des filiales de France Télévisions, qu'il s'agisse de la prévision actualisée 2021 ou des réalisations antérieures. Cette modification de périmètre permet d'aligner le mode de calcul sur l'indicateur identique prévu dans le contrat d'objectifs et de moyens 2020-2022 et son avenant 2023 de France Télévisions.

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

Source des données : France Télévisions

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Prévision	2024 Réalisation	2025 Cible
Développement des recettes commerciales	M€	22,9	22,4	31,8	31,6	26,4	27,4	31,7	n.d.

Précisions méthodologiques

Source des données : France Télévisions.

Mode de calcul : Somme des résultats d'exploitation de France Télévisions Publicité (FTP) et France Télévisions Distribution (FTD), du résultat net consolidé de Francetv.Studio et des reversements de FTD à FTV au titre des activités pour lesquelles FTV la mandate. La prévision 2024 correspond au budget 2024 présenté au conseil d'administration du 15 décembre 2023. La réalisation 2024 correspond à l'arrêté des comptes 2024 tel que validé par les commissaires aux comptes et le conseil d'administration du 13 mars 2025.

ANALYSE DES RESULTATS

Ressources propres et recettes commerciales

Les ressources propres s'établissent à 479,9 M€, en hausse de 71,9 M€ par rapport à 2023, ce qui s'explique par une augmentation des recettes publicitaires, portée principalement par le succès de la diffusion des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris sur les antennes et les plateformes numériques de France Télévisions.

Les recettes commerciales s'établissent à 31,7 M€ en 2024, en hausse de 5,3 M€ par rapport à 2023 qui s'explique principalement par les bonnes performances publicitaires de France Télévisions Publicité, un résultat de France Télévisions Distribution plus élevé que prévu (ventes de droits, notamment de séries, et grâce aux bonnes performances des jeux antenne) et un résultat de France Télévisions Studio supérieur au niveau attendu grâce aux économies d'échelle générées par l'activité de programmes de flux et à la rentabilité associée.

INDICATEUR

3.3 – Résultat d'exploitation

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Résultat exploitation	M€	0,1	3,7	Non déterminé	0,7	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Précisions méthodologiques

Source des données : France Télévisions.

Mode de calcul : résultat d'exploitation consolidé de France Télévisions avant éléments non récurrents. A noter que le changement des règles d'amortissement des fictions (passage d'un taux d'amortissement de 80 % à la première diffusion et 20 % à la seconde, à, respectivement, 66 % et 34 %) intervenu en 2023 se traduit par un effet positif de 24 M€ sur le résultat d'exploitation de France Télévisions. La réalisation 2024 correspond à l'arrêté des comptes 2024 tel que validé par les commissaires aux comptes et le conseil d'administration du 13 mars 2025.

ANALYSE DES RESULTATS

Résultat d'exploitation avant éléments non récurrents

Le dynamisme des recettes publicitaires (en hausse de +17,4 M€ par rapport au budget, grâce au succès de la diffusions des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris), les économies réalisées sur les charges d'exploitation et l'amélioration des activités commerciales et de production ont permis de compenser les annulations de crédits du programme de transformation.

Dans ce contexte, le résultat d'exploitation s'établit à +0,7 M€, à l'équilibre (en ligne avec le budget) pour la neuvième année consécutive et le résultat net est bénéficiaire à hauteur de +2,4 M€.

INDICATEUR

3.4 – Index égalité femmes-hommes

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Résultat de l'index égalité femmes-hommes	ratio	99	99	Non déterminé	99	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Précisions méthodologiques

Source des données : France Télévisions.

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

ANALYSE DES RESULTATS

Égalité femmes-hommes

L'index se situe au même niveau qu'en 2023 et 2022, à savoir 99 %, traduisant les efforts continus du groupe en faveur de l'égalité salariale.

Présentation des crédits

2024 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS OUVERTS ET DES CREDITS CONSOMMES

2024 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
	Dépenses d'opérations financières		
	Prévision LFI 2024		
	Consommation 2024		
01 – France Télévisions	2 523 106 868 2 523 106 868	2 523 106 868 2 523 106 868	2 523 106 868
Total des AE prévues en LFI	2 523 106 868	2 523 106 868	2 523 106 868
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP			
Total des AE ouvertes	2 523 106 868	2 523 106 868	
Total des AE consommées	2 523 106 868	2 523 106 868	

2024 / CREDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
	Dépenses d'opérations financières		
	Prévision LFI 2024		
	Consommation 2024		
01 – France Télévisions	2 523 106 868 2 523 106 868	2 523 106 868 2 523 106 868	2 523 106 868
Total des CP prévus en LFI	2 523 106 868	2 523 106 868	2 523 106 868
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP			
Total des CP ouverts	2 523 106 868	2 523 106 868	
Total des CP consommés	2 523 106 868	2 523 106 868	

2023 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS VOTES (LFI) ET DES CREDITS CONSOMMES

2023 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7	Total hors FdC et AdP prévus en LFI	Total y.c. FdC et AdP
	Dépenses d'opérations financières		
	Prévision LFI 2023		
	Consommation 2023		
01 – France Télévisions	2 430 513 517 2 430 513 517	2 430 513 517	2 430 513 517 2 430 513 517
Total des AE prévues en LFI	2 430 513 517	2 430 513 517	2 430 513 517
Total des AE consommées	2 430 513 517		2 430 513 517

2023 / CREDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7	Total	Total
	Dépenses d'opérations financières	hors FdC et AdP prévus en LFI	y.c. FdC et AdP
	<i>Prévision LFI 2023</i>		
	<i>Consommation 2023</i>		
01 – France Télévisions	2 430 513 517	2 430 513 517	2 430 513 517
	2 430 513 517		2 430 513 517
Total des CP prévus en LFI	2 430 513 517	2 430 513 517	2 430 513 517
Total des CP consommés	2 430 513 517		2 430 513 517

PRESENTATION PAR TITRE ET CATEGORIE DES CREDITS CONSOMMES

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées* en 2023	Ouvertes en 2024	Consommées* en 2024	Consommés* en 2023	Ouverts en 2024	Consommés* en 2024
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	2 430 513 517	2 523 106 868	2 523 106 868	2 430 513 517	2 523 106 868	2 523 106 868
Prêts et avances	2 430 513 517	2 523 106 868	2 523 106 868	2 430 513 517	2 523 106 868	2 523 106 868
Total hors FdC et AdP		2 523 106 868			2 523 106 868	
Total*	2 430 513 517	2 523 106 868	2 523 106 868	2 430 513 517	2 523 106 868	2 523 106 868

* y.c. FdC et AdP

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		2 523 106 868 2 523 106 868	2 523 106 868 2 523 106 868		2 523 106 868 2 523 106 868	2 523 106 868 2 523 106 868
Total des crédits prévus en LFI *	0	2 523 106 868	2 523 106 868	0	2 523 106 868	2 523 106 868
Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP						
Total des crédits ouverts	0	2 523 106 868	2 523 106 868	0	2 523 106 868	2 523 106 868
Total des crédits consommés	0	2 523 106 868	2 523 106 868	0	2 523 106 868	2 523 106 868
Crédits ouverts - crédits consommés						

* hors FdC et AdP pour les montants de la LFI

1 – Budget 2024

Le budget 2024 a été construit autour des objectifs stratégiques suivants :

- Accélération technologique pour renforcer notre relation avec les publics et améliorer la qualité et la productivité des activités,
- Maintien des investissements dans les programmes de création et développement de nouvelles offres à destination des jeunes publics,
- Renforcement de l'information sur tous les supports et en proximité,
- Plus grande coopération au sein de l'audiovisuel public et notamment entre France Bleu et France 3, autour de la proximité.

Le budget 2024 a été construit à l'équilibre d'exploitation sur la base d'un accroissement des recettes nettes (augmentation des ressources publiques et des recettes publicitaires en lien avec la diffusion des Jeux Olympiques et Paralympiques Paris), d'une amélioration du résultat des activités de diversification et d'une hausse des charges d'exploitation (dont notamment la prise en compte de l'inflation et des coûts supplémentaires liés à la couverture des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris).

En outre, le budget 2024 prévoyait une poursuite des efforts de gestion pour mettre en œuvre les priorités stratégiques et atteindre l'équilibre du résultat d'exploitation.

La LFI 2024 prévoyait ainsi une dotation allouée à l'entreprise de 2 568,1 M€ dont 2 523,1 M€ de dotation socle (comprenant la compensation des effets fiscaux liés à la suppression de la contribution à l'audiovisuel public) et 45 M€ de crédits au titre du programme de transformation.

2 – Réel 2024

L'exécution budgétaire de l'exercice 2024 a été marquée par :

- l'annulation de 32,6 M€ de concours publics (issus du programme budgétaire « Programme de transformation ») par rapport à la LFI 2024, compte tenu de la situation contrainte des finances publiques et de la perspective de la reprise de la lecture de la proposition de loi relative à la réforme de l'audiovisuel public évoquées dans le résumé du bilan stratégique du programme ; aussi, la dotation publique perçue par l'entreprise en 2024 atteint 2 535,5 dont 2 523,1 M€ de dotation socle (comprenant la compensation des effets fiscaux liés à la suppression de la contribution à l'audiovisuel public) et 12,4 M€ de crédits de transformation.

- le dynamisme des recettes publicitaires, en hausse de 17,4 M€ par rapport au budget, grâce au succès de la diffusion des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris ;
- des économies sur les charges d'exploitation par rapport au budget et qui s'établissent à 5,5 M€ ;
- l'amélioration des activités commerciales et de production en augmentation de 17,2 M€ grâce aux filiales de France Télévisions (France Télévisions Publicité, France Télévisions Studio, France Télévisions Distribution et filiales cinéma).

Dans ce contexte, **le résultat d'exploitation s'établit à l'équilibre (+0,7 M€)**, en ligne avec le budget, et **le résultat net est bénéficiaire** de 2,4 M€.

Le **chiffre d'affaires diffusion s'établit à 3 011,4 M€**, supérieur de 176,8 M€ à 2023 mais inférieur de 15,6 M€ aux prévisions budgétaires, ce qui s'explique par :

- une baisse des **concours publics** à hauteur de 32,6 M€ ;
- une hausse de 17,4 M€ des **recettes publicitaires et parrainage** par rapport au budget. Les recettes publicitaires de France Télévisions Publicité ont atteint un niveau record en 2024 (451,9 M€), soit une hausse de 19 % par rapport à 2023 (+72,1 M€) et un dépassement de 4 % par rapport au budget (+17,4 M€), à la fois sur les recettes diffuseurs et sur les recettes numériques. Ces performances ont été portées principalement par le succès de la diffusion des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris sur les antennes et les plateformes de France Télévisions (les recettes publicitaires liées aux Jeux sont de 83 M€ en incrémental).

Les **recettes nettes disponibles 2024 s'établissent à 2 616,1 M€** et sont inférieures au budget de 22,4 M€. Elles correspondent au chiffre d'affaires diffusion duquel sont soustraites :

- les commissions et ayants-droits (340,2 M€), supérieurs au budget de 4,5 M€ en lien avec la hausse du chiffre d'affaires publicitaire et un effet mix sur la typologie du chiffre d'affaires (TV classique vs TV segmentée ainsi que publicité numérique).
- la taxe sur les salaires dont le montant est de 55,1 M€. La hausse de 2,3 M€ par rapport au budget s'explique par l'impact de la réalité de la base de calcul 2023 – pour connaître le montant 2024 –, non connue précisément lors de la construction budgétaire et n'intégrant pas la totalité des effets de l'inflation.

Le **total des charges d'exploitation s'établit à 2 703,8 M€**, inférieures de 5,5 M€ au budget 2024.

Le **coût de grille, établi à 2 199 M€**, affiche une baisse de 5,2 M€ (-0,2 %) par rapport au budget. Par genre, les évolutions sont les suivantes :

- Le **coût de grille de l'information** nationale affiche un dépassement qui s'explique par des événements, actualité et décisions qui n'avaient pas été budgétés initialement. L'année 2024 a en effet été marquée, outre les Jeux Olympiques et Paralympiques, par la dissolution de l'Assemblée nationale et ses répercussions (nouvelles élections législatives, nouveau gouvernement, motion de censure), qui a nécessité une couverture spécifique. L'actualité a également été très riche à l'étranger : poursuite du conflit en Ukraine, conflit au Proche-Orient, élections américaines. Par conséquent, des émissions et opérations spéciales non prévues au budget ont été mises en place pour couvrir cette actualité.
- Le **coût de grille des sports** est en augmentation par rapport au budget, notamment du fait de certains surcoûts liés aux émissions spéciales sur les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris, à l'offre digitale Paris 2024 et à la couverture plus ambitieuse des Jeux Paralympiques que ce qui avait été initialement prévu. Le coût de grille est également impacté par le décalage de la diffusion du Multiplex des 32^{es} de finale de la Coupe de France, budgété en janvier 2025 mais diffusé en décembre 2024.
- Le **programme national** est en économie par rapport au budget et en hausse par rapport à 2023. L'économie est la conséquence des efforts réalisés à la suite des annulations de crédits sur le programme de transformation (-13 M€ par décret en février 2024 puis -19,6 M€ actés par la loi de finances de fin de gestion 2024), en particulier sur les documentaires, les magazines, les fictions avec l'annulation de plusieurs projets. Par ailleurs, France Télévisions a maintenu en 2024 son engagement dans la création audiovisuelle à hauteur de 440 M€.
- Le **coût de grille du programme régional de France 3** est en retrait par rapport aux prévisions budgétaires. Les charges liées à l'énergie ont été moindres du fait, d'une part, d'une baisse de la consommation et, d'autre part, d'un effet prix favorable. La masse salariale est en économie en raison d'un effet volume favorable. Le retard dans les travaux prévus a généré un niveau d'entretien et de maintenance et d'amortissements plus faible.

- Le léger débord **du coût de grille des Outre-mer 1^{ers}** par rapport au budget est lié à une actualité éditoriale riche : couverture des Jeux Olympiques, lancement de nouveaux festivals, couverture des élections législatives, incidents climatiques et sociaux.
- Le **numérique hors contenus** affiche un retrait lié aux économies réalisées notamment sur les prestations extérieures et la sous-traitance.

Les **coûts supports (351,9 M€)** et les **autres dépenses (152,9 M€)** sont en ligne avec le budget.

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

- le **résultat des autres activités (80,5 M€)** affiche une avance par rapport au budget qui s'explique par les bonnes performances publicitaires de France Télévisions Publicité, une avance sur la distribution internationale et un résultat de France Télévisions Distribution plus élevé que prévu.
- Le **résultat du producteur (8 M€)** est supérieur au budget. France 2 Cinéma participe à ce résultat du fait de la baisse du nombre de fins de tournage sur 2024 reportés en 2025 et du nombre de sorties en salles sur l'année ayant généré une économie sur l'exercice en cours (mais un report de charges sur 2025). France Télévisions Studio affiche également un résultat supérieur au niveau budgété grâce aux économies d'échelle générées par l'activité de programmes de flux et à la rentabilité associée.

Ainsi, compte tenu des éléments présentés et pour la neuvième année consécutive, **le résultat d'exploitation 2024 est à l'équilibre (+0,7 M€)**, en ligne avec le budget.

Les **autres agrégats 2024** constitutifs du résultat net sont les suivants :

- le **résultat financier** est plus faible que le montant prévu au budget, ce qui s'explique par une diminution des taux d'intérêts et une dégradation du niveau de trésorerie (voir infra) ;
- le **résultat exceptionnel** intègre principalement des plus-values de cessions d'immobilisations et sur la cession de la participation de France Télévisions dans Planète+ Crime et un gain au titre des opérations de liquidation de SALTO ;
- la **quote-part des sociétés** mises en équivalence tient compte de l'intégration du résultat d'Arte France non connu lors de l'élaboration budgétaire.

Compte tenu de ces éléments, le résultat net est bénéficiaire de 2,4 M€ (contre une perte de 0,4 M€ prévue au budget).

Le groupe termine l'exercice avec une position de trésorerie négative de 4,8 M€ au 31 décembre 2024, contre un budget de +8,3 M€. L'écart défavorable s'explique essentiellement par des investissements supérieurs au montant prévu.

Compte de résultat de France Télévisions

Compte de résultat métier consolidé (M€)	Réel 2023	Budget 2024	Réel 2024
Concours publics	2 430,5	2 568,1	2 535,5
Publicité et parrainage	379,8	434,5	451,9
Autres recettes	24,3	24,3	24,0
Total CA diffusion	2 834,6	3 027,0	3 011,4
Commissions et ayants droit	312,7	335,7	340,2
Taxe sur les salaires	30,6	52,8	55,1
Recettes nettes disponibles	2 491,2	2 638,5	2 616,1
Coût de grille	2 087,8	2 204,2	2 199,0
Coûts supports	331,1	352,2	351,9
Coût des antennes	2 418,9	2 556,4	2 550,9
Autres dépenses	150,0	152,9	152,9
Charges d'exploitation du diffuseur	2 568,9	2 709,3	2 703,8
Résultat opérationnel diffuseur	-77,7	-70,8	-87,7
Résultat autres activités	+80,3	+73,7	+80,5
Résultat du producteur	+1,0	-2,5	+8,0
Résultat d'exploitation	3,7	0,4	0,7
Résultat financier	-1,4	-1,3	-3,2
Résultat exceptionnel	10,2	0,1	2,5
Sociétés MEE	0,4	0,4	2,1
Résultat avant impôts	12,9	-0,4	2,1
Impôts	-0,1		-0,1
Intérêts minoritaires	0,8		0,4
Résultat net	13,6	-0,4	2,4

PASSAGE DU PLF A LA LFI

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
PLF	0	2 523 106 868	2 523 106 868	0	2 523 106 868	2 523 106 868
Amendements	0	0	0	0	0	0
LFI	0	2 523 106 868	2 523 106 868	0	2 523 106 868	2 523 106 868

Dépenses pluriannuelles

SUIVI DES CREDITS DE PAIEMENT ASSOCIES A LA CONSOMMATION DES AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT (HORS TITRE 2)

AE 2024	CP 2024
AE ouvertes en 2024 * (E1) 2 523 106 868	CP ouverts en 2024 * (P1) 2 523 106 868
AE engagées en 2024 (E2) 2 523 106 868	CP consommés en 2024 (P2) 2 523 106 868
AE affectées non engagées au 31/12/2024 (E3) 0	dont CP consommés en 2024 sur engagements antérieurs à 2024 (P3 = P2 - P4) 0
AE non affectées non engagées au 31/12/2024 (E4 = E1 - E2 - E3) 0	dont CP consommés en 2024 sur engagements 2024 (P4) 2 523 106 868

RESTES A PAYER

Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2023 brut (R1) 0					
Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2023 (R2) 0					
Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2023 net (R3 = R1 + R2) 0	–	CP consommés en 2024 sur engagements antérieurs à 2024 (P3 = P2 - P4) 0	=	Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R4 = R3 - P3) 0	
AE engagées en 2024 (E2) 2 523 106 868	–	CP consommés en 2024 sur engagements 2024 (P4) 2 523 106 868	=	Engagements 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R5 = E2 - P4) 0	
				Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R6 = R4 + R5) 0	
					Estimation des CP 2025 sur engagements non couverts au 31/12/2024 (P5) 0
					Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2025 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2024 (P6 = R6 - P5) 0

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

* LFI 2024 + reports 2023 + 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		2 523 106 868 2 523 106 868	2 523 106 868 2 523 106 868		2 523 106 868 2 523 106 868	2 523 106 868 2 523 106 868

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

Volets du plan de relance	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision	Réalisation	Prévision	Réalisation
Verdissement	0	0	0	0
Indépendance et compétitivité	0	0	0	0
Cohésion sociale et territoriale	0	0	0	0

ÉLÉMENTS DE LA DEPENSE 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	2 523 106 868	2 523 106 868	2 523 106 868	2 523 106 868
Prêts et avances	2 523 106 868	2 523 106 868	2 523 106 868	2 523 106 868
Total	2 523 106 868	2 523 106 868	2 523 106 868	2 523 106 868

PROGRAMME 842
ARTE France

Bilan stratégique du rapport annuel de performances

Florence PHILBERT

Directrice générale des médias et des industries culturelles

Responsable du programme n° 842 : ARTE France

Le programme 842 a pour objet le financement de la société ARTE France, définie à l'article 45 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication. Cet article dispose que la société ARTE France est chargée de concevoir et de fournir les programmes et les moyens nécessaires à l'exercice des missions du groupement européen d'intérêt économique ARTE issu du traité du 2 octobre 1990 instituant une chaîne culturelle européenne.

Conformément aux dispositions de l'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, un contrat d'objectifs et de moyens (COM) signé entre l'État et la société ARTE France définit dans un cadre prospectif et pluriannuel, la stratégie éditoriale et de développement, les améliorations de gestion à mettre en œuvre et les moyens afférents permettant d'y parvenir. L'État et la société ont signé le 27 mars 2023 un avenant au COM 2020-2022 pour la période 2023-2024, qui réaffirme les engagements pris et s'inscrit dans la stratégie du Groupe ARTE, formalisée dans le Projet de groupe 2021-2024.

La stratégie pluriannuelle de la chaîne est ainsi marquée par les engagements suivants :

- renforcer l'offre éditoriale d'ARTE sur le linéaire et le non-linéaire ;
- toucher un public plus large à travers l'Europe ;
- asseoir et amplifier le rayonnement de la marque ARTE, label éditorial et culturel en Europe ;
- être un groupe exemplaire en matière de parité, de diversité et de responsabilité sociale et environnementale (RSE) ;
- simplifier l'existant et miser sur les synergies et l'évolution des méthodes de travail.

Dans un environnement toujours plus concurrentiel, marqué par la croissance rapide des plateformes internationales et le développement numérique des acteurs traditionnels, et dans un contexte global où la consommation est en baisse sur le linéaire et stagne tout en étant de plus en plus volatile sur le numérique, les résultats historiques atteints par ARTE France en 2024 confirment la pertinence de sa stratégie éditoriale ambitieuse, axée vers la création originale et les programmes inédits. Ces performances sont d'autant plus remarquables qu'elles ont été réalisées dans une année 2024 marquée, en France et dans le monde, par des actualités politiques majeures - favorables aux chaînes d'information en continu - et des événements sportifs d'envergure. Les audiences linéaires atteignent un niveau record en France, avec 3,0 % de part d'audience tandis que les audiences numériques continuent leur progression pour atteindre une moyenne de 185,8 millions de vidéos vues par mois (hors formats courts appelés *reels*), soit +7,4 % par rapport à 2023 et +9,7 % par rapport à 2022, tous canaux confondus (i.e. via les environnements dits « propriétaires » comme le site internet, et via les plateformes et médias tiers). ARTE poursuit par ailleurs sa stratégie d'innovation numérique, d'une part, et son développement européen au-delà de l'axe franco-allemand, d'autre part, à travers son offre numérique multilingue « ARTE Europe » et ses coproductions européennes.

En 2024, ARTE France a perçu une dotation publique de 293,5 M€, conforme au montant inscrit dans la loi de finances initiale votée pour 2024 (295,1 M€) diminuée de :

- une restitution de 1,4 M€ correspondant à des crédits initialement ouverts au titre de la compensation de la perte de droits à déduction de TVA, qu'ARTE France n'a pas perdu finalement (cf. *infra*) ;
- une reprise de -0,15 M€ relative à la taxe sur les salaires 2023 correspondant à la différence entre la taxe effectivement décaissée et la compensation initialement versée par l'État à ce titre en 2023.

En clôture d'exercice, le montant de taxe sur les salaires acquitté par l'entreprise pour 2024 s'inscrit à un niveau inférieur de -0,21 M€ aux prévisions initiales. La dotation publique nette pour 2024 inscrite dans le compte de résultat de l'entreprise s'élève ainsi à 294,74 M€. Une reprise de 0,21 M€ sera effectuée en conséquence dans la loi de fin de gestion pour 2025.

Ce niveau de dotation a permis à l'entreprise d'engager dès 2024 la montée en puissance de l'entreprise sur son offre numérique à destination des différents publics du continent européen, d'autre part de financer les surcoûts liés à l'inflation, au glissement de la masse salariale ainsi qu'aux évolutions des dépenses engagées, notamment les coûts non récurrents liés au projet immobilier. Ce niveau de dotation publique a également permis à ARTE France d'atteindre un niveau d'investissement direct dans les programmes de 158,35 M€, soit un montant supérieur de +2,1 M€ aux prévisions initiales. Par ailleurs, ces éléments ont permis de réduire le besoin de mobilisation du report à nouveau, qui s'établit à 0,4 M€, contre 2,04 M€ initialement prévu.

Dans le contexte de dégradation des finances publiques, la finalisation des projets de contrats d'objectifs et de moyens (COM) 2024-2028 de France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et de l'INA a été interrompue ; tout comme les négociations autour du projet de COM 2025-2028 d'ARTE France. En effet, les arbitrages du Gouvernement ont abaissé les dotations allouées en 2024 et celles inscrites au LFI 2025 à des niveaux inférieurs à ceux prévus par la trajectoire de moyens arbitrée en septembre 2023 par le Gouvernement. Des échanges sur ce sujet ont été amorcés au premier trimestre 2025 associant les administrations de tutelle et les entreprises pour tenir compte du nouveau contexte budgétaire. A l'issue de ces travaux, les projets de COM pourront faire l'objet d'une révision, tant dans leur dimension stratégique que budgétaire.

Pour mémoire, il était prévu que la dotation 2024 allouée à ARTE France compense la perte par l'entreprise de son droit de déduction de la TVA à la suite de la suppression de la contribution à l'audiovisuel public (CAP) en 2022. Cette compensation n'interviendra finalement pas, l'administration fiscale ayant indiqué à ARTE qu'elle continuait à bénéficier de la déductibilité de la TVA.

RECAPITULATION DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

OBJECTIF 1 : Offrir des programmes culturels français et européens de qualité en donnant la priorité à la création et aux inédits

INDICATEUR 1.1 : Part des investissements dans les programmes dans les dépenses totales

INDICATEUR 1.2 : Volume horaire de programmes inédits engagés par ARTE France

OBJECTIF 2 : Diffuser cette offre de programmes au public le plus large, sur tous les supports, partout en Europe

INDICATEUR 2.1 : Audiences linéaire et non linéaire

OBJECTIF 3 : Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire

INDICATEUR 3.1 : Maîtrise des charges

INDICATEUR 3.2 : Index égalité femmes-hommes

Objectifs et indicateurs de performance

OBJECTIF

1 – Offrir des programmes culturels français et européens de qualité en donnant la priorité à la création et aux inédits

INDICATEUR

1.1 – Part des investissements dans les programmes dans les dépenses totales

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Part des investissements programmes dans les dépenses totales	%	80	79	78	79	cible atteinte	Non déterminé
Part du chiffre d'affaires investi dans la production d'oeuvres cinématographiques françaises et européennes	%	3,5	3,5	3,5	3,5	cible atteinte	Non déterminé
Part des oeuvres européennes dans les oeuvres diffusées	%	89,4	88,5	≥ 85	88,8	cible atteinte	≥ 85

Commentaires techniques

Les investissements dans les programmes sont comparés au total des dépenses hors coûts de diffusion et hors contribution à ARTE GEIE. Par ailleurs, le budget d'ARTE GEIE (financé à parité par ARTE France et ARTE Deutschland) intègre aussi le financement de programmes.

Indicateur de suivi 1-1-1 : engagement de production d'oeuvres audiovisuelles, cinématographiques et multimédias européennes

	2020	2021	2022	2023	2024	2024
	Réalisation	Réalisation	Réalisation	Réalisation	Prévision	Réalisation
Millions euros	88,8	88,0	87,5	88,7	≥88	93,7

Sources des données : ARTE France et ARTE GEIE

ANALYSE DES RESULTATS

Le concours financier de l'État et la maîtrise des charges hors programmes ont permis à ARTE France de retrouver en toute priorité un effort d'investissement dans les programmes permettant de maintenir le niveau des stocks et la part d'inédits dans ses engagements.

A la clôture de l'exercice 2024, la part des dépenses d'investissement dans les programmes, rapportée aux dépenses totales de la société (hors coût de diffusion et contribution à ARTE GEIE), s'établit à 79 %, soit un niveau stable par rapport à l'exercice précédent et légèrement supérieur aux prévisions initiales. Cette légère progression par rapport à l'objectif fixé dans le PAP 2024 s'explique par l'attribution d'une dotation supplémentaire de +1,5 M€, intégralement allouée aux programmes, ainsi que par des économies réalisées en cours d'exercice sur les charges courantes. Celles-ci viennent compenser, pour partie, l'augmentation de certaines charges contraintes, sous l'effet

notamment de l'inflation, du poids croissant des dépenses nécessaires à la modernisation et à la sécurisation des systèmes d'information ainsi que des dépenses ponctuelles associées au projet immobilier. Les investissements programmes progressent et se concentrent en priorité vers les œuvres françaises et européennes de création (cinéma, fiction, documentaire et spectacle) avec 93,7 M€ d'engagements en 2024, en augmentation de +5 M€ par rapport à 2023 et au-delà des objectifs fixés par le COM 2020-2022 puis reconduits dans l'avenant pour 2023.

La diffusion d'œuvres européennes est également en légère hausse par rapport à 2023, avec 88,8 % du total des œuvres diffusées en 2024, soit un niveau supérieur de 3,8 points à la cible qui était fixée dans le cadre du COM 2020-2023.

L'effort de financement de la production originale d'œuvres cinématographiques, à travers la filiale **ARTE France Cinéma**, est lui aussi, comme les années précédentes, à la hauteur des engagements qui avaient été pris dans le cadre de l'avenant 2023 au COM 2020-2022 (a minima 3,5 % des ressources, soit 9,99 M€ en 2024).

INDICATEUR

1.2 – Volume horaire de programmes inédits engagés par ARTE France

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Volume horaire de programmes inédits engagés par ARTE France	heure	983	995	Non déterminé	1045	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Les programmes inédits sont ceux diffusés pour la première fois à la télévision en France pour les programmes audiovisuels et pour la première fois sur ARTE pour les films de cinéma.

N.B. : Depuis l'exercice 2023, le COM d'ARTE France ne fixe plus de cible sur le volume horaire de programmes inédits. Ce dernier fait désormais l'objet d'un indicateur de suivi.

ANALYSE DES RESULTATS

La stratégie d'investissement dans les programmes a également pour objectif de proposer une part importante de programmes inédits afin de renforcer l'offre éditoriale de la chaîne, à l'antenne linéaire comme sur les canaux numériques. Le volume d'engagements d'ARTE dans des programmes inédits progresse de +5 % en 2024 par rapport à 2023 (1045 heures contre 995).

Analyse globale des résultats et de la performance de l'objectif n° 1

ARTE France conforte en 2024, avec le soutien financier de l'État, son engagement en faveur des programmes, notamment en matière de production d'œuvres européennes inédites (cinéma, fiction, documentaire et spectacle). ARTE diffuse toujours très majoritairement des œuvres audiovisuelles et des films produits en Europe.

OBJECTIF

2 – Diffuser cette offre de programmes au public le plus large, sur tous les supports, partout en Europe

INDICATEUR

2.1 – Audiences linéaire et non linéaire

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Part d'audience France	%	2,9	2,9	≥ 2,4	3,0	cible atteinte	Non déterminé
Audience cumulée hebdomadaire (France et Allemagne)	%	22,8	21,8	Non déterminé	22,5	donnée non renseignée	Non déterminé
Nombre de vidéos vues par mois sur l'ensemble des plateformes de diffusion	millions	169,4	173	195,5	185,8	amélioration	Non déterminé

Commentaires techniques

Part d'audience France : part que représente la durée d'écoute d'ARTE dans la durée d'écoute totale du média télévision en France.

Audience cumulée hebdomadaire : nombre d'individus (en millions) ayant eu au moins un contact au seuil de 10 secondes consécutives avec la chaîne sur la semaine, en France et en Allemagne.

Nombre de vidéos vues par mois : cumul des vidéos vues mesurées par des outils du marché pour les offres gérées directement par ARTE (ex : eStat/Streaming de Médiamétrie) et des vidéos vues communiquées par les tiers opérateurs (y compris vidéos liées à la consultation du flux ARTE en direct (*live streaming*), incluant Facebook au moins 10 secondes (hors « sponsorisé »).

Sources des données : Médiamétrie, GfK, ARTE France, Projet Groupe, certification OJD.

ANALYSE DES RESULTATS

En 2024, ARTE atteint des résultats d'audience historiques, aussi bien à l'antenne que sur le numérique, grâce aux efforts déployés par la société en faveur de ses offres éditoriales. L'audience linéaire s'établit à 3,0 % de part d'audience en France, atteignant un nouveau record, et à 1,3 % en Allemagne, en hausse de +11 % sur ce territoire par rapport à 2023.

L'audience cumulée de la chaîne s'établit à 22,5 millions de téléspectateurs hebdomadaires dans les deux pays, en hausse de +3,3 % par rapport à l'exercice précédent, retrouvant ainsi son niveau de 2022. Pour rappel, l'année 2023 avait été marquée par un repli, notamment en raison de la concurrence de plus en plus vive des chaînes d'information en continu, dont l'audience est portée par des actualités internationales de portée exceptionnelles (guerres entre l'Ukraine et la Russie, entre Israël et le Hamas). Les résultats 2024 témoignent d'un dynamisme malgré un contexte médiatique toujours aussi chargé, alimenté par des sujets politiques et internationaux de premier plan et la tenue des Jeux Olympiques durant l'été.

S'agissant de l'audience numérique, la chaîne poursuit sa progression avec 185,8 millions de vidéos vues chaque mois en moyenne (hors formats courts dits « reels ») au cours de l'année 2024, soit +7,4 % par rapport au niveau de l'année 2023 et +9,7 % par rapport à 2022. En ajoutant les reels, le nombre de vidéos vues chaque mois atteint 237,2 millions, en progression de +18 % par rapport à 2023 (200,9 millions).

OBJECTIF

3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire

INDICATEUR**3.1 – Maîtrise des charges**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Charges de personnel	M€	20,8	22,1	23,3	23,2	cible atteinte	Non déterminé
Frais généraux	M€	6,6	7,4	9,5	8,5	cible atteinte	Non déterminé

Commentaires techniques

Charges de personnel : l'indicateur retenu correspond à la somme du budget permanent, renfort et remplacement. Cet indicateur ne comprend pas les dépenses d'action sociale et de formation afin d'être aligné sur le périmètre de l'indicateur relatif à la masse salariale prévu dans le COM 2020-2022 prolongé par avenant pour 2023.

Sources des données : ARTE France.

Frais généraux : ils correspondent aux dépenses des services communs et des dépenses d'administration générale. Sources des données : ARTE France.

Indicateur de suivi : Effectif d'Arte France (en équivalents temps plein)

Indicateur de suivi n° 3-1-1 : Équivalents temps plein (ETP)

	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Prévision	2024 Réalisation
Nombre d'ETP (permanents et non permanents)	271,4	272,3	278,6	285,2	286,2

Équivalents temps plein (ETP) : Le nombre d'ETP correspond à l'effectif moyen pondéré de l'année.

Sources des données : ARTE France - rapports de gestion (286,2 ETP permanents et non permanents, dont 10,8 ETP alternants ce qui représente 17 à 20 jeunes).

ANALYSE DES RESULTATS

L'entreprise poursuit sa démarche de maîtrise des charges (grâce notamment au recours systématique aux différentes procédures de mise en concurrence, le cas échéant avec le groupe ARTE ou d'autres entreprises de l'audiovisuel français et européen, ainsi qu'aux audits internes et au contrôle de gestion).

Les charges de personnel d'ARTE France s'établissent à 23,2 M€ en 2024, en augmentation de +1,1 M€ par rapport à 2023. Dans un contexte toujours plus concurrentiel, cette hausse permet à l'entreprise de se doter des moyens humains nécessaires à l'accomplissement durable de ses missions (les effectifs s'établissent ainsi à 286,2 ETP, en progression de 7,6 par rapport à 2023). Cette évolution est notamment portée par le développement numérique, et s'inscrit dans la dynamique de croissance de l'activité, et du développement des offres et des audiences de la chaîne. Par ailleurs, cette progression permet également d'accompagner, par des mesures salariales, les salariés d'ARTE France dans le contexte d'inflation et d'engager une réévaluation des rémunérations pour certains métiers en tension pour lesquels les salaires actuellement proposés par ARTE France ne sont plus en ligne avec le marché du travail.

Les frais généraux 2024 (8,5 M€) sont en augmentation de +1,1 M€ par rapport à 2023, mais en économie de -1 M€ par rapport à la cible inscrite dans le PAP 2024.

Cette progression par rapport à l'exercice précédent est liée à l'effet conjugué, d'une part, de dépenses contraintes (cybersécurité, maintenance des outils et systèmes d'information, généralisation du télétravail) et, d'autre part, des coûts non récurrents du projet immobilier, visant à moderniser les infrastructures de l'entreprise pour accroître ses performances et améliorer l'environnement de travail de ses collaborateurs.

L'économie par rapport à la cible s'explique principalement par le retard dans la mise à disposition des nouveaux locaux du futur siège d'ARTE France par le bailleur, entraînant une baisse mécanique des charges prévisionnelles liées au nouveau site (charges locatives, consommations électriques, taxe immobilière, taxe sur les bureaux, gardiennage). A également contribué à cette économie la baisse de certaines dépenses informatiques, grâce à la rationalisation de certains postes en matière de cybersécurité, de support utilisateurs et de développement informatique.

INDICATEUR

3.2 – Index égalité femmes-hommes

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Résultat de l'index égalité femmes-hommes	ratio	99	99	>=98	99	cible atteinte	>=98

Commentaires techniques

Commentaires techniques

Source des données : ARTE France

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

ANALYSE DES RESULTATS

L'engagement d'ARTE pour promouvoir l'égalité professionnelle et valoriser la place des femmes dans la société se traduit aussi bien au sein de l'entreprise que dans sa programmation. L'index d'égalité femmes-hommes reste à 99 sur 100, pour la troisième année consécutive.

Présentation des crédits

2024 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS OUVERTS ET DES CREDITS CONSOMMES

2024 / 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
01 – ARTE France	295 102 353 293 541 041	295 102 353 293 541 041	295 102 353
Total des AE prévues en LFI	295 102 353	295 102 353	295 102 353
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP	-1 561 312	-1 561 312	
Total des AE ouvertes	293 541 041	293 541 041	
Total des AE consommées	293 541 041	293 541 041	

2024 / CREDITS 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
01 – ARTE France	295 102 353 293 541 041	295 102 353 293 541 041	295 102 353
Total des CP prévus en LFI	295 102 353	295 102 353	295 102 353
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP	-1 561 312	-1 561 312	
Total des CP ouverts	293 541 041	293 541 041	
Total des CP consommés	293 541 041	293 541 041	

2023 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS VOTES (LFI) ET DES CREDITS CONSOMMES

2023 / 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
01 – ARTE France	303 464 377 278 175 689	303 464 377	303 464 377 278 175 689
Total des AE prévues en LFI	303 464 377	303 464 377	303 464 377
Total des AE consommées	278 175 689		278 175 689

2023 / CREDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7	Total	Total
	Dépenses d'opérations financières	hors FdC et AdP prévus en LFI	y.c. FdC et AdP
	<i>Prévision LFI 2023</i>		
	<i>Consommation 2023</i>		
01 – ARTE France	303 464 377 278 175 689	303 464 377	303 464 377 278 175 689
Total des CP prévus en LFI	303 464 377	303 464 377	303 464 377
Total des CP consommés	278 175 689		278 175 689

PRESENTATION PAR TITRE ET CATEGORIE DES CREDITS CONSOMMES

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées* en 2023	Ouvertes en 2024	Consommées* en 2024	Consommés* en 2023	Ouverts en 2024	Consommés* en 2024
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	278 175 689	295 102 353	293 541 041	278 175 689	295 102 353	293 541 041
Prêts et avances	278 175 689	295 102 353	293 541 041	278 175 689	295 102 353	293 541 041
Total hors FdC et AdP		295 102 353			295 102 353	
Ouvertures et annulations* hors titre 2		-1 561 312			-1 561 312	
Total*	278 175 689	293 541 041	293 541 041	278 175 689	293 541 041	293 541 041

* y.c. FdC et AdP

RECAPITULATION DES MOUVEMENTS DE CREDITS

DECRETS DE VIREMENT

Date de signature	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
26/06/2024						1 411 312		1 411 312
Total						1 411 312		1 411 312

LOI DE FINANCES DE FIN DE GESTION

Date de signature	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
07/12/2024						150 000		150 000
Total						150 000		150 000

TOTAL DES OUVERTURES ET ANNULATIONS (Y.C. FDC ET ADP)

	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
Total général						1 561 312		1 561 312

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 – ARTE France		295 102 353 293 541 041	295 102 353 293 541 041		295 102 353 293 541 041	295 102 353 293 541 041
Total des crédits prévus en LFI *	0	295 102 353	295 102 353	0	295 102 353	295 102 353
Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP		-1 561 312	-1 561 312		-1 561 312	-1 561 312
Total des crédits ouverts	0	293 541 041	293 541 041	0	293 541 041	293 541 041
Total des crédits consommés	0	293 541 041	293 541 041	0	293 541 041	293 541 041
Crédits ouverts - crédits consommés						

* hors FdC et AdP pour les montants de la LFI

Synthèse de l'activité 2024

ARTE a atteint un nouveau record en 2024 sur ses résultats d'audiences historiquement élevés réalisés depuis 2020, tant sur son antenne linéaire que sur les canaux numériques et les réseaux sociaux, au plus près des usages, des territoires et des langues maternelles de ses publics. Les événements marquants de l'année 2024 sont les suivants :

- La dotation publique s'élève en 2024 à 295,1 M€, montant diminué lors des travaux de clôture de -0,15 M€ correspondant à la différence, en 2023, entre la taxe sur les salaires effectivement décaissée et la compensation initialement versée par l'État. La dotation publique perçue par ARTE France pour 2024 s'élève ainsi à 294,95 M€ (montant inscrit en loi de fin de gestion 2024). En clôture d'exercice, une reprise complémentaire de -0,21 M€ a été réalisée au titre de la taxe sur les salaires 2024. Cette reprise sera formalisée dans le cadre de la loi de fin de gestion pour 2025. La dotation publique nette pour 2024 inscrite dans le compte de résultat de l'entreprise s'élève ainsi à 294,74 M€ ;
- ARTE France continue de prioriser autant que possible les investissements directs dans les programmes, qui s'établissent à 158,35 M€ (plan de production et d'achat), en hausse de +6,7 M€ (soit +4,5 %) par rapport à 2023. L'entreprise continue également de privilégier la production et la diffusion d'œuvres de création originale européenne (cinéma, fiction, documentaire et spectacle) ;
- Les audiences antenne atteignent un nouveau record avec 3,0 % en France et les audiences numériques continuent leur progression auprès d'un public de plus en plus nombreux, avec 185,8 millions de vidéos vues chaque mois en moyenne sur l'année 2024 (hors formats courts dits *reels*), soit +7,4 % par rapport au niveau de l'année 2023 et +9,7 % par rapport à 2022, et ce malgré une concurrence accrue des plateformes internationales, mais aussi des chaînes dites « traditionnelles » en voie de « plateformes » ;
- Ces résultats s'appuient sur une politique de communication efficace menée par ARTE France, consistant à assurer des actions de promotion éditoriale des programmes à la fois sur les médias classiques et sur les réseaux numériques. Les nombreux prix obtenus dans les festivals audiovisuel, cinéma, numérique, jeu vidéo et radio en France, en Europe et à l'international confortent cet élan éditorial et l'image de qualité des programmes d'ARTE auprès du public ;
- ARTE entretient par ailleurs une réelle agilité numérique pour innover au sein de ses offres et sur les plateformes tierces, dont la capacité de diffusion ne cesse de croître ;

- En étant présente sur tous les supports, auprès de tous et dans tous les territoires et en innovant en matière d'usages (droits longs, visionnage anticipé ou *preview*, visionnage des programmes hors connexion) ;
- En étant présente sur tous les supports, auprès de tous et dans tous les territoires grâce à une stratégie de distribution large mais raisonnée et en innovant en matière d'usages (droits longs, visionnage anticipé ou *preview*, visionnage des programmes hors connexion) ;
- En investissant une part significative de son budget programmes dans la création numérique (réalité virtuelle/360°, jeux vidéo d'auteurs et fictions interactives dérivées du jeu vidéo, webséries, webdocs, formats innovants adaptés aux réseaux sociaux) ;
- L'ancrage européen de la chaîne se matérialise en outre par la progression de son offre européenne en quatre langues additionnelles (espagnol, anglais, italien, polonais) de +10 % par rapport à 2023 toutes plateformes confondues, soit un total de près de 110 millions de vues.

Les comptes 2024

En 2024, ARTE France a perçu une dotation publique de 293,5 M€, conforme au montant inscrit dans la loi finances initiale votée pour 2024 (295,1 M€) diminuée de :

- Une restitution de -1,4 M€ correspondant à des crédits initialement ouverts au titre de la compensation de la perte de droits à déduction de TVA, qu'ARTE France n'a pas perdu finalement ;
- Une reprise de -0,15 M€ relative à la taxe sur les salaires 2023 correspondant à la différence entre la taxe effectivement décaissée et la compensation initialement versée par l'État à ce titre en 2023.

En outre, le compte de résultat affiche une dotation publique de 294,7 M€, laquelle tient compte :

- De la non-intégration au chiffre d'affaires lors des exercices précédents des crédits initialement ouverts au titre de la compensation de la perte de droits à déduction de TVA qu'ARTE n'a finalement pas perdu ;
- D'une reprise complémentaire de -0,2 M€ au titre de 2024.

Les ressources propres dépassent les prévisions avec un montant de 2,3 M€ (soit, en tenant compte de l'arrondi, +0,5 M€ par rapport au budget mais -0,2 M€ par rapport à 2023). Outre des prestations ponctuelles exécutées pour le compte d'ARTE GEIE, ces ressources comprennent les « recettes nettes part producteur » perçues par l'entreprise, ses droits aux reversements ouverts auprès de la PROCIREP et des recettes diverses issues d'exploitations annexes, ainsi que les produits financiers.

Les charges d'exploitation (125,3 M€ de charges hors programmes et hors reconstitution du RAN) sont maîtrisées et s'inscrivent en augmentation de +4,9 M€ par rapport à 2023 (cette hausse étant notamment liée à la progression de l'apport d'ARTE France à ARTE GEIE, des charges de personnel ainsi qu'aux dépenses ponctuelles du projet immobilier) mais en économie significative par rapport aux prévisions initiales (-2,0 M€), notamment en raison du report de près de 4 mois de la mise à disposition des nouveaux locaux par le bailleur, se traduisant par une baisse de -1,2 M€ des doubles charges anticipées sur 2024 (charges locatives, consommations électriques, taxes immobilière et sur les bureaux, gardiennage) ; à cela s'ajoutent des économies sur les amortissements de -0,4 M€ en raison, là aussi, du report vers 2025 d'investissements liés au déménagement, ainsi que d'une baisse des dépenses informatiques de -0,4 M€.

ARTE France a poursuivi la gestion responsable de ses charges courantes à travers le strict respect du cadre budgétaire fixé pour ses dépenses de personnel et la maîtrise de ses frais généraux, par le moyen d'appels d'offres – lancés de plus en plus souvent avec les autres entités du groupe ARTE et/ou les autres entreprises de l'audiovisuel français et européen –, d'audits et d'un contrôle de gestion rigoureux.

La contribution supplémentaire de 1,5 M€ attribuée par l'État en cours de discussion parlementaire, la maîtrise des charges en cours d'exercice, ainsi que le report de plusieurs mois de certains coûts ponctuels liés au projet immobilier, ont permis à ARTE France d'atteindre un niveau d'investissement direct dans les programmes de 158,35 M€, soit un montant supérieur de +2,1 M€ aux prévisions initiales. Par ailleurs, ces éléments ont permis de

réduire considérablement le besoin de mobilisation du report à nouveau, qui s'établit à 0,4 M€ (2 M€ de mobilisation – 1,6 M€ de reconstitution), contre 2,04 M€ initialement prévu.

Le tableau budgétaire et les comptes sociaux 2024 seront définitivement approuvés par l'Assemblée générale des actionnaires en juin 2025. Ils sont fournis ci-dessous dans leur version provisoire.

[PR1]Signalé

Tableau budgétaire ARTE France En millions d'euros hors taxes	Réalisé	Budget	Réalisé	Evolution Réel/Budget	
	2023	2024	2024	Ecart	%
Contribution publique	284,7	293,6	294,7	+1,1	0,4%
Ressources Propres	2,4	1,7	2,3	+0,5	30,1%
Mobilisation du Report à nouveau		2,0	2,0	+0,0	0,0%
Total des Recettes	287,1	297,4	299,0	+1,7	0,6%
Programmes	164,5	170,1	172,2	+2,1	1,2%
<i>Dont plan de production et d'achats</i>	151,6	156,2	158,3	+2,1	1,4%
<i>Dont autres dépenses de Programmes</i>	13,0	13,5	13,8	+0,3	2,5%
Coûts de diffusion	6,67	6,8	6,72	-0,1	-1,1%
Etudes, communication et autres dépenses liées aux programmes	9,22	9,1	8,73	-0,4	-4,1%
Contribution au GEIE	69,65	70,8	70,84	+0,0	0,0%
Frais de Personnel	23,90	25,2	25,17	-0,0	0,0%
Charges de structure	9,39	13,0	11,90	-1,1	-8,8%
Amortissements	1,52	2,4	1,91	-0,4	-18,6%
Reconstitution de Report à nouveau	2,2		1,6	+1,6	
Total des Charges	287,1	297,4	299,0	+1,7	0,6%
Résultat Budgétaire	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0%

PASSAGE DU PLF A LA LFI

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
PLF	0	293 602 353	293 602 353	0	293 602 353	293 602 353
Amendements	0	+1 500 000	+1 500 000	0	+1 500 000	+1 500 000
LFI	0	295 102 353	295 102 353	0	295 102 353	295 102 353

En 2024, ARTE France a perçu une dotation publique de 294,95 M€ (montant en loi de fin de gestion 2024), conforme au montant initialement inscrit dans la loi finances votée pour 2024 (293,60 M€), auquel s'est ajouté, en cours de discussion parlementaire, une contribution supplémentaire de 1,5 M€. Toutefois, une reprise de -0,15 M€ relative à la taxe sur les salaires 2023 a été effectuée, correspondant à la différence entre la taxe effectivement décaissée et la compensation initialement versée par l'État à ce titre en 2023. En clôture d'exercice, une reprise

complémentaire de -0,21 M€ a été réalisée au titre de la taxe sur les salaires 2024. La dotation publique nette pour 2024 inscrite dans le compte de résultat de l'entreprise s'élève ainsi à 294,74 M€.

Pour mémoire, il était prévu que la dotation 2024 allouée à ARTE France compense la perte par l'entreprise de son droit de déduction de la TVA à la suite de la suppression de la contribution à l'audiovisuel public (CAP) en 2022. Cette compensation n'interviendra finalement pas, l'administration fiscale ayant indiqué à ARTE qu'elle continuait à bénéficier de la déductibilité de la TVA.

Synthèse de l'activité 2024

ARTE a atteint un nouveau record en 2024 sur ses résultats d'audiences historiquement élevés réalisés depuis 2020, tant sur son antenne linéaire que sur les canaux numériques et les réseaux sociaux, au plus près des usages, des territoires et des langues maternelles de ses publics. Les événements marquants de l'année 2024 sont les suivants :

- La dotation publique s'élève en 2024 à 295,1 M€, montant diminué lors des travaux de clôture de -0,15 M€ correspondant à la différence, en 2023, entre la taxe sur les salaires effectivement décaissée et la compensation initialement versée par l'État. **La dotation publique perçue par ARTE France pour 2024, s'élève ainsi à 294,95 M€.**
- ARTE France continue de prioriser autant que possible les investissements directs dans les programmes, qui s'établissent à 158,35 M€ (plan de production et d'achat), en hausse de +6,7 M€ (soit +4,5 %) par rapport à 2023. L'entreprise continue également de privilégier la production et la diffusion d'œuvres de création originale européenne (cinéma, fiction, documentaire et spectacle) ;
- Les audiences antenne atteignent un nouveau record avec 3,0 % en France et les audiences numériques continuent leur progression auprès d'un public de plus en plus nombreux, avec 185,8 millions de vidéos vues chaque mois en moyenne sur l'année 2024 (hors formats courts dits *reels*), soit +7,4 % par rapport au niveau de l'année 2023 et +9,7 % par rapport à 2022, et ce malgré une concurrence accrue des plateformes internationales, mais aussi des chaînes dites « traditionnelles » en voie de « plateformes ».
- Ces résultats s'appuient sur une politique de communication efficace menée par ARTE France, consistant à assurer des actions de promotion éditoriale des programmes à la fois sur les médias classiques et sur les réseaux numériques. Les nombreux prix obtenus dans les festivals audiovisuel, cinéma, numérique, jeu vidéo et radio en France, en Europe et à l'international confortent cet élan éditorial et l'image de qualité des programmes d'ARTE auprès du public.
- ARTE entretient par ailleurs une réelle agilité numérique pour innover au sein de ses offres et sur les plateformes tierces, dont la capacité de diffusion ne cesse de croître :
- En étant présente sur tous les supports, auprès de tous et dans tous les territoires grâce à une stratégie de distribution large mais raisonnée et en innovant en matière d'usages (droits longs, visionnage anticipé ou *preview*, visionnage des programmes hors connexion) ;
- En investissant une part significative de son budget programmes dans la création numérique (réalité virtuelle/360°, jeux vidéo d'auteurs et fictions interactives dérivées du jeu vidéo, webséries, webdocs, formats innovants adaptés aux réseaux sociaux).
- L'ancrage européen de la chaîne se matérialise en outre par la forte progression de son offre européenne en quatre langues additionnelles (espagnol, anglais, italien, polonais) de +10 % par rapport à 2023 toutes plateformes confondues, soit un total de près de 110 millions de vues.

Les comptes 2024

En 2024, ARTE France a perçu une dotation publique de 294,95 M€, correspondant au montant initialement inscrit dans la loi finances votée pour 2024 (293,60 M€), auquel s'est ajouté, en cours de discussion parlementaire, une contribution supplémentaire de 1,5 M€. Ce montant de dotation intègre par ailleurs une reprise de -0,15 M€ relative à la taxe sur les salaires 2023 correspondant à la différence entre la taxe effectivement décaissée et la compensation initialement versée par l'État à ce titre en 2023.

Les ressources propres dépassent les prévisions avec un montant de 2,3 M€ (soit, en tenant compte de l'arrondi, +0,5 M€ par rapport au budget mais -0,2 M€ par rapport à 2023). Outre des prestations ponctuelles exécutées pour le compte d'ARTE GEIE, ces ressources comprennent les « recettes nettes part producteur » perçues par l'entreprise, ses droits aux reversements ouverts auprès de la PROCIREP et des recettes diverses issues d'exploitations annexes, ainsi que les produits financiers.

Les charges d'exploitation (125,3 M€ de charges hors programmes et hors reconstitution du RAN) sont maîtrisées et s'inscrivent en augmentation de +4,9 M€ par rapport à 2023 (cette hausse étant notamment liée à la progression de l'apport d'ARTE France à ARTE GEIE, des charges de personnel ainsi qu'aux dépenses ponctuelles du projet immobilier) mais en économie significative par rapport aux prévisions initiales (-2,0 M€), notamment en raison du report de près de 4 mois de la mise à disposition des nouveaux locaux par le bailleur, se traduisant par une baisse de -1,2 M€ des doubles charges anticipées sur 2024 (charges locatives, consommations électriques, taxes immobilière et sur les bureaux, gardiennage) ; à cela s'ajoutent des économies sur les amortissements de -0,4 M€ en raison, là aussi, du report vers 2025 d'investissements liés au déménagement, ainsi que d'une baisse des dépenses informatiques de -0,4 M€.

ARTE France a poursuivi la gestion responsable de ses charges courantes à travers le strict respect du cadre budgétaire fixé pour ses dépenses de personnel et la maîtrise de ses frais généraux, par le moyen d'appels d'offres – lancés de plus en plus souvent avec les autres entités du groupe ARTE et/ou les autres entreprises de l'audiovisuel français et européen –, d'audits et d'un contrôle de gestion rigoureux.

La contribution supplémentaire de 1,5 M€ attribuée par l'État en cours de discussion parlementaire, la maîtrise des charges en cours d'exercice, ainsi que le report de plusieurs mois de certains coûts ponctuels liés au projet immobilier, ont permis à ARTE France d'atteindre un niveau d'investissement direct dans les programmes de 158,35 M€, soit un montant supérieur de +2,1 M€ aux prévisions initiales. Par ailleurs, ces éléments ont permis de réduire considérablement le besoin de mobilisation du report à nouveau, qui s'établit à 0,4 M€ (2 M€ de mobilisation – 1,6 M€ de reconstitution), contre 2,04 M€ initialement prévu.

Le tableau budgétaire et les comptes sociaux 2024 seront définitivement approuvés par l'Assemblée générale des actionnaires en juin 2025. Ils sont fournis ci-dessous dans leur version provisoire.

Tableau budgétaire ARTE France En millions d'euros hors taxes	Réalisé	Budget	Réalisé	Evolution Réel/Budget	
	2023	2024	2024	Ecart	%
Contribution publique	284,7	293,6	294,7	+1,1	0,4%
Ressources Propres	2,4	1,7	2,3	+0,5	30,1%
Mobilisation du Report à nouveau		2,0	2,0	+0,0	0,0%
Total des Recettes	287,1	297,4	299,0	+1,7	0,6%
Programmes	164,5	170,1	172,2	+2,1	1,2%
<i>Dont plan de production et d'achats</i>	151,6	156,2	158,3	+2,1	1,4%
<i>Dont autres dépenses de Programmes</i>	13,0	13,5	13,8	+0,3	2,5%
Coûts de diffusion	6,67	6,8	6,72	-0,1	-1,1%
Etudes, communication et autres dépenses liées aux programmes	9,22	9,1	8,73	-0,4	-4,1%
Contribution au GEIE	69,65	70,8	70,84	+0,0	0,0%
Frais de Personnel	23,90	25,2	25,17	-0,0	0,0%
Charges de structure	9,39	13,0	11,90	-1,1	-8,8%
Amortissements	1,52	2,4	1,91	-0,4	-18,6%
Reconstitution de Report à nouveau	2,2		1,6	+1,6	
Total des Charges	287,1	297,4	299,0	+1,7	0,6%
Résultat Budgétaire	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0%

Dépenses pluriannuelles

SUIVI DES CREDITS DE PAIEMENT ASSOCIES A LA CONSOMMATION DES AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT (HORS TITRE 2)

AE 2024	CP 2024
AE ouvertes en 2024 * (E1) 293 541 041	CP ouverts en 2024 * (P1) 293 541 041
AE engagées en 2024 (E2) 293 541 041	CP consommés en 2024 (P2) 293 541 041
AE affectées non engagées au 31/12/2024 (E3) 0	dont CP consommés en 2024 sur engagements antérieurs à 2024 (P3 = P2 - P4) 0
AE non affectées non engagées au 31/12/2024 (E4 = E1 - E2 - E3) 0	dont CP consommés en 2024 sur engagements 2024 (P4) 293 541 041

RESTES A PAYER

Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2023 brut (R1) 0				
Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2023 (R2) 0				
Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2023 net (R3 = R1 + R2) 0	CP consommés en 2024 sur engagements antérieurs à 2024 (P3 = P2 - P4) 0	=	Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R4 = R3 - P3) 0	
AE engagées en 2024 (E2) 293 541 041	CP consommés en 2024 sur engagements 2024 (P4) 293 541 041	=	Engagements 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R5 = E2 - P4) 0	
			Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R6 = R4 + R5) 0	
				Estimation des CP 2025 sur engagements non couverts au 31/12/2024 (P5) 0
				Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2025 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2024 (P6 = R6 - P5) 0

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

* LFI 2024 + reports 2023 + mouvements réglementaires + FdC + AdP + fongibilité asymétrique + LFR

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

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i> Réalisation	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
01 – ARTE France		295 102 353 293 541 041	295 102 353 293 541 041		295 102 353 293 541 041	295 102 353 293 541 041

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

Volets du plan de relance	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision	Réalisation	Prévision	Réalisation
Verdissement	0	0	0	0
Indépendance et compétitivité	0	0	0	0
Cohésion sociale et territoriale	0	0	0	0

ÉLÉMENTS DE LA DEPENSE 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	295 102 353	293 541 041	295 102 353	293 541 041
Prêts et avances	295 102 353	293 541 041	295 102 353	293 541 041
Total	295 102 353	293 541 041	295 102 353	293 541 041

PROGRAMME 843
Radio France

Bilan stratégique du rapport annuel de performances

Florence PHILBERT

Directrice générale des médias et des industries culturelles

Responsable du programme n° 843 : Radio France

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

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

En 2024, Radio France, tout comme France Télévisions, France Médias Monde et l'Institut national de l'audiovisuel (INA), a été engagée dans les travaux de négociation avec l'État de son prochain contrat d'objectifs et de moyens (COM), destiné à définir pour l'entreprise un cadrage stratégique et budgétaire pour la période 2024-2028. Ces travaux ont été interrompus dans le contexte politique particulier de l'année 2024 et en raison de la situation contrainte des finances publiques.

Sur le plan stratégique, Radio France a poursuivi la mise en œuvre des axes définis dans son COM conclu avec l'État pour la période 2020-2022 et reconduit pour 2023 tout en respectant les orientations du projet de COM 2024-2028.

L'action de l'entreprise s'est concentrée sur les cinq priorités suivantes :

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

La stratégie engagée par Radio France depuis 2018 pour renforcer la diversité de son offre globale et la complémentarité de ses antennes s'est poursuivie avec des résultats positifs. Chaque jour, 14,7 millions d'auditeurs écoutent au moins une station de Radio France (représentant 30,5 % de part d'audience).

Radio France a par ailleurs poursuivi le déploiement de ses contenus sur les supports numériques. Le groupe public est le premier acteur radiophonique sur le *live* numérique et sur les podcasts. Son application enregistre en 2024 près de 1,2 milliard d'écoutes (lives + podcasts) en 1 an.

La LFI 2024 prévoyait d'allouer 668 M€ de moyens publics à Radio France, dont 653 M€ de dotation socle (incluant la compensation des effets fiscaux supportés par l'entreprise en raison de la suppression de la contribution à l'audiovisuel public) et 15 M€ de crédits du programme de transformation.

La dotation publique perçue par l'entreprise en 2024 atteint 657,1 M€, dont 653,0 M€ de dotation socle (comprenant la compensation des effets fiscaux liés à la suppression de la contribution à l'audiovisuel public) et 4,1 M€ de crédits de transformation. Les moyens publics effectivement alloués à Radio France sont en diminution

de -10,9 M€ par rapport à la LFI 2024, en raison de l'annulation de 10,9 M€ de crédits du programme de transformation liée à la situation contrainte des finances publiques et de la perspective de la reprise de la lecture de la proposition de loi relative à la réforme de l'audiovisuel public.

RECAPITULATION DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

OBJECTIF 1 : Proposer une offre radiophonique de service public, axée sur la culture, dans un univers de média global

INDICATEUR 1.1 : Proposer une offre radiophonique et culturelle de service public

INDICATEUR 1.2 : Nombre de concerts donnés par les formations musicales

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

INDICATEUR 2.1 : Audience des antennes de Radio France

INDICATEUR 2.2 : Audience des offres numériques

INDICATEUR 2.3 : Fréquentation des événements produits à la Maison de la radio

OBJECTIF 3 : Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire

INDICATEUR 3.1 : Charges de personnel

INDICATEUR 3.2 : Ressources propres

INDICATEUR 3.3 : Résultat d'exploitation

INDICATEUR 3.4 : Index égalité femmes-hommes

Objectifs et indicateurs de performance

OBJECTIF

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

INDICATEUR

1.1 – Proposer une offre radiophonique et culturelle de service public

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
France Inter : part de nouveautés parmi les titres diffusés	%	55,3	55,5	>=50	59,7	cible atteinte	>=50
France Bleu : part de titres francophones parmi les titres diffusés	%	66,4	67,1	>=60	66,8	cible atteinte	>=60
Mouv' : part de titres des nouveaux talents francophones diffusés sur l'antenne	%	41,3	39,3	>=30	42,6	cible atteinte	>=30

Commentaires techniques

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

Source des données : Yacast

ANALYSE DES RESULTATS

S'agissant de France Inter et France Bleu, les prévisions reprennent les cibles fixées dans le COM 2020-2023 et constituent pour la société des cibles-planchers. Pour l'indicateur relatif à Mouv', qui ne figure pas dans le COM, la prévision 2024 reprend la prévision 2023, qui marquait une progression par rapport à la cible-plancher qui avait été définie pour l'année 2022.

Les résultats atteints en matière de diversité de la programmation musicale des antennes de Radio France dépassent l'ensemble des cibles : pour France Bleu sur la part de titres francophones (66,8 % contre un objectif de 60 %), pour Mouv' sur la part de titres de nouveaux talents francophones (42,6 % contre un objectif de 30 %, en progression par rapport à 2023) ainsi que pour France Inter s'agissant de la part de nouveautés diffusées (59,7 % contre un objectif de 50 %, en progression là encore par rapport à 2023).

Ces résultats, stables ou en amélioration par rapport aux résultats 2023, sont le reflet de la politique active de soutien à la création musicale et aux talents, notamment francophones, déployée par Radio France.

INDICATEUR**1.2 – Nombre de concerts donnés par les formations musicales**

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Nombre de concerts donnés par les formations musicales en France	Nb	280	270	280	280	cible atteinte	>=280

Commentaires techniques

Les données prises en compte incluent l'ensemble des concerts donnés par les formations musicales en France.

Ces données concernent deux saisons successives (saison n de janvier à juin et saison n+1 de septembre à décembre). Sources des données : Radio France, Données issues du logiciel de billetterie.

ANALYSE DES RESULTATS

Le nombre de concerts donnés par les formations musicales de Radio France en France est en hausse en 2024 par rapport à 2023 (+10), avec un réalisé de 280, atteignant la cible fixée.

Ce chiffre confirme, après une légère période de baisse liée au chantier de rénovation des studios, une stabilité de l'activité autour de la fourchette 270-280. Cette légère remontée peut être lue comme une tendance de fond sur cette stabilité d'activité et non comme d'une nouvelle hausse à venir.

Analyse globale des résultats et de la performance de l'objectif n° 1

Les indicateurs fixés pour 2024 afin d'évaluer la richesse et la qualité de l'offre de programmes et d'événements culturels de Radio France, ainsi que sa mise à la disposition de tous les publics, ont tous été respectés.

Ces résultats illustrent le statut de média public de référence et d'acteur majeur de la musique et de la culture de Radio France, et témoignent de la diversité de son offre radiophonique musicale et culturelle.

OBJECTIF**2 – S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique****INDICATEUR mission****2.1 – Audience des antennes de Radio France**

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Audience nationale cumulée sur un jour moyen		27,6	26,6	Non déterminé	Non déterminé	donnée non retenue	Non déterminé
- Radio France	%	27,6	26,6	Non déterminé	26,2	donnée non renseignée	Non déterminé
- France Inter	%	12,4	12,5	Non déterminé	12,7	donnée non renseignée	Non déterminé
- France Bleu	%	5,2	4,7	Non déterminé	4,7	donnée non renseignée	Non déterminé
- France Info	%	9,2	8,9	Non déterminé	8,6	donnée non renseignée	Non déterminé
- Mouv'	%	0,7	0,7	Non déterminé	0,6	donnée non renseignée	Non déterminé
- FIP	%	1,2	1,2	Non déterminé	1,3	donnée non renseignée	Non déterminé
- France Culture	%	3,1	3,1	Non déterminé	3,5	donnée non renseignée	Non déterminé
- France Musique	%	1,7	1,8	Non déterminé	1,9	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Sources des données : Médiamétrie EAR National, 13 ans et +, LV 5h-24h

ANALYSE DES RESULTATS

En 2024, à rebours du marché radio, les antennes de Radio France obtiennent une nouvelle fois de très hauts résultats avec 26,2 % d'audience cumulée (AC). Chaque jour en 2024, 14,7 millions d'auditeurs écoutent au moins une station de Radio France. Ce résultat est d'autant plus satisfaisant qu'il s'inscrit dans un contexte de repli général du média radio, caractérisé par une baisse de l'écoute de la radio.

L'AC de France Inter poursuit sa progression et atteint en 2024 12,7 % (contre 12,5 % en 2023 et 12,4 % en 2022). La station reste la première radio de France en termes d'AC et de part d'audience.

Franceinfo voit son audience cumulée diminuer légèrement passant 8,9 % d'AC en 2023 à 8,6 en 2024. Si cette légère diminution est le reflet du recul de l'écoute du média radio en général, elle doit être nuancée : Franceinfo atteint un résultat supérieur à la cible initiale et confirme sa place de troisième radio de France en AC (elle a au demeurant atteint la deuxième place au second semestre 2024). Elle est écoutée chaque jour par 4,8 millions d'auditeurs, niveau en progression de 363 000 au cours des cinq dernières années.

France Culture progresse en 2024 et atteint à nouveau un niveau record avec une AC de 3,5 % et des programmes écoutés par près de 2 millions d'auditeurs quotidiens (+242 000 auditeurs par rapport à 2023, et +448 000 sur cinq ans). La part d'audience de la station atteint le niveau record de 3.2 % (+0.4 pt en un an, +1pt en cinq ans).

Mouv' voit son audience diminuer très légèrement à 0,6 % d'AC et conserve son statut de média radio le plus jeune de France (un tiers de ses auditeurs ont moins de 25 ans).

FIP a atteint de nouveaux records en 2024 et voit également son audience progresser à 1,3 % d'AC.

France Bleu se stabilise à 4,7 % d'AC en 2024 (égal à 2023). Elle est la 3^e station de radio le matin en termes de PDA.

En 2024, France Musique a réalisé la meilleure année de son histoire et a continué de progresser passant de 1,8 % d'AC en 2023 à 1,9 % en 2024. Elle s'installe durablement au-dessus du million d'auditeurs quotidiens (près d'1,1 million d'auditeurs, +68 000 nouveaux auditeurs sur un an).

INDICATEUR

2.2 – Audience des offres numériques

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Visites mensuelles tous supports	millions	269	269	Non déterminé	330	donnée non renseignée	Non déterminé
Écoutes mensuelles à la demande tous supports	millions	165	206	Non déterminé	238	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

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

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

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

ANALYSE DES RESULTATS

La fréquentation tous supports numériques enregistre une importante progression en 2024 avec 330 millions de visites mensuelles tous supports, soit une progression de 22 % en un an (269 millions de visites mensuelles en 2023).

Les écoutes de podcasts sur les supports Radio France et la présence de la marque sur les réseaux sociaux ont contribué à la progression des écoutes mensuelles à la demande, hors vidéos Franceinfo, qui atteignent 238 millions en 2024 contre 206 millions en 2023. Par ailleurs, Radio France a lancé en septembre 2024 une nouvelle version de son application numérique, permettant de répondre de manière plus performante aux attentes des publics et de renforcer le rayonnement de ses contenus.

L'audience numérique des offres de Radio France progresse ainsi de manière significative et dépasse les objectifs fixés.

INDICATEUR

2.3 – Fréquentation des évènements produits à la Maison de la radio

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Taux de places occupées par rapport aux places proposées pour les concerts des formations musicales au sein de la Maison de la radio	%	84	86	Non déterminé	89	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

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

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

ANALYSE DES RESULTATS

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

L'ambition de l'entreprise est de proposer une offre musicale et culturelle ambitieuse permettant de fidéliser son public mais également de diversifier ses publics en proposant une offre à même d'attirer aux concerts symphoniques un public qui en est traditionnellement plus éloigné.

Le taux de places occupées par rapport aux places proposées pour les concerts des formations musicales à la Maison de la Radio et de la Musique atteint 89 % en 2024, un niveau en progression par rapport à 2023 (86 %). L'année 2024, en termes de fréquentation, a été globalement très favorable avec des records historiques du nombre de spectateurs. Ces résultats démontrent l'attractivité de l'offre de concerts de Radio France, plus particulièrement des efforts de Radio France pour attirer de nouveaux publics et en particulier les plus jeunes.

Analyse globale des résultats et de la performance de l'objectif n° 2

Avec près de 15 millions d'auditeurs quotidiens et 330 millions de visites par mois tous supports numériques, les sept antennes de Radio France ont enregistré de très bons résultats en 2024 tant sur le linéaire que sur le numérique dans un marché en recul. Ce succès repose sur la qualité et la complémentarité des contenus du service public de la radio, avec une affirmation de la singularité de chacune des antennes, une diversité des productions radiophoniques et des programmes de création, une information plurielle, un renouvellement des formats et de l'offre de plateforme dans un souci constant du public, au regard notamment de l'évolution de ses usages.

OBJECTIF

3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire

INDICATEUR**3.1 – Charges de personnel**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Charges de personnel	M€	400,2	413,9	Non déterminé	421,8	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Sources des données : Radio France, comptes 2022 2023 et PFA « révisée » 2024.

Les charges de personnel comprennent les rémunérations et charges, indemnités de départs et variation de congés payés des personnels permanents, occasionnels et intermittents ; ainsi que les autres charges de personnel notamment liées à la médecine du travail et aux subventions sociales.

Indicateur de suivi 3.1.1 - Nombre d'ETP

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Prévision	2024 Réalisation
Nombre d'ETP CDI		4062	4066	NA	4055
Nombre d'ETP CDD		401	347	NA	355
Total ETP		4463	4413	NA	4410

Précisions méthodologiques

Source des données : RadioFrance

Mode de calcul :

CDI :

Le calcul de l'ETP CDI se base sur les 30e de présence.

Aucune absence ne vient diminuer les 30e de présence, sauf les suspensions de contrat.

CDD :

Le calcul de l'ETP CDD est basé sur les heures théoriques du contrat, dans la limite de 1820 heures /an max (1 ETP est équivalent à 260 jours de travail, à raison de 7h par jour soit 1820 heures par an). Le périmètre du calcul ne prend pas en compte les personnels CFA.

ANALYSE DES RESULTATS

Les charges de personnel s'élèvent à 421,8 M€, en augmentation par rapport aux comptes 2023 (+7,8 M€) et en économie par rapport au budget 2024 (-0,6 M€).

L'écart au budget (-2,2 M€) s'explique pour les dépenses de personnels permanents notamment par une réduction de 22 ETP par rapport au budget et par un réajustement des salaires moyens versés au regard des montants constatés en 2023.

Les dépenses de personnels occasionnels (+0,4 M€) sont en hausse par rapport au budget (rebasage du salaire moyen et du taux de charge des CDD compensé en partie par une diminution des effectifs) ainsi que les charges de cachetiers et piges (+0,7 M€) qui incluent le remplacement des places vacantes des titulaires de la Direction de la Musique et de la Création (postes prévus en CDI au budget).

La masse salariale liée aux projets financés par les crédits de transformation non intégrée dans le budget initial 2024 s'établit *in fine* à 0,6 M€.

Le nombre d'-ETP CDI est de 4 055 contre 4 077 au budget 2024 et 4 066 au réel 2023.

Les ETP CDD s'établissent à 355, contre 347 en 2023, et 370 au budget 2024.

INDICATEUR

3.2 – Ressources propres

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Ressources propres	M€	87,3	92,4	Non déterminé	93,1	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Sources des données : Radio France, comptes 2022 2023 et PFA « révisée » 2024

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

ANALYSE DES RESULTATS

Les ressources propres (hors partenariats réciproques compensés en charges) s'élèvent à 93,1 M€ dans la reprévision 2024 en augmentation de +2,8 M€ par rapport au budget 2024 et de +0,7 M€ par rapport aux comptes 2023.

Cette évolution tient compte de plusieurs facteurs : la diminution des revenus tirés des messages d'intérêt général, une progression des recettes de billetterie ainsi que l'intégration de revenus supplémentaires tirés des droits voisins de la presse, en partie rétroactifs.

INDICATEUR

3.3 – Résultat d'exploitation

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Résultat d'exploitation	M€	-4,1	0,6	Non déterminé	0	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Sources des données : Radio France, comptes 2022 2023 et PFA « révisée » 2024

ANALYSE DES RESULTATS

Le résultat d'exploitation pour 2024 s'établit à l'équilibre contre une prévision excédentaire de 0,5 M€ inscrite au budget initial. L'entreprise est parvenue grâce à des efforts d'économies à absorber l'annulation d'une partie de ses crédits de transformation, arbitrée dans le contexte contraint des finances publiques (-10,9 M€ sur l'enveloppe globale de 15 M€).

INDICATEUR

3.4 – Index égalité femmes-hommes

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Résultat de l'index égalité femmes-hommes	ratio	94	94	>=93	99	cible atteinte	>=N-1

Commentaires techniques

Source des données : Radio France.

Mode de calcul :

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

ANALYSE DES RESULTATS

Radio France est particulièrement attentive au respect de l'égalité entre les femmes et les hommes. Elle est engagée dans une démarche d'amélioration continue dans ce domaine. Pour son cinquième index de l'égalité femmes – hommes, Radio France atteint un résultat de 99/100, marquant une progression de 5 points par rapport à 2023 et 2022 (94/100). Cette amélioration est principalement liée aux avancées sur l'indicateur du nombre de salariés du sexe sous-représenté parmi les 10 plus hautes rémunérations, où nous retrouvons la note maximale de 10/10.

Analyse globale des résultats et de la performance de l'objectif n° 3

La prévision d'arrêté des comptes 2024 (avec un résultat net déficitaire de -0,5 M€ et un résultat d'exploitation à l'équilibre) est marquée par les effets de l'intégration du programme de transformation dans les comptes de l'entreprise.

Par construction, le budget initial 2024 présenté n'incluait pas les charges et les produits en lien avec le programme de transformation. Les projets financés par le plan de transformation étant bien définis, leur financement était prévu sans impact sur le résultat de l'entreprise.

L'entreprise est parvenue, grâce à ses efforts d'économies, à absorber l'annulation d'une partie de ses crédits de transformation et à atteindre un résultat d'exploitation à l'équilibre (contre une prévision initiale excédentaire de 0,5 M€).

Présentation des crédits

2024 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS OUVERTS ET DES CREDITS CONSOMMES

2024 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
	Dépenses d'opérations financières		
	Prévision LFI 2024		
	Consommation 2024		
01 – Radio France	652 954 400 652 954 400	652 954 400 652 954 400	652 954 400
Total des AE prévues en LFI	652 954 400	652 954 400	652 954 400
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP			
Total des AE ouvertes	652 954 400	652 954 400	
Total des AE consommées	652 954 400	652 954 400	

2024 / CREDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
	Dépenses d'opérations financières		
	Prévision LFI 2024		
	Consommation 2024		
01 – Radio France	652 954 400 652 954 400	652 954 400 652 954 400	652 954 400
Total des CP prévus en LFI	652 954 400	652 954 400	652 954 400
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP			
Total des CP ouverts	652 954 400	652 954 400	
Total des CP consommés	652 954 400	652 954 400	

2023 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS VOTES (LFI) ET DES CREDITS CONSOMMES

2023 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7	Total hors FdC et AdP prévus en LFI	Total y.c. FdC et AdP
	Dépenses d'opérations financières		
	Prévision LFI 2023		
	Consommation 2023		
01 – Radio France	623 406 038 623 406 038	623 406 038	623 406 038 623 406 038
Total des AE prévues en LFI	623 406 038	623 406 038	623 406 038
Total des AE consommées	623 406 038		623 406 038

2023 / CREDITS 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
01 – Radio France	623 406 038 623 406 038	623 406 038	623 406 038 623 406 038
Total des CP prévus en LFI	623 406 038	623 406 038	623 406 038
Total des CP consommés	623 406 038		623 406 038

PRESENTATION PAR TITRE ET CATEGORIE DES CREDITS CONSOMMES

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées* en 2023	Ouvertes en 2024	Consommées* en 2024	Consommés* en 2023	Ouverts en 2024	Consommés* en 2024
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	623 406 038	652 954 400	652 954 400	623 406 038	652 954 400	652 954 400
Prêts et avances	623 406 038	652 954 400	652 954 400	623 406 038	652 954 400	652 954 400
Total hors FdC et AdP		652 954 400			652 954 400	
Total*	623 406 038	652 954 400	652 954 400	623 406 038	652 954 400	652 954 400

* y.c. FdC et AdP

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 – Radio France		652 954 400 652 954 400	652 954 400 652 954 400		652 954 400 652 954 400	652 954 400 652 954 400
Total des crédits prévus en LFI *	0	652 954 400	652 954 400	0	652 954 400	652 954 400
Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP						
Total des crédits ouverts	0	652 954 400	652 954 400	0	652 954 400	652 954 400
Total des crédits consommés	0	652 954 400	652 954 400	0	652 954 400	652 954 400
Crédits ouverts - crédits consommés						

* hors FdC et AdP pour les montants de la LFI

Note : les éléments présentés ci-après sont issus de la prévision de fin d'année révisée (PFA révisée) 2024 présentée aux instances de gouvernance fin 2024, l'arrêté des comptes 2024 n'étant pas disponible à la date du présent rapport annuel de performance.

En 2024, les concours publics versés à Radio France au titre de son fonctionnement se sont élevés à 644,8 M€ en augmentation de +5,7 % par rapport à 2023 (+35 M€) afin de financer les surcoûts liés à l'inflation, le glissement de la masse salariale, les évolutions de dépenses engagées ainsi que les effets fiscaux induits par la suppression de la CAP (assujettissement à la taxe sur les salaires représentant un montant de 28,4 M€ en 2024). Ils sont complétés par une dotation d'investissement de 8,2 M€ consacrée au financement du programme de réhabilitation de la Maison de la Radio et de la Musique.

A ces ressources s'ajoutent pour 2024 des crédits exceptionnels à hauteur de 4,1 M€ au titre du programme de transformation, diminué de 10,9 M€ en cours de gestion en raison de la situation contrainte des finances publiques et de la perspective de la reprise de la lecture de la proposition de loi relative à la réforme de l'audiovisuel public.

Les produits d'exploitation avant reprises de provisions et subventions d'équipement s'élèvent à 767,7 M€ dans la prévision de fin d'année (PFA révisée), en hausse de +35,8 M€ par rapport aux comptes 2023 et de +5,1 M€ par rapport aux prévisions initiales. Les ressources propres, y compris les produits sur partenariats réciproques (compensés par des charges d'exploitation d'un montant équivalent) diminuent de -1,4 M€ (soit -1 %) et les autres produits d'exploitation baissent de -1,9 M€ par rapport à 2023.

Les achats et charges externes s'établissent à 183,8 M€ dans la PFA révisée en diminution de -3,3 M€ par rapport aux comptes 2023 résultant notamment de :

- une économie sur les fins de bail des loyers des sites Mangin et Tripode ; ces derniers étaient loués afin d'accueillir des collaborateurs du groupe durant les travaux de la Maison de la Radio et de la Musique (-10,2 M€) ;
- la hausse des coûts de diffusion en lien avec l'indexation des contrats hertziens et le déploiement du DAB+ (+1,9 M€) ;

- l'augmentation du coût des événements exceptionnels 2024 notamment les JO et les JOP, la couverture des conflits internationaux et l'actualité politique (+2,4 M€) ;
- les effets de l'inflation (+0,7 M€) ;
- la baisse des charges liées aux partenariats (de 21,0 M€ en 2023 à 18,9 M€ dans la prévision soit -2,1 M€). Pour mémoire, ces charges sont financées par des produits d'un montant équivalent.
- l'intégration des dépenses du programme de transformation (+4,1 M€).

Les charges de personnel s'élèvent à 421,8 M€ dans la PFA révisée, en augmentation par rapport aux comptes 2023 (+7,8 M€) et en baisse par rapport au budget initial 2024 (-0,6 M€).

La hausse par rapport à 2023 est principalement liée à un effet prix, du fait des évolutions annuelles des salaires (+6 M€) auquel s'ajoute une progression des charges patronales.

Les économies par rapport à la cible 2024 résultent principalement de la combinaison des facteurs suivants :

- baisse de la masse salariale des personnels permanents : -2,2 M€ qui traduit une baisse des rémunérations de ces personnels (en lien notamment avec une réduction de 22 ETP, soit -1,2 M€, et un rebasage du salaire moyen pour -1,8M) et une baisse des cotisations patronales (-1,2 M€), contrebalancés par une hausse des indemnités et autres rémunérations (+2,3 M€) ;
- hausse de la masse salariale des personnels CDD et CFA : +0,4 M€ lié principalement à un effet prix (salaire moyen et taux de charges) tandis que les effectifs baissent (-15 ETP CDD)
- hausse des cachets et piges : +0,7 M€, notamment en raison de l'intégration des remplacements de postes vacants à la direction de la musique et de la création (prévues au budget en CDI).

Les autres charges (Impôts et taxes, Autres charges d'exploitation) s'élèvent à 104,6 M€ dans la PFA révisé et comprennent :

- les autres charges d'exploitation (48,2 M€, en baisse par rapport aux prévisions initiales (49,7 M€)) en hausse de +1,2 M€ par rapport à 2023 ; cette progression s'explique essentiellement par la hausse des reversements de droits d'auteurs ;
- les impôts et taxes à 56,5 M€, en ligne avec les prévisions initiales (57 M€) et en progression de +15,5 M€ par rapport à 2023. Cette augmentation s'explique principalement par l'effet en année pleine de l'assujettissement de l'entreprise à la taxe sur les salaires.

Les dotations nettes aux amortissements et provisions s'élèvent à 57,5 M€ dans la PFA révisée et affichent une hausse de +13,3 M€ par rapport aux comptes 2023 (+5,3 M€ par rapport aux prévisions initiales). Dans le détail, ceci s'explique par :

- une hausse des dotations aux amortissements à hauteur de +16,7 M€ en lien avec la mise en service de la phase 3 du chantier de la Maison de la Radio et de la Musique ;
- une hausse des reprises de provisions pour -3,4 M€ notamment sur la provision pour indemnités de départs en retraite.

Les subventions d'investissement virées au compte de résultat s'établissent à 20,9 M€ dans la PFA révisée en augmentation de 0,7 M€ par rapport à 2023 en lien avec le calcul résultant des mises en service.

Le résultat d'exploitation pour 2024 s'établit à l'équilibre contre une prévision excédentaire de 0,5 M€ inscrite au budget initial. L'entreprise est parvenue, grâce à des efforts d'économies en cours de gestion, à absorber l'annulation d'une partie de ses crédits de transformation, arbitrée dans le contexte contraint des finances publiques (-10,9 M€ sur l'enveloppe globale de 15 M€). Dans le détail, au sein de cette enveloppe, 4,9 M€ devaient être affectés au financement de dépenses de fonctionnement (effet en compte de résultat). Seuls 2,1 M€ ont *in fine* été alloués. L'entreprise est ainsi parvenue à absorber le solde de 2,8 M€ sans dégrader son équilibre d'exploitation.

Le résultat financier s'élève à +1 M€ à la PFA révisée contre une prévision initiale de 0,2 M€. Le résultat exceptionnel s'élève à 0,1 M€ contre une prévision initiale quasi à l'équilibre.

Le résultat net de l'entreprise est légèrement déficitaire (-0,5 M€) contre une prévision initiale légèrement excédentaire (+0,2 M€). L'entreprise n'a pu absorber qu'une partie du renchérissement de son impôt sur les sociétés (1,6 M€ contre une prévision initiale de 0,5 M€) dans le contexte d'efforts d'économies déployé en cours d'exercice.

Les investissements correspondant aux acquisitions d'immobilisations prévues dans l'année 2024 s'élèvent à 68,8 M€ à la PFA (versus 70,0 M€ prévus au budget initial ; la baisse résulte principalement d'une ré-estimation du coût des travaux des Studios de Création) :

- les investissements hors réhabilitation (moyens techniques, développements numériques, patrimoine mobilier et immobilier) s'élèvent à 47,6 M€ en 2024 (dont 12,0 M€ pour les investissements numériques et 14,1 M€ au titre des investissements mobiliers et immobiliers au sein de Maison de la Radio et de la Musique), en baisse de -7,1 M€ par rapport à 2023 notamment sur les investissements au sein de la Maison de la radio en lien avec le projet Retrouvailles ;
- le montant des investissements consacrés aux travaux de la réhabilitation s'élève à 21,2 M€ (stables vs 2023), dont 20,5 M€ pour les nouvelles opérations (studios de création). Ces investissements sont financés par une dotation d'investissement de 8,2 M€.

Les principales données financières issues de la prévision de fin d'année 2024 sont présentées ci-après.

COMPTE DE RESULTAT (en milliers d'euros)	COMPTES 2023	BUDGET INITIAL 2024	PFA REVISEE 2024
Dotation publique de fonctionnement	609 706	644 754	644 754
Dotation PIT	-	-	2 115
Ressources propres	113 433	109 143	112 065
<i>dont recettes publicitaires radio</i>	<i>50 039</i>	<i>48 280</i>	<i>47 980</i>
CHIFFRE D'AFFAIRES	723 139	753 897	758 934
Autres produits d'exploitation	10 639	8 667	8 772
PRODUITS D'EXPLOITATION AVANT REPRISES DE PROV ET SUBVENTIONS	733 778	762 564	767 706
Reprises de provisions et subventions d'équipements	24 977	29 384	29 949
PRODUITS D'EXPLOITATION	758 755	791 948	797 656
PRODUITS FINANCIERS	1 233	530	1 150
PRODUITS EXCEPTIONNELS	1 813	428	561
TOTAL PRODUITS	761 800	792 906	799 366
Achats et charges externes	187 109	180 868	183 821
Impôts, taxes et versements assimilés	40 984	56 968	56 469
Charges de personnel	413 934	422 328	421 771
Autres charges de gestion courante	46 970	49 722	48 154
CHARGES D'EXPLOITATION AVANT DOTATIONS PROV ET AMORT	688 997	709 886	710 214
Amortissements et provisions	69 184	81 609	87 442
CHARGES D'EXPLOITATION	758 180	791 495	797 656
CHARGES FINANCIERES	101	302	170
CHARGES EXCEPTIONNELLES	1 514	436	436
IMPOT SUR LES SOCIETES	920	500	1 649
TOTAL CHARGES	760 715	792 733	799 912
RESULTAT NET	1 085	173	- 545

PASSAGE DU PLF A LA LFI

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
PLF	0	652 954 400	652 954 400	0	652 954 400	652 954 400
Amendements	0	0	0	0	0	0
LFI	0	652 954 400	652 954 400	0	652 954 400	652 954 400

Dépenses pluriannuelles

SUIVI DES CREDITS DE PAIEMENT ASSOCIES A LA CONSOMMATION DES AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT (HORS TITRE 2)

AE 2024	CP 2024
AE ouvertes en 2024 * (E1) 652 954 400	CP ouverts en 2024 * (P1) 652 954 400
AE engagées en 2024 (E2) 652 954 400	CP consommés en 2024 (P2) 652 954 400
AE affectées non engagées au 31/12/2024 (E3) 0	dont CP consommés en 2024 sur engagements antérieurs à 2024 (P3 = P2 - P4) 0
AE non affectées non engagées au 31/12/2024 (E4 = E1 - E2 - E3) 0	dont CP consommés en 2024 sur engagements 2024 (P4) 652 954 400

RESTES A PAYER

Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2023 brut (R1) 0					
Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2023 (R2) 0					
	Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2023 net (R3 = R1 + R2) 0	-	CP consommés en 2024 sur engagements antérieurs à 2024 (P3 = P2 - P4) 0	=	Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R4 = R3 - P3) 0
	AE engagées en 2024 (E2) 652 954 400	-	CP consommés en 2024 sur engagements 2024 (P4) 652 954 400	=	Engagements 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R5 = E2 - P4) 0
					Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R6 = R4 + R5) 0
					Estimation des CP 2025 sur engagements non couverts au 31/12/2024 (P5) 0
					Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2025 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2024 (P6 = R6 - P5) 0

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

* LFI 2024 + reports 2023 + mouvements réglementaires + FdC + AdP + fongibilité asymétrique + LFR

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

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 – Radio France		652 954 400 652 954 400	652 954 400 652 954 400		652 954 400 652 954 400	652 954 400 652 954 400

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

Volets du plan de relance	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision	Réalisation	Prévision	Réalisation
Verdissement	0	0	0	0
Indépendance et compétitivité	0	0	0	0
Cohésion sociale et territoriale	0	0	0	0

ÉLÉMENTS DE LA DEPENSE 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	652 954 400	652 954 400	652 954 400	652 954 400
Prêts et avances	652 954 400	652 954 400	652 954 400	652 954 400
Total	652 954 400	652 954 400	652 954 400	652 954 400

PROGRAMME 844
France Médias Monde

Bilan stratégique du rapport annuel de performances

Florence PHILBERT

Directrice générale des médias et des industries culturelles
Responsable du programme n° 844 : France Médias Monde

Le programme 844 a pour objet le financement de la société France Médias Monde (FMM). FMM, société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France, est une société nationale de programme définie au IV de l'article 44 de la loi n° 86 - 1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, et dont la mission est de « contribuer à la diffusion et à la promotion de la langue française, des cultures française et francophone, ainsi qu'au rayonnement de la France dans le monde, notamment par la programmation et la diffusion d'émissions de télévision et de radio ou de services de communication au public en ligne relatifs à l'actualité française, francophone, européenne et internationale en français et en langues étrangères ».

En 2024, France Médias Monde, tout comme France Télévisions, Radio France et l'Institut national de l'audiovisuel, a été engagée dans les travaux de négociation avec l'État de son prochain contrat d'objectifs et de moyens (COM), destiné à définir pour l'entreprise un cadrage stratégique et budgétaire pour les années 2024 à 2028. Ces travaux ont été interrompus dans le contexte politique particulier de l'année 2024 et en raison de la situation contrainte des finances publiques.

Sur le plan stratégique, FMM a engagé la mise en œuvre des orientations portées par ce projet de COM, qui s'inscrivent dans la continuité de son dernier COM en vigueur :

- cultiver la confiance avec les publics ;
- accroître l'impact mondial de FMM, en cultivant la proximité ;
- mettre le numérique au cœur des enjeux de distribution et d'innovation ;
- agir en tant que grand groupe de service public exemplaire, avec le sens du collectif ;
- poursuivre une gestion rigoureuse et efficiente, en s'adaptant aux enjeux de transformation.

En 2024, les médias de FMM ont enregistré 254,0 millions de contacts hebdomadaires (antennes et offres numériques confondues). L'entreprise a poursuivi le développement de ses offres éditoriales, notamment en langues étrangères, le développement de ses pôles à l'étranger ainsi que sa transformation numérique.

La LFI 2024 prévoyait d'allouer à FMM 304,2 M€ dont 299,2 M€ de dotation socle (incluant une compensation de 30 M€ au titre de la compensation des effets fiscaux supportés par l'entreprise en raison de la suppression de la contribution à l'audiovisuel public) et 5 M€ de crédits du programme de transformation.

Les moyens publics effectivement perçus par l'entreprise s'établissent à 299,5 M€, en retrait de -4,7 M€ par rapport à la LFI. Ce retrait est lié à la conjugaison des facteurs suivants : une réduction de -1,1 M€ de la dotation socle de l'entreprise, liée à l'ajustement à l'euro près de la compensation des effets fiscaux supportés par FMM en 2023, et une annulation de -3,6 M€ des crédits du programme de transformation, arbitrée en raison de la situation contrainte des finances publiques et de la perspective de la reprise de la lecture de la proposition de loi relative à la réforme de l'audiovisuel public.

Il convient de noter par ailleurs que l'entreprise a perçu un financement de 0,5 M€ issu du programme 209 « Solidarité à l'égard des pays en développement » dans le cadre du déploiement de projets éditoriaux implantés en Afrique et en Europe de l'est.

RECAPITULATION DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

OBJECTIF 1 : Proposer une offre reflet de la culture et des valeurs françaises et francophones dans un univers de média global

INDICATEUR 1.1 : Part des dépenses de programmes dans les charges d'exploitation

INDICATEUR 1.2 : Opinions favorables évaluant les valeurs d'expertise, d'objectivité et de référence

OBJECTIF 2 : Développer la présence française et francophone dans le paysage audiovisuel mondial

INDICATEUR 2.1 : Volume de contacts pour France Médias Monde (audience linéaire et numérique)

INDICATEUR 2.2 : Audience linéaire

INDICATEUR 2.3 : Audience des offres numériques

OBJECTIF 3 : Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire

INDICATEUR 3.1 : Maîtrise des charges

INDICATEUR 3.2 : Ressources propres

INDICATEUR 3.3 : Résultat opérationnel récurrent

INDICATEUR 3.4 : Index égalité femmes-hommes

Objectifs et indicateurs de performance

OBJECTIF

1 – Proposer une offre reflet de la culture et des valeurs françaises et francophones dans un univers de média global

INDICATEUR

1.1 – Part des dépenses de programmes dans les charges d'exploitation

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Part des dépenses de programmes dans les charges d'exploitation	%	67,4	67,2	Non déterminé	68,3	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Mode de calcul : les dépenses de programmes correspondent au coût des offres linéaires et numériques (y compris l'ensemble des frais techniques de fabrication, hors coûts de diffusion/distribution) ainsi que les dépenses réalisées dans le cadre des programmes de transformation et les projets de proximité à l'international.

ANALYSE DES RESULTATS

En 2024, la part des dépenses de programmes de FMM au sein de ses charges d'exploitation s'établit à 68,3 %, en progression par rapport à 2023 (67,2 %) et 2022 (67,4 %).

Ce résultat est lié à la progression des dépenses de programmes qui enregistrent une augmentation de +11,2 M€, passant de 187,4 M€ en 2023 à 198,6 M€ en 2024, soit une hausse de +6,0 %. Pour mémoire, la composante principale des dépenses de programmes est la masse salariale, les médias de FMM produisant la quasi-totalité de leurs contenus en interne. Cette évolution à la hausse des dépenses de programmes est due principalement à :

- la mobilisation des rédactions de FMM pour assurer la couverture des temps forts de l'actualité internationale en 2024 (guerre en Ukraine, guerre Israël/Hamas, Jeux Olympiques et Paralympiques à Paris, élections européennes et américaines, élection présidentielle au Sénégal, Coupe d'Afrique des Nations, anniversaire des 80 ans du débarquement de Normandie, Eurofoot, etc.) ;
- l'augmentation des moyens de la direction technique (renforcement des équipes et hausse des amortissements dans le cadre d'un plan pluriannuel d'investissements visant notamment à moderniser les infrastructures de diffusion) ;
- le glissement de la masse salariale résultant de la négociation annuelle obligatoire (NAO) qui prend en compte, outre les évolutions inéluctables liées aux accords d'entreprise, la poursuite du rattrapage partiel

des effets de l'inflation (+3,3 M€ au global pour les seules rédactions et la direction technique, sur un total NAO de +4,0 M€ pour l'ensemble de l'entreprise) ;

- la poursuite de la stratégie numérique de l'entreprise et le développement de projets de proximité à l'international par le biais de financements dédiés : crédits du programme de transformation et financements fléchés du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères).

En parallèle, le total des charges d'exploitation de FMM (qui constitue le dénominateur de l'indicateur 1.1) enregistre une hausse limitée à +4,3 % (cf. 3.1.).

INDICATEUR

1.2 – Opinions favorables évaluant les valeurs d'expertise, d'objectivité et de référence

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
France 24 : zone Afrique	%	77	76	Non déterminé	72	donnée non renseignée	Non déterminé
France 24 : zone Maghreb	%	66	55	Non déterminé	72	donnée non renseignée	Non déterminé
RFI : zone Afrique	%	76	74	Non déterminé	72	donnée non renseignée	Non déterminé
MCD : zone Proche et Moyen Orient	%	49	56	Non déterminé	59	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Cet indicateur a pour objectif d'évaluer l'appréciation des auditeurs et des téléspectateurs quant à la capacité de RFI, France 24 et MCD, d'une part, à porter les valeurs fondamentales que sont l'expertise et l'objectivité, et, d'autre part, à se positionner comme média de référence, dans leurs zones traditionnelles d'influence.

France 24

Pour France 24, l'indicateur d'appréciation globale est mesuré pour la catégorie grand public (15 ans et plus).

→ Africascope

L'indicateur correspond à la moyenne des pourcentages d'opinions favorables (c'est-à-dire les réponses « *tout à fait d'accord* » et « *plutôt d'accord* ») pour différentes propositions évaluant l'expertise, l'objectivité et la référence de France 24.

→ Maghreboscope

L'indicateur correspond à la moyenne des pourcentages d'opinions favorables (c'est-à-dire les réponses « *tout à fait d'accord* » et « *plutôt d'accord* ») pour différentes propositions évaluant l'expertise, l'objectivité et la référence de France 24.

RFI

Pour RFI, l'indicateur d'appréciation globale est mesuré pour la catégorie grand public (15 ans et plus), public cible de la radio.

→ Africascope

L'indicateur correspond à la moyenne des pourcentages d'opinions favorables (c'est-à-dire les réponses « *tout à fait d'accord* » et « *plutôt d'accord* ») pour différentes propositions évaluant l'expertise, l'objectivité et la référence de RFI.

Remarque : la diffusion de RFI au Burkina Faso a été interrompue le 3 décembre 2022, et celle de France 24 le 27 mars 2023. Par ailleurs, les diffusions de RFI et de France 24 n'ont pas été rétablies au Mali depuis leur coupure le 17 mars 2022. Les résultats présentés ci-dessus portent donc sur un périmètre restreint hors Mali et hors Burkina-Faso

MCD

Pour MCD, un indicateur d'appréciation globale a été introduit dans l'étude IPSOS NewsConnect, permettant d'évaluer ces résultats pour la zone Proche et Moyen-Orient, bassin d'audience de la radio. Les items retenus sont « *relevant* » (« pertinent »), « *credible* » (« crédible »), « *I trust* » (« je fais confiance ») et « *objective* » (« objectif ») sur la base d'une note moyenne supérieure ou égale à 7/10.

Les résultats présentés ici reflètent la consolidation des opinions dans 5 pays (Irak, Liban, Soudan, Jordanie, et Libye). Remarque : compte tenu de la situation de conflit en cours au Soudan, nous avons conservé les résultats 2022 pour ce pays, le terrain n'ayant pu être effectué dans des conditions de sécurité optimales. A noter qu'au Liban, en raison du conflit opposant le Hezbollah et Israël, et qui s'est intensifié à partir de septembre 2024 le terrain a dû être reporté. L'indicateur d'image de 2023 a été conservé.

ANALYSE DES RESULTATS

Analyse des résultats de l'indicateur 1.2

En 2024, les opinions favorables évaluant l'expertise, l'objectivité et la référence des médias de France Médias Monde, s'inscrivent dans des contextes différents selon les zones :

- En Afrique francophone, les opinions favorables sont en recul de -4 points pour France 24 et -2 points pour RFI. France 24 comme RFI, comme plus largement les diffuseurs internationaux américains ou européens, subissent une dégradation de leur image en raison du contexte géopolitique.
- Au Maghreb, France 24 voit son image fortement progresser sur les items ayant trait à sa crédibilité et son expertise (+17 points). L'année 2023 avait été marquée par une baisse de -11 points dans le contexte du conflit Israël-Hamas. La progression est surtout notable au Maroc et peut être mise en perspective avec le renforcement des relations diplomatiques entre la France et ce pays.
- Au Proche & Moyen-Orient, en 2024, MCD voit son score d'image global progresser par rapport à 2023 (+4 points). Une nette amélioration de cet indicateur se produit en Irak et en Libye.

OBJECTIF

2 – Développer la présence française et francophone dans le paysage audiovisuel mondial

INDICATEUR

2.1 – Volume de contacts pour France Médias Monde (audience linéaire et numérique)

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Volume de contacts pour France Médias Monde (audience linéaire et numérique)	millions/semaine	259,6	255,5	Non déterminé	254,0	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Cet indicateur agrège le nombre d'auditeurs hebdomadaires radio (RFI/MCD) en incluant des radios partenaires, le nombre de téléspectateurs hebdomadaires et l'« empreinte numérique hebdomadaire », c'est-à-dire, le nombre de personnes touchées par les contenus des médias de FMM sur les environnements numériques quelle que soit la nature de ces contenus (sons, vidéos, articles, etc.).

Source des données pour les audiences médias traditionnels (TV/radio) :

- **France 24** : pour l'Afrique francophone : Kantar – Africascope 2024 – Bases : Population 15 ans et plus // pour le Maghreb : Kantar – Maghreboscope 2024 – Bases : Population 15 ans // pour le Moyen-Orient : Ipsos News Connect 2024 – Base : 15 ans et plus // pour le reste du Monde (l'Europe, l'Asie et les Amériques) : Global Web Index 2024 – Base : Internaute 16-64 ans
- **RFI** : pour l'Afrique francophone : Kantar – Africascope 2024 – Base : Population 15 ans et plus // pour la France : Médiamétrie et Ifop // pour le reste du monde : Ipsos / IMMAR / Médiamétrie / Kantar / Avangarde / DW / BVA
- **MCD** : pour le Moyen-Orient : Ipsos News Connect 2024 – Base : 15 ans et plus // pour le Maghreb : Kantar – Maghreboscope 2024 Base : Population 15 ans et plus // pour le reste du monde : Kantar / Ifop – Africascope Kantar études ad hoc (ex Mauritanie) auprès de la population 15 ans et plus

Source des données pour l'empreinte numérique :

L'empreinte numérique prend en compte : les visiteurs uniques sur les environnements propres (fixes ou mobiles) de FMM, la couverture YouTube (nombre de personnes atteintes chaque semaine par au moins un contenu de FMM), la couverture Facebook (nombre de personnes atteintes chaque semaine par au moins un des contenus FMM), la couverture estimée pour les contenus de FMM sur Twitter, les visiteurs uniques des contenus de FMM diffusés par les partenaires de syndication (MSN...).

Indicateur de suivi 2-1-1 : Évolution de la notoriété de France 24 et RFI

Notoriété totale – Populations leaders d'opinion	Unité	Réalisation 2016	Réalisation 2017	Réalisation 2018	Réalisation 2019	Réalisation 2020	Réalisation 2021	Réalisation 2022	Réalisation 2023	Réalisation 2024	Prévision 2025
France 24											
Afrique francophone (Kantar – Africascope – Cadres & Dirigeants)	%	99	98	99	97	99	99	99	99	99	Non déterminé
Europe (Affluent survey ex EMS)	%	31	36	36	37	41	48	45	47	ND	Non déterminé
Maghreb (Kantar – Maghreboscope – Cadres & Dirigeants)	%	93	91	96	90	90	90	91	91	91	Non déterminé
RFI											
Afrique francophone (Kantar – Africascope – Cadres & Dirigeants)	%	99	99	99	99	99	99	98	99	99	Non déterminé

Notoriété totale – Grand public	Unité	Réalisation 2016	Réalisation 2017	Réalisation 2018	Réalisation 2019	Réalisation 2020	Réalisation 2021	Réalisation 2022	Réalisation 2023	Réalisation 2024	Prévision 2025
France 24											
Afrique francophone (Kantar – Africascope – cible 15 ans et +)	%	83	83	82	82	83	85	92	92	91	Non déterminé
Maghreb (Kantar – Maghreboscope – cible 15 ans et +)	%	60	66	67	61	69	63	71	73	75	Non déterminé
RFI											
Afrique francophone (Kantar – Africascope – cible 15 ans et +)	%	90	88	86	84	82	84	87	84	83	Non déterminé

Précisions méthodologiques (2.1.1)

Le pourcentage de notoriété totale est obtenu en divisant le nombre de répondants qui déclarent avoir entendu parler des marques RFI et France 24, ne serait-ce que de nom, par le nombre total de personnes interrogées.

Sources des données :

- pour l'Afrique francophone Kantar - Africascope – Bases : Population 15 ans et plus / Cadres et dirigeants ;
- pour le Maghreb Kantar – Africascope Maghreb– Bases : Population 15 ans et plus / Cadres et dirigeants.

*Pour l'Europe, l'étude est devenue « Ipsos Global Influentials ». La notoriété n'est plus mesurée dans cette étude.

ANALYSE DES RESULTATS

En 2024, tous médias et toutes langues confondus, France Médias Monde a enregistré une audience à hauteur de **254,0 millions de contacts hebdomadaires en recul par rapport à 2023 (-1,5 millions de contacts soit -1 % par rapport à 2023)**. Parmi ces 254 millions, le groupe enregistre 179,1 millions de téléspectateurs et auditeurs hebdomadaires (+11,4 millions par rapport à 2023) et 74,9 millions d'utilisateurs sur les offres numériques tous environnements confondus (-12,9 millions par rapport à 2023). Ainsi les progressions de l'audience « broadcast » ne parviennent pas à compenser le recul observé sur les environnements numériques, attribuable à des évolutions défavorables des algorithmes des réseaux sociaux.

Par média, la répartition se décompose comme suit :

- **98,5 millions de contacts en broadcast et en numérique pour RFI,**
- **136,8 millions de contacts en broadcast et en numérique pour France 24,**
- **10,7 millions de contacts en broadcast et en numérique pour MCD,**
- **auxquels s'ajoutent 9,5 millions de contacts numériques pour les offres numériques Info Migrants et ENTR**

En 2024, les résultats de notoriété de France 24 et de RFI sont globalement stables à des niveaux élevés. L'indicateur de notoriété grand public de France 24 est en hausse de 2 points au Maghreb et en recul d'un point en Afrique francophone. Le même indicateur est en recul d'un point pour RFI en Afrique francophone. L'indicateur de notoriété sur la population des leaders d'opinions est stable pour les deux médias.

L'Europe ne fait plus partie du périmètre d'étude commandée par FMM en 2024.

INDICATEUR

2.2 – Audience linéaire

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
France 24	millions/semaine	101,7	99,3	Non déterminé	101,4	donnée non renseignée	Non déterminé
RFI	millions/semaine	59,5	60,8	Non déterminé	72,2	donnée non renseignée	Non déterminé
MCD	millions/semaine	9,2	7,6	Non déterminé	5,5	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

La mesure des audiences sur les médias traditionnels (TV/radio) est faite à partir de deux types d'études :

1. Des mesures récurrentes de type barométrique dans des pays ou zones de diffusion couverts tous les ans (et même deux fois par an), par exemple via les études Africascope, Maghreboscope ou Global Web Index
2. Des mesures dites « ad hoc » dont la mise en place est décidée sur la base de plusieurs critères :
 - Validation et soutien à la stratégie éditoriale et/ou aux développements stratégiques (mesure de l'impact des choix éditoriaux, renforcement de certaines langues, signatures de contrats de diffusion),
 - Poids démographique du pays investigué, et représentativité géostratégique dans la zone,
 - Volonté de renouveler les mesures régulièrement (l'objectif étant de disposer de nouvelles données tous les 3 ans),
 - Respect de l'enveloppe budgétaire.

Les résultats d'audience pour l'Afrique francophone sont issus pour l'essentiel de l'étude Africascope souscrite avec RFI, TV5 Monde, France 24, Canal +. Elles sont réalisées par l'institut Kantar.

Indicateur de suivi 2-2-1 : suivi des audiences sur les médias traditionnels (TV/radios) par zone stratégique et par média

	Unité		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
			Réalisation	Réalisation	Réalisation	Réalisation	Réalisation	Réalisation	réalisation	Réalisation	prévision
France 24	millions semaines	/	61,2	79,8	87,1	98,5	97,8	101,7	99,3	101,4	Non déterminé
Afrique francophone / Océan Indien	millions semaines	/	26,0	27,9	26,2	27,8	28,1	27,6	34,1	33,1	
Afrique non francophone	millions semaines	/	3,2	3,0	8,9	11,3	11,4	12,4	12,7	13,6	
Afrique du Nord et Moyen-Orient	millions semaines	/	23,6	26,1	23,9	26,6	23,4	21	22,4	20,9	
Europe	millions semaines	/	5,1	6,7	6,4	7,5	9,3	10	8,5	8,3	
Autres zones mesurées (Asie, Amérique latine, Canada principalement)	millions semaines	/	3,3	16,1	21,6	25,3	25,7	30,7	21,6	25,6	
RFI	millions semaines	/	40,7	40,8	46,5	58,1	61,4	59,5	60,8	72,2	Non déterminé
Afrique francophone	millions semaines	/	29,6	29,7	28,2	29,8	33,6	32,8	32,8	33,1	
Afrique non francophone	millions semaines	/	4,7	4,5	11,2	11,0	11	5,8	6,5	6,9	
Europe	millions semaines	/	1,4	1,4	1,5	1,3	1,5	2,4	2,2	2,2	
Maghreb	millions semaines	/	0,2	0,3	0,9	2,0	2,3	1,8	2,6	1,5	
Asie	millions semaines	/	1,4	1,4	1,4	1	0,1	0,1	0,1	0	
Amérique latine / Caraïbes	millions semaines	/	3,4	3,4	3,4	13,0	13	16,6	16,6	28,4	
MCD	millions semaines	/	5,4	9,2	9,8	9,3	10,4	9,2	7,6	5,5	Non déterminé
Moyen-Orient	millions semaines	/	3,6	7,5	7	5,4	6,3	5,9	4,4	3,4	
Maghreb-Afrique	millions semaines	/	1,7	1,7	2,6	3,8	4	3,3*	3,2*	2,2	

* y compris diffusion en DAB+ à Paris + Marseille

ANALYSE DES RESULTATS**AUDIENCES DE FRANCE 24**

En 2024, l'audience hebdomadaire broadcast de France 24, mesurée dans 69 pays s'établit à 101,4 millions de téléspectateurs, soit une hausse de 2,1 millions de téléspectateurs (essentiellement en Inde).

En Afrique francophone, l'audience hebdomadaire de France 24 s'établit à 33,1 millions de téléspectateurs hebdomadaires, en baisse de -1,0 million par rapport à 2023 (-3 %). France 24 conserve malgré tout son rang de première chaîne à Kinshasa et à Brazzaville (toutes chaînes confondues).

En Afrique non francophone, l'audience de France 24 s'établit à 13,6 millions de téléspectateurs hebdomadaires, soit une hausse de +0,9 millions par rapport à l'année précédente.

Dans la zone Afrique du Nord et Moyen-Orient, l'audience hebdomadaire de France 24 s'établit à 20,9 millions de téléspectateurs, niveau en baisse de 1,5 million par rapport à 2023. Après le contexte d'une surconsommation des chaînes d'information internationales et panarabes en 2023 sur le conflit entre Israël et le Hamas, France 24 retrouve son niveau de 2022 (21,0 millions) et regagne un rang dans le classement local devant sa concurrente saoudienne Al Arabyia.

En Europe, l'audience hebdomadaire de France 24 s'établit à 8,3 millions de téléspectateurs (en recul de 0,2 million par rapport à 2023). Le fléchissement se trouve essentiellement en France lié à un report d'audiences vers les médias nationaux en une année particulière sur le plan de l'actualité politique et sportive.

En Asie, l'audience hebdomadaire de France 24 s'établit à 18,3 millions de téléspectateurs, en croissance (+2,6 millions) avec une hausse mesurée en Inde.

En Amérique du Nord, l'audience hebdomadaire de France 24 s'établit à 3,3 millions de téléspectateurs, en hausse (+0,9 million) au Canada et plus encore aux États-Unis, dans le contexte de l'élection présidentielle américaine.

En Amérique Latine, l'audience hebdomadaire de France 24 s'établit à 4,0 millions de téléspectateurs, en hausse de +0,5 million.

AUDIENCES DE RFI

En 2024, l'audience hebdomadaire *broadcast* de RFI, mesurée dans 36 pays, s'établit à 72,2 millions d'auditeurs, en hausse par rapport à 2023 (+11,4 millions soit +19 %).

En Afrique francophone (zone dans laquelle RFI réalise près de 50 % de ses audiences hebdomadaires mesurées), l'audience de la radio s'établit à 33,1 millions d'auditeurs, en hausse par rapport à 2023 (+0,3 million). La consommation du média radio s'inscrit en baisse en général dans cette zone au profit de la consommation numérique. Il est important de noter par ailleurs que RFI parvient à regagner une partie de son audience perdue au Mali dans le contexte de la coupure de sa diffusion FM par le biais de sa diffusion en ondes courtes.

En Afrique non francophone, la station enregistre 6,9 millions d'auditeurs hebdomadaires, en hausse de 0,4 million par rapport à 2023.

En Europe, l'audience hebdomadaire de RFI s'établit à 2,2 millions d'auditeurs, stable par rapport à 2023.

La mesure de l'audience n'est plus assurée en Asie (mesure de l'audience de la déclinaison de RFI en khmer au Cambodge) pour des raisons d'économies.

En Amérique latine, l'audience de la station s'établit à 28,4 millions, en hausse de +11,8 millions par rapport à 2023. Ce résultat est lié au doublement du nombre de radios partenaires locales reprenant des plages de programmation de la chaîne.

AUDIENCES DE MONTE CARLO DOUALIYA

En 2024, l'audience hebdomadaire *broadcast* de Monte Carlo Doualiya, mesurée dans 14 pays, s'établit à 5,5 millions d'auditeurs, en baisse de -2,1 millions par rapport à 2023.

Tout comme France 24, la chaîne est impactée par l'instabilité de la zone et la forte polarisation observée au sein des paysages médiatiques locaux dans le contexte du conflit Israël-Hamas. Par ailleurs, en Libye, son émetteur de

Tripoli a été coupé entraînant une baisse de son audience. Par ailleurs, l'usage du média radio connaît une forte érosion dans le monde arabe.

INDICATEUR

2.3 – Audience des offres numériques

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Consommation des contenus délinéarisés tous environnements confondus (démarrages par mois)	millions	284,1	305,7	Non déterminé	321,4	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Mode de calcul : Les données sont exprimées en million de démarrages de vidéos/sons par mois.

L'indicateur du nombre de démarrages de vidéos/sons ci-dessus prend en compte les performances réalisées sur tous les environnements des médias de FMM, tant internes (environnements propriétaires) qu'externes (partenaires, hébergeurs et agrégateurs de contenus, etc.)

Source des données : Piano Analytics sur nos environnements propres puis YouTube Analytics, Facebook Business, Twitter et TikTok pour le suivi de nos performances sur ces plateformes sociales (secondé par Facelift Data Studio). Médiamétrie intervient dans la consolidation des écoutes de sons externes.

Indicateur de suivi 2-3-1 : Évolution des audiences numériques sur les environnements propres de FMM

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Prévision	2022 Réalisation	Réalisation 2023	Réalisation 2024	Prévision 2025
Fréquentation des environnements numériques propres de FMM (visites mensuelles)	Millions/mois	34	41	65	46,8	58	49,5	41	43,5	Non déterminé

Précisions Méthodologiques (2.3.1)

Les données sont exprimées en millions de visites par mois. L'indicateur de suivi du nombre de visites est ici mesuré sur les environnements propriétaires de FMM. Il permet de mesurer les performances des sites des marques de FMM.

Sources Des Données : Piano Analytics

ANALYSE DES RESULTATS

Tous environnements confondus, France Médias Monde enregistre en tout plus de 3,8 milliards de vidéos et sons consultés sur l'ensemble de l'année 2024 (+5 % par rapport à 2023), soit 321,4 millions de contenus consommés par mois décomposés comme suit :

- 196,8 millions de contenus délinéarisés consommés mensuellement pour France 24, tous environnements numériques confondus (+2 % par rapport à 2023) ;
- 90,3 millions de contenus délinéarisés consommés mensuellement pour RFI, tous environnements numériques confondus (+26 % par rapport à 2023) ;
- 19,9 millions de contenus délinéarisés consommés mensuellement pour MCD, tous environnements numériques confondus (-13 % par rapport à 2022) ;
- 14,4 millions de contenus délinéarisés consommés mensuellement pour les offres InfoMigrants (13,5 millions) et ENTR (0,9 millions).

FMM affiche notamment des volumes de consultations de vidéos sur YouTube en progression en 2024 avec 118,4 millions deancements par mois (+18 % par rapport à 2023). France Médias Monde attire par ailleurs en 2024 de nouveaux abonnés sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, WhatsApp et TikTok - avec près de 125 millions d'abonnés en cumulé) et aura également conforté ses résultats sur la plateforme de messagerie instantanée WhatsApp (10 millions d'abonnés pour le groupe). En outre, les durées de visionnage des vidéos du groupe restent élevées avec plus de 6 minutes en moyenne sur YouTube, durée notable pour ce type de plateformes.

FMM souligne les effets défavorables liés aux changements algorithmiques des moteurs de recherche et des réseaux sociaux qui affectent l'exposition des contenus édités par les médias d'information (redirection amoindrie des internautes vers les sites et applications des médias, mise en avant privilégiée de contenus postés par des individus plutôt que des organismes de média).

S'agissant de la fréquentation de ses seuls environnements propriétaires, l'année 2024 s'inscrit en croissance malgré les effets précédemment évoqués. FMM constate une moyenne de 43,5 millions de visites mensuelles (soit +2,5 millions par rapport à 2023) et progresse de +6 % par rapport à l'exercice précédent. Cette croissance provient notamment des moteurs de recherche (agrégateurs Google News et Suggestions Chrome).

OBJECTIF

3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire

INDICATEUR

3.1 – Maîtrise des charges

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Charges de personnel	M€	147,6	150,5	Non déterminé	158,8	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Conformément à la méthodologie retenue dans les COM, les charges de personnel correspondent au périmètre des comptes 64, hors charges à payer sur litiges sociaux et départs négociés.

Source des données : France Médias Monde

Indicateur de suivi 3-1-1 : Nombre d'ETP permanents et non permanents

	2019	2020	2021	2022	Cible 2023	Réalisation 2023	Prévision 2024	Réalisation 2024	Prévision 2025
Prévision France Médias Monde	1757	1723*	1758	1783	Légère hausse	1797	Légère hausse	1830	Non déterminé
dont permanents	1373	1364	1375	1375		1391		1439	Non déterminé
Dont non permanents	384	359	383	408		406		391	Non déterminé

Précisions méthodologiques :

- il s'agit d'effectifs moyens annuels ;
- les individus absents pour cause de longue maladie sont réintégrés au décompte des effectifs en CDI sur l'ensemble de la période. Ils étaient précédemment retraités afin de tenir compte de l'effet de la prise en charge partielle de leurs salaires par la Sécurité sociale (indemnités journalières de la Sécurité Sociale – IJSS) ;
- depuis 2017, les correspondants salariés employés par FMM sont exclus du volume global d'ETP non permanents compte tenu de l'hétérogénéité de cette population de correspondants qui opèrent soit à la pige, soit en prestation extérieure.

Sources de données : France Médias Monde

ANALYSE DES RESULTATS

La maîtrise des charges d'exploitation de FMM est appréhendée par le biais du suivi des charges de personnel, qui représentent 55 % du budget global de FMM, et des effectifs.

Ainsi, les charges de personnel (base comptes 64 après neutralisation du coût des litiges sociaux, transactions et départs volontaires) s'élèvent en 2024 à 158,8 M€ contre 150,6 M€ en 2023 et 163,5 M€ prévu dans le budget 2024.

L'augmentation globale de la masse salariale à hauteur de +8,2 M€ entre 2023 et 2024 (+5,4 %) prend principalement en compte :

- le glissement annuel de la masse salariale dans le cadre de la négociation annuelle obligatoire (NAO) (+4,0 M€) qui intègre, outre les évolutions inéluctables liées aux accords d'entreprise, la poursuite du rattrapage partiel des effets de l'inflation ;
- des recrutements sur les fonctions supports et techniques (+1,5 M€) ;
- l'impact en masse salariale de l'augmentation de l'activité des rédactions hors NAO (+1,6 M€) (cf. 1.1) ;
- diverses autres évolutions (+1,1 M€) dont principalement l'augmentation de la variation de provisions pour congés, CET et récupérations (effet notamment dû à la réforme de l'organisation de France 24 visant notamment à réduire la précarité en son sein à travers l'intégration de 60 collaborateurs en CDI).

La baisse des charges de personnel par rapport à la prévision du budget 2024 est due principalement aux facteurs suivants :

- des économies liées au retard pris dans les recrutements sur les nouveaux postes prévus dans le budget avec des tensions sur certains segments du marché de l'emploi (métiers techniques notamment) ;
- la baisse de l'impact en masse salariale de la mise en œuvre des programmes de transformation (baisse des crédits prévus et décalage des recrutements) et du développement des projets de proximité à l'international.

Ces éléments sont partiellement compensés par l'augmentation de la variation de provision pour congés, CET et récupérations (cf. ci-dessus).

Les effectifs totaux de FMM s'élèvent en 2024 à 1830 ETP (dont 1439 permanents et 391 non permanents) contre 1797 ETP en 2023 (dont 1391 permanents et 406 ETP non permanents), soit une augmentation de +33 ETP liée principalement au renforcement des fonctions supports/techniques prévu dans le budget, à l'augmentation de l'activité des rédactions, des intégrations prud'homales ainsi qu'au recrutement de collaborateurs de France 24 en CDI.

INDICATEUR

3.2 – Ressources propres

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Ressources propres	M€	14,3	13,8	Non déterminé	13,8	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Les ressources propres sont constituées des recettes publicitaires et de parrainage sur tous les supports (tant « broadcast » que numériques), des abonnements auprès de câblo-opérateurs, des ressources liées aux activités de coproduction, syndication de contenus, partenariats, éditions musicales, prestations de services et techniques, droit d'auteurs, etc. (hors échanges de marchandises).

Conformément au périmètre retenu dans les COM, les ressources propres intègrent également les subventions des bailleurs de fonds internationaux.

Source des données : France Médias Monde.

ANALYSE DES RESULTATS

Les ressources propres de France Médias Monde s'élevaient en 2024 à 13,8 M€, niveau stable par rapport à 2023. Elles prennent en compte 5,3 M€ au titre des recettes publicitaires sur tous les environnements tant « broadcast » que numérique (en hausse de +0,2 M€), 2,4 M€ de ressources propres diverses (en hausse de +0,3 M€ du fait de la prise en compte pour la première fois en 2024 de nouvelles recettes sur les droits voisins sur le numérique) et 6,1 M€ liés à des subventions apportées par des bailleurs de fonds internationaux (en baisse de -0,5 M€, les charges des projets financés par ces bailleurs ayant été revues à la baisse).

L'écart par rapport à l'objectif prévu dans le budget (0,5 M€ en-deçà de la cible) est dû à la diminution des subventions versées par les bailleurs de fonds (-0,6 M€). Cet écart est sans impact sur le résultat de l'entreprise, les dépenses financées par ces subventions diminuant de façon corrélative.

Il convient de rappeler que la progression des recettes commerciales de FMM reste structurellement affectée par le morcellement du marché publicitaire international, d'ores et déjà dominé par les diffuseurs anglophones, du rapport de force déséquilibré vis-à-vis des grands acteurs du numérique qui captent l'essentiel des revenus, et par certaines évolutions réglementaires africaines affectant les décrochages publicitaires locaux (en particulier concernant RFI).

INDICATEUR

3.3 – Résultat opérationnel récurrent

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Résultat opérationnel récurrent	M€	(1,3)	(2,0)	Non déterminé	(5,7)	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques**Précisions méthodologiques**

Source des données : Résultat d'exploitation + quote-part de subvention d'investissement rapportée au résultat + charge financière actuarielle de la PIDR

ANALYSE DES RESULTATS

La société réalise en 2024 un résultat opérationnel négatif de -5,7 M€ contre une prévision initiale de -2,5 M€. Ce résultat est lié à l'annulation de -3,6 M€ des crédits de transformation de l'entreprise, arbitrée en raison de la situation contrainte des finances publiques et de la perspective de la reprise de la lecture de la proposition de loi relative à la réforme de l'audiovisuel public.

L'entreprise enregistre un résultat financier positif de +2,2 M€ et en ligne avec les prévisions initiales (+2,5 M€), portant son résultat net à -3,5 M en 2024 contre une prévision initiale à l'équilibre.

INDICATEUR

3.4 – Index égalité femmes-hommes

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Résultat de l'index égalité femmes-hommes	ratio	99	100	Non déterminé	99	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Source des données : France Médias Monde.

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

ANALYSE DES RESULTATS

L'index égalité femmes-hommes présente un total de 99 points en 2024, en recul d'un point par rapport à 2023. Ce résultat témoigne de la priorité donnée par FMM quant au respect de la parité.

Présentation des crédits

2024 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS OUVERTS ET DES CREDITS CONSOMMES

2024 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
	Dépenses d'opérations financières		
	Prévision LFI 2024		
	Consommation 2024		
01 – France Médias Monde	299 202 200 299 552 666	299 202 200 299 552 666	299 202 200
Total des AE prévues en LFI	299 202 200	299 202 200	299 202 200
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP	+350 466	+350 466	
Total des AE ouvertes	299 552 666	299 552 666	
Total des AE consommées	299 552 666	299 552 666	

2024 / CREDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
	Dépenses d'opérations financières		
	Prévision LFI 2024		
	Consommation 2024		
01 – France Médias Monde	299 202 200 299 552 666	299 202 200 299 552 666	299 202 200
Total des CP prévus en LFI	299 202 200	299 202 200	299 202 200
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP	+350 466	+350 466	
Total des CP ouverts	299 552 666	299 552 666	
Total des CP consommés	299 552 666	299 552 666	

2023 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS VOTES (LFI) ET DES CREDITS CONSOMMES

2023 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7	Total hors FdC et AdP prévus en LFI	Total y.c. FdC et AdP
	Dépenses d'opérations financières		
	Prévision LFI 2023		
	Consommation 2023		
01 – France Médias Monde	284 734 306 284 858 936	284 734 306	284 734 306 284 858 936
Total des AE prévues en LFI	284 734 306	284 734 306	284 734 306
Total des AE consommées	284 858 936		284 858 936

2023 / CREDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7	Total	Total
	Dépenses d'opérations financières	hors FdC et AdP prévus en LFI	y.c. FdC et AdP
	Prévision LFI 2023		
	Consommation 2023		
01 – France Médias Monde	284 734 306	284 734 306	284 734 306
	284 858 936		284 858 936
Total des CP prévus en LFI	284 734 306	284 734 306	284 734 306
Total des CP consommés	284 858 936		284 858 936

PRESENTATION PAR TITRE ET CATEGORIE DES CREDITS CONSOMMES

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées* en 2023	Ouvertes en 2024	Consommées* en 2024	Consommés* en 2023	Ouverts en 2024	Consommés* en 2024
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	284 858 936	299 202 200	299 552 666	284 858 936	299 202 200	299 552 666
Prêts et avances	284 858 936	299 202 200	299 552 666	284 858 936	299 202 200	299 552 666
Total hors FdC et AdP		299 202 200			299 202 200	
Ouvertures et annulations* hors titre 2		+350 466			+350 466	
Total*	284 858 936	299 552 666	299 552 666	284 858 936	299 552 666	299 552 666

* y.c. FdC et AdP

RECAPITULATION DES MOUVEMENTS DE CREDITS

DECRETS DE VIREMENT

Date de signature	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
26/06/2024		1 411 312		1 411 312				
Total		1 411 312		1 411 312				

LOI DE FINANCES DE FIN DE GESTION

Date de signature	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
07/12/2024						1 060 846		1 060 846
Total						1 060 846		1 060 846

TOTAL DES OUVERTURES ET ANNULATIONS (Y.C. FDC ET ADP)

	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
Total général		1 411 312		1 411 312		1 060 846		1 060 846

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 Médias Monde		299 202 200 299 552 666	299 202 200 299 552 666		299 202 200 299 552 666	299 202 200 299 552 666
Total des crédits prévus en LFI *	0	299 202 200	299 202 200	0	299 202 200	299 202 200
Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP		+350 466	+350 466		+350 466	+350 466
Total des crédits ouverts	0	299 552 666	299 552 666	0	299 552 666	299 552 666
Total des crédits consommés	0	299 552 666	299 552 666	0	299 552 666	299 552 666
Crédits ouverts - crédits consommés						

* hors FdC et AdP pour les montants de la LFI

1 / L'activité en 2024 : contexte et faits marquants

En 2024 l'activité a notamment été marquée par les principaux faits suivants :

- **Le lancement des travaux pour la préfiguration et le déploiement de nouveaux projets de proximité à l'international**, qui font l'objet d'un financement direct du budget de l'aide publique au développement (programme 209 du MEAE) ;
- **Développement d'une nouvelle implantation locale dans le monde arabe à Beyrouth (Liban)** avec une rédaction arabophone destinée à enrichir les offres numériques de France 24 en arabe et de MCD ;
- **Depuis le pôle régional de Dakar (Sénégal)**, déploiement d'une **offre numérique panafricaine pour les jeunes sur les réseaux sociaux** (démarrage prévu en septembre 2025) et **le lancement d'un décrochage de France 24 à destination de l'Afrique francophone** (démarrage prévu en 2026) ; ;
- **Renforcement du pôle régional « Europe centrale et orientale » à Bucarest**, autour de RFI România, RFI en ukrainien et ENTR en roumain.
- **Des réformes notables au sein de la chaîne France 24** (réforme de la planification des personnels, renouvellement des grilles de programmes et des habillages, renouvellement du site internet et de l'application mobile) ;

L'accélération de la stratégie de transformation numérique (poursuite de la stratégie de distribution des contenus du groupe sur les environnements numériques tiers, production de nouveaux formats numériques, expérimentations liées à l'intelligence artificielle autour du sous-titrage automatique, formation des personnels etc.)

2 / Les comptes en 2024

Sur le plan financier, la société France Médias Monde réalise en 2024 une **perte nette de -3,5 M€ à la suite de l'annulation de -3,6 M€ des crédits du programme de transformation.**

Retraités de la compensation financière des effets supportés par l'entreprise en raison de la suppression de la contribution à l'audiovisuel public (CAP) les moyens publics alloués à FMM se sont élevés en 2024 à **271,1 M€** contre 263,0 M€ en 2023, soit une **augmentation de +8,1 M€ (+3,1 %)** ; ils se décomposent comme suit :

- Une **dotation publique de base « socle »** (hors compensation financière des effets fiscaux liés à la suppression de la CAP) de **269,2 M€** en 2024 (**+6,1 M€ par rapport à 2023**, soit +2,3 %) ;
- Une **dotation publique complémentaire destinée au financement des programmes de transformation** pour un montant initial de 5,0 M€ ramené ensuite à 1,4 M€ en raison de la situation contrainte des finances publiques et de la perspective de la reprise de la lecture de la proposition de loi relative à la réforme de l'audiovisuel public ;
- Un **financement apporté** par le Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères (MEAE) **dans le cadre de l'Aide publique au développement (APD – programme 209)** permettant de financer de nouveaux **projets de proximité à l'international à hauteur de +0,6 M€**, le solde du financement reçu au titre de 2024 (2,5 M€) étant reporté sur 2025 à la suite du décalage de certains projets.

Dans le détail, le **compte de résultat analytique « métier » de France Médias Monde** pour l'année **2024** se présente comme suit :

France Médias Monde
Compte de résultat analytique - réel 2024
 (Conseil d'administration du 6 mai 2025)

(montants en millions d'euros)	(C)		(A)		(B)		(B) - (A)		2024 B8 CA.07.05.24	(B) - (C)		
	2024	2023	2024	2023	2024	2023	Evolution			B8 CA.13.12.23	Evolution	
	BR CA.07.05.24	réel CA.07.05.24	réel CA.06.05.25	réel CA.06.05.25	MM	%	MM	%			MM	%
PRODUITS (1)	289,5	276,8	284,9	271,2	8,1	2,9%			290,9	(4,6)	-1,6%	
Dotations publiques (1) (D)	275,3	263,0	271,2	271,2	8,1	3,1%			276,7	(4,1)	-1,5%	
Contribution à l'audiovisuel public (CAP)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0			0,0	0,0	0,0%	
Dotation publique "socle" (hors compensation financière effets fiscaux supp CAP)	269,2	263,0	269,2	269,2	6,2	2,3%			269,2	(0,0)	0,0%	
Dotation publique "programmes de transformation"	3,6	0,0	1,4	1,4	1,4	3,9%			5,0	(2,2)	-6,1%	
Financement APD (MFAE) sur projets de développement de proximité (prog 209)	2,5	0,0	0,6	0,6	0,6	2,4%			2,5	(1,9)	-7,6%	
Ressources propres	14,3	13,8	13,8	13,8	(0,0)	-0,1%			14,3	(0,5)	-3,4%	
Publicité / parrainage	5,6	5,1	5,3	5,3	0,2	3,3%			5,6	(0,3)	-4,9%	
Autres res. propres (diversification, éditions musicales, etc.)	2,2	2,1	2,4	2,4	0,3	15,7%			2,2	0,2	10,9%	
Refacturation prestations et autres	0,1	0,2	0,2	0,2	0,0	NS			0,1	0,1	NS	
Subventions bailleurs de fonds internationaux	3,2	3,0	2,6	2,6	(0,4)	-12,9%			3,2	(0,6)	-19,0%	
Financement développement langues africaines via FAFD	3,2	3,4	3,3	3,3	(0,2)	NS			3,2	0,0	NS	
Autres produits (reprise prov., etc.)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0%			0,0	0,0	0,0%	
CHARGES (1)	(293,4)	(278,7)	(290,7)	(271,2)	(12,0)	4,3%			(293,4)	2,7	-0,9%	
Coût des offres linéaires et numériques (y/c F24 espagnol)	(195,6)	(187,4)	(193,9)	(193,9)	(6,5)	3,4%			(195,6)	1,7	-0,9%	
Rédactions	(132,7)	(128,1)	(131,8)	(131,8)	(3,7)	2,9%			(132,7)	0,9	-0,7%	
- France 24	(69,0)	(67,3)	(67,0)	(67,0)	0,0	0,0%			(67,7)	1,3	1,9%	
- RFI	(57,7)	(54,9)	(58,0)	(58,0)	(3,1)	5,0%			(60,0)	(2,3)	-3,8%	
- MCD	(6,1)	(5,9)	(6,7)	(6,7)	(0,8)	13,6%			(6,1)	(0,1)	-1,6%	
Coûts Techniques (DTS)	(62,8)	(59,3)	(62,0)	(62,0)	(2,8)	4,7%			(62,8)	0,8	-1,2%	
Environnements numériques - DEN (hors rédactions numériques)	(10,3)	(10,3)	(10,4)	(10,4)	(0,1)	0,9%			(10,3)	(0,0)	0,0%	
Frais de diffusion / distribution (coût complet)	(25,3)	(24,8)	(24,8)	(24,8)	(0,0)	0,0%			(25,3)	0,5	-2,1%	
Communication / marketing	(3,8)	(3,8)	(3,4)	(3,4)	0,4	10,5%			(3,8)	0,3	-8,2%	
Projets financés via subv bailleurs de fonds internationaux	(3,5)	(3,3)	(2,9)	(2,9)	0,4	NS			(3,5)	0,2	-19,3%	
Directions communes et moyens communs	(47,4)	(49,2)	(50,7)	(50,7)	(1,5)	3,1%			(47,4)	(3,3)	-6,9%	
Directions communes / transverses	(18,9)	(18,5)	(19,0)	(19,0)	(0,6)	3,1%			(18,9)	(0,1)	0,5%	
Charges liées à la masse salariale non affectées (y/c PDR, loyers, prov CP)	(7,1)	(9,7)	(9,2)	(9,2)	(0,5)	-4,9%			(7,1)	(2,1)	-29,7%	
Moyens communs	(21,4)	(21,0)	(22,5)	(22,5)	(1,4)	6,8%			(21,4)	(1,0)	-4,7%	
Programmes de transformation	(5,0)	0,0	(4,1)	(4,1)	(4,1)	82,0%			(5,0)	0,9	NS	
Développement projets de proximité	(2,5)	0,0	(0,6)	(0,6)	(0,6)	24,0%			(2,5)	1,9	NS	
RESULTAT OPERATIONNEL	(3,9)	(1,9)	(5,7)	(3,9)	(3,9)	100%			(2,5)	(1,9)	-43%	
AUTRES RESULTATS	2,5	1,9	2,2	0,4	0,4	21%			2,5	(0,2)	-8%	
RESULTAT NET	(1,4)	0,0	(3,5)	(3,5)	(3,5)	100%			0,0	(2,1)	-150%	
Effets fiscaux suite suppression CAP et compensation financière (1)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0%			0,0	0,0	0%	
Effets fiscaux	(30,0)	(20,6)	(30,9)	(30,9)	(10,9)	35,3%			(30,0)	(9,9)	33%	
suppression déductibilité de la TVA sur les achats	(6,8)	(15,7)	(28,3)	(28,3)	(12,6)	184%			(16,8)	(11,5)	68%	
taxe sur les salaires	(13,2)	(5,0)	(11,6)	(11,6)	(6,7)	51%			(13,2)	1,6	12%	
Compensation financière de FFAE	30,0	20,6	30,9	30,9	10,3	50%			30,0	9,9	33%	
Dotation aux amortissements (autofinancés) (2)	(8,7)	(7,0)	(8,6)	(1,6)	(1,6)	23,3%			(8,7)	0,1	-0,8%	
Charges de personnel (bases comptes 64) (2)	(163,5)	(150,6)	(158,8)	(8,2)	(8,2)	5,5%			(163,5)	4,7	-2,9%	
hors lignes/transactions, coûts PDV et départ suppl post PDV												
Total ressources publiques (D) + (E)	305,3	283,7	311,1	27,4	27,4	9,7%			306,7	5,8	1,9%	
(y/c financement APD et compensation financière effets fiscaux)												
Financement public des activités et missions de FMM	275,3	263,0	271,2	8,1	2,9%			276,7	(4,1)	-1,5%		
Compensation financière par l'Etat des effets fiscaux liés à la suppression de la CAP	30,0	20,6	39,9	19,3	64%			30,0	9,9	33%		

(1) Les conséquences fiscales de la suppression de la CAP (fin de la déduction de la TVA sur les achats et services et assujettissement à la taxe sur les salaires) et la compensation financière associée de l'Etat sont suivies de façon distincte dans le compte de résultat afin de pouvoir suivre les produits et charges liés aux activités de FMM sur des bases strictement comparables.
 (2) Les dépenses constatées sur ces lignes ont également été réparties sur les différentes lignes de charges du compte de résultat analytique.

2.1 / Analyse des principaux écarts entre le budget rectificatif 2024 et le réalisé 2024

Pour rappel, le budget initial 2024 de FMM approuvé par son conseil d'administration du 13 décembre 2023 prévoyait un résultat net à l'équilibre.

Les principales évolutions financières sur l'année 2024 par rapport au budget rectificatif approuvé par le conseil d'administration de FMM du 7 mai 2024 prennent en compte les éléments favorables suivants :

- des économies sur les rédactions pour **-0,9 M€** du fait du calendrier de la mise en œuvre de la réorganisation de la planification de France 24, en partie compensées par un dépassement sur le budget des correspondants lié à la forte actualité de 2024 ;
- des économies sur les coûts de diffusion et distribution (**-0,5 M€**) liées principalement au gel du budget de développement de la distribution et aux économies réalisées sur les frais de mission, en partie compensées par la hausse des licences FM au Sénégal ;

- des économies sur les coûts techniques (-0,5 M€) du fait du retard pris dans les recrutements et comblement de postes vacants ainsi que de la baisse des frais de transmission ;
- un gel budgétaire sur les dépenses de communication / marketing (-0,3 M€) ;
- la baisse de certaines charges liées à la transformation numérique à hauteur de -0,9 M€ suite au décalage de certains projets de transformation;
- le décalage du calendrier de certains projets de proximité à l'international se traduisant par un report sur 2025 de certaines dépenses liées à ces projets à hauteur de -1,9 M€ (cf focus ci-dessous sur les projets de proximité).

Ces économies ont permis de financer partiellement :

- l'annulation d'une partie des crédits de transformation de l'entreprise (-3,6 M€) ;
- Le report sur 2025 de la partie du financement public des projets de proximité non utilisée en 2024 du fait du décalage du calendrier de certains projets (1,9 M€). Cette baisse des crédits publics est à mettre en regard du report sur 2025 des dépenses prévues en 2024 mais non réalisées cette même année (cf. ci-dessus) ;
- Un léger retard sur les ressources propres (-0,1 M€) prenant en compte le retard sur les ressources publicitaires, tant *broadcast* que numériques, ainsi que sur les revenus en provenance de la commercialisation des éditions musicales pour un montant total de -0,7 M€. Cet impact défavorable est compensé par de nouvelles recettes (non budgétées) liées aux droits voisins des éditeurs sur le numérique avec un effet rétroactif à mi-2020 (+0,4 M€) ainsi qu'une augmentation ponctuelle des recettes issues de la distribution payante (+0,2 M€) ;
- Une augmentation des charges liées à la masse salariale (+2,1 M€) due à l'augmentation des dépenses liées aux litiges sociaux et départs négociés initialement sous-évalués dans le budget (+0,7 M€), à la hausse de la variation de provision pour congés, CET et récupérations pour +1,0 M€ (effet notamment de l'intégration de 60 collaborateurs en CDI au sein de France 24 dans le cadre de la réorganisation de la rédaction et de la réduction de la précarité) ainsi qu'à la réévaluation de la provision pour indemnité de départ à la retraite (+0,4 M€) ;
- certaines autres augmentations de dépenses (+0,8 M€) liées principalement à la régularisation de charges locatives du siège de FMM au titre des exercices 2023 et 2024 suite à la répercussion de l'inflation plus forte que prévue sur le coût de l'électricité avec une augmentation de tarif plus importante. Cette régularisation n'a pas pu être prise en compte lors de l'élaboration du budget 2024 faute d'information disponible à ce moment-là.

Au global, les économies et décalages de dépenses que FMM a réussi à dégager en 2024 (5,0 M€) compensent partiellement la révision à la baisse des crédits publics et l'évolution subie de certaines dépenses par rapport au budget (-7,1 M€). Le résultat net négatif 2024 de -3,5 M€ est donc supérieur de +2,1 M€ au déficit de -1,4 M€ prévu dans le budget rectificatif 2024.

2.2 / Principales évolutions entre 2023 et 2024

Le résultat net dégagé par FMM en 2024 prend en compte les principales évolutions favorables suivantes par rapport 2023 pour un montant de +10,9 M€ :

- une augmentation globale des ressources publiques de **+8,1 M€** (hors financement des effets fiscaux liés à la suppression de la CAP. Cf. ci-dessous), dont +6,1 M€ au titre du financement des activités et missions de FMM, +1,4 M€ alloué aux programmes de transformation et +0,6 M€ destiné à financer les premiers frais d'études, préparation et lancement des projets de proximité à l'international ;
- une stabilité des ressources propres, les nouvelles recettes liées aux droits voisins des éditeurs sur le numérique et l'augmentation des recettes publicitaires « broadcast » TV/radio permettant de compenser la baisse des financements en provenance des bailleurs de fonds internationaux et des revenus issus de l'Académie de formation ;
- des économies et gels budgétaires à hauteur de **-2,4 M€** prenant en compte les efforts faits par FMM en 2024 sur les frais de mission (-0,6 M€), les correspondants à l'étranger (-0,4 M€), le gel de dépenses de communication/marketing (-0,3 M€), les frais de transmission (-0,2 M€) ainsi que la non reconduction en 2024 de coûts ponctuels enregistrés en 2023 (-0,9 M€) ;
- une amélioration du résultat financier de **+0,4 M€** due à l'augmentation des produits de placement dans le contexte de la hausse des taux d'intérêt.

Ces évolutions favorables pour un montant global de +10,9 M€ ont permis de financer partiellement l'évolution des coûts de l'entreprise (+14,4 M€) ci-dessous :

- l'augmentation de l'activité des rédactions dans le cadre de la couverture des grands temps forts de l'actualité internationale en 2024 (**+1,9 M€**) ;
- le renforcement des directions supports et transverses (dont principalement la direction technique) pour **+1,5 M€**, conformément à ce qui était prévu dans le budget, même si certains recrutements ont été retardés ;
- une hausse des charges de personnel (NAO) de **+4,0 M€** prenant en compte, outre les évolutions inéluctables liés aux accords d'entreprise, la poursuite du rattrapage partiel des effets de l'inflation sur le pouvoir d'achat des collaborateurs de l'entreprise ;
- la hausse des dotations aux amortissements (**+1,6 M€**) dans le cadre de l'indispensable reprise du plan pluriannuel d'investissements (suite au décalage de nombreux projets d'investissement du fait de la crise sanitaire) ;
- Diverses autres augmentations de dépenses à hauteur de **+0,7 M€** prenant en compte principalement l'augmentation des coûts de fonctionnement du siège pour +1,7 M€ (indexation du loyer, régularisation de certaines charges locatives dont le coût de l'électricité) ainsi que la hausse de la variation de provision pour congés, CET et récupérations (+0,6 M€) et de la provision pour indemnités de départs en retraite (+0,5 M€). Ces éléments sont en partie compensés par la baisse d'une année sur l'autre des coûts des litiges sociaux et départs négociés (+1,5 M€) et la prise en compte de certains ajustements ponctuels favorables (reprises de provisions et engagements antérieurs) pour +0,6 M€ ;
- La mise en œuvre de programmes de transformation dans le cadre de la poursuite de la stratégie numérique de l'entreprise (**+4,1 M€**) et le développement de projets de proximité à l'international (**+0,6 M€**) dont le détail est précisé ci-dessous.

PASSAGE DU PLF A LA LFI

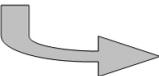
	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
PLF	0	299 202 200	299 202 200	0	299 202 200	299 202 200
Amendements	0	0	0	0	0	0
LFI	0	299 202 200	299 202 200	0	299 202 200	299 202 200

Dépenses pluriannuelles

SUIVI DES CREDITS DE PAIEMENT ASSOCIES A LA CONSOMMATION DES AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT (HORS TITRE 2)

AE 2024	CP 2024
AE ouvertes en 2024 * (E1) 299 552 666	CP ouverts en 2024 * (P1) 299 552 666
AE engagées en 2024 (E2) 299 552 666	CP consommés en 2024 (P2) 299 552 666
AE affectées non engagées au 31/12/2024 (E3) 0	<i>dont CP consommés en 2024 sur engagements antérieurs à 2024</i> (P3 = P2 - P4) 0
AE non affectées non engagées au 31/12/2024 (E4 = E1 - E2 - E3) 0	<i>dont CP consommés en 2024 sur engagements 2024</i> (P4) 299 552 666

RESTES A PAYER

Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2023 brut (R1) 0					
Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2023 (R2) 0					
	Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2023 net (R3 = R1 + R2) 0	-	CP consommés en 2024 sur engagements antérieurs à 2024 (P3 = P2 - P4) 0	=	Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R4 = R3 - P3) 0
	AE engagées en 2024 (E2) 299 552 666	-	CP consommés en 2024 sur engagements 2024 (P4) 299 552 666	=	Engagements 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R5 = E2 - P4) 0
					Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R6 = R4 + R5) 0
					
					Estimation des CP 2025 sur engagements non couverts au 31/12/2024 (P5) 0
					Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2025 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2024 (P6 = R6 - P5) 0

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

* LFI 2024 + reports 2023 + mouvements réglementaires + FdC + AdP + fongibilité asymétrique + LFR

Justification par action

ACTION

01 – France Médias Monde

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i> Réalisation	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
01 – France Médias Monde		299 202 200 299 552 666	299 202 200 299 552 666		299 202 200 299 552 666	299 202 200 299 552 666

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

Volets du plan de relance	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision	Réalisation	Prévision	Réalisation
Verdissement	0	0	0	0
Indépendance et compétitivité	0	0	0	0
Cohésion sociale et territoriale	0	0	0	0

ÉLÉMENTS DE LA DEPENSE 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	299 202 200	299 552 666	299 202 200	299 552 666
Prêts et avances	299 202 200	299 552 666	299 202 200	299 552 666
Total	299 202 200	299 552 666	299 202 200	299 552 666

PROGRAMME 845
Institut national de l'audiovisuel

Bilan stratégique du rapport annuel de performances

Florence PHILBERT

Directrice générale des médias et des industries culturelles

Responsable du programme n° 845 : Institut national de l'audiovisuel

Le programme 845 pilote l'action de l'État en matière de conservation, de valorisation et de constitution progressive du patrimoine audiovisuel français, composé des archives sonores et audiovisuelles diffusées en France par les radios et les télévisions.

Cette fonction est assurée par l'Institut national de l'audiovisuel (INA), établissement public de l'État à caractère industriel et commercial. Comme le prévoit l'article 49 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, l'établissement assure la conservation des archives audiovisuelles des sociétés nationales de programme et contribue à leur exploitation. À ce titre, l'INA a pour principales missions :

1. la conservation du patrimoine audiovisuel national, en particulier :

- assurer la collecte des programmes ;*
- préserver et restaurer les fonds ;*
- offrir des services documentaires renouvelés et efficaces ;*
- renforcer l'accessibilité aux images et aux sons sur les environnements numériques.*

2. l'exploitation et la mise à disposition de ce patrimoine, en particulier :

- développer l'exploitation commerciale des fonds ;*
- valoriser les archives à des fins scientifiques, éducatives et culturelles.*

3. l'accompagnement des évolutions du secteur audiovisuel à travers ses activités de recherche, de production et de formation, en particulier :

- renforcer la convergence des activités de recherche et expérimentation vers la mission patrimoniale ;*
- accroître le caractère innovant de la production de créations et de recherches ;*
- orienter la formation professionnelle vers les technologies numériques.*

Depuis 2006 l'INA est l'un des responsables du dépôt légal du web de la communication audiovisuelle (web média) qu'il gère pour le compte de l'État, en vertu de la loi n° 2006-961 du 1^{er} août 2006 relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information. Ceci complète sa mission de dépôt légal de la radio et de la télévision, créée par la loi du 20 juin 1992.

Depuis 2015, l'INA mène une stratégie de renouveau éditorial et d'adaptation de ses offres aux nouveaux usages, afin de se muer en un média patrimonial. Cette stratégie est structurée autour de différentes activités : collecte, conservation et traitement puis valorisation et exploitation des archives, décryptage du présent et création audiovisuelle, transmission des savoirs et action culturelle, recherche technologique, analyse des écosystèmes médiatiques et gestion de masse de la data.

Pour mémoire, le niveau de la dotation publique de France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA intégré en 2024 :

- une dotation de base permettant de financer l'activité tendancielle de l'entreprise, une part des surcoûts liés à l'inflation et la compensation des effets fiscaux liés à la suppression de la CAP (principe de neutralité fiscale).
- une enveloppe complémentaire, porté par le programme 848 « Programme de transformation » du compte de concours financiers « Avances à l'audiovisuel public », ayant exclusivement vocation à financer des projets de transformation et de modernisation. L'enveloppe de ce programme était d'un montant de 69 M€ en LFI 2024 répartis entre France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA.

Toutefois, compte tenu de la situation contrainte des finances publiques et de la perspective de la reprise de la lecture de la proposition de loi relative à la réforme de l'audiovisuel public, l'enveloppe totale du programme de transformation a *in fine* été diminuée en cours de gestion de -50 M€ par rapport à la LFI 2024, pour atteindre 19 M€.

Dans ce contexte, et compte tenu également de la situation politique particulière observée au cours de l'année 2024, la finalisation des projets de contrats d'objectifs et de moyens (COM) 2024-2028 de France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et de l'INA a été interrompue. En effet, les arbitrages du Gouvernement ont abaissé les dotations allouées en 2024 et celles inscrites en LFI 2025 à des niveaux inférieurs à ceux prévus par ces projets de COM, remettant ces derniers en question. Des échanges sur ce sujet ont été amorcés au premier trimestre 2025 associant les administrations de tutelle et les entreprises pour tenir compte du nouveau contexte budgétaire. A l'issue de ces travaux, les projets de COM pourront faire l'objet d'une révision, tant dans leur dimension stratégique que budgétaire.

La LFI 2024 prévoyait d'allouer 107,9 M€ de moyens publics à l'INA dont 103,9 M€ de dotation socle et 4 M€ de crédits du programme de transformation.

Les moyens publics effectivement alloués à l'INA se sont élevés en 2024 à 105,7 M€ en diminution de 2,7 M€ par rapport à la LFI 2024. Cette évolution est liée à la conjugaison de deux facteurs : d'une part, l'ajustement à la hausse de 0,2 M€ de la dotation socle de l'établissement, portée à 104,1 M€, afin de tenir compte du montant définitif des effets fiscaux supportés par l'INA en 2023 en raison de la suppression de la contribution à l'audiovisuel public ; d'autre part, l'annulation de 2,9 M€ de crédits du programme de transformation en raison du contexte précédemment évoqué.

Pour l'exercice 2024, le chiffre d'affaires des activités de l'INA devrait s'établir à 43 M€, en nette augmentation par rapport à 2023.

Note : Sont présentées ci-après les données prévisionnelles d'arrêté des comptes 2024. La clôture des comptes de l'INA n'étant pas définitive à la date de rédaction du présent document, les chiffres présentés ci-dessous n'ont pas encore été certifiés par les commissaires aux comptes, ni approuvés par les instances de gouvernance de l'établissement.

RECAPITULATION DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

OBJECTIF 1 : Assurer la conservation et la valorisation du patrimoine audiovisuel

INDICATEUR 1.1 : Part des fonds menacés de dégradation sauvegardée en numérique

INDICATEUR 1.2 : Nombre de vidéos vues en ligne par le grand public

OBJECTIF 2 : Constituer et transmettre les savoirs et les compétences

INDICATEUR 2.1 : Taux d'insertion professionnelle des diplômés

OBJECTIF 3 : Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire

INDICATEUR 3.1 : Maîtrise des charges

INDICATEUR 3.2 : Ressources propres

INDICATEUR 3.3 : Index égalité femmes-hommes

Objectifs et indicateurs de performance

OBJECTIF

1 – Assurer la conservation et la valorisation du patrimoine audiovisuel

Le présent objectif, qui correspond à l'une des missions que l'INA s'est vu confier par la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, est évalué à l'aune de deux indicateurs de performance :

- Part des fonds menacés de dégradation, sauvegardés en numérique

Fin 2002, une cartographie des fonds en danger avait été élaborée par le cabinet Veritas, qui a servi de base à l'élaboration des COM 1 et 2 tout en fixant la fin du plan de sauvegarde et de numérisation (PSN) à l'horizon 2015. Le périmètre initial de ce plan de sauvegarde couvrait les fonds télévisuels ainsi que les fonds radiophoniques conservés sur des supports obsolètes, soit 759 400 heures.

À ce périmètre initial sont venus s'ajouter les fonds régionaux, ultramarins, ou les migrations sur supports numériques plus récents, portant le volume total à 2 040 160 heures au 31 décembre 2023. Une actualisation du périmètre a été réalisée en 2015.

Toutefois, malgré cette actualisation, le chiffre de référence reste une valeur relative, dans la mesure où de nouveaux reliquats de fonds menacés à sauvegarder continuent à apparaître régulièrement.

- Nombre de vidéos vues en ligne par le grand public

L'un des objectifs des COM 3 et 4 était de restituer au public, dans le respect des ayants droit, les images et les sons qui constituent la mémoire collective de ces soixante dernières années.

Cet objectif a été reconduit dans le cadre du COM 5 pour la période 2020-2023.

L'indicateur retenu pour apprécier la performance de la valorisation des archives auprès du grand public mesure le nombre de vidéos vues gratuitement par le grand public sur les supports numériques propriétaires de l'INA (ina.fr), comme sur les plateformes externes (Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, TikTok). Cet indicateur permet de suivre l'activité de média patrimonial de l'INA à destination du grand public. Il reflète la performance des activités éditoriales de l'Institut sur les supports numériques.

INDICATEUR

1.1 – Part des fonds menacés de dégradation sauvegardée en numérique

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Part des fonds menacés de dégradation sauvegardée en numérique	%	100,48	101,43	101,5	102,34	cible atteinte	Non déterminé

Commentaires techniques

Dans le cadre du COM 2015-2019, le mode de calcul de l'indicateur 1.1 a été modifié. En effet, le périmètre du PSN a été révisé à la suite d'une réévaluation des volumes correspondant à la programmation initiale et à l'identification de besoins nouveaux. Il correspond désormais à 2 011 335 heures d'archives audiovisuelles dont une partie a déjà fait l'objet d'une numérisation au cours du COM précédent.

Remarque : les fonds photographiques inclus dans le nouveau périmètre du PSN ne sont pas comptabilisés dans cet indicateur.

Mode de calcul : Nombre d'heures sauvegardées sur support numérique rapporté au nombre d'heures menacées de dégradation.

Source des données : INA.

ANALYSE DES RESULTATS

Analyse du résultat de l'indicateur 1.1

En 2024, l'activité de numérisation des fonds au titre de l'indicateur « historique » de suivi du PSN aboutit au chiffre de 102,34 % (contre 101,43 % en 2023). Ce chiffre se répartit comme suit :

- Au film, l'activité s'oriente de plus en plus vers la remasterisation en hautes définitions au profit des différentes demandes clients en fichiers de très haute qualité (clients commerciaux, coproductions documentaires INA comme « *Il suffit d'écouter les femmes* ».... Les « inédits » issus du fonds INA et du fonds Gambais ont alimenté les « pépites » rendues disponibles aux usagers. Les volumes traités correspondent en outre à des fonds particulièrement dégradés et complexes à traiter (particulièrement dans Gambais) qui nécessitent une grande technicité et une collaboration approfondie entre les services des archives physiques, du catalogage, et de la direction des Patrimoines ;
- Côté vidéo, la tendance est assez comparable avec proportionnellement moins d'activité sur les fonds bêta de l'INA au profit de supports plus complexes à traiter, et surtout des fonds tiers. Plus de 7 300 heures ont ainsi été traités, principalement en chaînes unitaires voire en clinique, sans pour autant compter pour cet indicateur car majoritairement issus de collections extérieures. L'exemple le plus emblématique de cette activité reste la numérisation de plus de 2000 heures du fonds afghan de Yusuf Jan Nesar ;
- Pour le média radio, l'année 2024 restera marquée par la fin des marchés de numérisation externe et l'internalisation de l'ensemble des prestations. Cette dernière année de marché aura permis de numériser plus de 5000 heures de programmes inédits, alimentant ainsi les éditions et les demandes des antennes de Radio France. Notons que l'activité autour du fonds radio va se poursuivre encore plusieurs années, appuyée par plusieurs facteurs parmi lesquels figurent notamment la mise à jour des bases et des estimations des volumes restant à numériser, mais également la demande croissante en productions éditorialisées sous forme de podcast à la demande de la Direction Éditoriale de l'INA.

De manière générale, la nature plus complexe des traitements à effectuer continue à exiger des équipements de pointes et des collaborateurs formés, d'où les travaux continus en matière de renforts dans les équipes techniques, en outre des nouveaux profils que requièrent désormais les traitements amorcés à base ou avec renfort de l'intelligence artificielle.

INDICATEUR

1.2 – Nombre de vidéos vues en ligne par le grand public

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Nombre de vidéos vues en ligne par le grand public	heure	1 317 400	1 741 000	1 400 000	2 075 000	cible atteinte	>2024

Commentaires techniques

Nombre de vidéos de l'INA vues sur toutes les plateformes en ligne grand public (ina.fr, YouTube, Facebook, Twitter, TikTok etc.).

Périmètre : L'indicateur 1.2 cumule le nombre de vidéos vues par an sur les sites du domaine ina.fr (www.ina.fr, boutique.ina.fr, m.ina.fr, sites.ina.fr, fresques.ina.fr, api.ina.fr, *.ina.fr), y compris le *player* exportable, et sur les plateformes externes grand public sur lesquelles l'INA propose une offre (YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, ...). Les vidéos de l'INA publiées sur le site franceinfo.fr dans le cadre de l'offre de chaîne publique d'information en continu sont également prises en compte depuis septembre 2016, date de lancement de cette offre.

Mode de calcul : Cumul annuel des vidéos vues sur chaque plateforme en milliers d'heures.

Source des données :

- pour les vidéos du domaine *.ina.fr : les logs des serveurs de vidéos INA ;
- pour les vidéos des plateformes externes : les *reporting* fournis par chacune de ces plateformes.

ANALYSE DES RESULTATS

L'INA a établi en 2024 un nouveau record de « vidéos vues », sa principale mesure d'audience, en dépassant la barre des deux milliards de vidéos vues sur l'ensemble de ses réseaux sociaux - Instagram et ses vidéos verticales en tête (750 millions de vidéos vues sur l'année 2024, +95 % par rapport à 2023), suivi de Facebook (571 millions de vidéos vues sur l'année 2024, -18 % par rapport à 2023), YouTube (526 millions de vidéos vues, -2 % par rapport à 2023), TikTok (155 millions de vidéos vues, +95 % par rapport à 2023).

Ces performances témoignent de l'attachement direct des Françaises et des Français aux contenus produits par l'INA. Elles témoignent également de la réactivité de l'INA et de sa capacité à rebondir à l'actualité. A titre d'exemple, l'INA a enregistré des performances records à l'occasion des Jeux olympiques de Paris, avec plus de 120 millions de vidéos vues sur la période.

OBJECTIF

2 – Constituer et transmettre les savoirs et les compétences

L'INA poursuit le développement de ses offres de formation initiale et continue avec l'objectif de favoriser l'insertion professionnelle, notamment en adaptant son catalogue et ses cursus aux évolutions des usages à l'innovation et aux besoins des professionnels du secteur de l'audiovisuel et des médias numériques.

INDICATEUR

2.1 – Taux d'insertion professionnelle des diplômés

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Taux d'insertion professionnelle des diplômés	%	81	80,1	≥75	82,5	cible atteinte	≥75

Commentaires techniques

Le taux d'insertion indiqué est provisoire, dans l'attente des résultats définitifs (qui seront disponibles mi-mars 2025) portant sur un diplôme au taux d'insertion élevé. Ce taux ne pourra donc que progresser. Il est calculé sur l'ensemble des diplômés d'une promotion en recherche effective d'activité (i.e. en excluant les diplômés ayant fait le choix de poursuivre des études et les inactifs). Depuis 2017, son calcul est réalisé par un tiers extérieur.

Périmètre : Anciens élèves des formations initiales INA, diplômés l'année précédant la mesure.

Mode de calcul : Nombre de diplômés ayant trouvé un emploi qualifié dans l'année qui suit l'obtention de leur diplôme (1) rapporté à l'ensemble des diplômés de cette promotion (2).

1. anciens étudiants ayant exercé une activité professionnelle qualifiée en lien avec la formation dispensée durant au moins 3 mois cumulés, depuis l'obtention de leur diplôme, au moment de l'enquête (N+1)
2. hors anciens étudiants en poursuite d'études ou inactifs (hommes et femmes au foyer, personnes en incapacité de travailler...)

Source des données : INA.

Remarque : Les données sont prévisionnelles.

ANALYSE DES RESULTATS

Le taux d'insertion professionnelle pour l'année 2024 atteint 82,5 % pour l'ensemble des diplômés d'INA Campus, au hausse par rapport au réalisé en 2023, où il atteignait 80,1 %.

OBJECTIF

3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire

L'objectif est double : maîtriser l'évolution des charges et maintenir l'équilibre entre ressources propres et ressources publiques.

Trois indicateurs de performance permettent de mesurer l'atteinte de cet objectif :

Maîtrise des charges et des effectifs : cet indicateur se compose de deux sous-indicateurs :

- Maîtrise des charges de personnel

L'Institut s'est engagé à poursuivre l'effort de maîtrise de sa masse salariale réalisé au cours de l'exécution des cinq premiers COM. Ces charges constituent en effet le poste principal parmi les dépenses de l'INA. L'objectif est de limiter le poids des charges salariales dans la structure des dépenses, sans que cette évolution ne soit obtenue au détriment de la maîtrise des autres charges d'exploitation ou du développement des activités et ressources propres de l'Institut. Ce volet est complété par le suivi des effectifs permanents et non permanents exprimés en équivalents temps plein (ETP) (indicateur de suivi 3.1.1).

- Frais généraux rapportés aux charges d'exploitation

L'objectif est de limiter le poids des frais généraux. L'effort de maîtrise affirmé dans les précédents COM a permis de les stabiliser à des niveaux acceptables par une identification plus précise au travers d'une comptabilité analytique refondue, des procédures revues et la mise en œuvre de nombreux marchés d'encadrement des coûts récurrents (contractualisation de marchés ayant entraîné une baisse des coûts dans les domaines de la téléphonie, de la reprographie ou encore des supports informatiques).

Ressources propres de l'INA

Cet indicateur doit permettre de vérifier que l'intensification et la diversification des activités de l'INA visent bien à accroître de manière maîtrisée ses ressources propres. Cet indicateur est complété par le suivi du chiffre d'affaires des activités de formation et de cession des droits, qui sont les deux activités les plus génératrices de ressources propres pour l'Institut.

Index égalité femmes-hommes

Cet indicateur doit permettre de mettre en lumière le niveau d'égalité salariale atteint au sein de l'Institut. Ses critères sont définis par la loi du 5 septembre 2018 et comporte cinq paramètres : l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes à poste égal et âge comparable, le nombre de femmes parmi les dix plus hautes rémunérations, le pourcentage de salariées ayant bénéficié d'une augmentation dans l'année de leur retour de congés maternité, l'écart de taux de promotions entre les femmes et les hommes ainsi que l'écart de taux d'augmentations individuelles de salaire.

INDICATEUR

3.1 – Maîtrise des charges

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Charges de personnels	M€	66,9	68,5	Non déterminé	71,2	donnée non renseignée	Non déterminé
Frais généraux	M€	2,2	3,4	Non déterminé	3,1	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Précisions méthodologiques

Mode de calcul :

Le montant des charges de personnel (hors mesures d'augmentation exceptionnelle, hors mesures destinées à atténuer l'impact de l'inflation) correspond à l'ensemble des coûts des personnels permanents et non-permanents de l'établissement (hors intermittents).

Les frais généraux correspondent à l'ensemble dépenses d'énergie, locations mobilières, frais de mission, frais de réception, transport collectif du personnel, téléphonie, fournitures administratives, documentations et photocopies.

Source des données : INA

Indicateur de suivi 3.1.1 : Nombre d'ETP permanents et non-permanents

	Unité	Réalisation 2016	Réalisation 2017	Réalisation 2018	Réalisation 2019	Réalisation 2020	Réalisation 2021	Réalisation 2022	Réalisation 2023	Réalisation 2024	Prévision 2025
ETP permanents fin d'année	ETP	927	925	920	915	921	898	882	886	901	Non déterminé
ETP non permanents fin d'année	ETP	71	70	74	68	75	61	68,8	71	77	Non déterminé

ANALYSE DES RESULTATS

Pour l'année 2024, la masse salariale (hors charges d'intermittence s'établit à 71,2 M€ contre 68,5 M€ en 2023, soit un niveau inférieur par rapport aux prévisions du budget initial (72,2 M€).

Le montant des frais généraux de l'INA s'établit à 3,1 M€ en 2024 soit une baisse de -0,3 M€ par rapport au niveau de 2023 (3,4 M€), essentiellement due à la diminution des dépenses énergétiques du fait des travaux de rénovation réalisés. Rapportée aux charges d'exploitation, la part des frais généraux s'établit à 6 %. Cet indicateur confirme l'efficacité de la démarche de maîtrise des charges engagée depuis 2015 et plus particulièrement sur celles relevant de la catégorie des frais généraux comme la téléphonie, mobile et fixe, les abonnements ou les fournitures administratives.

INDICATEUR

3.2 – Ressources propres

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Ressources propres	M€	42,3	42,0	Non déterminé	43	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques**Précisions méthodologiques**

Mode de calcul : somme des recettes commerciales de l'INA

Source des données : INA, rapports d'exécution du COM 5 et rapports de gestion des exercices clôturés pour les réalisations 2021, 2022 et 2023.

Indicateur de suivi 3-2-1 : Chiffres d'affaires des activités de formation et de cessions des droits [1]

	Unité	Réalisation 2018	Réalisation 2019	Réalisation 2020	Réalisation 2021	Réalisation 2022	Réalisation 2023
Chiffre d'affaires provenant des activités de formation	M €	7,9	6,51	5,05	6,38	7,15	7,36
Chiffre d'affaires provenant des cessions de droits	M €	23,6	23,51	22,21	25,20	25,73	25,06

Mode de calcul : somme des recettes commerciales de l'INA.

Le chiffre d'affaires issu de la formation présenté dans le tableau ne correspond pas à l'intégralité du chiffre d'affaires de la Direction générale Campus (DG Campus), qui génère par ailleurs des recettes liées aux missions d'expertise et de conseil qu'elle conduit.

Source des données : INA, rapports de gestion des exercices clôturés pour les réalisations, plan d'affaires pluriannuel pour les cibles.

ANALYSE DES RESULTATS

Le chiffre d'affaires réalisé s'établit à un niveau exceptionnel de 43 M€, soit une hausse de +1 M€ par rapport à 2023 :

- le chiffre d'affaires des activités de formation progresse de 3 % (+191 k€) par rapport à l'exercice précédent ;
- le chiffre d'affaires tiré des activités de cession de droits est en augmentation de 4 % par rapport au niveau exceptionnel atteint en 2022 ;
- les recettes tirées des conventions atteignent 11,8 M€ (stable par rapport à 2023).

INDICATEUR**3.3 – Index égalité femmes-hommes**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Résultat de l'index égalité femmes-hommes	ratio	99	99	≥ 98	98	cible atteinte	≥ 98

Commentaires techniques

Source des données : INA

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

ANALYSE DES RESULTATS

L'indicateur 3.3 relatif à l'index égalité femmes-hommes est en très léger retrait par rapport à 2023 (-1 point) à 98/100 mais est conforme à la cible qui avait été fixée pour 2024 ($\geq 98/100$).

Présentation des crédits

2024 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS OUVERTS ET DES CREDITS CONSOMMES

2024 / 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
01 – Institut national de l'audiovisuel	103 913 354 104 075 354	103 913 354 104 075 354	103 913 354
Total des AE prévues en LFI	103 913 354	103 913 354	103 913 354
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP	+162 000	+162 000	
Total des AE ouvertes	104 075 354	104 075 354	
Total des AE consommées	104 075 354	104 075 354	

2024 / CREDITS 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
01 – Institut national de l'audiovisuel	103 913 354 104 075 354	103 913 354 104 075 354	103 913 354
Total des CP prévus en LFI	103 913 354	103 913 354	103 913 354
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP	+162 000	+162 000	
Total des CP ouverts	104 075 354	104 075 354	
Total des CP consommés	104 075 354	104 075 354	

2023 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS VOTES (LFI) ET DES CREDITS CONSOMMES

2023 / 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
01 – Institut national de l'audiovisuel	93 629 039 99 929 039	93 629 039	93 629 039 99 929 039
Total des AE prévues en LFI	93 629 039	93 629 039	93 629 039
Total des AE consommées	99 929 039		99 929 039

2023 / CREDITS 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
01 – Institut national de l'audiovisuel	93 629 039 99 929 039	93 629 039	93 629 039 99 929 039
Total des CP prévus en LFI	93 629 039	93 629 039	93 629 039
Total des CP consommés	99 929 039		99 929 039

PRESENTATION PAR TITRE ET CATEGORIE DES CREDITS CONSOMMES

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées* en 2023	Ouvertes en 2024	Consommées* en 2024	Consommés* en 2023	Ouverts en 2024	Consommés* en 2024
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	99 929 039	103 913 354	104 075 354	99 929 039	103 913 354	104 075 354
Prêts et avances	99 929 039	103 913 354	104 075 354	99 929 039	103 913 354	104 075 354
Total hors FdC et AdP		103 913 354			103 913 354	
Ouvertures et annulations* hors titre 2		+162 000			+162 000	
Total*	99 929 039	104 075 354	104 075 354	99 929 039	104 075 354	104 075 354

* y.c. FdC et AdP

RECAPITULATION DES MOUVEMENTS DE CREDITS

LOI DE FINANCES DE FIN DE GESTION

Date de signature	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
07/12/2024		162 000		162 000				
Total		162 000		162 000				

TOTAL DES OUVERTURES ET ANNULATIONS (Y.C. FDC ET ADP)

	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
Total général		162 000		162 000				

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 – Institut national de l'audiovisuel		103 913 354 104 075 354	103 913 354 104 075 354		103 913 354 104 075 354	103 913 354 104 075 354
Total des crédits prévus en LFI *	0	103 913 354	103 913 354	0	103 913 354	103 913 354
Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP		+162 000	+162 000		+162 000	+162 000
Total des crédits ouverts	0	104 075 354	104 075 354	0	104 075 354	104 075 354
Total des crédits consommés	0	104 075 354	104 075 354	0	104 075 354	104 075 354
Crédits ouverts - crédits consommés						

* hors FdC et AdP pour les montants de la LFI

Une vocation de média patrimonial affirmée et enrichie

Depuis 2015, l'INA, média patrimonial de service public, est engagé dans une stratégie de diffusion de ses contenus auprès du grand public, et notamment des publics les plus jeunes, sur les réseaux sociaux et les plateformes vidéo (offre gratuite), mais également sur sa plateforme par abonnement « madelen », lancé en avril 2020 (offre payante). L'activité de production audiovisuelle de l'INA pour des diffuseurs (France Télévisions, Arte etc.), activité historique de l'INA, connaît par ailleurs un renouveau éditorial.

Concernant l'offre éditoriale gratuite de l'INA sur les réseaux sociaux et les plateformes vidéo

L'INA, en 2024, a établi un nouveau record de « vidéos vues », sa principale mesure d'audience, en dépassant la barre des deux milliards de vidéos vues sur l'ensemble de ses réseaux sociaux - Instagram et ses vidéos verticales en tête (750 millions de vidéos vues sur l'année 2024, +95 % par rapport à 2023), suivi de Facebook (571 millions de vidéos vues sur l'année 2024, -18 % par rapport à 2023), YouTube (526 millions de vidéos vues, -2 % par rapport à 2023), TikTok (155 millions de vidéos vues, +95 % par rapport à 2023).

Concernant l'offre éditoriale payante de l'INA, madelen

2024 est également une année record pour madelen, la plateforme de streaming illimité de l'INA par abonnement lancée au printemps 2020, dont le nombre d'abonnés était, fin décembre 2024, de 79 900, soit un gain de plus de 10 000 abonnés nets par rapport à décembre 2023, sur tous les lieux de distribution de l'offre (plateforme propriétaire madelen.ina.fr et applications iOS et Android dédiées, Apple TV, Android TV, Samsung TV, box d'Orange). Le chiffre d'affaires généré par l'offre sur l'année, à plus de 1,8 M€, témoigne de l'importance prise par cette nouvelle offre dans le business model des activités éditoriales de l'INA. A noter par ailleurs que le positionnement tarifaire de l'offre, à 2,99 € / mois, est resté volontairement inchangé depuis son lancement en 2020, pour maintenir un positionnement de service public.

Coopérations avec les autres sociétés du secteur audiovisuel public

Les coopérations avec les médias de l'audiovisuel public se sont développées et intensifiées.

- Corner INA sur France.tv

En 2024, l'INA a acté, avec France Télévisions, le développement d'un « corner » spécifique de l'INA sur la plateforme france.tv. Ce corner, qui sera lancé en 2025, permettra de distribuer sur tous les écrans, une partie de l'offre éditoriale gratuite de l'INA. Elle permettra une extension de la distribution de l'offre de vidéos singulières de l'INA.

- Lumni Enseignement

À la suite du chantier important de refonte de l'offre Lumni Enseignement piloté par l'INA en 2022 et qui a permis de rassembler l'ensemble des offres pédagogiques des partenaires historiques de l'audiovisuel public et d'institutions culturelles et scientifiques, le ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse a confirmé sa confiance envers l'INA en 2023 avec le renouvellement de la mission de pilotage de la plateforme et de son enrichissement.

Lumni Enseignement a vu son succès d'audience se confirmer en 2024 avec une nouvelle progression du nombre de connexions (utilisateurs authentifiés par leur compte ENT -Espace numérique de travail- ou compte *Lumni Enseignement*). Par ailleurs, l'INA a entrepris en 2024 un chantier qui lui permettra de proposer sur Lumni enseignement, et de manière contextualisée et adaptée aux usages en salle de classe, des contenus de l'offre culturelle de l'audiovisuel public, Culture Prime.

- franceinfo

Les coopérations avec franceinfo se sont poursuivies, avec la production par l'INA de l'émission hebdomadaire INAttendu. Des émissions spéciales en lien avec l'actualité ont notamment été produites afin de contextualiser l'actualité politique de l'année 2024 (élection européenne, dissolution de l'Assemblée nationale, campagne législative, élections américaines, ...). L'INAttendu est également revenue sur des sujets sociétaux forts, à l'image du procès dit « de Mazan ».

- Culture Prime

En 2024, l'INA a poursuivi sa contribution à *Culture Prime* par la production hebdomadaire de contenus destinés aux réseaux sociaux, des contenus « magazine » ou en réaction à l'actualité. L'INA participe activement aux réflexions sur l'extension de cette offre à de nouveaux supports de distribution (à date limités à *Facebook* et *Instagram*).

- INA Podcast

Le 28 février 2023, l'INA a lancé INA Podcasts. L'activité de création et production de podcasts originaux se développe (Archives du crime, Sherlock, La vie d'avant...) ; de nouvelles collections et nouveaux épisodes sont édités chaque semaine sur le « corner » INA de l'application Radio France.

Production audiovisuelle

En 2024, l'INA est parvenu à transposer le succès de ses contenus diffusés sur les réseaux sociaux dans ses productions audiovisuelles, une activité historique de l'INA. C'est le cas par exemple du projet *Il suffit d'écouter les femmes*, dont l'objectif est de documenter la France d'avant la légalisation de l'IVG, en 1975, en interrogeant celles et ceux qui ont été confrontés à l'avortement clandestin. Développé depuis 2022, ce projet d'ampleur a donné naissance, en 2024, à un documentaire de 90 minutes diffusé en prime time par France Télévisions, à la création d'un podcast en 5 épisodes diffusés sur toutes les plateformes de streaming audio, dont l'application Radio France, à la diffusion de 79 entretiens au long sur le site entretiens.ina.fr, à la co-édition d'un ouvrage aux éditions Flammarion, et à la diffusion de nombreux formats courts sur les réseaux sociaux. Enfin, l'INA a poursuivi sa collaboration avec la chaîne LCP sur l'émission *Rembob'INA* diffusée en prime time le dimanche soir.

Une mémoire sauvegardée au service des offres éditoriales

Numérisation des archives : une réduction progressive des volumes, mais des attentes qualitatives qui se précisent

En 2024, l'activité de numérisation des fonds au titre de l'indicateur « historique » de suivi du PSN aboutit au chiffre de 102,34 % (101,43 % en 2023). Ce chiffre se répartit comme suit :

- Au film, l'activité s'oriente de plus en plus vers la remasterisation en hautes définitions au profit des différentes demandes clients en fichiers de très haute qualité (clients commerciaux, coproductions documentaires INA comme « *Il suffit d'écouter les femmes* ».. Les volumes traités correspondent en outre à des fonds particulièrement dégradés et complexes à traiter qui nécessitent une grande technicité et une collaboration approfondie avec les services des archives physiques, du catalogage, et de la Direction des Patrimoines ;
- Côté vidéo, la tendance est assez comparable avec proportionnellement moins d'activité sur les fonds bêta de l'INA au profit de supports plus complexes à traiter, et surtout des fonds tiers. Plus de 7 300 heures ont ainsi été traités, principalement en chaînes unitaires voire en clinique, sans pour autant compter pour cet indicateur car majoritairement issus de collections extérieures. L'exemple le plus emblématique de cette activité reste la numérisation de plus de 2000 heures du fonds afghan de Yusuf Jan Nesar ;
- Pour le média radio, l'année 2024 restera marquée par la fin des marchés de numérisation externe et l'internalisation de l'ensemble des prestations. Cette dernière année de marché aura permis de numériser plus de 5000 heures de programmes inédits, alimentant ainsi les éditions et les demandes des antennes de Radio France. Notons que l'activité autour du fonds radio va se poursuivre encore plusieurs années, appuyée par plusieurs facteurs parmi lesquels figurent notamment la mise à jour des bases et des estimations des volumes restant à numériser, mais également la demande croissante en productions éditorialisées sous forme de podcast à la demande de la Direction Éditoriale de l'INA.

De manière générale, la nature plus complexe des traitements à effectuer continue à exiger des équipements de pointes et des collaborateurs formés, d'où les travaux continuent en matière de renforts dans les équipes techniques, sans parler des nouveaux profils que requièrent désormais les traitements amorcés à base ou avec renfort de l'intelligence artificielle.

Modernisation du système d'information de gestion des collections

Afin de renforcer la sécurisation et l'innovation en termes de gestion et de communication des données de documentation et de gestion associées aux archives audiovisuelles conservées par l'INA, le projet d'un nouveau système d'information pour la gestion des collections, permettant de suivre un contenu de la collecte à la mise à disposition des collections pour les publics tant académiques que professionnels (Neva, Notilus, Lac de données) a été poursuivi en 2024.

L'INA a mené une réflexion sur l'intégration de traitements à base d'intelligence artificielle dans les processus de gestion des contenus et des données, au regard de la maturité que présentent désormais ces outils : une nouvelle chaîne d'industrialisation de données générées par IA a ainsi vu le jour, aboutissant à la publication du site data.ina.fr.

Enrichissement des collections patrimoniales

Fin 2024, l'INA collecte, au titre du dépôt légal, 101 chaînes de télévision ainsi que 84 chaînes de radio (ajout des chaînes de radio Oûi FM et Radio FG). A ces chaînes de télévision et de radio s'ajoutent 29 583 sites web, 16 420 comptes de réseaux sociaux et 3 242 mots-dièse, pour un total de 3,2 milliards de billets exploitables à l'aide d'outils de fouille et de visualisation ; 14 804 comptes de 22 plateformes de publication vidéo et 21 869 collections de podcasts. Au total, ce sont plus de 1,5 million d'heures de programmes (linéaires TV et radio(web), ainsi que non linéaires, via les podcasts notamment) qui sont venues compléter les collections du dépôt légal en 2024.

S'agissant du bilan de la direction Data & Technologies pour 2024, on peut relever :

- la poursuite du schéma directeur immobilier sur le site de Saint-Rémy l'Honoré, dans le cadre d'une réflexion globale sur la stratégie de conservation et d'exploitation des fonds ;
- la montée en puissance et la concrétisation des réflexions liées à l'intelligence artificielle, tant au service de la découvrabilité des collections qu'à des fins de traitement d'images (restauration numérique a minima), ce qui s'est traduit par la publication du site data.ina.fr d'une part, et par les premières productions audiovisuelles intégrant des traitements de colorisation à base d'IA d'autre part. A titre encore expérimental, commencent également à être posées les fondations des outils de recherche sémantique dans les contenus.

Valorisation des archives

L'INA a par ailleurs poursuivi sa politique d'organisation et de participation à des projets de valorisation à partir d'archives (colloques, publications scientifiques, édition d'ouvrages). En 2024, 53 contributions et travaux scientifiques (papiers, conférences, key notes, publications) fondés sur les collections de l'INA et les data qui leur sont associées, ou ayant eu recours aux outils de l'INA, ont fait l'objet d'un soutien spécifique de l'INA en termes d'accompagnement et/ou de diffusion.

La transmission des savoirs

En 2024, INA a restructuré son offre de formation en six domaines afin d'harmoniser les savoirs dispensés en formation initiale et en formation professionnelle, et proposer des parcours professionnalisants et/ou diplômants tout au long de la vie, dans un bâtiment rénové et décarboné de 6 000 m² au service des apprenants avec des structures et lieux d'apprentissage multimodaux (présentiel et distanciel). Cette évolution renforcée par le lancement d'une nouvelle marque **INA Campus** et d'un nouveau site, a porté ses fruits et l'activité de la formation professionnelle a connu une progression sensible en 2024.

L'Institut a développé en 2024 des collaborations avec les entreprises de l'audiovisuel public avec la signature d'un accord-cadre avec Radio France à l'instar de celui conclu avec France Télévisions en 2021. Les partenariats avec les universités ont été parallèlement renforcés, notamment avec l'école Méliès et l'Université Paris-Est Créteil avec le lancement d'un campus des métiers et qualifications « Artisan de l'image ».

En 2024, l'INA a accentué sa participation au développement - avec les studios de Bry - du pôle de l'Est Parisien dans le cadre de l'appel à projets « France 2030 - La grande fabrique de l'image » en mettant notamment à la disposition des acteurs du secteur un bâtiment de 11 000 m², qui accueillera une partie des activités de l'école Méliès, autre partenaire du pôle, en 2025.

Formation professionnelle

Le nombre d'heures de formation délivrées est en augmentation, passant de 109 000 heures en 2023 à 145 400 heures en 2024, soit une augmentation de plus de 30 %. Le nombre de stagiaires est également en progression constante depuis 4 ans, passant de 2 961 stagiaires en 2023 à 3 073 en 2024, soit une progression de 5 %.

Cette augmentation s'est faite à la fois sur les formations longues, les formations courtes, et les 291 formations sur mesure proposées aux clients pour les accompagner dans la transformation de leurs métiers - avec un focus particulier sur l'IA. Le nombre d'heures de formations proposées aux entreprises de l'audiovisuel Public est par ailleurs en hausse de 25 %. Les stages courts continuent leur progression entamée l'année dernière.

Formation initiale (INA Campus)

En 2024, INA Campus a ouvert l'ensemble de ses masters à l'apprentissage. Les deux Grades masters de l'INA (Patrimoine audiovisuel et Production audiovisuelle) sont désormais accessibles à l'apprentissage. Cette démarche constitue un atout majeur pour les étudiants qui peuvent ainsi bénéficier dès leur formation d'une expérience significative dans leur domaine de compétence en entreprise.

Dans la perspective de l'intégration des activités de formation de l'INA dans le grand établissement UPPA, l'Institut a finalisé un partenariat pour la co-diplomation avec le département Info-communication de l'université. Les étudiants du diplôme de niveau BAC +3 Documentaliste multimédia ont désormais la possibilité d'obtenir une double diplomation en validant – parallèlement au titre INA Campus - une licence Info-com délivrée par l'Institut Français de la Presse (IFP).

En accueillant en septembre dernier les 64 étudiants de la cinquième promotion de la Classe Alpha parrainée par Julien Seri, l'INA poursuit sa politique de diversité et d'égalité des chances. La place des partenaires est renforcée avec l'arrivée du premier mécène privé de la Classe Alpha, le groupe Banijay, et la présentation d'un programme de résidence Fabric'action avec le CNC.

Les comptes de l'INA en 2024

La dotation publique de l'INA en LFI 2024 s'élevait ainsi à hauteur de 107,9 M€, dont 103,5 M€ affectés à l'exploitation (dont 5,2 M€ de neutralisation des effets fiscaux liés à la suppression de la contribution à l'audiovisuel public) et pour 4,4 M€ pour l'investissement (dont 4 M€ pour la première tranche de dotation incitative conditionnée issues du « fond de transformation » de l'audiovisuel public).

Dans le contexte de dégradation des finances publiques, la dotation effectivement allouée à l'INA s'est élevée en 2024 à 105,3 M€ en loi de fin de gestion 2024 (-2,6 M€ par rapport à la LFI 2024) dont 1,1 M€ au titre du programme de transformation. La baisse de -2,6 M€ par rapport à la LFI 2024 s'explique par l'annulation de 2,9 M€ de crédits au titre du programme de transformation et +0,2 M€ en lien avec un ajustements des effets fiscaux au titre de l'année 2023 induits par la suppression de la contribution à l'audiovisuel public et compensés à l'euro près par l'État en N+1.

Pour l'exercice 2024, le chiffre d'affaires des activités de l'INA devrait s'établir à **43 M€**, en nette augmentation par rapport à 2023. Ce chiffre est conforme aux prévisions.

S'agissant de la Direction Générale Déléguée (DGD), les ventes de la direction Développement, Marketing & Communication s'établissent à 14,5 M€ (+0,47 M€ par rapport au niveau exceptionnel de l'exercice précédent). Cette augmentation résulte d'une stratégie de diffusion diversifiée, avec des progrès en TV, digital et Brand/Pub, ainsi que du service actions & partenariats culturels et éducatifs. Il faut également souligner l'importante croissance des recettes de l'international (+18 %) qui tire à la hausse le chiffre d'affaires global.

Les recettes de la direction des Patrimoines (12,7 M€), qui reposent principalement sur des conventions pluriannuelles, sont en légère baisse de 0,3 M€ par rapport à 2023 notamment sur les projets de conseils et expertises (-0,15 M€) et la valorisation scientifique (-0,23 M€ par rapport au niveau exceptionnel atteint en 2023).

Les produits de l'activité de la direction Éditoriale (7,2 M€) sont légèrement supérieurs de 0,3 M€ à ceux enregistrés en 2023 (+5 %). Par rapport à 2023, les produits des services « Création et Conception » et « Création éditoriale » sont en augmentation de 0,4 M€. Ce qui permet de compenser le léger recul des recettes du service de rédaction (-95 k€) en raison de la baisse structurelle de la monétisation sur Facebook.

Le chiffre d'affaires de la direction Data & Technologies (0,6 M€), supérieur au montant anticipé (0,3 M€) correspond aux financements reçus conformément à l'avancement d'appels à projets en cours.

S'agissant de la Direction Générale Campus, le chiffre d'affaires (7,6 M€) est en progression de 3 % (+0,2 M€) par rapport à l'exercice précédent et supérieur de 0,2 M€ par rapport au BI. L'évolution par rapport à 2023 résulte essentiellement de la bonne tenue des activités de formation professionnelle (Ina compétences), dont le chiffre d'affaires (5,2 M€) progresse de 3 %, porté par les sessions catalogue et spécifiques. Concernant l'activité de formation initiale, son chiffre d'affaires enregistre une légère augmentation de 2 % notamment grâce à la subvention France 2030 « Artisan de l'image » ainsi qu'à l'ouverture de l'apprentissage des masters INA Campus (production et patrimoine).

Les charges d'exploitation, hors personnel, s'élèvent à 51,9 M€, en progression de 5,9 M€ (+13 %) par rapport à celles constatées en 2023, incluant une variation de la taxe sur les salaires de 2,6 M€ résultant de l'impact fiscal de la suppression de la CAP. Cette évolution réside dans la hausse des coûts et des périmètres de la direction Data & Technologies ainsi que charges de formation et des contrats de sous-traitance pour les directions ressources.

Les charges liées aux amortissements, provisions et à la variation de la production immobilisée atteignent 21,4 M€, en baisse de 1,5 M€ par rapport au niveau exceptionnellement élevé de 2023.

Pour l'année 2024, la **masse salariale** (hors charges d'intermittence) s'établit à **71,2 M€**. Ce niveau confirme la bonne maîtrise de la masse salariale et les mesures prises en matière d'analyse des besoins opérationnels et de séquençement des recrutements.

Le résultat exceptionnel s'établit en 2024 à 4,2 M€, en augmentation de 0,5 M€ par rapport à l'exercice 2023 en raison notamment de la hausse des reprises de subventions d'investissements à hauteur des dotations aux amortissements des actifs financés avec la mise en service des travaux du programme *France Relance*.

Le résultat net est à l'équilibre, après prise en compte des crédits d'impôt et de l'enveloppe d'intéressement.

Les investissements s'élèvent à 30,5 M€ contre 33,4 M€ en 2023 et 29,0 M€ budgétés. Hors travaux du programme *France Relance* et production immobilisée, les investissements s'élèvent à 22,8 M€ pour 2024, en progression de 3,2 M€ par rapport au niveau atteint en 2023.

Compte de résultat 2024 (arrêté prévisionnel des comptes) :

Note : Ces données correspondent aux données prévisionnelles d'arrêté des comptes 2024. La clôture des comptes de l'INA n'étant pas définitive à la date de rédaction du présent document, les chiffres présentés ci-dessous n'ont pas encore été certifiés par les commissaires aux comptes, ni approuvés par les instances de gouvernance de l'établissement.

K€	Réel 2023	BI 2024	BR 2024	Décembre 2024 (Réel)	Evolution 2024 vs 2023 (K€)	Evolution 2024 vs BR (K€)
Chiffre d'affaires	42 007	43 225	43 014	42 965	958	-50
Charges externes	45 927	52 975	53 604	51 879	5 952	-1 725
Intermittents	4 000	4 453	4 887	5 148	1 148	261
Charges	49 928	57 428	58 490	57 027	7 100	-1 463
Valeur ajoutée	-7 920	-14 203	-15 476	-14 062	-6 142	1 414
Ressource publique d'exploitation	96 029	103 547	103 547	103 547	7 518	0
Personnel permanent	64 947	68 012	67 527	67 510	2 562	-18
Personnel non permanent	3 500	4 166	3 973	3 644	144	-329
Charges de personnel	68 448	72 178	71 500	71 154	2 706	-347
EBE	19 661	17 166	16 571	18 331	-1 330	1 761
Amortissements, provisions et productions immobilisées	-22 919	-20 272	-19 960	-21 371	1 548	-1 411
Résultat d'exploitation	-3 258	-3 106	-3 390	-3 040	218	350
Résultat financier	20	20	20	23	3	3
Résultat exceptionnel	3 734	3 786	3 859	4 151	417	292
Résultat avant impôts et intéressement	497	700	490	1 135	638	645
Intéressement	1 116	1 200	990	1 695	579	705
IS / Crédit d'impôt	619	500	500	560	-59	60
Résultat net	0	0,0	0	0	0	0
Total investissements	33 370	28 958	31 024	30 542	-2 828	-483
Investissements Métiers	19 186	24 137	26 023	26 005	6 819	-19
<i>dont investissements opérationnels hors PI</i>	14 346	19 637	21 423	21 280	6 788	-144
<i>dont productions immobilisées (PI)</i>	4 840	4 500	4 600	4 725	30	125
Investissements immobiliers & SG	14 184	4 821	5 001	4 537	-9 647	-464
<i>dont OPPIC & PRI</i>	9 050	580	921	2 982	-6 068	2 061
Ressource publique d'investissement	3 900	4 366	1 629	1 629	1 629	0

PASSAGE DU PLF A LA LFI

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
PLF	0	103 913 354	103 913 354	0	103 913 354	103 913 354
Amendements	0	0	0	0	0	0
LFI	0	103 913 354	103 913 354	0	103 913 354	103 913 354

Dépenses pluriannuelles

SUIVI DES CREDITS DE PAIEMENT ASSOCIES A LA CONSOMMATION DES AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT (HORS TITRE 2)

AE 2024	CP 2024
AE ouvertes en 2024 * (E1) 104 075 354	CP ouverts en 2024 * (P1) 104 075 354
AE engagées en 2024 (E2) 104 075 354	CP consommés en 2024 (P2) 104 075 354
AE affectées non engagées au 31/12/2024 (E3) 0	<i>dont CP consommés en 2024 sur engagements antérieurs à 2024</i> (P3 = P2 - P4) 0
AE non affectées non engagées au 31/12/2024 (E4 = E1 - E2 - E3) 0	<i>dont CP consommés en 2024 sur engagements 2024</i> (P4) 104 075 354

RESTES A PAYER

Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2023 brut (R1) 0					
Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2023 (R2) 0					
0					
Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2023 net (R3 = R1 + R2) 0	–	CP consommés en 2024 sur engagements antérieurs à 2024 (P3 = P2 - P4) 0	=	Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R4 = R3 - P3) 0	
AE engagées en 2024 (E2) 104 075 354	–	CP consommés en 2024 sur engagements 2024 (P4) 104 075 354	=	Engagements 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R5 = E2 - P4) 0	
				Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R6 = R4 + R5) 0	
					Estimation des CP 2025 sur engagements non couverts au 31/12/2024 (P5) 0
					Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2025 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2024 (P6 = R6 - P5) 0

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

* LFI 2024 + reports 2023 + mouvements réglementaires + FdC + AdP + fongibilité asymétrique + LFR

*Justification par action***ACTION**

01 – Institut national de l'audiovisuel

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i> Réalisation	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
01 – Institut national de l'audiovisuel		103 913 354	103 913 354		103 913 354	103 913 354
		104 075 354	104 075 354		104 075 354	104 075 354

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

Volets du plan de relance	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision	Réalisation	Prévision	Réalisation
Verdissement	0	0	0	0
Indépendance et compétitivité	0	0	0	0
Cohésion sociale et territoriale	0	0	0	0

ÉLÉMENTS DE LA DEPENSE 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	103 913 354	104 075 354	103 913 354	104 075 354
Prêts et avances	103 913 354	104 075 354	103 913 354	104 075 354
Total	103 913 354	104 075 354	103 913 354	104 075 354

PROGRAMME 847
TV5 Monde

Bilan stratégique du rapport annuel de performances

Florence PHILBERT

Directrice générale des médias et des industries culturelles

Responsable du programme n° 847 : TV5 Monde

TV5 Monde est une chaîne multilatérale francophone basée à Paris, associant les radiodiffuseurs publics de la France, de la Belgique, de la Suisse, du Canada, du Québec et de Monaco. Sa mission, définie dans la « Charte TV5 », consiste à servir de vitrine à l'ensemble de la Francophonie, à promouvoir la diversité culturelle, à refléter la dimension multilatérale de la chaîne, à favoriser les échanges de programmes entre les pays francophones et l'exportation internationale de programmes francophones, à être un lieu de coopération entre les radiodiffuseurs partenaires, à veiller à refléter leurs programmes ainsi qu'à favoriser l'expression de la créativité audiovisuelle et cinématographique francophone.

Les valeurs fondamentales exprimées dans la Charte TV5 sont la démocratie, la diversité culturelle, le développement durable et le développement des connaissances. TV5 Monde diffuse ses programmes par câble, satellite, TNT et OTT dans plus de 200 pays et territoires dans le monde, représentant plus de 437 millions de foyers raccordés.

En 2024, l'action de TV5 Monde s'est distinguée grâce à la diffusion des Jeux Olympiques de Paris sur le continent Africain (272 heures de direct) et la couverture du XIX^e Sommet de la francophonie à Villers-Cotterêts et Paris (200 heures de programmes dédiés). Par ailleurs, elle a poursuivi la mise en œuvre de son plan stratégique pluriannuel 2021-2024 qui fixe deux axes prioritaires : le développement de la découvrabilité des offres numériques de la chaîne, soit leur propension à être repérées par les utilisateurs en ligne, ambition particulièrement portée par la plateforme numérique TV5MONDEplus, ainsi que la sensibilisation des publics au développement durable. La chaîne a par ailleurs poursuivi ses développements à destination du continent africain ainsi que l'adaptation de ses offres aux attentes des jeunes générations.

En 2024, la dotation française allouée à l'entreprise s'est élevée à 83,44 M€, en progression de 3,48 M€ par rapport à 2023, afin de financer les surcoûts liés à l'inflation, la progression de la masse salariale, les évolutions de dépenses engagées notamment pour le renouvellement de son dispositif de diffusion datant de 2013, mais également de compenser les effets fiscaux induits par la suppression de la CAP. L'entreprise a maintenu son équilibre budgétaire conformément aux prévisions initiales.

La fin de l'année 2024 a également été marquée par la nomination d'une nouvelle présidente-directrice générale (PDG) à la tête de l'entreprise, Mme Kim Younes.

RECAPITULATION DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

OBJECTIF 1 : Proposer une offre reflet de la culture et des valeurs françaises et francophones dans un univers de média global

INDICATEUR 1.1 : Part des dépenses de programmes dans les charges d'exploitation totales

OBJECTIF 2 : Développer la présence française et francophone dans le paysage audiovisuel mondial

INDICATEUR 2.1 : Audience réelle

INDICATEUR 2.2 : Audience des offres numériques

OBJECTIF 3 : Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire

INDICATEUR 3.1 : Evolution des ressources propres

INDICATEUR 3.2 : Maîtrise des charges

INDICATEUR 3.3 : Index égalité femmes-hommes

Objectifs et indicateurs de performance

OBJECTIF

1 – Proposer une offre reflet de la culture et des valeurs françaises et francophones dans un univers de média global

INDICATEUR

1.1 – Part des dépenses de programmes dans les charges d'exploitation totales

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
TV5 Monde	%	67,2	67,7	Non déterminé	66,1	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Précisions méthodologiques

Mode de calcul

Les dépenses de programmes correspondent au coût des grilles de programmes (coûts des programmes et des frais techniques de fabrication, hors coûts de diffusion). Elles concernent les antennes linéaires et la plateforme AVOD TV5MONDEplus.

Les chiffres fournis sont à apprécier en tenant compte du fait que près de la moitié des programmes diffusés sur TV5 Monde sont fournis gratuitement à la chaîne et ne sont pas valorisés alors que les dépenses associées à ces programmes concernant le personnel, la gestion, les extensions de certains droits à l'international, l'exploitation et le sous-titrage sont à la charge de TV5 Monde.

Source des données : TV5 Monde.

ANALYSE DES RESULTATS

La part des dépenses de programmes dans les charges d'exploitation totales de TV5 Monde, stable en 2023 par rapport à 2022, devrait s'inscrire en baisse en 2024 comme en 2025.

Cette diminution s'explique par la croissance des dépenses liées au dispositif technique de diffusion de la chaîne dont le renouvellement est nécessaire au vu de son ancienneté (équipements datant de 2013 et amortis depuis 2018). Ces charges s'inscrivent au dénominateur du ratio mesuré par l'indicateur.

Les dépenses de programmes connaissent toutefois une hausse en valeur absolue de 0,7 M€ en 2024.

OBJECTIF**2 – Développer la présence française et francophone dans le paysage audiovisuel mondial****INDICATEUR****2.1 – Audience réelle**

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Audience cumulée hebdomadaire totale	millions/semaine	58,6	64,2	Hausse	63,9	absence amélioration	Non déterminé
Afrique francophone	millions/semaine	48,6	51,6	Stabilité	52,8	cible atteinte	Non déterminé
Europe	millions/semaine	4,9	4,8	Stabilité	4,8	cible atteinte	Non déterminé
Afrique du Nord et Moyen-Orient	millions/semaine	3,9	4,4	Stabilité	2,9	absence amélioration	Non déterminé
Asie	millions/semaine	1,2	3,4	Hausse	3,4	absence amélioration	Non déterminé
Nombre de pays sondés	Nb	24	25	Hausse	25	absence amélioration	Non déterminé

Commentaires techniques**Précisions méthodologiques**

Chaîne mondiale présente sur plus de 200 pays et territoires, TV5 Monde ne peut mesurer ses audiences sur l'ensemble de sa distribution. Par conséquent, elle concentre ses études sur les marchés qui représentent un intérêt stratégique majeur pour la francophonie. Au total vingt-cinq pays sont pris en compte pour le calcul des audiences, dont dix-sept faisant l'objet d'études annuelles. Un roulement est effectué pour les autres pays, de manière à actualiser leurs résultats tous les trois ans. Les données sont établies au niveau national ainsi que les publient les instituts, sauf pour l'Afrique où les résultats des capitales sont projetés aux populations urbaines de chaque pays afin d'obtenir des audiences nationales sur la cible 15 ans et plus, dans ce cas, limitées uniquement aux villes. Depuis 2018, TV5Monde souscrit à l'étude indienne BARC, ainsi qu'à Africascope Kids pour sa chaîne jeunesse TiVi5 (les résultats de TV5MONDE et TiVi5 sont agrégés à compter de 2019). Actuellement la chaîne ne dispose pas de mesures d'audience en Amérique latine, aux États-Unis, sur la zone Pacifique, ni en Afrique non francophone.

Sources des données

Europe : Eurodata TV (Médiamétrie) – Afrique : Kantar Africascope ; études adhoc

Afrique du Nord et Moyen Orient : Kantar Africascope Maghreb ; Ipsos Lebanon – Asie : BARC India ; GWI Vietnam

Indicateur de suivi 2-1-1 : notoriété totale

Notoriété totale	Unité	Réalisation 2018	Réalisation 2019	Réalisation 2020	Réalisation 2021	Réalisation 2022	Réalisation 2023	Réalisation 2024	Prévision 2025
Afrique francophone (Kantar Africascope / cible 15 ans et +)	%								
Abidjan (Côte d'Ivoire)	%	84	77	81	85	89	89	87	Stabilité
Dakar (Sénégal)	%	87	83	79	78	78	70	71	Stabilité
Kinshasa (RDC)	%	89	85	88	90	95	95	92	Stabilité
Bamako (Mali)	%	90	89	84	84	79	76	68	Stabilité
Maghreb (Kantar Africascope Maghreb / cible cadres et dirigeants)	%								
Algérie	%	83	76	86	85	96	87	85	Hausse
Maroc	%	89	86	76	72	85	86	82	Hausse
Tunisie	%	77	73	64	66	66	62	67	Hausse
Europe (Ipsos Affluent / cible cadres et dirigeants)	%	37	43	44	42	40	41	43	Stabilité

Le pourcentage de notoriété totale est obtenu en divisant le nombre de répondants qui déclarent avoir entendu parler de la marque TV5 Monde, ne serait-ce que de nom, par le nombre total de personnes interrogées. En Afrique francophone, 98 % des cadres et dirigeants interrogés, et 83 % des 15 ans et plus, déclarent connaître TV5MONDE, ce qui la classe 2^e chaîne internationale sur les deux critères.

ANALYSE DES RESULTATS

La chaîne généraliste TV5 Monde et la chaîne jeunesse TIVI5 ont capté une audience hebdomadaire de 63,9 millions de téléspectateurs en 2024, en légère baisse de 0,3 million (-0,5 %) par rapport à l'année précédente qui affichait des résultats particulièrement élevés (progression de 9,5 % en raison de l'intégration du Vietnam dans le périmètre d'étude, mesure non reconduite en 2024). L'année 2024 s'inscrit toutefois en hausse par rapport à 2022.

En Afrique francophone sur un périmètre de pays étudiés identique à 2023, l'audience est stable en 2024. La hausse de 1,2 million de téléspectateurs est liée à l'intégration de l'audience TIVI5 sur les 4-14 ans au Bénin (audience mesurée pour la première fois). La République démocratique du Congo continue de générer le plus grand nombre de téléspectateurs dans la région pour les deux chaînes devant la Côte d'Ivoire et le Cameroun.

En Afrique du Nord et au Moyen Orient, l'audience recule de 1,5 million sur un an, soit une audience totale de 2,9 millions. Les trois pays intégrés dans les mesures des audiences au Maghreb sont en baisse pour TV5 Monde comme pour les chaînes internationales et panarabes en général au profit des chaînes locales. L'Algérie connaît la baisse la plus importante, les raisons envisagées étant un contexte de baisse des audiences locales radio et télévision et de tensions diplomatiques avec la France.

En Europe l'audience est stable entre 2023 et 2024. Sur les cinq pays étudiés, les marchés francophones représentent 80 % de l'audience régionale dont 58 % pour la France. Sur les 2 pays non francophones couverts, la hausse d'audience en Roumanie compense la baisse relevée aux Pays-Bas.

En Inde, premier marché de TV5 Monde pour la distribution dans le monde, l'audience est stable. Aucune mesure n'a été réalisée au Vietnam en 2024.

Le score de notoriété de TV5 Monde est globalement stable. Mesuré en Afrique sur la population des 15 ans et plus, il est néanmoins en léger recul en RDC, en Côte d'Ivoire et au Sénégal. La baisse est plus marquée au Mali. Au Maghreb, il est en hausse en Tunisie mais en légère baisse en Algérie et au Maroc. En Europe, le score est en légère hausse.

INDICATEUR

2.2 – Audience des offres numériques

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Fréquentation des environnements nouveaux médias	visite en M/mois	9,6	10	12,5	9,9	absence amélioration	Hausse
Consommation des contenus délinéarisés	démarrages M/mois	61,9	62,3	65	41,7	absence amélioration	Hausse

Commentaires techniques

Précisions méthodologiques

Mode de calcul : l'indicateur « fréquentation des environnements nouveaux médias » n'inclut pas la fréquentation des pages TV5 Monde sur les réseaux sociaux qui sont aujourd'hui une source importante de notoriété et de présence pour la chaîne.

L'indicateur « consommation des contenus délinéarisés » correspond au nombre de programmes vidéo de TV5 Monde consultés tous environnements confondus. Compte tenu de l'évolution des usages et de la forte consommation vidéo sur les réseaux sociaux et les applications des chaînes, la mesure vidéo intègre l'ensemble des sites et dispositifs vidéo de la chaîne y compris les plateformes sociales (YouTube et Facebook).

TV5 Monde utilise depuis juillet 2018 la solution webanalytics AT Internet pour comptabiliser les audiences numériques de la chaîne sur ses environnements propres (web, applis, smartv). AT Internet a été rachetée en 2021 par la société Piano Analytics qui a amélioré sa solution de mesure d'audience : à partir d'octobre 2022, les données d'audiences numériques de TV5 Monde sont récoltées sur un nouveau modèle de données, Piano Analytics.

Source des données : Digital Analytix de ComScore jusqu'au 30 juin 2018, AT Internet AS2 de juillet 2018 à septembre 2022, puis Piano Analytics à partir du 1^{er} octobre 2022.

ANALYSE DES RESULTATS

D'une manière générale, les indicateurs d'audience numérique de TV5 Monde affichent des retraits en 2024, tant par rapport à 2023 qu'aux cibles initialement définies. L'entreprise indique que ces retraits s'expliquent à titre principal par des évolutions défavorables du référencement de ses offres sur les moteurs de recherche et de la mise en avant de ses contenus par les systèmes de recommandation algorithmique des réseaux sociaux. Ces évolutions impactent particulièrement l'audience des contenus d'information de la chaîne.

S'agissant de l'indicateur « fréquentation des environnements nouveaux médias », en 2024, TV5 Monde a comptabilisé une moyenne de **9,9 millions de visites par mois**, soit une audience quasi stable (-0,4 %) par rapport à 2023. Ce résultat s'inscrit en-deçà de la cible initialement fixée (12,5 millions).

Au sein des environnements numériques propres de la chaîne, les évolutions suivantes peuvent notamment être soulignées :

- TV5MONDEplus affiche une croissance de 22 % de ses visites en 2024 (troisquarts d'entre elles proviennent des zones Maghreb – Moyen-Orient, Amérique latine et Afrique).
- l'offre d'information enregistre une baisse de 16 % des visites en 2024. L'entreprise indique que ce retrait s'explique notamment par des évolutions défavorables du référencement de TV5 Monde dans la fonctionnalité Discover de Google (fonctionnalité présentant aux internautes des contenus en rapport avec leurs centres d'intérêt en fonction de leur activité en ligne) ; l'entreprise constate par ailleurs que les contenus liés à l'actualité internationale ont suscité moins de trafic qu'en 2023 ;
- l'offre Langue française connaît une légère croissance de ses visites (+1,3 %).

S'agissant de l'indicateur « consommation des contenus délinéarisés », TV5 Monde comptabilise **41,7 millions de lectures par mois**, tous environnements confondus (réseaux sociaux inclus), en baisse de 33 % sur un an.

Ces résultats s'expliquent comme suit :

- un référencement dégradé des contenus de TV5 Monde sur Google sur les environnements propres (sites, applis, smart TV) comme évoqué précédemment, les lectures vidéo connaissent une diminution globale de 4 % en un an, particulièrement marquée pour l'offre information (-37 %) ; outre le fait qu'une audience moindre a été constatée d'une manière générale sur les contenus d'actualité internationale par rapport à 2023, TV5 Monde signale que les contenus vidéo de l'offre, dont 2/3 de l'audience provient des moteurs de recherche, sont désavantagés en termes de référencement par rapport aux contenus vidéos tirés de YouTube ou, s'agissant de Discover, de contenus texte ou de vidéos en direct
- des évolutions défavorables des algorithmes des réseaux sociaux : TV5 Monde constate une diminution de 71 % des consommations délinéarisées de ses contenus d'information sur Facebook ; hors Facebook, la consommation délinéarisée des contenus de TV5 Monde progresse de 29 % par rapport à 2023 (tous genres confondus) ; l'entreprise indique rechercher des relais de croissance sur d'autres réseaux sociaux (Instagram : +385 % ; TikTok : +734 %).

OBJECTIF

3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire

Cet objectif vise à s'assurer de la bonne utilisation des dotations reçues de l'État et de la bonne gestion de la société. Deux indicateurs de performance ont été retenus. Ils sont complétés d'indicateurs de suivi non assortis d'objectifs mais dont le suivi de l'évolution permet de mieux éclairer le Parlement.

Évolution des ressources propres de TV5 Monde

TV5 Monde a pour objectif d'accroître le niveau de ses ressources propres pour financer ses nouveaux développements. S'agissant des ressources publicitaires et de parrainage, cet objectif implique de la part des régies une politique d'optimisation des tarifs et des espaces, en cohérence avec des objectifs d'audience définis. La stratégie de distribution de TV5 Monde, adaptée selon les marchés, vise à accroître les ressources d'abonnements.

Part des « ressources propres élargies »

Les financements belges, suisses, canadiens, québécois et monégasques ont été intégrés aux ressources propres de TV5 Monde dans cet indicateur de suivi, afin de déterminer la part de l'ensemble des ressources ne faisant pas appel à la ressource publique française.

Maîtrise des charges et des effectifs

Charges de personnel

La maîtrise des coûts rend nécessaire la maîtrise de l'évolution de la masse salariale. Les salaires des correspondants étrangers salariés sont inclus dans cet indicateur.

Nombre d'ETP (équivalents temps plein) permanents et non permanents

Cet indicateur permet de suivre l'évolution des effectifs.

Frais généraux

L'objectif est de maîtriser l'évolution des frais généraux, afin de permettre une allocation maximale du budget à des dépenses concernant le cœur de métier de TV5 Monde (programmes, diffusion, développements).

INDICATEUR

3.1 – Evolution des ressources propres

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Evolution des ressources propres	M€	9,1	8,6	Non déterminé	8,6	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Mode de calcul : les ressources propres sont constituées des recettes publicitaires et de parrainage, et des recettes de distribution (abonnements auprès de câblo-opérateurs, droits voisins du diffuseur, etc.)

Ces ressources propres n'intègrent pas le financement complémentaire provenant des partenaires francophones, ni les subventions européennes ou de l'Organisation Internationale de la Francophonie pour le financement de programmes, lesquelles sont directement défalquées du coût des programmes.

Source des données : TV5 Monde.

Indicateur de suivi 3-1-1 : Part des « ressources propres élargies »

2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Réalisation	Prévision	Réalisation	Réalisation	Réalisation	Réalisation	Prévision
32.7	30.8	31.5	33,6	32,4	32,4	30

L'indicateur de contexte des « ressources propres élargies » ci-dessus a pour objectif de prendre en compte le mode de financement spécifique de TV5 Monde qui bénéficie de financements complémentaires provenant de ses partenaires francophones (y compris pour TV5MONDEplus).

Ce ratio permet de suivre l'évolution des ressources provenant des financements belges, suisses, canadiens, québécois et monégasques qui sont pris en compte en complément des ressources propres puis rapportés aux ressources totales.

ANALYSE DES RESULTATS**Évolution des ressources propres**

Les ressources propres sont stables en 2024 après une baisse (de 7.8 %) en 2023. Ces ressources sont constituées de recettes de distribution (6,3 M€) et de recettes publicitaires (2,3 M€), respectivement stables par rapport à 2023.

L'entreprise identifie des perspectives de développement de ses recettes de distribution en Asie, susceptibles de compenser la baisse structurelle constatée au cours de la période récente aux États-Unis. Par ailleurs, elle entend rechercher une dynamique de croissance pour ses recettes publicitaires à l'appui d'un plan d'action dédié.

L'indicateur de suivi « part des ressources propres élargies », qui intègre les ressources versées par les partenaires francophones au budget des « frais communs » de TV5 Monde (chacun d'entre eux finançant son apport en programmes sur son budget propre ; autrement dit hors budget de la chaîne), s'élève à 32,4 % (comme en 2023). En 2025 le pourcentage devrait baisser en raison d'une hausse des frais spécifiques français (financement de 1,3 M€ apporté par la France pour le développement de Tivi5 au Maghreb, compensation par la France de la taxe sur les salaires, diminution des contributions par le Canada et le Québec accordées à titre exceptionnel au cours des exercices précédents).

INDICATEUR**3.2 – Maîtrise des charges**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Charges de personnel	M€	36,1	37,7	Non déterminé	36,4	donnée non renseignée	Non déterminé
Frais généraux	M€	13,0	13,1	Non déterminé	16	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Mode de calcul : les charges de personnel prennent en compte le total des salaires, des indemnités, des primes et des charges sociales correspondantes, ainsi que les provisions (pour congés payés, RTT, etc.) et les cotisations sociales. Les charges de personnel correspondent donc aux charges enregistrées dans les comptes généraux 64, afférentes à l'ensemble des salariés, y compris les correspondants étrangers salariés, à l'exclusion des charges de personnel à caractère exceptionnel, liées aux indemnités de rupture de contrats ou aux décisions judiciaires.

L'indicateur concernant les frais généraux est égal au montant des frais généraux (loyers et charges locatives, frais de gestion, taxes et contributions, amortissements des installations, coûts des fonctions supports / transverses et de la direction générale).

A partir de 2018, les frais généraux incluent les conséquences du départ de CFI des locaux de l'avenue de Wagram, à la suite du rapprochement de celle-ci de France Médias Monde, et donc l'arrêt du partage de certaines fonctions logistiques et de charges de loyers et de fonctionnement de l'immeuble.

Source des données : TV5 Monde.

Indicateur de suivi 3-2-1 : Nombre d'ETP permanents et non permanents

	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Prévision
Permanents	284,6	285,7	286	284,5	291,7	297,4	Hausse
Non permanents	118,1	101	110,6	111,2	96,7	95,8	Baisse
Total	402,7	386,7	396,6	395,7	388,4	393,1	Légère Hausse

ANALYSE DES RESULTATSÉvolution des charges de personnel

Les charges de personnel prévisionnelles s'établissent à 36,4 M€ à fin 2024 en augmentation de 1 M€ par rapport à 2023. Cette hausse reflète l'effet en année pleine de recrutements de la chaîne et des progressions annuelles de masse salariale destinées à tenir compte des effets de l'inflation.

Évolution des effectifs

En 2024, l'effectif total de TV5 Monde s'établit à 393,1 ETP, en hausse de 4,7 ETP par rapport à 2023, avec l'objectif d'atteinte d'un effectif complet en 2025. Les effectifs non permanents ont poursuivi leur baisse malgré des besoins exceptionnels ponctuels liés à la couverture des Jeux Olympiques et du Sommet de la francophonie.

Évolution des frais généraux

En 2024, les frais généraux prévisionnels de TV5 Monde s'établissent à 16 M€ et sont en hausse significative par rapport à 2023 principalement en raison de la taxe sur les salaires à laquelle l'entreprise est assujettie depuis la suppression de la contribution à l'audiovisuel public, des effets liés à l'inflation et de l'amortissement du nouveau dispositif de diffusion.

INDICATEUR**3.3 – Index égalité femmes-hommes**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
Résultat de l'index égalité femmes-hommes	ratio	99	98	>97	99	cible atteinte	>97

Commentaires techniques**Précisions méthodologiques**

Source des données : TV5 Monde.

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

ANALYSE DES RESULTATS

L'index d'égalité femmes-hommes présente un total de 99 points sur un maximum de 100 points atteignables en 2024, en hausse d'un point par rapport à 2023.

Présentation des crédits

2024 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS OUVERTS ET DES CREDITS CONSOMMES

2024 / 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
01 – TV5 Monde	83 449 220 83 826 220	83 449 220 83 826 220	83 449 220
Total des AE prévues en LFI	83 449 220	83 449 220	83 449 220
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP	+377 000	+377 000	
Total des AE ouvertes	83 826 220	83 826 220	
Total des AE consommées	83 826 220	83 826 220	

2024 / CREDITS 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
01 – TV5 Monde	83 449 220 83 826 220	83 449 220 83 826 220	83 449 220
Total des CP prévus en LFI	83 449 220	83 449 220	83 449 220
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP	+377 000	+377 000	
Total des CP ouverts	83 826 220	83 826 220	
Total des CP consommés	83 826 220	83 826 220	

2023 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS VOTES (LFI) ET DES CREDITS CONSOMMES

2023 / 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
01 – TV5 Monde	79 966 333 79 966 333	79 966 333	79 966 333 79 966 333
Total des AE prévues en LFI	79 966 333	79 966 333	79 966 333
Total des AE consommées	79 966 333		79 966 333

2023 / CREDITS 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
01 – TV5 Monde	79 966 333 79 966 333	79 966 333	79 966 333 79 966 333
Total des CP prévus en LFI	79 966 333	79 966 333	79 966 333
Total des CP consommés	79 966 333		79 966 333

PRESENTATION PAR TITRE ET CATEGORIE DES CREDITS CONSOMMES

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées* en 2023	Ouvertes en 2024	Consommées* en 2024	Consommés* en 2023	Ouverts en 2024	Consommés* en 2024
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	79 966 333	83 449 220	83 826 220	79 966 333	83 449 220	83 826 220
Prêts et avances	79 966 333	83 449 220	83 826 220	79 966 333	83 449 220	83 826 220
Total hors FdC et AdP		83 449 220			83 449 220	
Ouvertures et annulations* hors titre 2		+377 000			+377 000	
Total*	79 966 333	83 826 220	83 826 220	79 966 333	83 826 220	83 826 220

* y.c. FdC et AdP

RECAPITULATION DES MOUVEMENTS DE CREDITS

LOI DE FINANCES DE FIN DE GESTION

Date de signature	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
07/12/2024		377 000		377 000				
Total		377 000		377 000				

TOTAL DES OUVERTURES ET ANNULATIONS (Y.C. FDC ET ADP)

	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
Total général		377 000		377 000				

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 – TV5 Monde		83 449 220	83 449 220		83 449 220	83 449 220
		83 826 220	83 826 220		83 826 220	83 826 220
Total des crédits prévus en LFI *	0	83 449 220	83 449 220	0	83 449 220	83 449 220
Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP		+377 000	+377 000		+377 000	+377 000
Total des crédits ouverts	0	83 826 220	83 826 220	0	83 826 220	83 826 220
Total des crédits consommés	0	83 826 220	83 826 220	0	83 826 220	83 826 220
Crédits ouverts - crédits consommés						

* hors FdC et AdP pour les montants de la LFI

L'année 2024 constituait la dernière année de mise en œuvre du plan stratégique 2021-2024 de TV5 Monde.

Les réalisations suivantes peuvent notamment être soulignées dans ce contexte. Le nombre de foyers raccordés à la chaîne atteint le niveau record de 437 millions de foyers, en hausse de 6 millions par rapport à 2023, grâce à la croissance de la distribution sur le continent américain (+16 %) et en Afrique subsaharienne (+16 %). Des retraits sont toutefois constatés en Europe (-3,9 %). Il convient de noter que la chaîne a connu des suspensions provisoires de sa distribution dans certains pays africains (Burkina Faso durant six mois, Mali durant trois mois).

Les audiences sont en légère baisse de -0,3 millions de téléspectateurs par semaine mais demeurent à leur plus haut niveau historique (hors 2023) à près de 64 millions de téléspectateurs hebdomadaire. La hausse se poursuit en Afrique subsaharienne alors que la Maghreb accuse une baisse tendancielle affectant les diffuseurs internationaux et panarabes au profit des chaînes locales. Les environnements numériques propres de TV5 Monde sont stables affichent des niveaux de fréquentation stables grâce aux progressions de l'offre TV5MONDEplus (+22 % de visites et +11 % de lectures avec une durée moyenne de visionnage à 20 minutes et un pourcentage d'authentification des usagers en croissance). Les audiences numériques globales intégrant également la consommation des contenus de la chaîne sur les réseaux sociaux sont toutefois en forte baisse. Ce mouvement affecte tout particulièrement l'offre d'information dont l'exposition est amoindrie par les changements de référencement sur Google et les modifications des algorithmes de recommandation des réseaux sociaux (Facebook tout particulièrement). TV5 Monde s'emploie à trouver de nouveaux relais de croissance sur d'autres réseaux sociaux. TV5 Monde souligne par ailleurs que le potentiel d'audience pour ses offres numériques reste en devenir dans une grande partie de l'Afrique subsaharienne francophone pour des raisons d'infrastructures, d'équipement et du coût de la consommation numérique fixe ou mobile pour l'utilisateur.

Sur le plan éditorial, TV5 Monde a poursuivi la sensibilisation de ses publics aux enjeux environnementaux malgré l'arrêt de son magazine-documentaire environnemental « A la vie, à la terre » pour des raisons d'économies, et plus généralement, la ligne éditoriale s'inscrit dans la continuation de la promotion des quatre valeurs fondamentales de la Charte TV5 (Diversité culturelle ; Développement des connaissances ; Démocratie ; Développement durable).

L'année 2024 a également été marquée par la diffusion des Jeux Olympiques de Paris sur le continent africain (TV5 Monde est le seul diffuseur international à avoir assuré cette diffusion locale) ainsi que la couverture du XIX^e Sommet de la francophonie à Villers-Cotterêts et Paris.

L'entreprise s'emploie à mettre en œuvre les priorités de son nouveau plan stratégique 2025-2028, axé notamment sur la modernisation de l'offre éditoriale et l'image de marque de la chaîne, le renforcement de ses liens avec le continent africain, la simplification de l'architecture de son offre numérique et l'enrichissement de ses contenus ainsi que l'adaptation de son organisation.

LES COMPTES EN 2024

Note : Sont présentées ci-après les données prévisionnelles d'arrêté des comptes 2024 examinées en conseil d'administration. La clôture des comptes de TV5 Monde n'étant pas définitive à la date de rédaction du présent document, les chiffres présentés ci-dessous n'ont pas encore été certifiés par les commissaires aux comptes, ni soumis aux instances de gouvernance de l'entreprise.

Les produits d'exploitation de TV5 Monde s'établissent à 119,3 M€, en augmentation de +1,8 M€ par rapport à 2023, grâce à progression de la dotation française. Les ressources en provenance des autres États bailleurs de fonds s'inscrivent en légère progression de +0,5 M€ et s'établissent à 30 M€ (hors investissements en programmes financés hors budget de TV5 Monde). Les ressources propres s'élèvent à 8,6 M€ et sont stables également par rapport à 2023. Les charges d'exploitation totales augmentent de +4,2 M€ par rapport à l'année précédente et s'établissent à 122 M€ en 2024. Cette progression a été maîtrisée grâce à des efforts d'économies de l'entreprise sur sa distribution (arrêt de la diffusion satellite de la chaîne thématique TV5 Monde Style au Maghreb – Moyen-Orient), sur ses programmes (arrêt des magazines A la vie, à la Terre et Internationales) et sur ses prestations de sous-titrage (réduction de 14 % du volume).

Ces efforts s'inscrivent dans la poursuite de ceux déployés en 2023 (arrêt du sous-titrage du mandarin, arrêt de la diffusion satellite de TV5 Monde Style en Asie, fermeture d'une filiale locale en Argentine).

Le coût des grilles de programmes (80,6 M€ en 2024) est en hausse de 1,2 M€ par rapport à l'année précédente. Les dépenses techniques de fabrication connaissent une augmentation mesurée de 0,5 M€ par rapport à 2023 en raison du retard du renouvellement du dispositif technique de diffusion. Les frais de distribution, de marketing et de promotion de la chaîne augmentent de +0,2 M€ par rapport à 2023.

Le budget affecté à TV5MONDEplus (hors dépenses destinées à approvisionner la plateforme en programmes provenant des six États bailleurs de fonds, dits frais spécifiques qui ne sont pas intégrés au budget de l'entreprise) s'élève à 6,9 M€ en 2024, en augmentation de +0,2 M€.

Les autres charges d'exploitation (coûts liés à la cybersécurité et à la sûreté des locaux) s'établissent à 2,6 M€, stables par rapport à 2023.

Compte tenu des autres résultats (financier et exceptionnel) qui représentent globalement une charge de 2,7 M€, le compte de résultat 2024 consolidé par métier de TV5 Monde, incluant sa filiale nord-américaine devrait être exécuté en léger bénéfice de +0,1 M€.

Les comptes sociaux de la SAS TV5MONDE dégagent quant à eux un résultat net comptable à l'équilibre.

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ PAR MÉTIER DE TV5MONDE (en millions d'euros Hors taxes)	Réalisé 2023	Budget 2024/ PLF 2024	Représivions 2024	Budget 2025/ PLF 2025	Evolution Représivions 2024/2023		Evolution Représivions/Budget 2024	
					Ecart	Evolution	Ecart	Evolution
PRODUITS D'EXPLOITATION	117,6	124,2	119,3	126,0	1,8	1,5%	-4,9	-3,9%
Ressources publiques France	80,3	83,4	84,2	85,5	3,9	4,8%	0,8	0,9%
Ressources publiques États francophones	29,5	29,7	30,0	29,2	0,5	1,6%	0,3	1,1%
Ressources propres	8,6	8,9	8,6	8,5	0,0	0,5%	-0,3	-3,6%
- dont publicité	2,4	2,8	2,3	2,5	-0,1	-2,1%	-0,5	-16,5%
- dont recettes de distribution	6,2	6,1	6,3	6,0	0,1	1,5%	0,1	2,3%
- dont autres	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	NA	0,0	NA
Autres produits d'exploitation (- subvention d'investissement)	-0,9	2,1	-3,5	2,7	-2,6	300,8%	-5,6	-266,5%
CHARGES D'EXPLOITATION	117,7	124,3	122,0	125,9	4,2	3,6%	-2,3	-1,8%
Coût des grilles de programmes	79,4	83,9	80,6	82,5	1,2	1,5%	-3,3	-4,0%
- dont dépenses de programmes	61,2	62,4	61,9	60,7	0,7	1,2%	-0,5	-0,8%
- dont dépenses techniques de fabrication	18,2	21,5	18,7	21,8	0,4	2,5%	-2,8	-13,2%
Frais de diffusion, distribution, marketing	22,6	22,0	22,9	24,5	0,2	1,0%	0,8	3,7%
Frais généraux	13,2	15,6	16,0	16,2	2,8	21,6%	0,4	2,5%
Autres charges d'exploitation : coûts cyber-sécurité et sureté locaux	2,6	2,7	2,6	2,7	0,0	-0,4%	-0,2	-6,1%
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	-0,2	-0,1	-2,7	0,0	-2,5		-2,6	
AUTRES RÉSULTATS (financier, exceptionnel, IS, etc.)	0,2	0,0	2,7	-0,1	2,5		2,7	
RÉSULTAT NET	0,0	-0,1	0,1	-0,1	0,1		0,1	

PASSAGE DU PLF A LA LFI

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
PLF	0	83 449 220	83 449 220	0	83 449 220	83 449 220
Amendements	0	0	0	0	0	0
LFI	0	83 449 220	83 449 220	0	83 449 220	83 449 220

Dépenses pluriannuelles

SUIVI DES CREDITS DE PAIEMENT ASSOCIES A LA CONSOMMATION DES AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT (HORS TITRE 2)

AE 2024	CP 2024
AE ouvertes en 2024 * (E1) 83 826 220	CP ouverts en 2024 * (P1) 83 826 220
AE engagées en 2024 (E2) 83 826 220	CP consommés en 2024 (P2) 83 826 220
AE affectées non engagées au 31/12/2024 (E3) 0	<i>dont CP consommés en 2024 sur engagements antérieurs à 2024</i> (P3 = P2 - P4) 0
AE non affectées non engagées au 31/12/2024 (E4 = E1 - E2 - E3) 0	<i>dont CP consommés en 2024 sur engagements 2024</i> (P4) 83 826 220

RESTES A PAYER

Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2023 brut (R1) 0					
Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2023 (R2) 0					
Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2023 net (R3 = R1 + R2) 0	-	CP consommés en 2024 sur engagements antérieurs à 2024 (P3 = P2 - P4) 0	=	Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R4 = R3 - P3) 0	
AE engagées en 2024 (E2) 83 826 220	-	CP consommés en 2024 sur engagements 2024 (P4) 83 826 220	=	Engagements 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R5 = E2 - P4) 0	
				Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R6 = R4 + R5) 0	
				Estimation des CP 2025 sur engagements non couverts au 31/12/2024 (P5) 0	
				Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2025 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2024 (P6 = R6 - P5) 0	

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

* LFI 2024 + reports 2023 + mouvements réglementaires + FdC + AdP + fongibilité asymétrique + LFR

*Justification par action***ACTION**

01 – TV5 Monde

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i> Réalisation	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
01 – TV5 Monde		83 449 220	83 449 220		83 449 220	83 449 220
		83 826 220	83 826 220		83 826 220	83 826 220

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

Volets du plan de relance	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision	Réalisation	Prévision	Réalisation
Verdissement	0	0	0	0
Indépendance et compétitivité	0	0	0	0
Cohésion sociale et territoriale	0	0	0	0

ÉLÉMENTS DE LA DEPENSE 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	83 449 220	83 826 220	83 449 220	83 826 220
Prêts et avances	83 449 220	83 826 220	83 449 220	83 826 220
Total	83 449 220	83 826 220	83 449 220	83 826 220

PROGRAMME 848
Programme de transformation

Bilan stratégique du rapport annuel de performances

Florence PHILBERT

Directrice générale des médias et des industries culturelles

Responsable du programme n° 848 : Programme de transformation

Précisions sur le changement de responsable du programme

Dans une optique d'approfondissement de la dynamique de coopération souhaitée entre les entreprises du secteur audiovisuel public et sur la base de conclusions de la mission de l'Inspection générale des finances portant sur la transformation de France Télévisions et de Radio France, une enveloppe inédite de crédits de transformation a été intégrée à la trajectoire budgétaire arbitrée par le Gouvernement au cours de la période 2024-2028.

D'un montant initial de 200 M€ répartis entre 2024 et 2026, cette enveloppe devait s'inscrire dans une démarche incitative pour les entreprises (possibilité de reprise des crédits par l'État en cas de déploiement insuffisant des projets) et financer des projets ayant vocation à accroître la qualité, la visibilité et l'impact des offres proposées par le secteur public en matière de proximité, de numérique et d'information, notamment à destination du public jeune.

Le détail de ces projets devait être intégré aux contrats d'objectifs et de moyens (COM) 2024-2028 afin d'en permettre un suivi précis. Toutefois, compte tenu du contexte politique particulier de l'année 2024 et de la situation contrainte des finances publiques, la finalisation des projets de contrats d'objectifs et de moyens (COM) 2024-2028 de France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et de l'INA a été interrompue. En effet, les arbitrages du Gouvernement ont abaissé les dotations allouées en 2024 et celles inscrites en LFI 2025 à des niveaux inférieurs à ceux prévus par la trajectoire de moyens arbitrée en septembre 2023 par le Gouvernement et annexée aux projets de COM. Des échanges sur ce sujet ont été amorcés au premier trimestre 2025 associant les administrations de tutelle et les entreprises pour tenir compte du nouveau contexte budgétaire. À l'issue de ces travaux, les projets de COM pourront faire l'objet d'une révision, tant dans leur dimension stratégique que budgétaire.

En LFI 2024, le montant de crédits de transformation votés en LFI s'élevait à 69 M€ dont 45 M€ pour France Télévisions, 15 M€ pour Radio France, 5 M€ pour France Médias Monde et 4 M€ pour l'INA.

Compte tenu du contexte de maîtrise de la dépense publique et de la perspective de la reprise de la lecture de la proposition de loi relative à la réforme de l'audiovisuel public, l'enveloppe globale du programme de transformation a *in fine* été diminuée en cours de gestion de -50 M€ par rapport à la LFI 2024, pour atteindre 19 M€. Ces 19 M€ ont été répartis comme suit : 12,4 M€ pour France Télévisions ; 4,1 M€ pour Radio France ; 1,4 M€ pour France Médias Monde et 1,1 M€ pour l'INA.

RECAPITULATION DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

OBJECTIF 1 : Contribuer à la transformation de l'audiovisuel public

INDICATEUR 1.1 : Avancement des projets de transformation prioritaires

Objectifs et indicateurs de performance

OBJECTIF

1 – Contribuer à la transformation de l'audiovisuel public

INDICATEUR

1.1 – Avancement des projets de transformation prioritaires

(du point de vue du contribuable)

Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	Atteinte de la cible	2025 Cible
-------	---------------------	---------------------	---------------	---------------------	-------------------------	---------------

ANALYSE DES RESULTATS

En 2024, les crédits de transformation précédemment évoqués **ont contribué au financement de chantiers de transformation** conduits par les entreprises. Peuvent notamment être évoqués :

- **s'agissant de France Télévisions :**
 - en matière d'information : déploiement du programme d'information quotidien conçu pour les jeunes publics *C'est quoi l'info ?* ; évolutions de la plateforme *franceinfo* ;
 - en matière de proximité : poursuite du déploiement de l'offre numérique ICI par France 3 et France Bleu, des matinales communes et montée en puissance de la marque ICI sur les antennes télévision et radio ;
 - en matière de technologie et de numérique : déploiement d'outils permettant une meilleure exploitation des données utilisateurs et programmes, optimisation de la recommandation de contenus vidéos et de nouvelles fonctionnalités sur la plateforme pour renforcer la personnalisation et l'interactivité et améliorer l'expérience utilisateur ; développement de moyens légers et agiles de stockage et de production (*recours au cloud, etc.*) ; déploiement de France 2 et France 3 en UHD pour moderniser la TNT ;
 - s'agissant de la conquête des jeunes publics : approfondissement sur le linéaire de l'offre spécifique et déploiement d'une nouvelle offre élargie (écoute conjointe, c'est-à-dire pour toute la famille) ; déploiement de formats conçus pour les réseaux sociaux.
- **s'agissant de Radio France :**
 - en matière d'information : le développement d'actions d'éducation aux médias ; le déploiement de formations permettant la montée en expertise de journalistes dans les domaines environnemental et scientifique ;
 - en matière de proximité : le lancement de la marque unique Ici ; le développement de l'offre numérique de proximité ; les rapprochements immobiliers des réseaux France 3 et Ici ;
 - en matière de numérique : l'intégration des technologies émergentes (IA) aux outils et pratiques internes ;
 - le développement de l'offre jeunesse.

- **s'agissant de France Médias Monde :**
 - la réorganisation de France 24 ;
 - l'enrichissement de ses offres numériques (refonte sites et applications de France 24, projets d'intégration d'outils d'intelligence artificielle).

- **s'agissant de l'INA :** des projets de transcription automatique de sons d'archives, de description automatique d'images, de segmentation automatique de description d'archives etc.

Présentation des crédits

2024 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS OUVERTS ET DES CREDITS CONSOMMES

2024 / 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 2024</i> Consommation 2024			
01 – France Télévisions	45 000 000 12 391 306	45 000 000 12 391 306	45 000 000
02 – ARTE France		0 0	0
03 – Radio France	15 000 000 4 130 436	15 000 000 4 130 436	15 000 000
04 – France Médias Monde	5 000 000 1 376 814	5 000 000 1 376 814	5 000 000
05 – Institut national de l'audiovisuel	4 000 000 1 101 452	4 000 000 1 101 452	4 000 000
06 – TV5 Monde		0 0	0
Total des AE prévues en LFI	69 000 000	69 000 000	69 000 000
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP	-49 999 992	-49 999 992	
Total des AE ouvertes	19 000 008	19 000 008	
Total des AE consommées	19 000 008	19 000 008	

2024 / CREDITS 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 2024</i> Consommation 2024			
01 – France Télévisions	45 000 000 12 391 306	45 000 000 12 391 306	45 000 000
02 – ARTE France		0 0	0
03 – Radio France	15 000 000 4 130 436	15 000 000 4 130 436	15 000 000
04 – France Médias Monde	5 000 000 1 376 814	5 000 000 1 376 814	5 000 000
05 – Institut national de l'audiovisuel	4 000 000 1 101 452	4 000 000 1 101 452	4 000 000
06 – TV5 Monde		0 0	0
Total des CP prévus en LFI	69 000 000	69 000 000	69 000 000
Ouvertures / annulations par FdC et AdP			
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP	-49 999 992	-49 999 992	
Total des CP ouverts	19 000 008	19 000 008	
Total des CP consommés	19 000 008	19 000 008	

2023 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS VOTES (LFI) ET DES CREDITS CONSOMMES

2023 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Prévision LFI 2023 Consommation 2023	
	Total hors FdC et AdP prévus en LFI	Total y.c. FdC et AdP
01 – France Télévisions	0	0
02 – ARTE France	0	0
03 – Radio France	0	0
04 – France Médias Monde	0	0
05 – Institut national de l'audiovisuel	0	0
06 – TV5 Monde	0	0
Total des AE prévues en LFI	0	0
Total des AE consommées		0

2023 / CREDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Prévision LFI 2023 Consommation 2023	
	Total hors FdC et AdP prévus en LFI	Total y.c. FdC et AdP
01 – France Télévisions	0	0
02 – ARTE France	0	0
03 – Radio France	0	0
04 – France Médias Monde	0	0
05 – Institut national de l'audiovisuel	0	0
06 – TV5 Monde	0	0
Total des CP prévus en LFI	0	0
Total des CP consommés		0

PRESENTATION PAR TITRE ET CATEGORIE DES CREDITS CONSOMMES

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées* en 2023	Ouvertes en 2024	Consommées* en 2024	Consommés* en 2023	Ouverts en 2024	Consommés* en 2024
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	0	69 000 000	19 000 008	0	69 000 000	19 000 008
Prêts et avances	0	69 000 000	19 000 008	0	69 000 000	19 000 008
Total hors FdC et AdP		69 000 000			69 000 000	
Ouvertures et annulations* hors titre 2		-49 999 992			-49 999 992	
Total*	0	19 000 008	19 000 008	0	19 000 008	19 000 008

* y.c. FdC et AdP

RECAPITULATION DES MOUVEMENTS DE CREDITS

DECRETS D'ANNULATION

Date de signature	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
21/02/2024						20 000 000		20 000 000
Total						20 000 000		20 000 000

LOI DE FINANCES DE FIN DE GESTION

Date de signature	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
07/12/2024						29 999 992		29 999 992
Total						29 999 992		29 999 992

TOTAL DES OUVERTURES ET ANNULATIONS (Y.C. FDC ET ADP)

	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
Total général						49 999 992		49 999 992

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		45 000 000 12 391 306	45 000 000 12 391 306		45 000 000 12 391 306	45 000 000 12 391 306
02 – ARTE France			0 0			0 0
03 – Radio France		15 000 000 4 130 436	15 000 000 4 130 436		15 000 000 4 130 436	15 000 000 4 130 436
04 – France Médias Monde		5 000 000 1 376 814	5 000 000 1 376 814		5 000 000 1 376 814	5 000 000 1 376 814
05 – Institut national de l'audiovisuel		4 000 000 1 101 452	4 000 000 1 101 452		4 000 000 1 101 452	4 000 000 1 101 452
06 – TV5 Monde			0 0			0 0
Total des crédits prévus en LFI *	0	69 000 000	69 000 000	0	69 000 000	69 000 000
Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP		-49 999 992	-49 999 992		-49 999 992	-49 999 992
Total des crédits ouverts	0	19 000 008	19 000 008	0	19 000 008	19 000 008
Total des crédits consommés	0	19 000 008	19 000 008	0	19 000 008	19 000 008
Crédits ouverts - crédits consommés						

* hors FdC et AdP pour les montants de la LFI

En 2024, le montant de crédits de transformation votés en LFI s'élevait à 69 M€ dont 45 M€ pour France Télévisions, 15 M€ pour Radio France, 5 M€ pour France Médias Monde et 4 M€ pour l'INA.

Compte tenu du contexte de maîtrise de la dépense publique, l'enveloppe globale du programme de transformation a *in fine* été diminuée en cours de gestion de -50 M€ par rapport à la LFI 2024, pour atteindre 19 M€ en loi de finances de fin de gestion 2024. Ces 19 M€ ont été répartis comme suit : 12,4 M€ pour France Télévisions ; 4,1 M€ pour Radio France ; 1,4 M€ pour France Médias Monde et 1,1 M€ pour l'INA.

PASSAGE DU PLF A LA LFI

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
PLF	0	69 000 000	69 000 000	0	69 000 000	69 000 000
Amendements	0	0	0	0	0	0
LFI	0	69 000 000	69 000 000	0	69 000 000	69 000 000

Dépenses pluriannuelles

SUIVI DES CREDITS DE PAIEMENT ASSOCIES A LA CONSOMMATION DES AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT (HORS TITRE 2)

AE 2024	CP 2024
AE ouvertes en 2024 * (E1) 19 000 008	CP ouverts en 2024 * (P1) 19 000 008
AE engagées en 2024 (E2) 19 000 008	CP consommés en 2024 (P2) 19 000 008
AE affectées non engagées au 31/12/2024 (E3) 0	<i>dont CP consommés en 2024 sur engagements antérieurs à 2024</i> (P3 = P2 - P4) 0
AE non affectées non engagées au 31/12/2024 (E4 = E1 - E2 - E3) 0	<i>dont CP consommés en 2024 sur engagements 2024</i> (P4) 19 000 008

RESTES A PAYER

Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2023 brut (R1) 0					
Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2023 (R2) 0					
Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2023 net (R3 = R1 + R2) 0	-	CP consommés en 2024 sur engagements antérieurs à 2024 (P3 = P2 - P4) 0	=	Engagements ≤ 2023 non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R4 = R3 - P3) 0	
AE engagées en 2024 (E2) 19 000 008	-	CP consommés en 2024 sur engagements 2024 (P4) 19 000 008	=	Engagements 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R5 = E2 - P4) 0	
				Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2024 (R6 = R4 + R5) 0	
					Estimation des CP 2025 sur engagements non couverts au 31/12/2024 (P5) 0
					Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2025 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2024 (P6 = R6 - P5) 0

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

* LFI 2024 + reports 2023 + 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> Réalisation	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
01 – France Télévisions		45 000 000 12 391 306	45 000 000 12 391 306		45 000 000 12 391 306	45 000 000 12 391 306

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

Volets du plan de relance	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision	Réalisation	Prévision	Réalisation
Verdissement	0	0	0	0
Indépendance et compétitivité	0	0	0	0
Cohésion sociale et territoriale	0	0	0	0

ÉLÉMENTS DE LA DEPENSE 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	45 000 000	12 391 306	45 000 000	12 391 306
Prêts et avances	45 000 000	12 391 306	45 000 000	12 391 306
Total	45 000 000	12 391 306	45 000 000	12 391 306

ACTION

02 – ARTE France

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i> Réalisation	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
02 – ARTE France			0 0			0 0

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

Volets du plan de relance	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision	Réalisation	Prévision	Réalisation
Verdissement	0	0	0	0
Indépendance et compétitivité	0	0	0	0
Cohésion sociale et territoriale	0	0	0	0

ÉLÉMENTS DE LA DEPENSE 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

ACTION

03 – Radio France

Action / Sous-action	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
<i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i> Réalisation						
03 – Radio France		15 000 000 4 130 436	15 000 000 4 130 436		15 000 000 4 130 436	15 000 000 4 130 436

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

Volets du plan de relance	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision	Réalisation	Prévision	Réalisation
Verdissement	0	0	0	0
Indépendance et compétitivité	0	0	0	0
Cohésion sociale et territoriale	0	0	0	0

ÉLÉMENTS DE LA DEPENSE 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	15 000 000	4 130 436	15 000 000	4 130 436
Prêts et avances	15 000 000	4 130 436	15 000 000	4 130 436
Total	15 000 000	4 130 436	15 000 000	4 130 436

ACTION

04 – France Médias Monde

Action / Sous-action	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
<i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i>						
<i>Réalisation</i>						
04 – France Médias Monde		5 000 000 1 376 814	5 000 000 1 376 814		5 000 000 1 376 814	5 000 000 1 376 814

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

Volets du plan de relance	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision	Réalisation	Prévision	Réalisation
Verdissement	0	0	0	0
Indépendance et compétitivité	0	0	0	0
Cohésion sociale et territoriale	0	0	0	0

ÉLÉMENTS DE LA DEPENSE 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	5 000 000	1 376 814	5 000 000	1 376 814
Prêts et avances	5 000 000	1 376 814	5 000 000	1 376 814
Total	5 000 000	1 376 814	5 000 000	1 376 814

ACTION**05 – Institut national de l'audiovisuel**

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i> Réalisation	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
05 – Institut national de l'audiovisuel		4 000 000 1 101 452	4 000 000 1 101 452		4 000 000 1 101 452	4 000 000 1 101 452

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

Volets du plan de relance	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision	Réalisation	Prévision	Réalisation
Verdissement	0	0	0	0
Indépendance et compétitivité	0	0	0	0
Cohésion sociale et territoriale	0	0	0	0

ÉLÉMENTS DE LA DEPENSE 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	4 000 000	1 101 452	4 000 000	1 101 452
Prêts et avances	4 000 000	1 101 452	4 000 000	1 101 452
Total	4 000 000	1 101 452	4 000 000	1 101 452

ACTION**06 – TV5 Monde**

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i> Réalisation	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
06 – TV5 Monde			0 0			0 0

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

Volets du plan de relance	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision	Réalisation	Prévision	Réalisation
Verdissement	0	0	0	0
Indépendance et compétitivité	0	0	0	0
Cohésion sociale et territoriale	0	0	0	0

ÉLÉMENTS DE LA DEPENSE 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