

R É P U B L I Q U E F R A N Ç A I S E

MISSION MINISTÉRIELLE
PROJETS ANNUELS DE PERFORMANCES
ANNEXE AU PROJET DE LOI DE FINANCES POUR

2013

AVANCES À L'AUDIOVISUEL PUBLIC



NOTE EXPLICATIVE

La présente annexe au projet de loi de finances est prévue aux 5° et 6° de l'article 51 de la loi organique relative aux lois de finances du 1^{er} août 2001 (LOLF).

Conformément aux dispositions de la LOLF, cette annexe, relative à un **compte de concours financiers**, comporte notamment :

- les **évaluations de recettes annuelles du compte** ;
- les **crédits annuels (autorisations d'engagement et crédits de paiement) demandés pour chaque programme du compte-mission** ;
- un **projet annuel de performances (PAP) pour chaque programme**, qui se décline en :
 - présentation stratégique du PAP du programme ;
 - objectifs et indicateurs de performances du programme ;
- la **justification au premier euro (JPE) des crédits proposés pour chaque action de chacun des programmes**.

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

TABLE DES MATIÈRES

Compte de concours financiers	
AVANCES À L'AUDIOVISUEL PUBLIC	7
Équilibre du compte et évaluation des recettes	9
Récapitulation des crédits	11
Programme 841	
FRANCE TÉLÉVISIONS	13
Présentation stratégique du projet annuel de performances	14
Objectifs et indicateurs de performance	16
Présentation des crédits et des dépenses fiscales	24
Justification au premier euro	28
Programme 842	
ARTE FRANCE	33
Présentation stratégique du projet annuel de performances	34
Objectifs et indicateurs de performance	36
Présentation des crédits et des dépenses fiscales	42
Justification au premier euro	45
Programme 843	
RADIO FRANCE	49
Présentation stratégique du projet annuel de performances	50
Objectifs et indicateurs de performance	52
Présentation des crédits et des dépenses fiscales	58
Justification au premier euro	62
Programme 844	
CONTRIBUTION AU FINANCEMENT DE L'ACTION AUDIOVISUELLE EXTÉRIEURE	67
Présentation stratégique du projet annuel de performances	68
Présentation des crédits et des dépenses fiscales	69
Justification au premier euro	72
Programme 845	
INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL	79
Présentation stratégique du projet annuel de performances	80
Objectifs et indicateurs de performance	82
Présentation des crédits et des dépenses fiscales	85
Justification au premier euro	89

COMPTE DE CONCOURS FINANCIERS**AVANCES À L'AUDIOVISUEL PUBLIC**

TEXTES CONSTITUTIFS

Rappel des textes pris antérieurement à l'entrée en vigueur de la LOLF :

Loi n° 2004-1484 du 30 décembre 2004 de finances pour 2005, articles 41, 55 et 82.

* * *

Textes pris dans le cadre de la LOLF :

Loi n° 2005-1719 du 30 décembre 2005 de finances pour 2006, article 46, I et VI, et article 167 ;

Loi n° 2006-1666 du 21 décembre 2006 de finances pour 2007, article 38 ;

Loi n° 2007-1822 du 24 décembre 2007 de finances pour 2008, article 46 ;

Loi n° 2008-1425 du 27 décembre 2008 de finances pour 2009, article 57 ;

Loi n° 2009-431 du 20 avril 2009 de finances rectificative pour 2009, article 17 ;

Loi n° 2009-1673 du 30 décembre 2009 de finances pour 2010, article 57 ;

Loi n° 2010-1657 du 29 décembre 2010 de finances pour 2011, article 68 ;

Loi n° 2011-1977 du 28 décembre 2011 de finances pour 2012, article 53 ;

Projet de loi de finances pour 2013.

OBJET

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 : d'une part, les remboursements d'avances correspondant au produit de la contribution à l'audiovisuel public, déduction faite des frais d'assiette et de recouvrement et du montant des intérêts sur les avances, et, d'autre part, le montant des dégrèvements de contribution à l'audiovisuel public pris en charge sur le budget de l'État.

La mission que constitue le volet « dépenses » du présent compte de concours financiers est désormais composée, comme l'a souhaité le Parlement, de cinq 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 : « Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure » retrace les crédits alloués à la société Audiovisuel extérieur de la France ;

Avances à l'audiovisuel public

Mission

- le programme 845 : « Institut national de l'audiovisuel » retrace les crédits alloués à l'Institut national de l'audiovisuel.

INDICATEURS LES PLUS REPRÉSENTATIFS DE LA MISSION

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

Indicateur 841-2.1 : **Audience des chaînes**

Sous-indicateur <i>(voir le détail dans la présentation de l'objectif n° 2 du programme n° 841)</i>	Unité	Prévision 2013
Audience des chaînes	%	> 75 (*)

ÉQUILIBRE DU COMPTE ET ÉVALUATION DES RECETTES

ÉQUILIBRE DU COMPTE

Programme - Ministre intéressé	Recettes	Crédits	Solde
		Autorisations d'engagement Crédits de paiement	
France Télévisions		2 243 117 423	
Ministre de l'économie et des finances		2 243 117 423	
ARTE France		268 358 731	
Ministre de l'économie et des finances		268 358 731	
Radio France		624 555 910	
Ministre de l'économie et des finances		624 555 910	
Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure		169 243 179	
Ministre de l'économie et des finances		169 243 179	
Institut national de l'audiovisuel		92 405 809	
Ministre de l'économie et des finances		92 405 809	
Total des autorisations d'engagement		3 397 681 052	
Total	3 397 681 052	3 397 681 052	0

(+ : excédent ; - : charge)

Avances à l'audiovisuel public

Mission | ÉQUILIBRE DU COMPTE ET ÉVALUATION DES RECETTES

ÉVALUATION ET JUSTIFICATION DES RECETTES PAR LIGNE

Ligne	LFI 2012	PLF 2013
01 Recettes	3 290 400 000	3 397 681 052
Total	3 290 400 000	3 397 681 052

Le montant des recettes prévues pour 2013 provient des recettes nettes de la contribution à l'audiovisuel public et des dégrèvements de contribution à l'audiovisuel public pris en charge par le budget général.

L'indexation du montant de la contribution sur la prévision d'inflation retenue en PLF (1,75 %) et l'augmentation supplémentaire de 2 € prévue par un article du PLF 2013 porteront le taux de la contribution à l'audiovisuel public à 129 € en métropole (125 € en 2012) et à 83 € dans les départements d'outre-mer (80 € en 2012).

Le produit des encaissements nets de contribution à l'audiovisuel public est ainsi estimé en PLF pour 2013 à 2 861,9 M€ contre 2 764,0 M€ en LFI pour 2012.

Les dégrèvements de contribution à l'audiovisuel public pris en charge par le budget général sont estimés à 535,8 M€.

Au total, les ressources allouées par cette mission aux organismes de l'audiovisuel public s'élèvent à 3 397,7 M€.

Des ressources additionnelles à destination des organismes de l'audiovisuel sont en outre inscrites sur la mission « Médias, livre et industries culturelles » du budget général. France Télévisions bénéficiera ainsi d'une dotation budgétaire de 256,4 M€ en 2013, inscrite au programme 313 : « Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique ». L'audiovisuel extérieur de la France (AEF) bénéficiera également, avec TV5 Monde, d'une dotation budgétaire à hauteur de 148,4 M€, inscrite au programme 115 : « Action audiovisuelle extérieure ».

RÉCAPITULATION DES CRÉDITS

RÉCAPITULATION DES CRÉDITS PAR PROGRAMME ET ACTION

Programme / Action	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Ouvertes en LFI pour 2012	Demandées pour 2013	FDC et ADP attendus en 2013	Ouverts en LFI pour 2012	Demandés pour 2013	FDC et ADP attendus en 2013
841 France Télévisions	2 131 399 421	2 243 117 423		2 131 399 421	2 243 117 423	
01 France Télévisions	2 131 399 421	2 243 117 423		2 131 399 421	2 243 117 423	
842 ARTE France	269 166 230	268 358 731		269 166 230	268 358 731	
01 ARTE France	269 166 230	268 358 731		269 166 230	268 358 731	
843 Radio France	627 721 010	624 555 910		627 721 010	624 555 910	
01 Radio France	627 721 010	624 555 910		627 721 010	624 555 910	
844 Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure	169 243 179	169 243 179		169 243 179	169 243 179	
01 Contribution au financement d'action audiovisuelle extérieure	169 243 179	169 243 179		169 243 179	169 243 179	
845 Institut national de l'audiovisuel	92 870 160	92 405 809		92 870 160	92 405 809	
01 Institut national de l'audiovisuel	92 870 160	92 405 809		92 870 160	92 405 809	

Avances à l'audiovisuel public

Mission

RÉCAPITULATION DES CRÉDITS

RÉCAPITULATION DES CRÉDITS PAR PROGRAMME ET TITRE

Programme / Titre	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Ouvertes en LFI pour 2012	Demandées pour 2013	FDC et ADP attendus en 2013	Ouverts en LFI pour 2012	Demandés pour 2013	FDC et ADP attendus en 2013
841 France Télévisions	2 131 399 421	2 243 117 423		2 131 399 421	2 243 117 423	
Titre 7 Dépenses d'opérations financières	2 131 399 421	2 243 117 423		2 131 399 421	2 243 117 423	
842 ARTE France	269 166 230	268 358 731		269 166 230	268 358 731	
Titre 7 Dépenses d'opérations financières	269 166 230	268 358 731		269 166 230	268 358 731	
843 Radio France	627 721 010	624 555 910		627 721 010	624 555 910	
Titre 7 Dépenses d'opérations financières	627 721 010	624 555 910		627 721 010	624 555 910	
844 Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure	169 243 179	169 243 179		169 243 179	169 243 179	
Titre 7 Dépenses d'opérations financières	169 243 179	169 243 179		169 243 179	169 243 179	
845 Institut national de l'audiovisuel	92 870 160	92 405 809		92 870 160	92 405 809	
Titre 7 Dépenses d'opérations financières	92 870 160	92 405 809		92 870 160	92 405 809	

PROGRAMME 841

FRANCE TÉLÉVISIONS

MINISTRE CONCERNÉ : PIERRE MOSCOVICI, MINISTRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES

Présentation stratégique du projet annuel de performances	14
Objectifs et indicateurs de performance	16
Présentation des crédits et des dépenses fiscales	24
Justification au premier euro	28

PRÉSENTATION STRATÉGIQUE DU PROJET ANNUEL DE PERFORMANCES

Laurence FRANCESCHINI

Directeur général des médias et des industries culturelles

Responsable du programme n° 841 : France Télévisions

Le programme 841 vise à financer la société France Télévisions.

La loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision a eu pour conséquence de supprimer, sauf pour les biens et services présentés sous leur appellation générique, la publicité en soirée entre 20 h et 6 h, sur les antennes nationales de France Télévisions et en Outre-mer, depuis l'extinction de la diffusion du signal analogique dans ces territoires (le 29 novembre 2011). En conséquence, l'État verse depuis 2009, en sus de la dotation du présent programme, une dotation du budget général (programme 313) destinée à compléter le financement des missions de service public de France Télévisions.

La loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 a également réuni France 2, France 3, France 4, France 5 et Réseau France Outre-mer (RFO) au sein d'une entreprise commune, par une fusion absorption par la société holding, effective au 1^{er} 2009.

Le cahier des charges de l'entreprise commune, publié le 25 juin 2009, précise les caractéristiques et l'identité des différents services, complémentaires et dont les programmes peuvent être valorisés sur tous les supports :

- **France 2** : chaîne généraliste de la communauté nationale dont l'ambition est de réunir tous les publics autour d'une offre large et variée, se nourrissant de toutes les formes de programmes dans leur dimension la plus fédératrice ;
- **France 3** : chaîne nationale à vocation régionale et locale, chaîne de la proximité, du lien social et du débat citoyen ;
- **Via Stella** : chaîne régionale ayant pour vocation de diffuser, notamment par voie hertzienne terrestre en Corse, des programmes, dont une proportion significative est diffusée en langue corse, consacrée à la Corse, avec une ouverture sur d'autres régions, et notamment les régions voisines de la Méditerranée ;
- **France 4** : chaîne de la jeunesse et des nouvelles générations dont la vocation est d'attirer et de fidéliser les jeunes et les jeunes adultes en exposant les nouveaux talents des scènes actuelles (musique et spectacle) ;
- **France 5** : chaîne du décryptage, du partage des savoirs et de la transmission des connaissances ;
- **RFO** : services de télévision et de radio, diffusés en Outre-mer et sur le territoire métropolitain.

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

Par ailleurs, conformément à l'article 53 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, la nomination de M. Pflimlin à la présidence de France Télévisions (FTV) le 22 juillet 2010 a amené l'État et la société à signer le 22 novembre 2011 un nouveau contrat d'objectifs et de moyens (COM) pour la période 2011-2015, destiné à succéder à l'avenant au COM pour la période 2009-2012 signé le 28 juin 2010.

Ce nouveau contrat consacre la stratégie ambitieuse défendue par l'entreprise et soutenue par l'État, qui se traduit par les engagements suivants :

- aller à la rencontre de tous les publics grâce à des chaînes aux identités renforcées, des programmes harmonisés par cible et une offre numérique complète;
- placer la création au cœur de la stratégie de l'entreprise notamment au travers du renouvellement des formats ;
- être exemplaire dans les relations avec le secteur de la production cinématographique et audiovisuelle, les publics et les équipes, en veillant à défendre la pluralisme, la diversité et le sens de la responsabilité ;

- achever la mise en place de l'entreprise commune afin d'améliorer son efficacité opérationnelle et d'inscrire la stratégie du groupe dans un contexte de développement rapide des nouvelles technologies.

L'objectif de retour à l'équilibre des finances publiques a conduit le Gouvernement, dans le cadre de la préparation du projet de loi de finances 2013 et de la loi de programmation budgétaire, à notifier à la société une trajectoire de ressource publique sensiblement inférieure à celle que prévoyait le plan d'affaires du COM. Cette réduction de dotation publique, conjuguée à la révision à la baisse des prévisions de recettes publicitaires par l'entreprise, nécessite l'ouverture d'une nouvelle négociation entre l'État et France Télévisions, pour redéfinir le périmètre de ses objectifs.

Dès lors, étant donné que ces négociations n'ont pas été ouvertes au moment de la rédaction de ce présent PAP, il ne paraît pas possible de définir des valeurs cibles au-delà des prévisions 2012.

RÉCAPITULATION DES 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	Progression des investissements dans la création rapportée à la progression des recettes nettes disponibles
INDICATEUR 1.2	Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales
INDICATEUR 1.3	Part de l'offre proposée en délinéarisé
INDICATEUR 1.4	Nombre de programmes audiodécrits diffusés
■ OBJECTIF 2	S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique
INDICATEUR 2.1	Audience des chaînes
INDICATEUR 2.2	Nombre de visites des sites Internet
■ OBJECTIF 3	Assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion
INDICATEUR 3.1	Part des charges de personnel dans les charges d'exploitation
INDICATEUR 3.2	Part des charges de fonctionnement hors programmes et hors personnels rapportée aux charges opérationnelles hors coût de diffusion
INDICATEUR 3.3	Part des ressources propres rapportées aux ressources totales

OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

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

Ce premier objectif est justifié par trois impératifs : axer l'offre de France Télévisions sur la création audiovisuelle française et européenne ; s'assurer de la large mise à disposition de cette offre auprès du public par l'innovation technologique et de l'accessibilité des émissions à des publics spécifiques ; investir une part prépondérante des ressources du groupe dans les programmes. Quatre indicateurs de performance ont été retenus. Ces indicateurs sont, le cas échéant, complétés par des indicateurs de contexte supplémentaires, non assortis de cibles mais dont le suivi de l'évolution permet de mieux éclairer le Parlement :

PROGRESSION DES INVESTISSEMENTS DANS LA CRÉATION RAPPORTÉE À LA PROGRESSION DES RECETTES NETTES DISPONIBLES

Le public affirme généralement sa préférence pour une proportion importante de programmes d'origine nationale plutôt que de programmes populaires étrangers. Or, dans les genres patrimoniaux désignés sous le terme de création audiovisuelle (en particulier en fiction, animation ou documentaire), certains programmes extra-européens ont un avantage compétitif substantiel : ils sont souvent peu chers car amortis en grande partie sur leur marché d'origine, prêts à être diffusés rapidement après leur acquisition et ont déjà démontré leur capacité à séduire une audience importante, si bien que le risque de leur diffusion est moindre. L'une des missions du service public audiovisuel est donc de soutenir, grâce à son financement public, la création audiovisuelle française et européenne, aussi bien financièrement qu'en termes de visibilité à l'antenne. Ainsi, en complément du mécanisme du cahier des charges imposant à la société d'investir dans la création en proportion de son chiffre d'affaires, le COM 2011-2015 définit un niveau d'investissement minimum en valeur absolue, qui s'établit à 420 M€ par an à partir de 2012 et garantit le secteur de la création contre un retournement du marché publicitaire qui pourrait dégrader le chiffre d'affaires de France Télévisions. S'agissant de la prévision actualisée pour 2012, les investissements dans la création devraient croître de 1% par rapport à l'exercice précédent alors les recettes nettes disponibles se contractent de 2,7 % sur la même période. Aucune prévision n'est fixée à ce stade pour l'année 2013, dans l'attente de la négociation d'un avenant au COM.

Cet indicateur de performance centré sur les investissements dans la création peut s'analyser au regard de deux indicateurs de suivi donnant un éclairage complémentaire :

PART DES INVESTISSEMENTS DANS LA CRÉATION CONSACRÉS À L'ÉCRITURE ET AU DÉVELOPPEMENT

L'innovation et la diversité des programmes diffusés sont valorisées par le public. Or, le besoin des chaînes financées exclusivement par la publicité de fidéliser une vaste audience peut limiter l'innovation et la diversité des programmes : recourir à des recettes déjà éprouvées sur d'autres chaînes, notamment à l'étranger, et fixer aux émissions nouvelles des objectifs d'audience à court terme permet ainsi de minimiser les risques d'audience. Cela peut aussi limiter la part des créations originales françaises ou européennes et celle des émissions différentes, qui ne trouvent pas immédiatement leur public. Par ailleurs, les dépenses d'écriture et de développement sont encore considérées comme trop faibles en France : cette difficulté transparaît dans la qualité des programmes, dans leur succès d'audience notamment auprès des jeunes adultes qui sont aujourd'hui particulièrement séduits par les fictions américaines – et dans leur succès à l'export. Pour toutes ces raisons, il est prévu, dans le cadre du COM 2011-2015, d'augmenter chaque année la part des dépenses de création consacrée à l'écriture et au développement.

PART DES DÉPENSES DE PROGRAMMES DANS LES DÉPENSES TOTALES

La ressource publique affectée à France Télévisions doit être prioritairement dédiée aux dépenses de programmes, qui constituent le cœur de sa mission de service public. Cette priorité doit se traduire dans la structure des charges du groupe.

L'indicateur retenu pour mesurer la réalisation de cet objectif est défini par la part des dépenses de programmes dans les dépenses totales. L'objectif inscrit dans le COM 2011-2015 est de dépasser 85 % dès l'année 2012. Ceci est d'autant plus ambitieux que les coûts techniques liés aux nouveaux médias ne sont pas pris en compte dans les coûts de grille. En 2012,

la part des dépenses de programmes dans les dépenses totales devrait progresser par rapport au réalisé 2011. Aucune prévision n'est fixée à ce stade pour l'année 2013, dans l'attente de la négociation d'un avenant au COM.

PART DE L'OFFRE PROPOSÉE EN DÉLINÉARISÉ

Cet indicateur vise à mesurer l'effort des chaînes du groupe pour faciliter l'accès à leurs programmes, grâce à l'intégration des nouvelles possibilités technologiques, afin de s'adapter aux nouveaux modes de consommation des téléspectateurs. La loi du 5 mars 2009 modifiant l'article 48 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication dispose qu'« à compter de l'extinction de la diffusion par voie hertzienne terrestre en mode analogique des services de télévision sur l'ensemble du territoire métropolitain, [France Télévisions] met en place les services de médias audiovisuels à la demande permettant la mise à disposition gratuite au public de l'ensemble des programmes qu'elle diffuse, à l'exception des œuvres cinématographiques et, le cas échéant, des programmes sportifs, pendant une période minimale de sept jours à compter de leur première diffusion à l'antenne ». Le respect de ce texte devrait imposer une cible de 100 % dès l'année 2012, or il s'avère que l'entreprise ne parvient pas à systématiser l'acquisition des droits de diffusion en offre de rattrapage, notamment dans le cas de renégociation de contrats qui ne prévoyaient pas cette possibilité. Avec la croissance naturelle du nombre de nouveaux programmes, pour lesquels des contrats prévoyant l'offre de rattrapage seront quasi-systématiquement signés, l'année 2012 devrait voir la part des programmes proposés en télévision de rattrapage augmenter. Néanmoins, un certain nombre de contenus présents sur les antennes des différentes chaînes du groupe continueront à ne pas bénéficier de ce dispositif. A titre de comparaison, l'étude commandée par le CSA à l'IDATE, un cabinet de conseil, sur les modèles économiques des services de médias audiovisuels à la demande, dont les résultats ont été publiés le 18 juillet 2011, révèle que les offres délinéarisées des grandes chaînes historiques hertziennes ont représenté en moyenne en mars 2010, 64 % de leurs programmes de la tranche 17h00-24h00. Avec une réalisation de 72% en 2011 et une prévision de légère croissance en 2012, France Télévisions se place donc dans cette dynamique. Toutefois, compte tenu des difficultés rencontrées dans l'acquisition des droits, il semble aujourd'hui difficile de fixer une cible à l'horizon 2015.

NOMBRE DE PROGRAMMES AUDIO-DÉCRITS DIFFUSÉS EN SOIRÉE

France Télévisions ayant rempli l'objectif d'adaptation de l'ensemble de ses programmes au public sourd et malentendant en février 2010 (sous-titrage intégral des programmes nationaux), un nouvel objectif a été fixé par l'avenant au COM 2009-2012 concernant la diffusion de programmes audio-décrits destinés aux personnes aveugles ou malvoyantes. Cet indicateur était circonscrit au seul créneau horaire de la soirée et soumis à un certain nombre de réserves techniques. Aussi, le COM 2011-2015 modifie cet indicateur en étendant l'obligation à toute la journée et en prévoyant des cibles fermes :

- 2011 : 1 programme audio-décrit par semaine en moyenne sur l'année ;
- 2012 : 2 programmes audio-décrits par semaine en moyenne sur l'année ;
- 2013 : 1 programme audio-décrit par jour en moyenne sur l'année ;
- 2014 : 1,5 programme audio-décrit par jour en moyenne sur l'année ;
- 2015 : 2 programmes audio-décrits par jour en moyenne sur l'année 2015.

INDICATEUR 1.1 : Progression des investissements dans la création rapportée à la progression des recettes nettes disponibles

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Progression des investissements dans la création rapportée à la progression des recettes nettes disponibles	%	26,8	>= 100	= 100	>=100	n.d.*	n.d.*

Précisions méthodologiques

(*) : en attente de la négociation d'un avenant au COM.

L'indicateur mesure le taux de croissance des investissements dans la création audiovisuelle française et européenne rapporté au taux de croissance des recettes nettes disponibles. Les ressources nettes totales en 2010 ont cru de 2,5 % par rapport à 2009 du fait de la surperformance des recettes publicitaires. Par conséquent, le taux de croissance dans la création en 2010 est inférieur à celui des recettes nettes totales, ce qui explique un taux de 26,8 %, tout en dépassant les objectifs fixés au COM 2009-2012.

A compter de l'exercice 2011, on entend par « investissements dans la création » les investissements dans les œuvres audiovisuelles au sens du contrat d'objectifs et de moyens (COM) 2011-2015 de France Télévisions (indicateur 2.1.1), à savoir les quotas de production nationaux et les documentaires régionaux et ultra-marins qui, pour ces derniers, n'étaient pas comptabilisés avant 2011.

Sources des données : France Télévisions et COM 2011-2015.

France Télévisions

Programme n° 841 | OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

Indicateur de suivi 1-1-1 : Part des investissements dans la création consacrés à l'écriture et au développement

	Unité	Réalisation 2008	Réalisation 2009	Réalisation 2010	Réalisation 2011
Part des investissements dans la création consacrés à l'écriture et au développement	%	2,3	2,7	2,0	2,7

Précisions méthodologiques

A compter de 2011, cet indicateur est assis sur la réalisation de l'objectif d'investissement dans la création audiovisuelle tel qu'il est consigné dans le nouveau COM 2011-2015 de France Télévisions (indicateur 2.1.1). Ce périmètre inclut ainsi les quotas de production nationaux (au sens du décret n° 2010 747 du 2 juillet 2010 et du cahier des charges) et les documentaires régionaux et ultra-marins.

Source des données : France Télévisions.

INDICATEUR 1.2 : Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales	%	85,4	84,6	85,2	85,2	n.d.*	n.d.*

Précisions méthodologiques

(*) : en attente de la négociation d'un avenant au COM.

L'indicateur mesure la part du coût de grille dans les charges opérationnelles de France Télévisions (hors coûts de diffusion et « autres éléments »). Les coûts de diffusion ne sont pas pris en compte car leur évolution ne traduit pas un effort de gestion de la part du groupe. Sont en revanche pris en compte au dénominateur : les coûts techniques de la télévision mobile personnelle (TMP) et de la bande passante Internet et la part de France Télévisions dans le financement du GIP « France Télé Numérique ».

Sources des données : France Télévisions et COM 2011-2015.

INDICATEUR 1.3 : Part de l'offre proposée en délinéarisé

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Part de l'offre proposée en délinéarisé	%		72	63	73	n.d.*	n.d.*

Précisions méthodologiques

(*) : en attente de la négociation d'un avenant au COM.

L'indicateur mesure la part des programmes diffusés à la télévision mis à disposition du public gratuitement en service de télévision de rattrapage pendant une période minimale de sept jours à compter de leur première diffusion à l'antenne (à l'exception des œuvres cinématographiques et, le cas échéant, des programmes sportifs). L'indicateur n'existait pas avant 2010, c'est pourquoi les données chiffrées antérieures à la réalisation 2011 ne sont pas disponibles. Par ailleurs, il est important de préciser que le processus de mise en ligne des programmes diffusés sur les différentes antennes du groupe est constitué d'une succession d'opérations manuelles, qui ne sont pas centralisées ni automatisées et n'offrent donc pas la possibilité d'assurer un reporting fidèle et en temps réel. A ce jour, l'indicateur est donc renseigné sur la base de projections réalisées à partir d'une extraction sur une période donnée. En conséquence, il ne donne pas une image fidèle de la diversité et de la quantité des contenus disponibles. Plusieurs projets d'industrialisation de la chaîne technique sont en cours, de l'homogénéisation des régies finales et du système de gestion des stocks de programmes, à la systématisation de l'acquisition des droits et l'automatisation de la diffusion vers les canaux numériques, mais ils ne permettront pas de fiabiliser l'indicateur avant les années 2013 ou 2014. Ceci explique pourquoi cet indicateur n'est pas repris dans le contrat d'objectifs et de moyens 2011-2015.

Sources des données : France Télévisions.

INDICATEUR 1.4 : Nombre de programmes audiodécrits diffusés

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Nombre de programmes audiodécrits diffusés	Nombre	12	68 / 91	ND	130	n.d.*	n.d.*

Précisions méthodologiques

(*) : en attente de la négociation d'un avenant au COM.

Le COM 2011-2015 ne fixe plus d'objectif en nombre de programmes audiodécrits diffusés en soirée. Dès lors, le périmètre de l'indicateur 1.4 est modifié en ce sens à compter de l'année 2011 et la prévision 2012 correspond à la montée en charge prévue au COM. L'appréciation de l'évolution 2010-2011 doit tenir compte de ce biais.

Sources des données : France Télévisions et avenant au COM pour 2009-2012.

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

Ce deuxième objectif décline les différents résultats d'audience, à la fois sur les canaux de diffusion traditionnels et sur les supports numériques ; il permet ainsi de mesurer l'impact de la politique éditoriale auprès du public. Il est renseigné par deux indicateurs. Ces indicateurs sont, le cas échéant, complétés par des indicateurs de contexte supplémentaires, non assortis de cibles mais dont le suivi de l'évolution permet de mieux éclairer le Parlement :

AUDIENCE DES CHAÎNES

L'indicateur permet de vérifier que France Télévisions prend en compte les attentes des téléspectateurs en s'adressant au public le plus large, dans le respect d'une programmation de qualité, axée notamment sur la création française et européenne. Dans un contexte d'intensification de la concurrence et de montée en puissance des chaînes de la TNT, l'objectif est de vérifier qu'une proportion significative de la population est amenée à regarder les chaînes du groupe public chaque semaine. L'avenant au COM 2009-2012 fixait un objectif supérieur à 70 %, en net retrait par rapport à celui du COM 2007-2010. Le COM 2011-2015, qui définit une cible à 75 %, traduit la volonté de l'entreprise d'aller à la rencontre de tous les publics, grâce à des chaînes aux identités renforcées et à une meilleure harmonisation des programmes, mais également grâce au développement de l'offre régionale et locale, sur les antennes de France 3 et des Outre-mer Première. Avec une prévision actualisée de 80,8%, France Télévisions atteint largement son objectif.

L'évolution de cet indicateur peut s'analyser au regard de deux indicateurs de contexte apportant une information complémentaire :

PART DE L'AUDIENCE DES CHAÎNES DE FRANCE TÉLÉVISIONS DANS CELLE DES CHAÎNES DU MÊME UNIVERS

Cet indicateur de contexte mesure la performance d'audience des chaînes de France Télévisions par rapport aux chaînes comparables. La part de l'audience est calculée sur les univers suivants :

- pour France 2 et France 3, celui des chaînes hertziennes historiques en clair ;
- pour France 5, celui des chaînes en clair de la TNT ;
- pour France 4, celui des nouvelles chaînes en clair de la TNT.

Dans le contexte de la montée en puissance des chaînes de la TNT, l'indicateur retenu permet d'une part de relativiser les baisses d'audience régulièrement constatées pour les chaînes historiques du groupe, et d'autre part, de comparer la performance de France 4 et de France 5 à celle des autres chaînes de la TNT.

STRUCTURE DE L'AUDIENCE DU GROUPE FRANCE TÉLÉVISIONS

Paradoxalement, même si les chaînes en clair financées exclusivement par la publicité cherchent en priorité à être regardées par les cibles privilégiées des annonceurs, les plus de 50 ans sont globalement surreprésentés (par rapport à leur poids démographique) dans l'audience de ces chaînes. Cette surreprésentation est accentuée pour la télévision publique dont l'audience est plus âgée. Cependant, le public des enfants et des jeunes adultes (4-34 ans), représentant environ 40 % de la population française, nécessite une attention particulière. En effet, il peut être aujourd'hui davantage séduit par les fictions américaines ou les animations japonaises naturellement programmées par la télévision privée pour les raisons de compétitivité coût/audience évoquées ci-dessus que par des programmes français, au détriment de l'identité culturelle française. Or, la télévision publique doit s'adresser à tous et donc viser une audience équilibrée sur l'ensemble des catégories du public. En outre, être performant sur cette cible est une condition indispensable pour que la télévision publique puisse exercer un effet d'entraînement sur les autres chaînes en les incitant à renforcer leur propre offre d'œuvres de création française et européenne. L'indicateur de contexte permet de suivre l'évolution de la performance de France Télévisions sur les téléspectateurs de moins de 50 ans.

NOMBRE DE VISITES DES SITES INTERNET

Le déploiement d'une stratégie numérique complète constitue un axe central du COM 2011-2015. Il s'agit à la fois d'étendre l'offre délinéarisée (gratuite et payante), mais également de faciliter son accès et d'éditorialiser son contenu, à travers le lancement de deux plateformes consacrées à l'information et au sport. Cet effort de développement du groupe est évalué, dans le COM 2011-2015, par un ensemble d'indicateurs (1.3 et suivants) permettant de mesurer la performance de France Télévisions dans l'univers numérique (Internet fixe ou mobile, télévision connectée, développement d'offres transversales...).

France Télévisions

Programme n° 841 | OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

Les résultats enregistrés en 2011 et 2012 matérialisent les réalisations et la progression de France Télévisions dans ce domaine, avec notamment, pour 2011, le lancement de la plateforme Francetv.info et la très forte croissance de la consommation de vidéos et du nombre de visiteurs uniques sur les sites France Télévisions, favorisée par une actualité politique et sportive particulièrement dense. Il convient de noter que l'indicateur retenu dans le PAP à partir de 2012 (nombre de pages vues sur les sites internet du Groupe) minimise les progrès réalisés par la société car, comme le précise le texte du COM, il est sujet à d'importantes variations mécaniques. Ainsi, en 2011, la cible du COM n'est pas atteinte, en raison d'un changement des paramètres techniques de décompte des pages vues sur les jeux en ligne, genre particulièrement contributif à l'indicateur. Ces modifications se poursuivant en 2012, la prévision actualisée pour 2012 tient compte de leur impact mécanique défavorable sur l'indicateur.

INDICATEUR 2.1 : Audience des chaînes

(du point de vue du citoyen)

indicateur de la mission

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Audience des chaînes	%	78,2	79,2	> 75	80,8	> 75 (*)	> 75 (*)

Précisions méthodologiques

(*) : donnée chiffrée du COM 2011-2015, à titre conservatoire.

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

Sources des données : Médiamétrie, France Télévisions et COM 2011-2015.

Indicateur de suivi 2-1-1 : Part de l'audience des chaînes de France Télévisions dans celle des chaînes du même univers

	Unité	Réalisation 2008	Réalisation 2009	Réalisation 2010	Réalisation 2011
France 2	%	25,4	25,5	26,1	25,2
France 3	%	19,3	18,0	17,4	16,5
France 4	%	7,8 / 8,8	7,7	8,9 / 7,4	8,1
France 5	%	3,4 / 3,6	3,7	3,8 / 14,9	13,4

Précisions méthodologiques

Pour France 2 et France 3, la part d'audience de chacune des deux chaînes est rapportée à la part d'audience des chaînes historiques (TF1, France 2, France 3 et M6).

Pour France 4 et France 5 :

- avant 2009 : l'univers de mesure était limité aux foyers recevant exclusivement la TNT ;

- depuis 2009 : l'univers de mesure est désormais, comme pour France 2 et France 3, l'ensemble des foyers. Le second chiffre pour 2008 renvoie à cette nouvelle méthode afin de permettre une comparaison à 2009 ;

- avant 2011 : pour France 4, la part d'audience est rapportée à celle des nouvelles chaînes en clair de la TNT (France 4, Gulli, TMC, W9, NT1, NRJ12, Virgin 17, Direct 8, iTélé, BFM TV). Pour France 5, la part d'audience est rapportée à celle de l'ensemble des chaînes en clair de la TNT (soit les nouvelles chaînes en clair de la TNT auxquelles sont ajoutées les audiences TNT de TF1, France 2, France 3, France 5, M6 et Arte France) ;

- depuis 2011 : afin de travailler sur le même indicateur que le COM 2011-2015, la part d'audience de chacune des deux chaînes est rapportée à la part d'audience des nouveaux entrants de la TNT (nouvel indicateur « Chaînes TNT hors Médiamat Nat Historique 2012 » disponible dans les outils d'audience mis à disposition par Médiamétrie), à laquelle s'ajoute la part d'audience de France 5. Le second chiffre pour 2010 renvoie à la nouvelle méthode afin de permettre une comparaison à 2011.

A noter : rectification d'erreurs matérielles figurant dans le RAP 2011 sur les données 2010 et 2011 pour France 4 et France 5.

Sources des données : Médiamétrie et France Télévisions.

Indicateur de suivi 2-1-2 : Structure de l'audience du groupe France Télévisions

	Unité	Réalisation 2008	Réalisation 2009	Réalisation 2010	Réalisation 2011
Indice d'attractivité des 4-49 ans	%	67	66	66	65

Précisions méthodologiques

Part d'audience de France Télévisions sur les 4-49 ans, rapportée à la part d'audience de France Télévisions sur les 4 ans et plus. Cet indicateur, appelé indice d'attractivité des 4-49 ans, permet de rendre compte de l'évolution de la structure de l'audience des chaînes de France Télévisions par rapport à la structure de l'audience globale de la télévision. Une valeur inférieure à 100 % traduit une sous-représentation des 4-49 ans.

Sources des données : Médiamétrie et France Télévisions.

INDICATEUR 2.2 : Nombre de visites des sites Internet

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Nombre de visites des sites Internet	Million	308	267	20	150	n.d.*	n.d.*

Précisions méthodologiques

(*) : en attente de la négociation d'un avenant au COM.

Nombre moyen mensuel de pages vues sur les sites internet du groupe (en millions).

- Cet indicateur, qui relatait précédemment le taux de pénétration des sites internet de France Télévisions, est modifié à compter de l'exercice 2011 pour être mis en cohérence avec le COM 2011-2015 (indicateur 1.3.2).

- Comme le précise le texte du COM, « les objectifs pour cet indicateur peuvent connaître des aléas liés à la refonte éditoriale et aux modifications d'architecture des sites ». Cet indicateur est en particulier extrêmement sensible, en 2011 et 2012, à des modifications importantes apportées au rythme de rafraîchissement des pages sur les jeux en ligne (« Tout le monde veut prendre sa place » et « Questions pour un champion »), univers particulièrement contributif aux performances de fréquentation des sites de France Télévisions. Ces modifications affectent cet indicateur à la baisse. Hors jeux en ligne, cet indicateur reste sensiblement stable.

Sources des données : Médiamétrie et France Télévisions.

OBJECTIF n° 3 : Assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion

Pour mémoire et dans l'attente d'un nouveau plan d'affaires pour la période 2013-2015, la trajectoire financière du COM 2011-2015 prévoit que France Télévisions doit maîtriser ses dépenses et maximiser ses ressources propres, dans le cadre fixé par la loi du 5 mars 2009, afin de dégager les ressources nécessaires à la croissance du coût de grille (+ 2,8 % par an en moyenne sur la durée du COM).

PART DES CHARGES DE PERSONNEL DANS LES CHARGES D'EXPLOITATION

La stabilisation du volume de charges de personnel (863 M€ en 2011) dans le budget du groupe est un objectif poursuivi par France Télévisions. L'évolution du ratio est affectée par la nécessaire harmonisation de la politique de ressources humaines du fait de la fusion. Aucune prévision n'est fixée à ce stade pour l'année 2013, dans l'attente de la négociation d'un avenant au COM.

L'évolution de cet indicateur peut s'analyser au regard d'un indicateur de suivi apportant une information complémentaire :

PART DE L'EMPLOI NON PERMANENT DANS L'EMPLOI TOTAL

Une façon simple de limiter l'évolution des charges de personnel est de recourir massivement à l'emploi intermittent, ce qui renforce la précarité des collaborateurs. Le COM 2011-2015 assigne à l'entreprise un objectif de stabilisation sur 2012 puis de réduction de l'emploi non permanent à compter de 2013. Les évolutions sur la période 2010-2012 doivent s'apprécier au regard d'un double contexte de transformation profonde de l'entreprise (mobilisation des fonctions support sur des chantiers lourds de convergence des systèmes d'information, absence de cadre social harmonisé en raison du décalage du calendrier des négociations à la suite de décisions de justice...) et de relance très significative de l'activité éditoriale et de production, en régions notamment, conformément aux objectifs assignés par le COM. Ceci explique que l'objectif du COM pour l'année 2011 (inférieur à 18%) n'a pas pu être atteint.

PART DES CHARGES DE FONCTIONNEMENT HORS PROGRAMMES ET HORS PERSONNELS RAPPORTÉE AUX CHARGES OPÉRATIONNELLES HORS COÛT DE DIFFUSION

C'est un nouvel indicateur du PAP 2013. L'entreprise commune, dont la mise en œuvre entrera dans une phase nouvelle à compter de 2013, une fois la convergence de systèmes d'information achevée, doit permettre à la société de réaliser des gains d'efficacité, notamment en matière de dépenses de fonctionnement. Cet indicateur a donc vocation à suivre l'évolution de cette catégorie de charges.

PART DES RESSOURCES PROPRES RAPPORTÉES AUX RESSOURCES TOTALES

Depuis 2009, le modèle économique de France Télévisions a évolué, puisque la publicité en soirée a été supprimée sur les services nationaux. Le niveau de l'indicateur en tient compte. Néanmoins, ces recettes demeurent un enjeu majeur pour l'entreprise. Depuis le PAP 2009, un indicateur de suivi, le montant des ressources propres hors publicité, vient compléter l'indicateur des ressources propres pour mettre l'accent sur l'optimisation des ressources propres hors recettes publicitaires. L'évolution observée, tant par rapport au réalisé 2011 que par rapport à la prévision PAP 2012, tient à la forte diminution des prévisions de ressources publicitaires. Aucune prévision n'est fixée à ce stade pour l'année 2013, dans l'attente de la négociation d'un avenant au COM.

RESSOURCES PROPRES HORS PUBLICITÉ

Dans le cadre de la suppression partielle de la publicité sur France Télévisions, il est important de disposer de repères traitant spécifiquement des autres ressources propres de l'entreprise, qui ont vocation à perdurer ou à se développer.

INDICATEUR 3.1 : Part des charges de personnel dans les charges d'exploitation

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Part des charges de personnel dans les charges d'exploitation	%	37,2	35,6	37,0	37,0	n.d.*	n.d.*

Précisions méthodologiques

(*) : en attente de la négociation d'un avenant au COM.

A compter de 2009, le périmètre retenu est uniquement celui de l'entreprise commune. Les coûts de diffusion ne sont pas pris en compte car leur évolution ne traduit pas un effort de gestion de la part du groupe. Sont en revanche pris en compte au dénominateur : les coûts techniques de la télévision mobile personnelle (TMP) et de la bande passante Internet et la part de France Télévisions dans le financement du GIP « France Télé Numérique ». Par ailleurs, les charges liées spécifiquement au plan de départ volontaire (hors indemnités de départ en retraite) ne sont pas prises en compte. La prévision PAP 2012 a été calculée à partir du plan d'affaires du COM 2011-2015.

Sources des données : France Télévisions et COM 2011-2015.

Indicateur de suivi 3-1-1 : Part de l'emploi non permanent dans l'emploi total pour France Télévisions

	Unité	Réalisation 2008	Réalisation 2009	Réalisation 2010	Réalisation 2011
Part de l'emploi précaire dans l'emploi total	%	17,7 / 17,4	16,2	17,2	19,1

Précisions méthodologiques

La fusion-absorption des antennes par la holding conduit à modifier le périmètre de référence, qui est désormais celui de l'entreprise commune. Le second chiffre indiqué pour 2008 correspond à ce rebasage. A compter de 2009, le périmètre retenu est uniquement celui de l'entreprise commune. Toutes les catégories de personnel non permanent sont prises en compte : contrats à durée déterminée (CDD) de droit commun, intermittents, cachetiers et pigistes.

Sources des données : France Télévisions.

INDICATEUR 3.2 : Part des charges de fonctionnement hors programmes et hors personnels rapportée aux charges opérationnelles hors coût de diffusion

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Part des charges de fonctionnement hors programmes et hors personnels rapportée aux charges opérationnelles hors coût de diffusion	%	n.d.	3,8		3,8	n.d.*	n.d.*

Précisions méthodologiques

(*) : en attente de la négociation d'un avenant au COM.

L'indicateur mesure la part des charges de fonctionnement hors programmes et hors personnels. Les coûts de diffusion ne sont pas pris en compte car leur évolution ne traduit pas un effort de gestion de la part du groupe. Sont en revanche pris en compte au dénominateur : les coûts techniques de la télévision mobile personnelle (TMP) et de la bande passante Internet et la part de France Télévisions dans le financement du GIP « France Télé Numérique ». Les charges de fonctionnement hors programmes et hors charges de personnels sont égales aux autres dépenses du diffuseur (hors coûts de diffusion technique et subventions filiales Cinéma), nettes des refacturations internes (93 M€ en 2011).

Source des données : France Télévisions et COM 2011-2015.

INDICATEUR 3.3 : Part des ressources propres rapportées aux ressources totales

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Part des ressources propres rapportées aux ressources totales	%	15,8	15,4	14,9	14,9	n.d.*	n.d.*

Précisions méthodologiques

(*) : en attente de la négociation d'un avenant au COM.

Ressources propres (publicité, parrainage, recettes diverses des diffuseurs et recettes nettes des autres activités) rapportées au total des ressources des diffuseurs (redevance, publicité et « parrainage et recettes diverses »). Les recettes nettes des autres activités comprennent le résultat opérationnel du producteur, le résultat opérationnel de gestion de droits, le résultat opérationnel des autres activités et le résultat financier.

Source des données : France Télévisions et COM 2011-2015.

Indicateur de suivi 3-2-1 : Ressources propres hors publicité

	Unité	Réalisation 2008	Réalisation 2009	Réalisation 2010	Réalisation 2011
Ressources propres hors publicité	M€	103,9	97,6	97,5	92,9

Précisions méthodologiques

En cohérence avec l'indicateur 3-3, les ressources propres hors publicité sont constituées du parrainage, des recettes diverses des diffuseurs et des recettes nettes des autres activités (résultat opérationnel du producteur, résultat opérationnel de gestion de droits, résultat opérationnel des autres activités et résultat financier). Le chiffre de réalisation 2010 qui figure dans le RAP 2010 correspond à la prévision budgétaire actualisée qui avait été présentée au conseil d'administration de France Télévisions du 26 octobre 2010. Ce chiffre a été actualisé par rapport au RAP 2010.

Source des données : France Télévisions.

France Télévisions

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

PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

2013 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS DEMANDÉS

2013 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FDC et ADP attendus en 2013
01	France Télévisions	2 243 117 423	
Total		2 243 117 423	

2013 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FDC et ADP attendus en 2013
01	France Télévisions	2 243 117 423	
Total		2 243 117 423	

2012 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LOI DE FINANCES INITIALE)

2012 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Prévisions FDC et ADP 2012
01	France Télévisions	2 131 399 421	
Total		2 131 399 421	

2012 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Prévisions FDC et ADP 2012
01	France Télévisions	2 131 399 421	
Total		2 131 399 421	

PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR TITRE ET CATÉGORIE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Ouvertes en LFI pour 2012	Demandées pour 2013	Ouverts en LFI pour 2012	Demandés pour 2013
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	2 131 399 421	2 243 117 423	2 131 399 421	2 243 117 423
Prêts et avances	2 131 399 421	2 243 117 423	2 131 399 421	2 243 117 423
Total	2 131 399 421	2 243 117 423	2 131 399 421	2 243 117 423

DÉPENSES FISCALES¹

Avertissement

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

Les chiffrages présentés pour 2013 ont été réalisés sur la base des seules mesures votées avant le dépôt du projet de loi de finances pour 2013. L'impact des dispositions fiscales de ce dernier sur les recettes 2013 est, pour sa part, présenté dans les tomes I et II de l'annexe « Évaluation des Voies et Moyens ».

DÉPENSES FISCALES PRINCIPALES SUR IMPÔTS D'ÉTAT (4)

(En millions d'euros)

Dépenses fiscales sur impôts d'État contribuant au programme de manière principale		Chiffrage pour 2011	Chiffrage pour 2012	Chiffrage pour 2013
950101	Dégrèvement en faveur des personnes de condition modeste Contribution à l'audiovisuel public <i>Objectif : Favoriser l'accès des personnes modestes à la télévision</i> <i>Bénéficiaires 2011 : 3 627 000 ménages - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Fiabilité : Bonne - Création : 2004 - Dernière modification : 2007 - Fin d'incidence budgétaire : dépense fiscale non-bornée - Fin du fait générateur : dépense fiscale non-bornée - CGI : 1605 bis-2°</i>	438	462	466
740106	Déduction intégrale de la TVA par les organismes du service public de la communication audiovisuelle consécutive à la soumission de la redevance au taux de TVA de 2,10 % Taxe sur la valeur ajoutée <i>Objectif : Aider le secteur audiovisuel public</i> <i>Bénéficiaires 2011 : 5 entreprises - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Changement de méthode - Fiabilité : Bonne - Création : 1990 - Dernière modification : 2008 - Fin d'incidence budgétaire : dépense fiscale non-bornée - Fin du fait générateur : dépense fiscale non-bornée - CGI : 281 nonies</i>	165	170	175
950102	Dégrèvement en faveur des personnes de condition modeste au titre des "droits acquis" Contribution à l'audiovisuel public <i>Objectif : Favoriser l'accès des personnes modestes à la télévision</i> <i>Bénéficiaires 2011 : 454 000 ménages - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Fiabilité : Bonne - Création : 2004 - Dernière modification : 2011 - Fin d'incidence budgétaire : 2012 - Fin du fait générateur : 2012 - CGI : 1605 bis-3°</i>	56	51	47
950103	Dégrèvement en faveur des personnes qui perçoivent pour la dernière fois le RMI en 2009 Contribution à l'audiovisuel public <i>Objectif : Assurer la transition entre le RMI et le RSA</i> <i>Bénéficiaires 2011 : 297 000 ménages - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Fiabilité : Bonne - Création : 2008 - Dernière modification : 2008 - Fin d'incidence budgétaire : 2011 - Fin du fait générateur : 2011 - CGI : 1605 bis-3° bis</i>	36	-	-
Coût total des dépenses fiscales²		695	683	688

¹ Les dépenses fiscales ont été associées à ce programme conformément aux finalités poursuivies par ce dernier.

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

² Le « Coût total des dépenses fiscales » constitue une somme de dépenses fiscales dont les niveaux de fiabilité peuvent ne pas être identiques (cf. caractéristique « Fiabilité » indiquée pour chaque dépense fiscale). Il ne prend pas en compte les dispositifs inférieurs à 0,5 million d'euros (« ε »). Par ailleurs, afin d'assurer une comparabilité d'une année sur l'autre, lorsqu'une dépense fiscale est non chiffrable (« nc »), le montant pris en compte dans le total correspond au dernier chiffrage connu (montant 2012 ou 2011) ; si aucun montant n'est connu, la valeur nulle est retenue dans le total. La portée du total s'avère enfin limitée en raison des interactions éventuelles entre dépenses fiscales. Il n'est donc indiqué qu'à titre d'ordre de grandeur et ne saurait être considéré comme une véritable sommation des dépenses fiscales du programme.

France Télévisions

Programme n° 841 JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

ÉLÉMENTS TRANSVERSAUX AU PROGRAMME

Numéro et intitulé de l'action / sous-action	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total	Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total
01 France Télévisions		2 243 117 423	2 243 117 423		2 243 117 423	2 243 117 423
Total		2 243 117 423	2 243 117 423		2 243 117 423	2 243 117 423

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

ESTIMATION DES RESTES À PAYER AU 31/12/2012

Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2011	Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2011	AE LFI 2012 + reports 2011 vers 2012 + LFR 2012-1 + LFR 2012-2 + prévision de FDC	CP LFI 2012 + reports 2011 vers 2012 + LFR 2012-1 + LFR 2012-2 + prévision de FDC	Évaluation des engagements non couverts par des paiements au 31/12/2012
0		2 135 483 421	2 135 483 421	0

ÉCHÉANCIER DES CP À OUVRIR

AE	CP 2013	CP 2014	CP 2015	CP au-delà de 2015
Évaluation des engagements non couverts par des paiements au 31/12/2012	CP demandés sur AE antérieures à 2013	Estimation des CP 2014 sur AE antérieures à 2013	Estimation des CP 2015 sur AE antérieures à 2013	Estimation des CP au delà de 2015 sur AE antérieures à 2013
0	0	0	0	0
AE demandées pour 2013	CP demandés sur AE nouvelles en 2013	Estimation des CP 2014 sur AE nouvelles en 2013	Estimation des CP 2015 sur AE nouvelles en 2013	Estimation des CP au delà de 2015 sur AE nouvelles en 2013
2 243 117 423	2 243 117 423	0	0	0
Totaux	2 243 117 423	0	0	0

CLÉS D'OUVERTURE DES CRÉDITS DE PAIEMENTS SUR AE 2013

CP 2013 demandés sur AE nouvelles en 2013 / AE 2013	CP 2014 sur AE nouvelles en 2013 / AE 2013	CP 2015 sur AE nouvelles en 2013 / AE 2013	CP au delà de 2015 sur AE nouvelles en 2013/AE 2013
100%	0%	0%	0%

Les crédits ouverts en LFI sont intégralement consommés en année N. Il n'y a donc pas d'engagements sur années antérieures non couverts par des paiements.

France Télévisions

Programme n° 841 | JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

JUSTIFICATION PAR ACTION

ACTION n° 01
France Télévisions

	Titre 2	Hors titre 2	Total	FDC et ADP attendus en 2013
Autorisations d'engagement		2 243 117 423	2 243 117 423	
Crédits de paiement		2 243 117 423	2 243 117 423	

ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

— DÉPENSES D'OPÉRATIONS FINANCIÈRES

Catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Prêts et avances	2 243 117 423	2 243 117 423

Pour 2013, il est proposé d'allouer à France Télévisions une dotation totale de ressources publiques de 2 453,3 M€HT, en baisse de 2,3 % par rapport à la LFI 2012, répartie comme suit : 256,4 M€ à partir du programme 313 du budget général et 2 197,0 M€HT (2 243,1 M€TTC) à partir du programme 841 du compte de concours financiers « Avances à l'audiovisuel public ».

Conformément aux dispositions de l'article 53 de la loi de n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, l'État et France Télévisions ont signés un Contrat d'Objectifs et de Moyens (COM) en novembre 2011 pour la période 2011-2015. Le plan d'affaires, finalisé et présenté au conseil d'administration de France Télévisions en juillet 2011, prévoyait un niveau de ressources publiques en croissance moyenne de 2,2 % par an sur la période.

Toutefois, les contraintes pesant sur les finances publiques ainsi que la révision à la baisse des prévisions de recettes publicitaires de la société conduisent aujourd'hui à revoir sensiblement la trajectoire initialement prévue. La discussion entre l'État et France Télévisions sur le périmètre des objectifs et des activités de l'entreprise n'ayant pas commencé à ce stade la trajectoire de charges de l'exercice 2013 n'a pu être actualisée. C'est pourquoi dans le compte de résultat prévisionnel ci-dessous, la répartition des charges pour l'exercice 2013 n'est pas précisée. Les travaux seront conduits tout au long du dernier trimestre 2012, avec pour but la définition d'un nouveau plan d'affaires 2013-2015, assorti d'objectifs stratégiques révisés et d'une réflexion transversale sur les économies à réaliser par l'entreprise.

Pour l'exercice 2012, et en dépit de ressources publiques et publicitaires inférieures à ce qui était prévu par le budget de la société, l'entreprise devrait être en mesure de respecter la quasi-totalité des objectifs qui lui sont aujourd'hui assignés. Son équilibre économique reste toutefois fragile, et les moindres recettes publicitaires, évaluées aujourd'hui par l'entreprise à 50 M€, combinées à la réduction en loi de finances rectificative au mois de mars 2012 de 6 M€ de la dotation publique, devraient contraindre son atterrissage. L'objectif de France Télévisions reste cependant l'équilibre du résultat d'exploitation en 2012.

S'agissant de l'exercice 2013, les prévisions de ressources sont à ce stade les suivantes :

- En ce qui concerne les ressources de France Télévisions, le plan d'affaires du COM prévoyait d'une part une dotation publique globale de 2 579 M€ HT en 2013 et d'autre part, des ressources de publicité et de parrainage de 433,5 M€.

Au titre de la participation du secteur audiovisuel au plan de redressement des finances publiques, il est proposé d'allouer à France Télévisions une dotation totale de ressources publiques de 2 453,3 M€ HT, en baisse de 2,3 % par rapport à la LFI 2012.

Ce montant est en retrait de 3,4% par rapport à la ressource publique prévue par le budget de la société adopté en conseil d'administration le 5 janvier 2012 (en effet, le budget de France Télévisions, conformément au plan d'affaires du COM, a été construit en tenant compte d'un report de 28 M€ de crédits 2011 sur l'exercice 2012, effectif depuis le mois de mars 2012).

Par ailleurs, les hypothèses publicitaires 2013 s'établissent à ce stade à 358,5 M€, soit -66,5 M€ par rapport au budget 2012.

En définitive, la prévision de ressources publiques et publicitaires de France Télévisions pour 2013 s'établit à 2 811 M€ HT, soit une baisse de 152,9 M€ HT par rapport au niveau 2012 de ressource prévu par le budget 2012 de l'entreprise (- 5,2%).

Compte tenu de cette modification importante de la trajectoire de ressources, France Télévisions et l'État ont engagé des discussions sur la modification du COM signé en 2011, pour établir un nouvel équilibre entre ses objectifs et ses moyens.

Compte de résultat de France Télévisions (En millions d'euros hors taxes)	2011 réalisé	2012 COM	2012 Budget	2013 PLF
Dotation publique	2 464,5	2 554,5	2 539,5	2 453,3
<i>dont ressource issue de la contribution à l'audiovisuel public</i>	2 102,6	2 082,6	2 087,6	2 197,0
<i>dont ressource issue du budget général</i>	361,9	471,9	451,9	256,4
Publicité et parrainage	423,7	425	425,0	358,5
Recettes diverses	4,6	9	4,0	
Chiffres d'affaires	2 892,8	2 988	2 968,5	
Prélèvements et commissions	346,7	362	360,8	
Recettes nettes disponibles	2 546,1	2 627	2 607,7	
Coûts de grille	2 076,4	2 127	2 125,8	
Coûts de diffusion	132,3	111	101,0	
Autres charges du diffuseur	360,1	369	368,4	
Dont filiales cinéma	21,5		23,0	
Dont variations de provisions et autres dépenses	17,3		17,5	
Total des charges	2 568,8	2 607	2 595,2	
Résultat opérationnel du diffuseur (avant coûts de transition)	-22,6	20	12,6	

PROGRAMME 842

ARTE FRANCE

MINISTRE CONCERNÉ : PIERRE MOSCOVICI, MINISTRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES

Présentation stratégique du projet annuel de performances	34
Objectifs et indicateurs de performance	36
Présentation des crédits et des dépenses fiscales	42
Justification au premier euro	45

PRÉSENTATION STRATÉGIQUE DU PROJET ANNUEL DE PERFORMANCES

Laurence FRANCESCHINI

Directeur général 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. Les émissions doivent tenir compte du caractère international, en particulier européen, de son public.

ARTE France fait partie d'une structure tripolaire comprenant ARTE France, la société allemande ARTE Deutschland et le groupement européen d'intérêt économique constitué par les deux sociétés précédentes et dont le siège se trouve à Strasbourg. ARTE France et ARTE Deutschland sont chargés de fournir les programmes que diffuse ARTE GEIE.

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) agréé entre l'État et la société ARTE France définit dans un cadre prospectif et pluriannuel : les stratégies éditoriale et de développement, les améliorations de gestion à mettre en oeuvre et les moyens afférents permettant d'y parvenir.

L'arrivée à échéance du COM 2007-2011 d'ARTE France a amené l'État et la société à négocier un nouveau COM pour la période 2012-2016, comme en dispose l'article 53-I de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, qui a été signé le 6 décembre 2011. Dans le contexte d'érosion des audiences à l'antenne que connaissait la chaîne depuis plusieurs années, il consacre l'ambition de relance d'ARTE France et traduit la stratégie pluriannuelle marquée par les engagements suivants :

- Renforcer les liens d'ARTE avec ses publics et élargir l'audience

L'objectif principal est la reconquête du public pour ARTE France sans toutefois renier les caractéristiques qui font sa singularité : une chaîne culturelle européenne, résolument créative et exigeante dans la qualité de ses programmes. La mise en place d'une nouvelle grille de programmes début 2012 s'inscrit pleinement dans cette perspective. Plus lisible et fortement enrichie en journée, cette grille compte notamment un nouveau rendez-vous culturel le dimanche après-midi, une nouvelle case de documentaires en semaine et davantage de programmes inédits.

- S'affirmer comme le média global de référence pour la culture et la création européenne auprès d'un large public

ARTE réaffirme son engagement dans la création et son identité européenne par la production et la diffusion d'oeuvres européennes, tout en renforçant sa proximité tant avec les téléspectateurs que les créateurs européens. Le COM prévoit un renouvellement de la ligne éditoriale pour l'ensemble des genres, en veillant à renforcer l'innovation et la liberté créative qui font la singularité de la chaîne. Une attention particulière est portée au ton et à l'écriture des programmes, afin d'en faciliter l'accès au public le plus large possible.

- Faire évoluer l'offre de services grâce aux nouveaux médias

Les nouveaux médias constituent une opportunité de développement pour ARTE. La chaîne, qui a acquis au cours du précédent COM une forte notoriété dans le domaine numérique, souhaite poursuivre ces développements et renforcer sa position de leader de la télévision en ligne. La chaîne entend explorer les nouvelles possibilités d'Internet : une meilleure circulation des œuvres grâce aux nouveaux vecteurs de diffusion comme la télévision de rattrapage et la télévision connectée, l'expérimentation des créations audiovisuelles ou encore l'enrichissement des plate-formes thématiques sur Internet.

- Continuer à améliorer et moderniser la gestion

L'amélioration et la modernisation de la gestion consistent en la poursuite d'une gestion rigoureuse du personnel, ce qui implique pour la société un effort important de formation professionnelle, afin d'assurer les développements numériques. Il s'agit d'appuyer le pilotage de la société sur des tableaux de bord de gestion enrichis et des systèmes d'information rénovés afin, à la fois, de rechercher une meilleure coordination avec ARTE GEIE et ARTE Deutschland et de réduire les délais de production des programmes.

En 2013, malgré une dotation publique inférieure aux prévisions du COM, les priorités stratégiques d'ARTE France sont les suivantes :

- **poursuivre l'effort sur les programmes** : en 2013, l'objectif principal d'ARTE France demeure la reconquête du public à travers notamment la poursuite de la stratégie d'évolution des programmes engagée en 2012. La mise en oeuvre, en janvier 2012, d'une nouvelle grille, plus accessible et plus souple a permis de renouer avec la hausse des audiences. Il convient désormais de confirmer cette tendance ;
- **maintenir les investissements dans la création** : la société entend continuer à jouer un rôle-clé dans le soutien à la création audiovisuelle et cinématographique française et européenne ;
- **développer l'offre grâce aux nouveaux médias** : ARTE poursuivra ses développements numériques en exploitant les nouvelles possibilités offertes par Internet : la diffusion sur les nouveaux vecteurs comme la télévision de rattrapage, amplifiée grâce à l'ADSL et aux mobiles ; le développement de programmes hybrides associant Internet et l'antenne, ou encore l'enrichissement des plateformes thématiques sur Internet voire la création d'une nouvelle plateforme sur l'environnement en 2013.

RÉCAPITULATION DES 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	Progression des investissements dans la création rapportée à la progression de la ressource publique
INDICATEUR 1.2	Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales
INDICATEUR 1.3	Part des films de la filiale ARTE France Cinéma pourvus d'une version en audiodescription
■ OBJECTIF 2	S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique
INDICATEUR 2.1	Audience
INDICATEUR 2.2	Audience multimédia d'Arte
■ OBJECTIF 3	Assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion
INDICATEUR 3.1	Part des charges de personnel dans les charges d'exploitation
INDICATEUR 3.2	Part des frais généraux dans les charges d'exploitation

OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

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

ARTE France a pour objectif d'offrir une programmation audiovisuelle de qualité, mettant l'accent sur la culture et la dimension européenne, mais également de jouer un rôle clé dans le soutien à la création audiovisuelle et cinématographique française et européenne. Ce rôle de soutien à la création se décline également dans l'univers numérique.

Afin d'optimiser le suivi de l'entreprise, trois indicateurs de performance ont été retenus pour évaluer cette offre. Ces indicateurs sont, le cas échéant, complétés par des indicateurs de suivi supplémentaires, non assortis de cibles mais dont le suivi de l'évolution permet de mieux éclairer le Parlement :

PROGRESSION DES INVESTISSEMENTS DANS LA CRÉATION RAPPORTÉE À LA PROGRESSION DE LA RESSOURCE PUBLIQUE

Le public affirme généralement sa préférence pour une proportion importante de programmes d'origine nationale plutôt que de programmes populaires étrangers. Or, dans les genres patrimoniaux, désignés sous le terme de création audiovisuelle (en particulier fiction, cinéma, animation ou documentaire), certains programmes extra-européens ont un avantage compétitif substantiel : ils sont souvent peu chers car amortis en grande partie sur leur marché d'origine, prêts à être diffusés rapidement après leur acquisition et ont déjà démontré leur capacité à séduire une audience importante, si bien que le risque de leur diffusion est moindre. L'une des missions du service public audiovisuel est donc de soutenir, grâce à son financement public, la création audiovisuelle française et européenne, aussi bien financièrement qu'en termes de visibilité à l'antenne. L'indicateur retenu mesure ainsi la progression de l'effort financier consenti en faveur de la création audiovisuelle française et européenne, chaque année, par ARTE France, rapportée à la progression de la ressource publique. L'évolution de cet indicateur de performance centré sur les investissements dans la création peut s'analyser au regard de trois indicateurs de suivi donnant un éclairage complémentaire :

PART DU CHIFFRE D'AFFAIRES INVESTI DANS LA PRODUCTION D'ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES FRANÇAISES ET EUROPÉENNES

Cet indicateur de suivi permet de mesurer l'effort d'ARTE France dans le domaine du cinéma : en effet, l'entreprise a pris dans le COM 2012/2016 un engagement spécifique de maintien de ses investissements dans la production d'œuvres cinématographiques européennes de 3,5 % de son chiffre d'affaires de l'année précédente sur la durée du COM.

PART DES INVESTISSEMENTS DANS LA CRÉATION CONSACRÉS À L'ÉCRITURE ET AU DÉVELOPPEMENT

L'innovation et la diversité des programmes diffusés sont valorisées par le public. Or le besoin des chaînes financées exclusivement par la publicité de fidéliser une vaste audience peut limiter l'innovation et la diversité des programmes : recourir à des recettes déjà éprouvées sur d'autres chaînes, notamment à l'étranger, et fixer aux émissions nouvelles des objectifs d'audience à court terme permet ainsi de minimiser les risques d'audience. Cela peut aussi limiter la part des créations originales françaises ou européennes et celle des émissions différentes qui ne trouvent pas immédiatement leur public. Par ailleurs, les dépenses d'écriture et développement sont traditionnellement faibles en France : cette difficulté transparaît dans la qualité des programmes, dans leur succès d'audience – notamment auprès des jeunes adultes qui sont aujourd'hui particulièrement séduits par les fictions américaines – et dans leur succès à l'export. C'est pourquoi il a été demandé à ARTE France, dans le cadre du COM 2012-2016, de poursuivre le renforcement de la part des dépenses de création consacrées à l'écriture et au développement qui passera ainsi de 3% en 2011 à 3,8% en 2013, pour atteindre 4% à la fin du COM.

PART DES PROGRAMMES DE CRÉATION EUROPÉENNE DANS LES PROGRAMMES DE CRÉATION DIFFUSÉS

Les chaînes de télévision peuvent être freinées dans leurs efforts de programmation d'œuvres françaises et européennes par des contraintes de rentabilité, s'agissant notamment de la fiction française qui pâtit de coûts de rediffusion non

compétitifs. Au contraire, le financement public d'ARTE France doit lui permettre d'être particulièrement volontariste sur le pourcentage de diffusion de programmes français et européens.

PART DES DÉPENSES DE PROGRAMMES DANS LES DÉPENSES TOTALES

La ressource publique affectée aux organismes du service public de l'audiovisuel doit être prioritairement dédiée aux dépenses de programmes, qui constituent le cœur de leur mission de service public. Cette priorité doit se traduire dans la structure des charges des sociétés. L'indicateur retenu ici, la part des dépenses de programmes dans les dépenses totales, contribue à ce titre à la mesure de la performance d'ARTE France.

PART DES FILMS DE LA FILIALE ARTE FRANCE CINÉMA POURVUS D'UNE VERSION EN AUDIODESCRIPTION

Les valeurs citoyennes sont fondamentales pour une chaîne de service public. Le rôle d'ARTE est donc de favoriser l'accès de tous à l'information et à la connaissance.

L'audiodescription est un procédé qui permet de rendre les films accessibles aux personnes aveugles ou malvoyantes grâce à un texte en voix off qui décrit les éléments visuels de l'œuvre. ARTE s'engage à ce qu'à la fin du présent COM, 80% au minimum des films de sa filiale soient pourvus d'une version en audiodescription. Ainsi, l'audiodescription sera développée dès le stade de la production du film, permettant ainsi sa disponibilité dès la sortie en salles.

Est conservé comme indicateur de suivi, la part des programmes adaptés au public sourd et malentendant hors publicité et habillage antenne. ARTE conserve l'objectif de sous-titrer 100% des programmes éligibles en 2012, et ce conformément à la loi du 11 février 2005 pour l'égalité des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées.

INDICATEUR 1.1 : Progression des investissements dans la création rapportée à la progression de la ressource publique

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Progression des investissements dans la création rapportée à la progression de la ressource publique	%	53	262	183	111	0*	0*

Précisions méthodologiques

(*) : Le taux négatif de progression de la ressource publique sur la période 2013-2015 rend cet indicateur peu lisible, car toute progression des investissements dans la création conduirait à un résultat négatif pour cet indicateur. Aussi, la cible de 0, c'est à dire le maintien des investissements dans la création malgré une diminution de la ressource publique, est un objectif particulièrement ambitieux.

Taux de croissance des investissements dans la création française et européenne rapporté au taux de croissance de la ressource publique. Les investissements dans la création correspondent aux engagements de production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques européennes.

Réalisation 2011 : la forte progression du taux des investissements dans la création de 2011 est due à la diminution, dans la grille de programme 2012, des magazines au profit des œuvres et à un effort important de redéploiement des moyens financiers vers le budget des programmes

Prévision actualisée 2012 : elle est inférieure à la prévision du PAP 2012 en raison du bon niveau des investissements 2011.

Sources des données : ARTE France, COM 2007-2011, COM 2012-2016, et modifications de la trajectoire financière à partir de 2013 suite à la participation au redressement des finances publiques.

Indicateur de suivi 1-1-1 : Part du chiffre d'affaires investi dans la production d'œuvres cinématographiques françaises et européennes

	Unité	Réalisation 2008	Réalisation 2009	Réalisation 2010	Réalisation 2011
Part du chiffre d'affaires investi dans la production d'œuvres cinématographiques françaises et européennes	%	3,4	3,4	3,7	3,5

Précisions méthodologiques

Part des ressources (hors prélèvement sur fonds de roulement) investies dans la production d'œuvres cinématographiques françaises et européennes.

Réalisation 2010 : le chiffre diffère de celui RAP 2010 car les comptes définitifs d'ARTE France pour 2010 n'avaient pas encore été arrêtés lors de la préparation du RAP.

Sources des données : ARTE France, COM 2007-2011 et COM 2012-2016

Indicateur de suivi 1-1-2 : Part des investissements dans la création consacrés à l'écriture et au développement

	Unité	Réalisation 2008	Réalisation 2009	Réalisation 2010	Réalisation 2011
Part des investissements dans la création consacrés à l'écriture et au développement	%	2,7	2,8	3,5	3,3

Précisions méthodologiques

Part des investissements dans la création audiovisuelle et cinématographique française et européenne (fiction, cinéma, animation, documentaire, spectacle vivant) consacrés aux conventions de développement.

Sources des données : ARTE France

Indicateur de suivi 1-1-3 : Part des programmes de création européenne dans les programmes de création diffusés

	Unité	2008 Réalisation	2009 Réalisation	2010 Réalisation	2011 Réalisation
Part des programmes de création européenne dans les programmes de création diffusés	%	85	85	83	87

Précisions méthodologiques

Part des œuvres de création européenne (fiction, cinéma, animation, documentaire, spectacle vivant) dans les œuvres diffusées.

Pour des raisons techniques, le calcul de ce quota est légèrement différent de celui prévu par la réglementation française, à laquelle ARTE n'est pas soumise : le volume horaire des œuvres est approché en retirant l'information et les magazines d'information ; il y reste certains magazines.

Sources des données : ARTE GEIE.

INDICATEUR 1.2 : Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales	%	78	77	79	79	78	76

Précisions méthodologiques

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

Prévisions 2013 et 2015 : malgré une baisse de la ressource publique la société s'efforcera de maintenir ses investissements dans la création au même niveau que 2012, la part du total du budget programmes devrait néanmoins diminuer à partir de 2012.

Sources des données : ARTE France, et modifications de la trajectoire financière à partir de 2013, suite à la participation au redressement des finances publiques.

INDICATEUR 1.3 : Part des films de la filiale ARTE France Cinéma pourvus d'une version en audiodescription

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Part des films de la filiale ARTE France Cinéma pourvus d'une version en audiodescription	%				5	10	40

Précisions méthodologiques

Le nombre de films pourvus d'une version en audio description est rapporté aux productions de la filiale ARTE France Cinéma. Les données ne sont pas disponibles avant 2012.

Sources des données : ARTE France Cinéma et COM 2012 – 2016.

Indicateur de suivi 1-3-1 : Part des programmes adaptés au public sourd et malentendant, hors publicité et habillage antenne

	Unité	2008 Réalisation	2009 Réalisation	2010 Réalisation	2011 Réalisation
Part des programmes éligibles adaptés au public sourd et malentendant	%	70	95	86	85

Précisions méthodologiques

Le périmètre de calcul jusqu'en 2011 intégrait des programmes qui n'étaient pas éligibles au sous titrage STSM. Sur les programmes éligibles les réalisations de 2011 étaient de 100%.

A partir de 2012, le calcul du pourcentage ne prend en compte que les programmes fournis par ARTE France et qui sont éligibles au STSM ; n'entrent donc pas en compte ceux fournis par ARTE Deutschland et par le GEIE ARTE.

Sources des données : ARTE France et COM 2007-2011.

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

Ce deuxième objectif décline les différents résultats d'audience, à la fois sur les canaux de diffusion traditionnels et sur les supports numériques ; il permet ainsi de mesurer l'impact de la politique éditoriale auprès du public. Il est renseigné par deux

indicateurs. Ces indicateurs sont, le cas échéant, complétés par des indicateurs de suivi supplémentaires, non assortis de cibles mais dont le suivi de l'évolution permet de mieux éclairer le Parlement :

AUDIENCE DE L'ANTENNE

L'indicateur permet de vérifier qu'ARTE prend en compte les attentes des téléspectateurs en s'adressant au public le plus large (dans le respect d'une programmation de qualité, axée sur la création française et européenne et sur les programmes culturels).

L'évolution de cet indicateur peut s'analyser au regard de deux indicateurs de suivi apportant une information complémentaire : la part d'audience France et l'audience cumulée en Europe.

AUDIENCE MULTIMÉDIA D'ARTE

Cet indicateur permet d'apprécier les résultats de la politique d'extension multisupports de la diffusion d'ARTE dans un suivi de fort développement des supports audiovisuels sur les plateformes multimédia. Une progression soutenue du nombre de visiteurs sur les sites Internet de la chaîne doit permettre de conquérir un nouveau public, si possible dans la tranche 25-49 ans pour laquelle les résultats d'ARTE France doivent être améliorés.

INDICATEUR 2.1 : Audience

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Audience	%	16	15	10	22,9	>=2012	>=2014

Précisions méthodologiques

Pourcentage des téléspectateurs de 15 ans et plus ayant regardé la chaîne pendant au moins quinze minutes non consécutives dans la semaine. Ce pourcentage est calculé sur la base du panel de Médiamétrie, qui a évolué pour prendre en compte l'équipement croissant des foyers en exclusif TNT et en réception ADSL.

Grâce à la mobilisation de moyens importants dès 2012 pour le budget programmes, le nouveau COM 2012-2016 prévoit une stabilisation de la part d'audience d'ARTE dès 2012, et une amélioration des résultats d'audiences sur la durée du COM.

Les premiers résultats sont au rendez-vous en 2012. ARTE mettra en oeuvre tous les moyens à sa disposition afin de limiter l'impact des modifications de la trajectoire financière à partir de 2013, suite à la participation au redressement des finances publiques.

Sources des données : Médiamétrie

Indicateur de suivi 2-1-1 : Part d'audience France

	Unité	2008 Réalisation	2009 Réalisation	2010 Réalisation	2011 Réalisation
Part d'audience France	%	1,7	1,7	1,6	1,5

Précisions méthodologiques

Part d'audience d'ARTE 24h/24 en 03h00-27h00, France entière, auprès des individus de 4 ans et plus = Part que représente la durée d'écoute d'ARTE dans la durée d'écoute totale du média télévision.

Sources des données : Médiamétrie

Indicateur de suivi 2-1-2 : Audience cumulée Europe

	Unité	2008 Réalisation	2009 Réalisation	2010 Réalisation	2011 Réalisation
Audience cumulée Europe	%	ND	ND	ND	75

Précisions méthodologiques

Couverture hebdomadaire d'ARTE 24h/24 en 03h00-27h00, auprès des individus de 4 ans et plus = Nombre d'individus ayant eu au moins un contact au seuil de 10 secondes consécutives avec la chaîne sur la semaine, en France, en Allemagne, en Belgique, en Suisse et en Autriche.

Cet indicateur n'existait pas dans le COM précédent et les données ne sont pas disponibles avant 2011.

Sources des données : Médiamétrie, GfK et chaînes publiques partenaires en Belgique, en Suisse et en Autriche.

INDICATEUR 2.2 : Audience multimédia d'Arte

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Nombre de visites des sites Internet	Nombre / jour	150 393	223 000	200 000	230 000	240 000	280 000
Nombre de vidéos vues par mois pour l'offre de télévision de rattrapage sur l'ensemble des plateformes de diffusion	Million	2,26	3,7		4,2	4,4	5

Précisions méthodologiques

Nombre de visites moyennes quotidiennes sur l'ensemble des sites ARTE. (arte.tv, arteliveweb.com, artempro.com, arteradio.com, arte-tv.com, artevod.com, arteboutique.com, arte-boutique.com, arte-edition.de, artefrance.fr)

Nombre de vidéos vues par mois pour l'offre de télévision de rattrapage sur l'ensemble des plateformes de diffusion (arte.tv, Youtube, Dailymotion, Free, Orange, SFR)

ARTE a réussi à imposer une image d'innovation, de créativité et à enregistrer des résultats en forte progression sur son site Internet. La chaîne a traité Internet comme un média à part entière, avec une écriture spécifique et un rapport différent au public. Elle s'est fortement investie en faveur des productions propres à Internet avec des web-documentaires, des web-fictions, des mini-séries ou des créations d'interface permettant d'optimiser les échanges avec les internautes. Ces initiatives ont été saluées par la presse et la profession car ARTE s'est engagée clairement dans une démarche fondée sur une plus-value éditoriale.

Sources des données : ARTE France, certification OJD.

OBJECTIF n° 3 : Assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion

La maîtrise des coûts des organismes de l'audiovisuel public rend nécessaire la maîtrise non seulement de l'évolution des charges de personnel, mais également de la part relative des frais de structure dans les charges d'exploitation globales.

INDICATEUR 3.1 : Part des charges de personnel dans les charges d'exploitation

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Part des charges de personnel dans les charges d'exploitation	%	7,5	8,3	7,3	7,3	7,5	7,9

Précisions méthodologiques

Cet indicateur fait l'objet d'un changement de méthodologie cette année et les données 2010 et 2011, ainsi que la prévision 2012, ont fait l'objet d'un retraitement. Précédemment, la part des charges de personnel était rapportée aux dépenses totales. Elle est maintenant rapportée aux charges d'exploitation. Cet indicateur permet de ne pas comptabiliser les suppléments de cachet versés aux ayants droit lors des rediffusions de programmes. L'indicateur retenu correspond à la part des charges de personnel (somme du budget permanent et du budget renfort et remplacement) dans les dépenses d'exploitation, donc hors charges financières; exceptionnelles, impôts sur les sociétés et intéressement.

Prévision 2013 : ARTE a le souci constant de maîtriser ses coûts de personnel. Ainsi, en 2013, dans la trajectoire financière prévue au COM, la stratégie ambitieuse de renforcement et renouvellement de la grille et celle dans le domaine des nouveaux médias n'entraînent pas de hausse de la part des charges de personnel dans les charges d'exploitation grâce à un effort important de redéploiement du personnel (il faut ici rappeler qu'il n'y a pas parmi les personnels d'ARTE de départ en retraite prévu avant 2017).

Du fait de la modification de la trajectoire financière à partir de 2013, suite à la participation au redressement des finances publiques, le budget des programmes est diminué, augmentant ainsi mécaniquement la part des charges de personnel dans les charges d'exploitation.

Sources des données : ARTE France

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

	Unité	2008 Réalisation	2009 Réalisation	2010 Réalisation	2011 Réalisation
Nombre d'ETP permanents et non-permanents	ETP	245,6	255,8	259,4	266,4
<i>dont non-permanents</i>	ETP	5	9	9	13

Précisions méthodologiques

Il s'agit de l'effectif moyen pondéré de l'année (permanents + occasionnels).

Sources des données : ARTE France - rapports de gestion

INDICATEUR 3.2 : Part des frais généraux dans les charges d'exploitation

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Part des frais généraux dans les charges d'exploitation	%	2,3	2,5	2,5	2,2	2,3	2,5

Précisions méthodologiques

Cet indicateur fait l'objet d'un changement de méthodologie cette année et les données 2010 et 2011, ainsi que la prévision 2012, ont fait l'objet d'un retraitement. Précédemment, la part des frais généraux était rapportée aux ressources totales. Elle est maintenant rapportée aux charges d'exploitation.

Il s'agit donc des dépenses des services communs et des dépenses d'administration générale, rapportées aux charges d'exploitation (soit hors charges financières; exceptionnelles, impôts sur les sociétés et intéressement).

A partir de 2013, du fait de la modification de la trajectoire financière, suite à la participation au redressement des finances publiques, le budget des programmes est diminué, augmentant ainsi mécaniquement la part des frais généraux dans les charges d'exploitation alors que ceux ci sont maîtrisés en valeur absolue.

Sources des données : ARTE France

PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

2013 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS DEMANDÉS

2013 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FDC et ADP attendus en 2013
01	ARTE France	268 358 731	
Total		268 358 731	

2013 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FDC et ADP attendus en 2013
01	ARTE France	268 358 731	
Total		268 358 731	

2012 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LOI DE FINANCES INITIALE)

2012 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Prévisions FDC et ADP 2012
01	ARTE France	269 166 230	
Total		269 166 230	

2012 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Prévisions FDC et ADP 2012
01	ARTE France	269 166 230	
Total		269 166 230	

PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR TITRE ET CATÉGORIE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Ouvertes en LFI pour 2012	Demandées pour 2013	Ouverts en LFI pour 2012	Demandés pour 2013
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	269 166 230	268 358 731	269 166 230	268 358 731
Prêts et avances	269 166 230	268 358 731	269 166 230	268 358 731
Total	269 166 230	268 358 731	269 166 230	268 358 731

JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

ÉLÉMENTS TRANSVERSAUX AU PROGRAMME

Numéro et intitulé de l'action / sous-action	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total	Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total
01 ARTE France		268 358 731	268 358 731		268 358 731	268 358 731
Total		268 358 731	268 358 731		268 358 731	268 358 731

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

ESTIMATION DES RESTES À PAYER AU 31/12/2012

Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2011	Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2011	AE LFI 2012 + reports 2011 vers 2012 + LFR 2012-1 + LFR 2012-2 + prévision de FDC	CP LFI 2012 + reports 2011 vers 2012 + LFR 2012-1 + LFR 2012-2 + prévision de FDC	Évaluation des engagements non couverts par des paiements au 31/12/2012
0		268 145 230	268 145 230	0

ÉCHÉANCIER DES CP À OUVRIR

AE	CP 2013	CP 2014	CP 2015	CP au-delà de 2015
Évaluation des engagements non couverts par des paiements au 31/12/2012	CP demandés sur AE antérieures à 2013	Estimation des CP 2014 sur AE antérieures à 2013	Estimation des CP 2015 sur AE antérieures à 2013	Estimation des CP au delà de 2015 sur AE antérieures à 2013
0	0	0	0	0
AE demandées pour 2013	CP demandés sur AE nouvelles en 2013	Estimation des CP 2014 sur AE nouvelles en 2013	Estimation des CP 2015 sur AE nouvelles en 2013	Estimation des CP au delà de 2015 sur AE nouvelles en 2013
268 358 731	268 358 731	0	0	0
Totaux	268 358 731	0	0	0

CLÉS D'OUVERTURE DES CRÉDITS DE PAIEMENTS SUR AE 2013

CP 2013 demandés sur AE nouvelles en 2013 / AE 2013	CP 2014 sur AE nouvelles en 2013 / AE 2013	CP 2015 sur AE nouvelles en 2013 / AE 2013	CP au delà de 2015 sur AE nouvelles en 2013/AE 2013
100%	0%	0%	0%

Les crédits ouverts en LFI sont intégralement consommés en année N. Il n'y a donc pas d'engagements sur années antérieures non couverts par des paiements.

JUSTIFICATION PAR ACTION

ACTION n° 01
ARTE France

	Titre 2	Hors titre 2	Total	FDC et ADP attendus en 2013
Autorisations d'engagement		268 358 731	268 358 731	
Crédits de paiement		268 358 731	268 358 731	

ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

DÉPENSES D'OPÉRATIONS FINANCIÈRES

Catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Prêts et avances	268 358 731	268 358 731

Pour 2013, il est proposé d'allouer à ARTE France une dotation totale de ressources publiques de 262,84 M€ HT (268,36 M€ TTC), en baisse de 0,3 % par rapport à la LFI 2012, dont 117,45 M€ HT (119,92 M€ TTC) de dotation d'équipement destinée au financement des programmes et des investissements et 145,39 M€ HT (148,44 M€ TTC) de dotation d'exploitation.

Conformément aux dispositions de l'article 53 de la loi de n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, l'Etat et ARTE France ont signé un Contrat d'Objectifs et de Moyens (COM) en décembre 2011 pour la période 2012 – 2016. Les dispositions générales du plan d'affaires annexé à celui-ci prévoyaient un niveau des ressources publiques en croissance moyenne de 2,9 % par an sur la période et une progression moyenne des dépenses de programmes comparable à celui de la ressource publique.

Le COM 2012-2016 prévoyait une augmentation de la dotation de 4,4% en 2013 (soit une hausse de 4,8% par rapport au montant de la LFI 2012). Toutefois, compte-tenu de la croissance des ressources publiques d'ARTE en 2012 de +6,5%, après une participation à l'effort de redressement de finances publiques de 2 M€, la dotation 2013 demeure en hausse de +6,6% par rapport à 2011.

Dans ce cadre plus contraint que celui prévu par le COM, les objectifs prioritaires d'ARTE France restent cependant la relance éditoriale et le développement numérique, ainsi que la poursuite de la stratégie ambitieuse de reconquête et d'élargissement du public initiée en 2012.

Les prévisions pour l'exercice 2013 sont les suivantes :

La dotation publique allouée à ARTE France s'élève en PLF 2013 à 268,36 M€ TTC (262,8 M€ HT), soit une baisse de 0,8 M€ par rapport à la LFI 2012 (-0,3 %).

Les ressources propres sont en augmentation 4,1 % par rapport au budget 2012 (parmi ces ressources propres, les recettes commerciales augmentent de 5 % par rapport au budget 2012). Le prélèvement sur le fonds de roulement sera limité à 0,94 M€ en 2012 au lieu des 2,44 M€ initialement prévus au budget, et le montant de 1,5 M€ sera reporté sur 2013 pour lisser la baisse du budget de programmes.

Ainsi, le total des crédits disponibles diminuera de 0,6 % en 2013 par rapport au budget 2012.

Le budget des programmes (intégrant les droits d'auteurs, compte de soutien et artistes-interprètes) marquera une baisse

significative de 8,7 M€ par rapport au budget 2012 (soit une diminution de 5,8 %) et de 11,7 M€ par rapport aux prévisions du COM pour 2013.

Les priorités stratégiques d'ARTE France sont les suivantes :

- **maintenir l'effort sur les programmes**, afin de proposer une grille de programmes renouvelée, plus lisible, plus souple et plus attractive, notamment en journée. Le maintien des investissements dans la création sera une priorité pour ARTE France ;

- **poursuivre l'offre sur de nouveaux médias afin de construire une galaxie numérique** : la production de formes innovantes de programmes hybrides (antenne / nouveaux médias) sera poursuivie, les plateformes sur les spectacles vivants (Arte Live Web) et la création numérique (Arte Créative) seront développées. Une nouvelle plateforme sur l'environnement pourrait être créée en 2013. Le développement de la télévision de rattrapage (ARTE+7) sera amplifié notamment sur les plateformes ADSL et les mobiles. ARTE poursuivra le déploiement de la diffusion sur les nouveaux vecteurs (Internet, mobiles).

Pour l'année 2013, les ajustements nécessaires pour tenir compte de la hausse de la contribution à ARTE GEIE concernent les programmes et les frais de structure, du fait des économies engendrées par la renégociation anticipée du bail du siège social d'ARTE France. La contribution au compte de soutien du CNC baisse par ailleurs mécaniquement du fait de la réduction du chiffre d'affaires.

Au total, les charges d'ARTE France diminueront de 0,6 % par rapport au budget 2012, soit 1,6 M€.

Tableau budgétaire ARTE France (en millions d'euros hors taxes)	Réalisé 2011	Budget 2012	PLF 2013	Evolution 2013/2011		Evolution 2013/2012	
				Écart	Évolution	Écart	Évolution
Contribution à l'audiovisuel public	246,7	263,6	262,8	+16,2	+6,6%	-0,8	-0,3%
Ressources propres	2,6	2,7	2,8	+0,2	+7,7%	+0,1	+4,1%
Prélèvement sur fonds de roulement	0,0	2,4	1,5	+1,5	n.a.	-0,9	-38,5%
TOTAL DES RESSOURCES	249,3	268,8	267,1	+17,9	+7,2%	-1,6	-0,6%
Programmes	133,0	151,0	142,3	+9,3	+7,0%	-8,7	-5,8%
Dépenses liées aux programmes	32,7	33,2	34,0	+1,3	+3,9%	+0,7	+2,2%
Contribution au GEIE	53,7	54,8	60,8	+7,1	+13,2%	+6,0	+10,9%
Frais de personnel	21,1	20,8	21,2	+0,1	+0,4%	+0,4	+2,0%
Charges de structure	7,4	7,6	7,5	+0,2	+2,2%	-0,1	-0,9%
Impôts et taxes	1,3	1,3	1,3	-	-	+0,0	+1,5%
TOTAL DES CHARGES	249,2	268,8	267,1	+18,0	+7,2%	-1,6	-0,6%
RESULTAT BUDGETAIRE	0,1	0,0	0,0				

* Compte tenu de la part de la dotation d'équipement dans le financement public d'ARTE France (45 %), les besoins de la société sont présentés non en compte de résultat mais en tableau budgétaire.

PROGRAMME 843

RADIO FRANCE

MINISTRE CONCERNÉ : PIERRE MOSCOVICI, MINISTRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES

Présentation stratégique du projet annuel de performances	50
Objectifs et indicateurs de performance	52
Présentation des crédits et des dépenses fiscales	58
Justification au premier euro	62

PRÉSENTATION STRATÉGIQUE DU PROJET ANNUEL DE PERFORMANCES

Laurence FRANCESCHINI

Directeur général des médias et des industries culturelles

Responsable du programme n° 843 : Radio France

Le programme 843 est celui sur lequel est inscrite la dotation publique destinée à la société Radio France. En application 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, Le Mouv' et FIP. Le positionnement de ces chaînes répond à chacune des missions énoncées à l'article 25 du cahier des missions et des charges de Radio France.

Par ailleurs, Radio France développe fortement son offre dans l'environnement numérique. Enfin, Radio France est un acteur culturel de premier plan, du fait de la programmation de ses chaînes, mais aussi grâce à ses quatre formations musicales et à ses activités d'édition.

Comme le prévoit l'article 53-I de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, l'État et Radio France ont signé le 29 juillet 2010 un contrat d'objectifs et de moyens (COM) pour la période 2010-2014. Celui-ci définit, dans un cadre prospectif et pluriannuel :

- la stratégie éditoriale et de développement ;
- les améliorations de gestion à mettre en œuvre ;
- les moyens afférents permettant d'y parvenir.

Les perspectives de développement du groupe ainsi que les objectifs de performance qui leur sont associés sont les suivants :

- Renforcer le cœur de métier de Radio France :

Chacune des sept chaînes qui composent le groupe bénéficie d'une identité forte, qui contribue à la richesse de l'offre de programmes de Radio France, tout en exprimant des ambitions communes que résume le triptyque « informer, éduquer, distraire ». Les identités des antennes seront renforcées et l'innovation dans les formats radiophoniques sera développée, afin de maintenir et, si possible, d'augmenter les audiences de chaque station. Radio France s'adressera à tous les publics, en évitant la désaffection des jeunes du média radio et en favorisant la diversité sociale. La satisfaction des auditeurs sera en outre mesurée. Enfin, Radio France poursuivra sa collaboration avec les sociétés de l'Audiovisuel extérieur de la France, ses homologues étrangères et les pays du Sud.

- Conforter l'action musicale et culturelle de Radio France :

Radio France est aujourd'hui un acteur de service public de premier plan pour la vie musicale et culturelle française. Sur la durée du COM 2010-2014, ces actions seront poursuivies. Les chaînes seront impliquées en constituant des espaces de culture et de débat, en soutenant la création musicale et les nouveaux talents ainsi que la fiction radiophonique. Les formations musicales, en lien avec France Musique, renforceront leur rôle pédagogique et veilleront à élargir leurs publics. Elles disposeront d'un auditorium dans la Maison de Radio France rénovée.

- Développer l'offre de Radio France dans un environnement multimédia :

La stratégie retenue vise en premier lieu à diffuser les programmes des antennes sur tous les supports, en développant les écoutes en direct et en différé, à la demande ou en téléchargement (« podcast »). Les contenus de Radio France seront ainsi davantage exposés, et les premières mesures ont montré que l'intérêt du public était important en la matière. Les contenus

feront également l'objet d'enrichissements, même si la priorité restera donnée au son. Leur dissémination, leur partage et la relation avec le public seront également développés, grâce aux possibilités offertes par le numérique. Afin de mettre en œuvre cette stratégie, la diffusion sera large : supports fixes et mobiles, par diffusion hertzienne (analogique ou numérique) ou réseaux de télécommunications (3G et Internet).

- Améliorer et moderniser la gestion des ressources :

Sur la période 2010-2014, la politique de ressources humaines de Radio France sera essentiellement orientée vers l'adaptation de l'entreprise à l'évolution de l'environnement (qui passera par l'évolution des métiers notamment grâce à la formation), la maîtrise de l'emploi et des coûts salariaux, la négociation d'un nouvel accord collectif pour les personnels et la garantie et la promotion de l'égalité des chances. D'une façon générale, les moyens techniques et l'organisation du travail seront modernisés. Enfin, le chantier de réhabilitation de la Maison de Radio France sera poursuivi. Son achèvement est prévu à l'été 2016. Le respect des délais et des coûts sera suivi.

- Bâtir les conditions de l'équilibre financier :

Le COM 2010-2014 prévoit un résultat équilibré chaque année de la période, ce qui supposera la maîtrise de l'évolution des charges et le développement des ressources propres dans un contexte d'investissements importants, liés en particulier au chantier de réhabilitation de la Maison de Radio France.

En 2013, malgré une dotation publique en baisse par rapport aux prévisions du COM compte tenu de la participation de Radio France à l'effort de redressement des finances publiques, Radio France entend maintenir les trois priorités stratégiques suivantes :

- la volonté de réunir le public le plus large autour des antennes et des formations musicales ;
- la préservation des emplois au sein de la société et la poursuite du dialogue social dans une optique de modernisation de l'entreprise ;
- les déploiements multimédia et le développement du réseau France Bleu, structurants pour l'avenir de Radio France.

Trois objectifs ont été retenus pour analyser la performance du programme « Radio France » :

- la poursuite d'une politique éditoriale conduisant à proposer une offre radiophonique de service public, axée sur la culture, dans un univers de média global ;
- la capacité à s'adresser au public le plus large dans un environnement numérique ;
- la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale, et l'optimisation de la gestion.

RÉCAPITULATION DES 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	Diversité de la programmation musicale sur les antennes de Radio France
INDICATEUR 1.2	Part de l'offre des antennes proposée en délinéarisé
■ 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	Nombre de podcasts téléchargés
INDICATEUR 2.3	Fréquentation des concerts des formations musicales
■ OBJECTIF 3	Assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion
INDICATEUR 3.1	Part des charges de personnel dans les charges d'exploitation
INDICATEUR 3.2	Volume d'heures produites et diffusées, rapporté au total des effectifs permanents
INDICATEUR 3.3	Part des ressources propres dans les ressources totales

OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

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

Cet objectif est spécifiquement orienté vers l'offre, dont il vise la richesse et la qualité mais également la large mise à disposition auprès du public. Deux indicateurs de performance ont été retenus :

DIVERSITÉ DE LA PROGRAMMATION MUSICALE SUR LES ANTENNES DE RADIO FRANCE

La richesse et la qualité de l'offre radiophonique de Radio France, axée sur la culture, ne se limite pas à l'offre musicale. Celle-ci fait toutefois partie des objectifs éditoriaux de chaque antenne reconduits dans le COM 2010-2014. Radio France poursuivra sa politique de soutien à la création musicale et aux nouveaux talents, en particulier sur ses chaînes généralistes et à dominante musicale :

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

PART DE L'OFFRE PROPOSÉE EN DÉLINÉARISÉ

Cet indicateur vise à mesurer l'effort des antennes de Radio France pour faciliter l'accès à leurs programmes via les nouveaux modes d'écoute que sont l'écoute en différé et le téléchargement ("podcast") offerts par les nouveaux supports de l'ère numérique et qui permettent une plus large diffusion des programmes radiophoniques, notamment en direction des jeunes. A l'horizon 2014, Radio France souhaite construire un cadre juridique pour son offre multimédia avec les ayants droit des contributions utilisées afin de développer une offre des programmes diversifiée, correspondant aux missions de service public de Radio France, dans un cadre respectueux des prérogatives de ces ayants droit.

La part de l'offre des antennes de Radio France proposée en délinéarisé progresse à la suite de la renégociation des accords avec les sociétés d'auteurs, artistes et interprètes. Le cadre juridique a progressivement évolué entre 2010 et janvier 2012. Dès 2006, des accords avaient été signés entre les journalistes et les sociétés d'auteurs pour l'audio à la demande (AOD) suivis, en 2007, par des accords avec les formations orchestrales, en 2009, avec les sociétés d'auteurs pour le podcast et, en 2010, avec la société d'auteurs pour la mise à jour podcast/AOD/video à la demande (VOD) et les artistes interprètes. En 2011, des négociations ont eu lieu avec les organisations professionnelles de producteurs de disques : société civile des producteurs phonographiques (SCPP) et société civile des producteurs de phonogrammes en France (SPPF). Elles ont abouti à deux contrats signés en janvier 2012 qui ont parachevé le cadre juridique permettant la réécoute de la radio en ligne.

INDICATEUR 1.1 : Diversité de la programmation musicale sur les antennes de Radio France

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
France Inter : part de nouveautés parmi les titres diffusés	%	54,3	55	= 55	>=55	>=55	>=55
France Bleu : part de titres francophones parmi les titres diffusés	%	63,1	66	= 60	>=60	>=60	>=60
Le Mouv' : part de titres des nouveaux talents francophones diffusés sur l'antenne	%	27,4	27,3	= 25	>=25	>=25	>=25

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
FIP : nombre de titres différents dans la programmation musicale de l'antenne	nombre	2 132	2 091	= 1 800	>=1800	>=1800	>=1800

Précisions méthodologiques

Ces données constituent des moyennes sur une année civile ; elles concernent trois grilles de programmes successives (la seconde partie de la grille de l'année radiophonique n-1, de janvier à juin, la grille d'été de l'année n, ainsi que la grille de rentrée de l'année n, de septembre à décembre). Le taux de musicalité peut varier d'une grille à l'autre, en particulier en été, traditionnellement plus musical. La cible pour 2015 correspond à celle du COM 2010-2014.

Sources des données : services Musicast et Progcast de Yacast (moyennes de semaines moyennes sur une année civile) et COM 2010-2014.

INDICATEUR 1.2 : Part de l'offre des antennes proposée en délinéarisé

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Part du volume horaire de programmes hebdomadaires mis à disposition en podcast	%	35	45	= 35	>=45	>=45	>=45
Part du volume horaire de programmes hebdomadaires mis à disposition en écoute à la demande	%	58	58	= 58	>=57	>=57	>=60

Précisions méthodologiques

Ces indicateurs mesurent la performance en matière de diversification de l'offre des chaînes de Radio France en différé ainsi que le développement de l'offre de téléchargement (« podcast ») et de mise à disposition des programmes en écoute à la demande. La cible pour 2015 correspond à celle du COM 2010-2014.

Sources des données : Radio France, COM 2010-2014.

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

Ce deuxième objectif décline les différents résultats d'audience, à la fois sur les canaux de diffusion traditionnels et les supports numériques. Il permet ainsi de mesurer l'impact de la politique éditoriale auprès du public. Il est renseigné par deux indicateurs. Ces indicateurs sont, le cas échéant, complétés par des indicateurs de suivi supplémentaires, non assortis de cibles mais dont le suivi de l'évolution permet de mieux éclairer le Parlement. Compte tenu des incertitudes qui pèsent sur les modes de consommation des médias et des contraintes sur le budget de fonctionnement de Radio France pour la période 2013-2015, il est difficile de définir des cibles pour 2015. Néanmoins, dans la mesure où Radio France ne souhaite renoncer à aucune de ses ambitions éditoriales, les cibles indiquées pour 2015 dans le présent document suivent la trajectoire inscrite dans le COM pour la période 2010-2014 et peuvent donc être considérées comme ambitieuses.

AUDIENGE DES ANTENNES DE RADIO FRANCE

L'objectif fixé au COM 2010-2014 est globalement de maintenir ou augmenter les audiences par rapport aux niveaux constatés en 2009. Cet objectif est volontariste dans la mesure où, de 2006 à 2009, l'audience cumulée de Radio France avait déjà progressé en passant de 25,3 % à 25,8 %, et que l'audience cumulée de la radio en général avait baissé (82,8 % en 2006 mais seulement 81 % en 2009). Il s'agit donc d'un objectif de résistance à cette baisse. L'objectif est décliné par antenne, avec des spécificités :

- l'audience cumulée de France Bleu était de 6,8 % en 2009 mais l'objectif fixé dans le COM est de 7 % étant donné le potentiel de ce format et la perspective de développement de nouvelles France Bleu. Le suivi des audiences de France Bleu, comme celui de FIP et Le Mouv', tient en outre particulièrement compte du taux de couverture de la population ;
- l'audience cumulée du Mouv' était de 0,9 % en 2009 mais l'objectif du COM est de 1,5 % dans une optique de relance de cette antenne ;
- de même manière, l'audience cumulée de FIP était de 2 % en 2009 mais l'objectif du COM est de 2,2 % ;
- pour France Culture et France Musique, dont l'écoute est plus ponctuelle, l'audience cumulée est mesurée sur 3 semaines (pour les autres, il s'agit de l'audience cumulée sur un jour moyen, lundi-vendredi).

Pour la réévaluation 2012 et pour 2013, et à la lumière des niveaux constatés en 2011, il est prévu que Radio France remplisse les objectifs fixés par le COM 2010-2014 et listés ci-dessus, à l'exception du Mouv'. En effet, la refonte de la grille du Mouv' à la rentrée de septembre 2011 ne se traduit pas à ce stade par un succès d'audience. Les résultats sont très en

deçà des attentes à ce jour. L'objectif pour l'audience du Mouv', dont le format a été modifié en 2010, est de connaître une augmentation entre 2012 et 2013 pour atteindre au minimum le niveau de 1 % d'audience cumulée, ce qui constitue, compte tenu de ce qui précède sur l'audience actuelle du Mouv', une cible plus réaliste que celle du COM (1,5%).

PART DE L'AUDIENCE DES STATIONS GÉNÉRALISTES DE RADIO FRANCE AU SEIN DE L'AUDIENCE DES STATIONS GÉNÉRALISTES

L'indicateur permet de comparer les performances des antennes généralistes de Radio France (France Inter et France Bleu) avec celles de leurs concurrents privés (RTL, Europe 1, RMC et Sud Radio), et ainsi de mieux apprécier la performance de Radio France.

STRUCTURE DE L'AUDIENCE

Radio France doit rechercher une audience équilibrée sur tous les publics, en particulier les jeunes qui sont sous-représentés sur ses antennes par rapport au public de l'ensemble des radios. Cette sous-représentation est cependant également constatée sur les stations privées généralistes, l'écoute de la radio par les jeunes étant concentrée sur les stations musicales.

NOMBRE DE PODCASTS TÉLÉCHARGÉS

Radio France s'est engagée à intégrer au mieux les nouveaux modes de consommation des émissions radiophoniques dans son offre de service public, notamment pour fidéliser un auditoire plus jeune. Le nombre de « podcasts » téléchargés permet de mesurer l'audience de cette offre. La fixation d'une cible en 2015 est difficile compte tenu de l'évolution rapide des modes de consommation. Le COM 2010-2014 fixe l'objectif de maintien de Radio France au rang de premier groupe radiophonique en audience en différé.

Pour 2012 et 2013, une meilleure visibilité sera offerte aux podcasts grâce à la mise en ligne des nouveaux sites du Mouv', de France Bleu et de France Musique.

FRÉQUENTATION DES CONCERTS DES FORMATIONS MUSICALES

Radio France s'est engagée dans son COM 2010-2014 à attirer un plus large public aux concerts de ses quatre formations musicales, à travers notamment l'adaptation des formules de concerts proposées, l'augmentation de la visibilité des formations musicales et la mise en place d'une politique tarifaire adaptée. L'actuelle construction d'un auditorium et d'espaces associés offrira aux formations musicales un outil fonctionnel et de capacité idéale, au service du rôle pédagogique des formations et de la politique d'élargissement des publics. L'objectif à l'horizon 2015, notamment après l'ouverture de l'auditorium, est d'avoir un taux de fréquentation supérieur à 78%.

INDICATEUR 2.1 : Audience des antennes de Radio France

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Audience nationale cumulée sur un jour moyen							
- Radio France	%	25,5	26,0	= 25,8	>=26	>=26	>=26
- France Inter	%	10,2	10,5	= 10,2	>=10,5	>=10,5	>=10,5
- France Bleu	%	7,2	7,1	= 7	>=7,0	>=7,0	>=7,0
- France Info	%	8,4	9,0	= 8,8	>=9,0	>=9,0	>=9,0
- Le Mouv'	%	0,7	0,5	= 1	>=0,5	>=0,8	>=1,0
Audience cumulée sur sa zone de diffusion sur un jour moyen							
- FIP	%	2,0	2,0	= 2,2	>=2,2	>=2,2	>=2,2
Audience cumulée sur 3 semaines							
- France Culture	%	8,2	8,6	= 8,1	>=8,5	>=8,5	>=8,5
- France Musique	%	10,6	10,7	= 10,9	>=10,9	>=10,9	>=10,9

Précisions méthodologiques

Audience cumulée des antennes de Radio France.

En raison des différents formats radiophoniques et environnements concurrentiels, trois modalités différentes de calcul des données sont proposées :

- pour France Inter, France Bleu, France Info, Le Mouv' et le total Radio France, l'audience cumulée est calculée sur les 13 ans et +, sur un jour moyen, du lundi au vendredi, de 5h à 24h, période de référence : janvier – décembre ;
- pour FIP, l'audience cumulée est calculée sur les 13 ans et +, dans la zone de diffusion (Nantes, Bordeaux, Strasbourg, Île-de-France), sur un jour moyen, du lundi au vendredi, de 5h à 24h. Les chiffres de l'année n sont calculés sur une période de référence de septembre de l'année n-1 à juin de l'année n ;
- pour France Culture et France Musique, dont l'écoute est plus ponctuelle (en raison du format thématique), l'audience est mesurée sur le panel Médiamétrie, sur deux vagues de 3 semaines. Les chiffres de l'année n sont calculés en faisant une moyenne de ces deux vagues d'audience : la première vague correspond à la période allant de fin septembre à début octobre de l'année n-1, la seconde vague correspond à la période allant de fin janvier à début février de l'année n.

La cible pour 2015 correspond à celle du COM 2010-2014, à l'exception de celle du Mouv' qui a été revue à la baisse.

Sources des données : Médiamétrie (étude 126 000 radio pour France Inter, France Bleu, France Info et Le Mouv', Média locales 126 000 pour FIP et panel de Médiamétrie pour France Culture et France Musique), Radio France, rapports d'exécution du COM 2010-2014.

Indicateur de suivi 2-1-1 : Part de l'audience des stations généralistes de Radio France au sein de l'audience des stations généralistes

	Unité	2009 Réalisation	2010 Réalisation	2011 Réalisation
France Inter	%	23,1	22,4	23,2
France Bleu	%	13,7	14,5	14,8

Précisions méthodologiques

Part de l'audience de France Inter et de France Bleu au sein de l'audience des stations généralistes (RTL, France Inter, Europe 1, France Bleu, RMC et Sud Radio) sur un jour moyen (sur les 13 ans et plus, de 5h à 24h, du lundi au vendredi). La période de référence est de janvier à décembre.

Sources des données : Médiamétrie étude 126 000 radio et rapports d'exécution du COM 2006-2009 et COM 2010-2014.

Indicateur de suivi 2-1-2 : Structure de l'audience

On observe une certaine stabilité dans la composition des auditoires des stations de Radio France.

Le poids des moins de 35 ans est de 13 % dans le public de France Inter (contre 14 % en 2011), de 10 % dans celui de France Bleu (contre 11 % l'an dernier), de 11 % dans celui de France Culture et de 5 % dans celui de France Musique (stable). Il est en recul pour France Info (- 3 points à 14 %) et dans celui du Mouv' (-10 points à 50 %).

Les 35-49 ans représentent :

- 21 % du public de France Inter, stable, et de France Culture (- 3 points) ;
- 22 % dans celui de France Bleu ;
- 31 % dans celui de France Info ;
- 8 % dans celui de France Musique (- 2 points) ;
- 39 % dans celui du Mouv' (+ 10 points).

Comme sur l'année précédente, environ un cinquième du public de France Inter, France Culture et de France Info a entre 50 et 59 ans. Cette part s'établit à 24 % pour France Bleu. Elle est en baisse pour France Musique dont le public est vieillissant (- 5 points à 15 %).

INDICATEUR 2.2 : Nombre de podcasts téléchargés

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Nombre de podcasts téléchargés	Nombre	6 714 000	7 245 000	= 7 millions	>= 7 millions	>= 7 millions	ND

Précisions méthodologiques

Le nombre de téléchargements comptabilise le nombre de fois où l'appel à un téléchargement d'une émission en podcast a été mesuré par Médiamétrie e-stat. Les anciens chiffres de podcasts provenaient de TV radio, alors que Radio France se base désormais sur les chiffres d'eStat, exprimés en moyenne mensuelle. La mesure des podcasts par Médiamétrie eStat a commencé en novembre 2009. Compte tenu des incertitudes sur les modes de consommation en 2015, la cible 2015 ne peut pas être définie.

Sources des données : Médiamétrie e-stat, Radio France, COM 2010-2014.

INDICATEUR 2.3 : Fréquentation des concerts des formations musicales

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Taux de places occupées par rapport aux places proposées pour l'ensemble des concerts en France	%	77	74		75	>=75	>=78

Précisions méthodologiques

La fréquentation des concerts des formations musicales constitue un nouvel indicateur du projet annuel de performance. Les données sur les années 2010,

2011 et 2012 sont communiquées à titre indicatif.

Le périmètre de l'indicateur comprend tous les concerts parisiens et franciliens des 4 formations musicales dont Radio France est producteur ou co-producteur, ainsi que les concerts des formations proposés dans le cadre des Festivals produits par Radio France (Présences et Radio France & Montpellier). Il comprend les concerts programmés le soir dans les différentes salles (TCE, Pleyel, Châtelet, Opéra-Comique...), les concerts pour un public familial et les concerts pour les scolaires. Le taux de places occupées constitue une moyenne sur l'année pour l'ensemble des concerts organisés dans ce périmètre (117 en 2010, 143 en 2011 et 165 en 2012). L'objectif à l'horizon 2015, notamment après l'ouverture du futur auditorium au sein de la Maison de Radio France est d'avoir un taux de fréquentation $\geq 78\%$, objectif qui sera vraisemblablement revu à la hausse lorsque Radio France pourra à nouveau disposer de l'ensemble de ses espaces publics, i.e. à partir de 2016.

Il convient également de préciser que les formations musicales de Radio France sont des formations de radio. En plus des spectateurs des concerts des formations, il est donc intéressant de suivre le nombre d'auditeurs qui écoutent la retransmission de ces concerts en direct sur France Musique ou sur France Inter. Les concerts des formations sont diffusés dans la tranche 20h-22h sur France Musique les jeudis et vendredis, et dans la tranche 21h-22h le dimanche sur France Inter. Avec ces deux tranches environ, 95% de la diffusion des concerts des formations de Radio France est prise en compte. Selon Médiamétrie, 957 000 personnes ont écouté au moins une fois « France Musique de 20h à 22h les jeudis et vendredis ou France Inter le dimanche de 21h à 22h » en l'espace de 3 semaines (2011-2012). Ce chiffre était de 742 000 en 2010-2011.

C'est un chiffre important d'autant qu'un certain nombre des concerts diffusés sur France Musique fait également l'objet d'un échange dans le cadre de l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER) et est donc écouté aussi par les auditeurs de 5 ou 6 radios étrangères.

Sources des données : Médiamétrie e-stat, Radio France, COM 2010-2014.

OBJECTIF n° 3 : Assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion

La maîtrise des coûts de Radio France suppose la maîtrise de l'évolution des charges de personnel. Un indicateur permet de suivre l'atteinte de cet objectif :

PART DES CHARGES DE PERSONNEL DANS LES CHARGES D'EXPLOITATION

Les charges de personnel constituent le principal poste de charges pour Radio France (environ 60 % en 2010), sa production étant intégralement interne. L'objectif de maîtrise de la masse salariale du groupe a été maintenu dans le COM 2010-2014, sachant qu'il revêt un caractère particulier dans le contexte de renégociation des accords collectifs. La prévision de la part des charges de personnel dans les charges d'exploitation a été revue à partir de 2013 et s'établit au-dessus de la cible du COM 2010-2014 compte tenu des efforts à réaliser sur les autres charges d'exploitation.

VOLUME D'HEURES PRODUITES ET DIFFUSÉES, RAPPORTÉ AU TOTAL DES EFFECTIFS PERMANENTS

Cet indicateur, fondé sur le fait que la totalité de la production est effectuée en interne par Radio France, vise à inciter la société à optimiser l'organisation du travail. L'évolution des effectifs permanents doit toutefois être analysée au regard de l'évolution des autres types de personnel ; ainsi la prise en compte de l'intégration de cachetiers et pigistes (au sein des effectifs permanents de Radio France) impacte le ratio de façon défavorable. De plus, une variation marginale des volumes diffusés est induite tous les quatre ans, en raison d'un effet « année bissextile ».

PART DES RESSOURCES PROPRES RAPPORTÉES AUX RESSOURCES TOTALES

Radio France a également pour objectif d'accroître le niveau de ses ressources propres. Cet indicateur permet de mesurer la performance dans ce domaine. L'objectif inscrit dans le COM 2006-2009 était de maintenir le ratio au-dessus de 11 %. Pour le COM 2010-2014, il a été choisi d'abaisser la cible à terme (2014) à 7,9 %, notamment parce que le chantier de réhabilitation de la Maison de Radio France privera pour quelques années la société de leviers pour développer les recettes immobilières et de billetterie.

INDICATEUR 3.1 : Part des charges de personnel dans les charges d'exploitation

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Part des charges de personnel dans les charges d'exploitation	%	58,5	58,1	57,8	58,4	59,4	≤ 60

Précisions méthodologiques

Les charges salariales totales, comprenant personnels permanents, occasionnels et intermittents (de sorte que les intégrations n'ont pas d'effet sur ce ratio) sont rapportées au total des charges d'exploitation (y compris amortissements et provisions). La cible 2015 a été revue à la hausse par rapport à celle du COM 2010-2014 compte tenu de l'effort à réaliser en 2013 sur les charges d'exploitation hors masse salariale. La prévision 2013 et la cible 2015 sont ici données à titre indicatif et devront être mises à jour au moment de la construction du budget primitif 2013 et du plan d'affaires pluriannuel par l'entreprise, et de leur vote par le

conseil d'administration.

Sources des données : Radio France, comptes 2010 et 2011, rapports d'exécution du COM 2010-2014.

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

	Unité	2009 Réalisation	2010 Réalisation	2011 Réalisation
Nombre d'ETP permanents et non-permanents	Nombre	4 566,7	4 636,1	4 634,6

Précisions méthodologiques

Ces données s'entendent hors stagiaires et contrats de formation en alternance, hors intégration de cachetiers et pigistes et hors nouveaux collaborateurs refacturés à des tiers. La méthodologie de calcul des ETP CDD est identique à celle du COM 2010-2014.

Sources des données : Radio France, rapports d'exécution du COM 2010-2014.

INDICATEUR 3.2 : Volume d'heures produites et diffusées, rapporté au total des effectifs permanents

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Volume d'heures produites et diffusées, rapporté au total des effectifs permanents	heure / ETP	58,0	59,6	58,7	59	59,6	Stabilité

Précisions méthodologiques

La méthodologie de calcul du volume d'heures produites et diffusées a été modifiée dans le COM 2010-2014 et a fait l'objet d'un recalcul sur 2010 et d'une nouvelle estimation sur 2011. En effet, le mode de calcul précédent aboutissait à comptabiliser plusieurs fois une même heure si elle était diffusée sur des réseaux différents (FM ou OM) ou à l'intention de publics différents (programmes de la tête de réseau de France Bleu diffusés sur les 41 locales).

La prévision pour 2013 inclut l'impact du projet de création, courant 2013, d'une station locale France Bleu à Saint-Etienne.

Sources des données : Radio France, rapports de gestion 2010 et 2011, COM 2010-2014 (qui ne comporte toutefois pas de cibles pour cet indicateur).

INDICATEUR 3.3 : Part des ressources propres dans les ressources totales

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Part des ressources propres dans les ressources totales	%	9,0	8,7	8,3	8,1	7,9	>=7,9

Précisions méthodologiques

Les ressources propres, constituées des ressources publicitaires et de parrainage, des recettes de concert et des ventes et prestations de services mais hors partenariats (qui n'ont pas d'impact sur le résultat net dans la mesure où les recettes sont strictement équilibrées par des charges), sont rapportées au chiffre d'affaires. Dans le cadre du chantier de réhabilitation de la Maison de Radio France, les principaux locataires ont vocation à quitter les lieux, ce qui engendre une baisse des recettes immobilières. La cible 2015 est celle du COM 2010-2014.

Sources des données : Radio France, comptes 2010 et 2011, rapports d'exécution du COM 2010-2014.

PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

2013 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS DEMANDÉS

2013 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FDC et ADP attendus en 2013
01	Radio France	624 555 910	
Total		624 555 910	

2013 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FDC et ADP attendus en 2013
01	Radio France	624 555 910	
Total		624 555 910	

2012 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LOI DE FINANCES INITIALE)

2012 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Prévisions FDC et ADP 2012
01	Radio France	627 721 010	
Total		627 721 010	

2012 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Prévisions FDC et ADP 2012
01	Radio France	627 721 010	
Total		627 721 010	

PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR TITRE ET CATÉGORIE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Ouvertes en LFI pour 2012	Demandées pour 2013	Ouverts en LFI pour 2012	Demandés pour 2013
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	627 721 010	624 555 910	627 721 010	624 555 910
Prêts et avances	627 721 010	624 555 910	627 721 010	624 555 910
Total	627 721 010	624 555 910	627 721 010	624 555 910

DÉPENSES FISCALES³**Avertissement**

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

Les chiffrages présentés pour 2013 ont été réalisés sur la base des seules mesures votées avant le dépôt du projet de loi de finances pour 2013. L'impact des dispositions fiscales de ce dernier sur les recettes 2013 est, pour sa part, présenté dans les tomes I et II de l'annexe « Évaluation des Voies et Moyens ».

DÉPENSES FISCALES SUBSIDIAIRES SUR IMPÔTS D'ÉTAT (1)

(En millions d'euros)

Dépenses fiscales sur impôts d'État contribuant au programme de manière subsidiaire		Chiffrage pour 2011	Chiffrage pour 2012	Chiffrage pour 2013
740106	Déduction intégrale de la TVA par les organismes du service public de la communication audiovisuelle consécutive à la soumission de la redevance au taux de TVA de 2,10 % Taxe sur la valeur ajoutée <i>Objectif : Aider le secteur audiovisuel public</i> <i>Bénéficiaires 2011 : 5 entreprises - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Changement de méthode - Fiabilité : Bonne - Création : 1990 - Dernière modification : 2008 - Fin d'incidence budgétaire : dépense fiscale non-bornée - Fin du fait générateur : dépense fiscale non-bornée - CGI : 281 nonies</i>	165	170	175
Coût total des dépenses fiscales⁴		165	170	175

³ Les dépenses fiscales ont été associées à ce programme conformément aux finalités poursuivies par ce dernier.

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

⁴ Le « Coût total des dépenses fiscales » constitue une somme de dépenses fiscales dont les niveaux de fiabilité peuvent ne pas être identiques (cf. caractéristique « Fiabilité » indiquée pour chaque dépense fiscale). Il ne prend pas en compte les dispositifs inférieurs à 0,5 million d'euros (« ε »). Par ailleurs, afin d'assurer une comparabilité d'une année sur l'autre, lorsqu'une dépense fiscale est non chiffrable (« nc »), le montant pris en compte dans le total correspond au dernier chiffrage connu (montant 2012 ou 2011) ; si aucun montant n'est connu, la valeur nulle est retenue dans le total. La portée du total s'avère enfin limitée en raison des interactions éventuelles entre dépenses fiscales. Il n'est donc indiqué qu'à titre d'ordre de grandeur et ne saurait être considéré comme une véritable sommation des dépenses fiscales du programme.

JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

ÉLÉMENTS TRANSVERSAUX AU PROGRAMME

Numéro et intitulé de l'action / sous-action	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total	Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total
01 Radio France		624 555 910	624 555 910		624 555 910	624 555 910
Total		624 555 910	624 555 910		624 555 910	624 555 910

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

ESTIMATION DES RESTES À PAYER AU 31/12/2012

Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2011	Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2011	AE LFI 2012 + reports 2011 vers 2012 + LFR 2012-1 + LFR 2012-2 + prévision de FDC	CP LFI 2012 + reports 2011 vers 2012 + LFR 2012-1 + LFR 2012-2 + prévision de FDC	Évaluation des engagements non couverts par des paiements au 31/12/2012
0		625 168 510	625 168 510	0

ÉCHÉANCIER DES CP À OUVRIR

AE	CP 2013	CP 2014	CP 2015	CP au-delà de 2015
Évaluation des engagements non couverts par des paiements au 31/12/2012	CP demandés sur AE antérieures à 2013	Estimation des CP 2014 sur AE antérieures à 2013	Estimation des CP 2015 sur AE antérieures à 2013	Estimation des CP au delà de 2015 sur AE antérieures à 2013
0	0	0	0	0
AE demandées pour 2013	CP demandés sur AE nouvelles en 2013	Estimation des CP 2014 sur AE nouvelles en 2013	Estimation des CP 2015 sur AE nouvelles en 2013	Estimation des CP au delà de 2015 sur AE nouvelles en 2013
624 555 910	624 555 910	0	0	0
Totaux	624 555 910	0	0	0

CLÉS D'OUVERTURE DES CRÉDITS DE PAIEMENTS SUR AE 2013

CP 2013 demandés sur AE nouvelles en 2013 / AE 2013	CP 2014 sur AE nouvelles en 2013 / AE 2013	CP 2015 sur AE nouvelles en 2013 / AE 2013	CP au delà de 2015 sur AE nouvelles en 2013/AE 2013
100%	0%	0%	0%

Les crédits ouverts en LFI sont intégralement consommés en année N. Il n'y a donc pas d'engagements sur années antérieures non couverts par des paiements.

Radio France

Programme n° 843 | JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

JUSTIFICATION PAR ACTION

ACTION n° 01
Radio France

	Titre 2	Hors titre 2	Total	FDC et ADP attendus en 2013
Autorisations d'engagement		624 555 910	624 555 910	
Crédits de paiement		624 555 910	624 555 910	

ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

— DÉPENSES D'OPÉRATIONS FINANCIÈRES

Catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Prêts et avances	624 555 910	624 555 910

Pour 2013, il est proposé d'allouer à Radio France une dotation totale de ressources publiques de 611,7 M€ HT (624,6 M€ TTC), en baisse de 0,5 % par rapport à la LFI 2012.

Conformément aux dispositions de l'article 53 de la loi de n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, l'État et Radio France ont signé le 29 juillet 2010 un contrat d'objectifs et de moyens (COM) pour la période 2010-2014. Les dispositions générales du plan d'affaires annexé à celui-ci prévoyaient un niveau des ressources publiques en croissance moyenne de 3,1 % par an sur la période.

Les prévisions pour l'exercice 2013 sont les suivantes :

La dotation publique allouée à Radio France s'élève en PLF 2013 à 611,7 M€ HT, soit une baisse de 3,1 M€ HT par rapport à la LFI 2012 (-0,5 %). Cette dotation est inférieure à la trajectoire prévue dans le COM 2010-2014, qui prévoyait en 2013 un montant cumulé (fonctionnement et investissement) de 636,8 M€ HT, supérieur de 25,1 M€ au montant présenté en PLF 2013. Cela correspond à la contribution de Radio France à l'effort national de redressement des finances publiques. Toutefois, compte-tenu de la croissance des ressources publiques à destination de Radio France en 2012 de +3,1 %, après une participation à l'effort de redressement de finances publiques de 4,5 M€, les ressources publiques restent en hausse de +3,0 % par rapport à 2011.

Dans ce contexte, Radio France sera amenée en 2013 à fournir des efforts significatifs sur son budget de fonctionnement, afin de ne renoncer à aucune de ses ambitions :

- réunir le public le plus large autour de ses antennes et de ses formations musicales par la qualité de ses programmes ;
- poursuivre les développements structurants pour son avenir que sont les nouveaux médias et le maillage du territoire national par le réseau bleu avec la création en 2013 de la 44ème station du réseau France Bleu à Saint-Etienne.

De même, le chantier de réhabilitation de la Maison de Radio France se poursuivra en 2013.

Ces efforts devront se traduire par une **accélération de la modernisation de l'entreprise au travers du dialogue social, et par des économies structurelles qui porteront en priorité sur les achats et charges externes**. Ils conduiront par conséquent Radio France à revoir très sensiblement certains objectifs du COM 2010-2014.

FONCTIONNEMENT

En ce qui concerne les recettes de fonctionnement, la contribution à l'audiovisuel public versée HT à la société diminue de 0,9 % (-5,1 M€) par rapport au budget 2012. A ce stade, Radio France anticipe que les recettes publicitaires seraient au mieux stables en 2013 par rapport au budget initial de 2012. Les autres produits d'exploitation seraient également inférieurs à la prévision initiale de 2012, principalement du fait du départ du principal locataire de la Maison de Radio France.

En ce qui concerne les charges d'exploitation, celles-ci seront évaluées au moment de la construction du budget primitif 2013 par l'entreprise, et de son vote par le conseil d'administration.

INVESTISSEMENT

Le chantier de réhabilitation de la Maison de Radio France se poursuivra en 2013, et le niveau de subvention d'investissement ne sera pas affecté.

PROGRAMME 844

CONTRIBUTION AU FINANCEMENT DE L'ACTION AUDIOVISUELLE EXTÉRIEURE

MINISTRE CONCERNÉ : PIERRE MOSCOVICI, MINISTRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES

Présentation stratégique du projet annuel de performances	68
Présentation des crédits et des dépenses fiscales	69
Justification au premier euro	72

PRÉSENTATION STRATÉGIQUE DU PROJET ANNUEL DE PERFORMANCES

Laurence FRANCESCHINI

Directeur général des médias et des industries culturelles

Responsable du programme n° 844 : Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure

Le programme 844 « Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure » regroupe les crédits nécessaires au financement de la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France et de son partenaire TV5 Monde détenu à 49% (au moment de la rédaction de ce projet annuel de performance, sous réserve d'éventuelle évolution capitalistique à venir). Ces crédits sont complétés par ceux du programme 115 de la mission « Médias livres et industries culturelles » intitulé « Action audiovisuelle extérieure ».

La société anonyme holding Audiovisuel extérieur de la France (AEF) a été créée le 4 avril 2008. Elle regroupait alors les participations de l'État dans les entités qui composent l'audiovisuel extérieur français, à savoir France 24 et Radio France Internationale (RFI), filiales à 100 % d'AEF, et TV5 Monde, dont AEF est le principal actionnaire avec 49 % du capital. La fusion de RFI, France 24 et Monte Carlo Doualiya (MCD, radio arabophone filiale de RFI) au sein de la société AEF a été entérinée par l'assemblée générale extraordinaire d'AEF du 13 février 2012, TV5 Monde restant détenu par AEF à 49%.

La loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision a fait d'AEF une société nationale de programme soumise aux dispositions de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication. Le cahier des charges de la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France a été adopté par le décret n° 2012-85 du 25 janvier 2012.

Suite à la fusion, une nouvelle organisation a été mise en place en 2012. Cette nouvelle organisation s'est accompagnée de la mise en œuvre d'un plan de départ volontaire impliquant la suppression de 111 postes. La nouvelle organisation d'AEF repose sur la mutualisation des fonctions supports. Par ailleurs, l'organisation des équipes éditoriales de RFI et de France 24 doit aujourd'hui être réexaminée par la direction d'AEF à la lumière des préconisations du rapport de Jean-Paul Cluzel sur l'audiovisuel extérieur de la France.

En effet, le ministre des Affaires Étrangères et la ministre de la Culture et de la Communication ont confié le 5 juin 2012 à Jean-Paul Cluzel une mission d'évaluation de la fusion en cours à l'Audiovisuel extérieur de la France (AEF). Le rapport préconise une AEF réformée, fondée sur la séparation des rédactions de France 24 et de RFI. Après une analyse approfondie de ces conclusions, le conseil d'administration a demandé qu'un nouveau projet d'organisation lui soit proposé, fondé sur des rédactions distinctes pour RFI et France 24. Ce projet sera préalablement soumis aux instances représentatives du personnel.

En 2013, les objectifs du groupe AEF sont les suivants :

- proposer à tous les publics ciblés une offre pluri et multimédia, reflet de la diversité culturelle et linguistique ainsi que de la culture et des valeurs françaises et francophones ;
- développer la présence française dans le paysage audiovisuel mondial en vue de contribuer à l'influence de la France, à la francophilie et à la promotion de la francophonie ;
- assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion de l'AEF en s'appuyant sur une nouvelle organisation opérationnelle.

Les objectifs du groupe AEF seront formalisés dans un contrat d'objectifs et de moyens entre l'État et la société. L'arrivée d'un nouveau PDG devra en effet permettre, en coordination avec celui-ci, de finaliser un COM qui fixe des missions et des priorités claires à chacune des antennes de l'AEF, qui opère des choix sur les zones et les supports de diffusion, et qui intègre un plan d'affaires réaliste se basant sur le respect du budget triennal 2013-2015.

Les objectifs et indicateurs de performance relatifs à l'AEF fusionnée et à TV5 Monde sont décrits, comme en PLF 2012, au sein du programme 115 « Action audiovisuelle extérieure ».

PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

2013 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS DEMANDÉS

2013 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FDC et ADP attendus en 2013
01	Contribution au financement d'action audiovisuelle extérieure	169 243 179	
Total		169 243 179	

2013 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FDC et ADP attendus en 2013
01	Contribution au financement d'action audiovisuelle extérieure	169 243 179	
Total		169 243 179	

Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure

Programme n° 844 | PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

2012 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LOI DE FINANCES INITIALE)

2012 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Prévisions FDC et ADP 2012
01 Contribution au financement d'action audiovisuelle extérieure	169 243 179	
Total	169 243 179	

2012 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Prévisions FDC et ADP 2012
01 Contribution au financement d'action audiovisuelle extérieure	169 243 179	
Total	169 243 179	

PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR TITRE ET CATÉGORIE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Ouvertes en LFI pour 2012	Demandées pour 2013	Ouverts en LFI pour 2012	Demandés pour 2013
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	169 243 179	169 243 179	169 243 179	169 243 179
Prêts et avances	169 243 179	169 243 179	169 243 179	169 243 179
Total	169 243 179	169 243 179	169 243 179	169 243 179

Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure

Programme n° 844 | JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

JUSTIFICATION AU PREMIER EURO**ÉLÉMENTS TRANSVERSAUX AU PROGRAMME**

Numéro et intitulé de l'action / sous-action	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total	Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total
01 Contribution au financement d'action audiovisuelle extérieure		169 243 179	169 243 179		169 243 179	169 243 179
Total		169 243 179	169 243 179		169 243 179	169 243 179

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

ESTIMATION DES RESTES À PAYER AU 31/12/2012

Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2011	Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2011	AE LFI 2012 + reports 2011 vers 2012 + LFR 2012-1 + LFR 2012-2 + prévision de FDC	CP LFI 2012 + reports 2011 vers 2012 + LFR 2012-1 + LFR 2012-2 + prévision de FDC	Évaluation des engagements non couverts par des paiements au 31/12/2012
0		169 243 179	169 243 179	0

ÉCHÉANCIER DES CP À OUVRIR

AE	CP 2013	CP 2014	CP 2015	CP au-delà de 2015
Évaluation des engagements non couverts par des paiements au 31/12/2012	CP demandés sur AE antérieures à 2013	Estimation des CP 2014 sur AE antérieures à 2013	Estimation des CP 2015 sur AE antérieures à 2013	Estimation des CP au delà de 2015 sur AE antérieures à 2013
0	0	0	0	0
AE demandées pour 2013	CP demandés sur AE nouvelles en 2013	Estimation des CP 2014 sur AE nouvelles en 2013	Estimation des CP 2015 sur AE nouvelles en 2013	Estimation des CP au delà de 2015 sur AE nouvelles en 2013
169 243 179	169 243 179	0	0	0
Totaux	169 243 179	0	0	0

CLÉS D'OUVERTURE DES CRÉDITS DE PAIEMENTS SUR AE 2013

CP 2013 demandés sur AE nouvelles en 2013 / AE 2013	CP 2014 sur AE nouvelles en 2013 / AE 2013	CP 2015 sur AE nouvelles en 2013 / AE 2013	CP au delà de 2015 sur AE nouvelles en 2013/AE 2013
100%	0%	0%	0%

Les crédits ouverts en LFI sont intégralement consommés en année N. Il n'y a donc pas d'engagements sur années antérieures non couverts par des paiements.

JUSTIFICATION PAR ACTION

ACTION n° 01

Contribution au financement d'action audiovisuelle extérieure

	Titre 2	Hors titre 2	Total	FDC et ADP attendus en 2013
Autorisations d'engagement		169 243 179	169 243 179	
Crédits de paiement		169 243 179	169 243 179	

Placé sous la responsabilité du directeur général des médias et des industries culturelles, le programme 844 intitulé « Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure » vise à financer la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France et de son partenaire TV5 Monde détenu à 49 % (au moment de la rédaction de ce projet annuel de performances, sous réserve d'une éventuelle évolution capitalistique à venir). Les crédits du programme 844 destinés à AEF complètent ceux du programme 115 du budget général intitulé « Action audiovisuelle extérieure ».

Deux grandes missions sont assignées aux sociétés de l'audiovisuel public extérieur : une mission politique de promotion de la vision française du monde, et une mission culturelle de promotion du patrimoine français qui s'accompagne, dans certains cas, d'une mission de promotion de la langue française. En particulier, les missions spécifiques aux différentes antennes sont détaillées ci-dessous.

France 24

La chaîne française d'information internationale France 24 offre à un public international un point de vue français sur l'actualité du monde et contribue donc au rayonnement international de la France. Elle s'adresse principalement aux décideurs politiques et économiques, aux professionnels des médias et, plus généralement, aux téléspectateurs réguliers des chaînes d'information nationales et internationales. Elle rend compte de l'actualité immédiate tout en fournissant des repères et des éléments d'analyse permettant aux téléspectateurs de mettre les événements en perspective et de mieux comprendre les évolutions internationales. A cet égard, la chaîne s'attache à ce que le choix des sujets traités reflète la diversité de l'actualité mondiale.

RFI (Radio France Internationale)

Radio France Internationale est chargée de contribuer à la diffusion de la culture française, par la conception et la programmation d'émissions de radio en français ou en langue étrangère destinées aux auditoires étrangers ainsi qu'aux Français résidant à l'étranger. Cette société assure une mission d'information relative à l'actualité française, francophone, européenne et internationale. La radio diffuse essentiellement de l'information, des magazines d'actualité et des programmes musicaux.

TV5 Monde

Créée en 1984, la chaîne généraliste francophone est l'expression d'un partenariat entre l'État français et les gouvernements de la Suisse, de la Communauté française de Belgique, du Canada et du Québec. Dix télévisions partenaires francophones nourrissent la chaîne de la diversité de leurs programmes et de leur pluralisme éditorial. Définie dans la charte de la chaîne, adoptée lors de la 19e conférence des ministres responsables de TV5 Monde du 19 septembre 2005, la mission générale de service public de TV5 Monde consiste à assurer le rayonnement mondial du patrimoine audiovisuel francophone dans toute sa diversité en reflétant la dimension multilatérale de la francophonie.

ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

■ DÉPENSES D'OPÉRATIONS FINANCIÈRES

Catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Prêts et avances	169 243 179	169 243 179

La dotation publique allouée au groupe AEF via le programme 844 s'élève en PLF 2013 à 165,8 M€ HT (169,2 M€ TTC). Elle complète les crédits budgétaires du programme 115 « Action audiovisuelle extérieure ». Au total, il est proposé d'allouer à AEF et à TV5 Monde une dotation totale de ressources publiques de 314,2 M€HT, stable par rapport à la LFI 2012.

Dans un paysage médiatique mondial riche et de plus en plus concurrentiel, **la stratégie de l'Audiovisuel Extérieur de la France s'articule autour des trois grandes missions suivantes :**

- proposer à tous les publics ciblés une offre pluri et multimédia, reflet de la diversité culturelle et linguistique ainsi que de la culture et des valeurs françaises et francophones ;
- développer la présence française dans le paysage audiovisuel mondial en vue de contribuer à l'influence de la France, à la francophilie et à la promotion de la francophonie ;
- assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion de l'AEF en s'appuyant sur une nouvelle organisation opérationnelle.

Depuis sa création, le groupe AEF s'est attaché à développer sa distribution dans le monde, à relancer ses audiences dans des zones stratégiques, à restaurer l'équilibre financier de ses filiales, à renforcer ses grilles de programmes et à mettre en œuvre des synergies d'organisation et de contenus. Ainsi depuis 2008, sur le plan des audiences, l'ensemble des médias de l'audiovisuel extérieur de la France (France 24, RFI et Monte Carlo Doualiya) ont, en 3 ans, doublé leur audience à travers le monde. En 2011, les trois médias de l'AEF ont ainsi rassemblé 96 millions de téléspectateurs, auditeurs et internautes chaque semaine alors qu'ils en totalisaient 45 millions en 2008.

Après la réalisation effective le 13 février 2012 de la fusion en une entreprise unique des sociétés AEF, RFI, France 24 et Monte Carlo Doualiya, ainsi que la mise en œuvre d'un plan de départ volontaire, l'AEF doit consolider en 2013 ses succès et ses acquis tant sur le plan des audiences que sur le plan financier.

Par ailleurs, le ministre des Affaires Étrangères et la ministre de la Culture et de la Communication ont confié le 5 juin 2012 à Jean-Paul Cluzel une mission d'évaluation de la fusion en cours à l'Audiovisuel extérieur de la France (AEF), examinant la pertinence stratégique et l'impact des décisions prises. Le rapport a été remis aux ministres le 25 juin 2012.

S'appuyant sur une analyse étayée des conditions de la convergences des médias, notamment à la lumière d'exemples étrangers et de l'organisation des rédactions, le rapport conclut que la fusion des rédactions de France 24 et de RFI n'est pas pertinente compte tenu de l'identité et de missions de ces antennes, et de l'ambition de l'Audiovisuel extérieur de la France. En conséquence, Jean-Paul Cluzel préconise un AEF réformé, fondé sur la séparation des rédactions de France 24 et de RFI, la reconstitution de deux directions d'antenne distinctes et la réaffirmation de l'identité et de la spécificité de France 24 et de RFI.

Après une analyse approfondie de ces conclusions, le conseil d'administration a demandé qu'un nouveau projet d'organisation lui soit proposé, fondé sur des rédactions distinctes pour RFI et France 24. Ce projet sera préalablement soumis aux instances représentatives du personnel.

Le rapport concluant également à l'adéquation des locaux et des équipements destinés aux équipes de RFI à Issy-les-Moulineaux avec les besoins de l'activité de la radio, l'emménagement dans ce nouvel immeuble peut se poursuivre. Le regroupement de l'ensemble des activités de l'AEF sur un même lieu est donc en cours d'achèvement.

PRIORITÉS STRATÉGIQUES PAR ANTENNE

Suite à la forte expansion de la distribution, de la diffusion et de l'audience de ses antennes sur la période 2008-2011, le développement de l'AEF devra répondre à un principe d'optimisation des moyens mis en œuvre et faire l'objet d'une mise en regard fine et systématique entre les moyens financiers engagés d'une part, et le rayonnement français et les ressources propres qui pourront être dégagés d'autre part.

France 24

Les priorités stratégiques de France 24 en 2013 sont les suivantes :

- poursuivre le développement des audiences et de la notoriété de France 24 qui a connu une augmentation de 50 % de son audience en 2011 pour atteindre 45 millions de téléspectateurs hebdomadaires (en français, en anglais et en arabe) ;
- consolider la couverture de France 24 ;

- accentuer la présence et étendre la distribution des contenus de France 24 sur les nouveaux médias (réseaux sociaux, sites webs partenaires, terminaux mobiles, nouvelles tablettes, etc.) ;
- développer les ressources propres de la chaîne par la vente de programmes et de produits dérivés ;
- développer les synergies de contenus et de moyens.

Radio France Internationale (RFI)

Les priorités stratégiques de RFI en 2013 sont les suivantes :

- poursuivre la relance des audiences déjà largement amorcée ces dernières années, avec un total d'auditeurs hebdomadaires réguliers aujourd'hui de 40 millions versus 29,8 millions en 2008 (soit + 36 %) ;
- optimiser la diffusion de la radio en choisissant les moyens de diffusion les plus adaptés au contexte politique, économique et réglementaire de chaque pays (ondes courtes, FM, internet, téléphonie mobile, etc.) et, plus généralement, développer la diffusion sur les nouveaux médias (web radio, tablettes, etc.) et anticiper les évolutions technologiques (radio enrichie) ;
- adapter la politique des langues de RFI en fonction des cibles stratégiques, des résultats d'audience, de la situation géopolitique du monde et des coûts engagés, en favorisant de meilleures synergies entre toutes les langues autour d'une ligne éditoriale commune ;
- s'inscrire dans les synergies avec France 24, MCD et l'AEF dans le cadre de la fusion de l'Audiovisuel Extérieur de la France.

Monte Carlo Doualiya (MCD)

MCD poursuivra en 2013 son développement dans le cadre du pôle arabophone (constitué autour de MCD et de la rédaction arabophone de France 24) dont la réussite a permis une augmentation de 56 % des audiences de la radio (celles-ci passant de 5 millions d'auditeurs hebdomadaires en 2009 à 7,8 millions en 2011), un développement de ses fréquences FM et une multiplication par trois des visites sur le site commun en arabe entre la radio et la télévision. Comme pour RFI, le dimensionnement du parc d'émetteurs FM de MCD sera également repensé et rationalisé en fonction de l'évolution de ce mode de diffusion et des moyens financiers dont disposera l'AEF.

TV5 Monde

TV5 Monde poursuivra en 2013 sa stratégie visant à accroître l'influence française et francophone dans le monde, dans la continuité de l'actuel plan stratégique. Dans un contexte de concurrence important, il s'agit de :

- consolider le réseau de distribution télévisuel ;
- poursuivre la montée en puissance des offres média global ;
- continuer à faire exister la marque TV5 Monde dans un paysage mondial éclaté ;
- maintenir, voire accroître les recettes commerciales malgré une concurrence importante ;
- assurer le rayonnement des créations audiovisuelles francophones, de la langue française et des valeurs ainsi véhiculées, auprès d'un public croissant ;
- s'adapter aux réalités linguistiques des différents marchés, tout en poursuivant la mission de promotion de la langue française et de la francophonie.

Au préalable, TV5 Monde doit se doter d'un nouvel outil de production, post-production et diffusion (la V3) adapté aux défis technologiques d'aujourd'hui et de demain. Tel sera le chantier principal de l'année 2013, qui permettra à TV5 Monde de basculer en HD et d'industrialiser tous ses nouveaux développements multimédia.

COMPTE DE RÉSULTAT PRÉVISIONNEL 2013

Le compte de résultat prévisionnel 2013 présenté ci-dessous n'est qu'indicatif. Il pourrait être sensiblement revu en fonction de l'évolution à venir de la stratégie de l'AEF dans le cadre du changement en cours de la présidence de l'entreprise et des orientations pour TV5 Monde qui seront prises lors de la conférence qui se tient à Québec les 22 et 23 novembre.

La dotation publique allouée au groupe AEF comprend la dotation allouée à la chaîne multilatérale TV5 Monde, à titre conservatoire. Ce compte de résultat prévisionnel se fonde sur une hypothèse de dotation publique allouée à TV5 Monde de 75 M€, égale à 2012. Cette hypothèse reste soumise aux engagements qui seront pris avec les partenaires francophones lors de la conférence précitée.

Compte de résultat Groupe AEF (en millions d'euros Hors Taxes)	Budget 2012 CA 21/12/2011	PLF 2013	Evolution 2013/2012	
			Écart	Évolution
PRODUITS D'EXPLOITATION	332,8	334,7	+1,8	+0,6%
Ressources publiques	314,2	314,2	-	-
Ressources propres	12,0	12,3	+0,3	+2,2%
<i>dont publicité (contribution nette)</i>	6,0	5,3	-0,7	-10,9%
<i>dont appels à projets européens</i>	2,0	1,3	-0,7	-35,9%
<i>dont diversification et produits dérivés</i>	2,2	3,9	+1,7	+77,3%
<i>dont autres ressources propres</i>	1,9	1,8	-0,1	-4,9%
Autres produits d'exploitation (reprises de provision, etc.)	6,7	8,2	+1,6	+23,8%
CHARGES D'EXPLOITATION	333,3	334,9	+1,6	+0,5%
Dotation allouée à TV5 Monde	75,0	75,0	-	-
Coût des grilles de programmes	159,5	160,6	+1,1	+0,7%
Frais de diffusion et de distribution	45,4	46,9	+1,4	+3,2%
Frais généraux	49,9	47,8	-2,2	-4,4%
Subventions versées aux filiales	1,2	1,5	+0,2	+19,6%
Autres charges d'exploitation	2,1	3,1	+1,0	+46,6%
RESULTAT D'EXPLOITATION	-0,4	-0,2		
AUTRES RESULTATS (financier, exceptionnel, IS, etc.)	0,5	0,2		
RESULTAT NET	0,0	0,0		

Les produits d'exploitation de l'exercice 2013 sont attendus à 334,7 M€, en hausse de 0,6% par rapport à 2012.

- Les ressources publiques sont stables à 314,2 M€.

- Les ressources propres devraient globalement augmenter de 2,2 %. Toutefois, il existe des évolutions inégales selon le type de ressources propres.

Les charges d'exploitation sont prévues à 334,9 M€. La faible augmentation de ces charges est due à l'effet en année pleine des économies et synergies mises en œuvre dans le cadre de la fusion de France 24, RFI et MCD au sein de l'AEF qui permettent de financer une large partie des évolutions inéluctables de charges (glissement de la masse salariale et coût de l'harmonisation sociale) et des quelques développements ayant été lancés (effet année pleine de certains développements concernant la diffusion de RFI ou la distribution de France 24). Cette trajectoire de charges pourra être revue lors de l'élaboration du COM. L'arrivée d'un nouveau PDG devra en effet permettre, en coordination avec celui-ci, de finaliser un COM qui fixe des missions et des priorités claires à chacune des entités de l'AEF, qui opère des choix sur les zones et les supports de diffusion, et qui intègre un plan d'affaires réaliste, sur la base du budget triennal 2013-2015.

Le résultat net de l'exercice 2013 est prévu à l'équilibre.

PROGRAMME 845

INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL

MINISTRE CONCERNÉ : PIERRE MOSCOVICI, MINISTRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES

Présentation stratégique du projet annuel de performances	80
Objectifs et indicateurs de performance	82
Présentation des crédits et des dépenses fiscales	85
Justification au premier euro	89

PRÉSENTATION STRATÉGIQUE DU PROJET ANNUEL DE PERFORMANCES

Laurence FRANCESCHINI

Directeur général 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 en dispose l'article 49, modifié, de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, l'INA « assure la conservation des archives audiovisuelles des sociétés nationales de programme et contribue à leur exploitation ». A ce titre, l'INA a pour principales missions :

La conservation du patrimoine audiovisuel national, en particulier :

- assurer la collecte des programmes audiovisuels ;
- préserver et restaurer les fonds ;
- offrir des services documentaires renouvelés et efficaces ;
- renforcer l'accessibilité aux images et aux sons dans l'environnement Internet.

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.

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 le 1^{er} janvier 1995, le fonds initial de l'INA s'est enrichi des programmes des chaînes nationales de télévision privée et publique et des réseaux nationaux de programmes radiophoniques collectés au titre du dépôt légal de la radio et de la télévision, créé par la loi du 20 juin 1992.

Par ailleurs, 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 (dite loi DADVSI), portant modification des dispositions du code du patrimoine, le dépôt légal du web a été confié « aux organismes dépositaires », chargés de procéder à la collecte « des signes, signaux, écrits, images, sons ou messages de toute nature ». Ainsi, l'INA a été désigné comme l'un des responsables du dépôt légal, qu'il gère pour le compte de l'État.

Dans le prolongement des précédents contrats d'objectifs et de moyens (COM), les axes stratégiques prioritaires du COM 2010-2014 de l'INA sont les suivants :

- assurer la conservation et la valorisation du patrimoine audiovisuel
- constituer et transmettre les savoirs et les compétences
- assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion

RÉCAPITULATION DES OBJECTIFS ET 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 d'heures accessibles en ligne pour 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 l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion**
 - INDICATEUR 3.1 Part des charges de personnels dans les charges d'exploitation
 - INDICATEUR 3.2 Frais généraux rapportés aux charges d'exploitation
 - INDICATEUR 3.3 Part des ressources propres rapportées aux ressources totales

OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

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

Le présent objectif, dont l'intitulé reprend précisément celui de la mission que l'INA s'est vu confier par la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, comporte deux indicateurs de performance :

1.1 - Part des fonds menacés de dégradation sauvegardés en numérique :

L'objectif figurant dans le COM 2010-2014 est de soutenir un rythme de numérisation des fonds menacés permettant de sauvegarder en numérique, à échéance 2015, l'intégralité des fonds menacés, y compris ceux signalés postérieurement à la première expertise de 2003. En effet, les archives audiovisuelles de l'INA comportent 833 200 heures d'archives radiophoniques et télévisuelles menacées en raison de la dégradation physico-chimique des supports et de l'obsolescence des matériels de lecture. La mise en œuvre du plan de sauvegarde et de numérisation (PSN) depuis 1999 a pour objectif la préservation, sur support numérique, des fonds patrimoniaux menacés. L'indicateur assure donc le suivi de la réalisation du PSN.

1.2 - Nombre d'heures accessibles en ligne pour le grand public :

L'objectif est 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. Cette offre, accessible sur le réseau Internet, doit comporter un volume significatif d'images et de sons d'archives, de genres et de contenus diversifiés, à des conditions économiques compatibles avec celles en vigueur sur le marché.

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

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Part des fonds menacés de dégradation sauvegardée en numérique	%	68	73	77	77	83	93

Précisions méthodologiques

Nombre d'heures sauvegardées sur support numérique rapportées au nombre d'heures menacées de dégradation, soit 833 200 heures.

Sources des données : INA, rapports d'exécution du COM 2005-2009 et COM 2010-2014. La cible 2015 est une estimation (hors prévisions du COM).

INDICATEUR 1.2 : Nombre d'heures accessibles en ligne pour le grand public

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Nombre d'heures accessibles en ligne pour le grand public	heure	29 135	32 424	34 000	34 000	37 000	40 000

Précisions méthodologiques

Nombre d'heures disponibles sur Internet pour les particuliers.

Sources des données : INA, COM 2010-2014 et rapports d'exécution du COM 2005-2009. La cible 2015 est une estimation (hors prévisions du COM).

OBJECTIF n° 2 : Constituer et transmettre les savoirs et les compétences

Cet objectif répond à un nouvel axe fort du développement de l'INA détaillé dans le COM 2010-2014 : explorer et diffuser de nouveaux savoirs sur l'audiovisuel et le monde de l'image, afin de s'affirmer comme un pôle de renommée internationale pour l'enseignement et la recherche sur les médias. L'indicateur retenu mesure l'efficacité des formations d'enseignement

supérieur de l'établissement (l'indicateur sur le nombre de doctorants est abandonné, car peu pertinent pour mesurer la qualité des activités de recherche menées à l'institut).

2.1 - Taux d'insertion professionnelle des diplômés :

Deux cursus de niveau Bac+5 (« Production audiovisuelle » et « Gestion de patrimoine audiovisuel ») ont été ouverts en 2007, et un cursus de niveau Bac+3 en 2010 (« Documentaliste multimédia »). L'INA doit garantir l'adéquation de ses formations professionnelles avec les besoins des recruteurs. Le taux d'insertion professionnelle des diplômés d'INAsup permet d'apprécier l'efficacité de la formation délivrée par l'école. Le taux est désormais établi en rapportant le nombre de diplômés bénéficiant d'un contrat de travail quel qu'il soit **en lien avec la formation** nombre d'étudiants ayant reçu un diplôme.

INDICATEUR 2.1 : Taux d'insertion professionnelle des diplômés

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Taux d'insertion professionnelle des diplômés	%	93	> 70	> 70	>70	>70	>70

Précisions méthodologiques

Le taux est obtenu en rapportant le nombre de diplômés bénéficiant d'un contrat de travail quel qu'il soit (y compris l'intermittence) en lien avec la formation au nombre d'étudiants ayant reçu un diplôme. Le chiffrage comprend les formations INA et les formations en partenariat. Le chiffre de l'année n, mesuré au mois de décembre, porte sur les diplômés de juillet et de décembre de l'année n-1. La nouvelle méthode de calcul sera appliquée à partir de 2013.

Sources des données : La cible 2015 est une estimation (hors prévisions du COM).

OBJECTIF n° 3 : Assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion

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 ces éléments :

- Frais de personnels rapportés aux charges d'exploitation :

L'INA s'est engagé à poursuivre l'effort de maîtrise salariale réalisé lors des deux premiers COM. Ces frais constituent en effet le poste principal parmi les charges. 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.

- Frais généraux rapportés aux charges d'exploitation :

L'objectif est de limiter le poids des frais généraux. L'effort de maîtrise affirmé dans les deux précédents COM doit être poursuivi et consolidé.

- Part des ressources propres rapportées aux ressources totales :

Cet indicateur doit permettre de vérifier que l'intensification et la diversification des activités de l'INA s'accompagnent bien d'une maîtrise de l'équilibre entre ressources propres et ressources publiques.

INDICATEUR 3.1 : Part des charges de personnels dans les charges d'exploitation

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Charges de personnels rapportés aux charges d'exploitation	%	55,1	56,6	56,8	56,8	57,5	59,1

Précisions méthodologiques

Coût du personnel permanent, rapporté aux charges d'exploitation (somme des coûts de personnels et des coûts de fonctionnement).

Sources des données : INA, rapports d'exécution du COM 2005-2009 et COM 2010-2014.

Les charges de personnel permanent rapportées aux charges d'exploitation sont en hausse. Le taux passe de 56,8 % (prévision 2012) à 57,5 % (prévisions 2013). En effet, les charges de personnel permanent intègrent l'effet année pleine des recrutements 2012 et les effets attendus de la mise en œuvre du nouvel accord collectif. Le personnel permanent bien que maîtrisé connaît donc une augmentation. A contrario, les charges de personnel non permanent et les charges externes sont très fortement contraintes en 2013 (en diminution respectivement de -7,2 % et -1,5 %). Ainsi la progression du numérateur et la baisse du dénominateur se traduisent par une variation de +0,4 point de l'indicateur.

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation
ETP permanents fin d'année	ETP	945	933
ETP non permanents fin d'année	ETP	89	83

INDICATEUR 3.2 : Frais généraux rapportés aux charges d'exploitation

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Frais généraux rapportés aux charges d'exploitation	%	4,0	3,6	3,8	3,8	3,9	>4,15

Précisions méthodologiques

Les frais généraux correspondent aux dépenses d'énergie, charges locatives et de copropriété, locations mobilières, frais de mission, frais de réception, transport collectif du personnel, téléphonie, fournitures administratives, documentations et photocopies.

La légère dégradation de l'indicateur entre 2012 et la prévision 2013 s'explique par une diminution de 1,5% des charges d'exploitation dans un contexte économique de contraction de l'activité, alors que les frais généraux sont restés stables car peu dépendants de l'activité.

Sources des données : INA, rapports d'exécution du COM 2005-2009 et COM 2010-2014.

INDICATEUR 3.3 : Part des ressources propres rapportées aux ressources totales

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation	2012 Prévision PAP 2012	2012 Prévision actualisée	2013 Prévision	2015 Cible
Part des ressources propres rapportées aux ressources totales	%	32,0	32,1	33,2	33,2	29	29

Précisions méthodologiques

Recettes commerciales rapportées aux recettes totales (recettes d'exploitation et contribution à l'audiovisuel public d'exploitation).

La part des ressources propres rapportées aux ressources totales est prévue à 29 % en 2013. La conjoncture difficile pour les clients historiques de l'INA et la diminution des moyens alloués ne permettent pas à l'INA de maintenir son niveau de chiffre d'affaires au niveau de celui prévu en 2012. De ce fait, les recettes commerciales de l'INA sont estimées en retrait de 10 % entre le budget 2012 et les prévisions 2013. La contribution publique totale est quant à elle de 90,5 M€ en 2013, soit -0,5 % par rapport au budget 2012.

Sources des données : INA, rapports d'exécution du COM 2005-2009 et COM 2010-2014.

	Unité	2010 Réalisation	2011 Réalisation
Chiffre d'affaires provenant des activités de formation	Million d'euros	7,0	7,2
Chiffre d'affaires provenant des cessions de droits	Million d'euros	23,5	24,5
Chiffre d'affaires total	Million d'euros	37,5	38,7

PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

2013 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS DEMANDÉS

2013 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FDC et ADP attendus en 2013
01	Institut national de l'audiovisuel	92 405 809	
Total		92 405 809	

2013 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 7 Dépenses d'opérations financières	FDC et ADP attendus en 2013
01	Institut national de l'audiovisuel	92 405 809	
Total		92 405 809	

Institut national de l'audiovisuel

Programme n° 845 | PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

2012 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LOI DE FINANCES INITIALE)

2012 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Prévisions FDC et ADP 2012
01	Institut national de l'audiovisuel	92 870 160	
Total		92 870 160	

2012 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Prévisions FDC et ADP 2012
01	Institut national de l'audiovisuel	92 870 160	
Total		92 870 160	

PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR TITRE ET CATÉGORIE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Ouvertes en LFI pour 2012	Demandées pour 2013	Ouverts en LFI pour 2012	Demandés pour 2013
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	92 870 160	92 405 809	92 870 160	92 405 809
Prêts et avances	92 870 160	92 405 809	92 870 160	92 405 809
Total	92 870 160	92 405 809	92 870 160	92 405 809

DÉPENSES FISCALES⁵

Avertissement

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

Les chiffrages présentés pour 2013 ont été réalisés sur la base des seules mesures votées avant le dépôt du projet de loi de finances pour 2013. L'impact des dispositions fiscales de ce dernier sur les recettes 2013 est, pour sa part, présenté dans les tomes I et II de l'annexe « Évaluation des Voies et Moyens ».

DÉPENSES FISCALES SUBSIDIAIRES SUR IMPÔTS D'ÉTAT (1)

		(En millions d'euros)		
Dépenses fiscales sur impôts d'État contribuant au programme de manière subsidiaire		Chiffrage pour 2011	Chiffrage pour 2012	Chiffrage pour 2013
740106	Déduction intégrale de la TVA par les organismes du service public de la communication audiovisuelle consécutive à la soumission de la redevance au taux de TVA de 2,10 % Taxe sur la valeur ajoutée <i>Objectif : Aider le secteur audiovisuel public</i> <i>Bénéficiaires 2011 : 5 entreprises - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Changement de méthode - Fiabilité : Bonne - Création : 1990 - Dernière modification : 2008 - Fin d'incidence budgétaire : dépense fiscale non-bornée - Fin du fait générateur : dépense fiscale non-bornée - CGI : 281 nonies</i>	165	170	175
Coût total des dépenses fiscales⁶		165	170	175

⁵ Les dépenses fiscales ont été associées à ce programme conformément aux finalités poursuivies par ce dernier.

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

⁶ Le « Coût total des dépenses fiscales » constitue une somme de dépenses fiscales dont les niveaux de fiabilité peuvent ne pas être identiques (cf. caractéristique « Fiabilité » indiquée pour chaque dépense fiscale). Il ne prend pas en compte les dispositifs inférieurs à 0,5 million d'euros (« ε »). Par ailleurs, afin d'assurer une comparabilité d'une année sur l'autre, lorsqu'une dépense fiscale est non chiffrable (« nc »), le montant pris en compte dans le total correspond au dernier chiffrage connu (montant 2012 ou 2011) ; si aucun montant n'est connu, la valeur nulle est retenue dans le total. La portée du total s'avère enfin limitée en raison des interactions éventuelles entre dépenses fiscales. Il n'est donc indiqué qu'à titre d'ordre de grandeur et ne saurait être considéré comme une véritable sommation des dépenses fiscales du programme.

JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

ÉLÉMENTS TRANSVERSAUX AU PROGRAMME

Numéro et intitulé de l'action / sous-action	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total	Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total
01 Institut national de l'audiovisuel		92 405 809	92 405 809		92 405 809	92 405 809
Total		92 405 809	92 405 809		92 405 809	92 405 809

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

ESTIMATION DES RESTES À PAYER AU 31/12/2012

Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2011	Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2011	AE LFI 2012 + reports 2011 vers 2012 + LFR 2012-1 + LFR 2012-2 + prévision de FDC	CP LFI 2012 + reports 2011 vers 2012 + LFR 2012-1 + LFR 2012-2 + prévision de FDC	Évaluation des engagements non couverts par des paiements au 31/12/2012
0		92 359 660	92 359 660	0

ÉCHÉANCIER DES CP À OUVRIR

AE	CP 2013	CP 2014	CP 2015	CP au-delà de 2015
Évaluation des engagements non couverts par des paiements au 31/12/2012	CP demandés sur AE antérieures à 2013	Estimation des CP 2014 sur AE antérieures à 2013	Estimation des CP 2015 sur AE antérieures à 2013	Estimation des CP au delà de 2015 sur AE antérieures à 2013
0	0	0	0	0
AE demandées pour 2013	CP demandés sur AE nouvelles en 2013	Estimation des CP 2014 sur AE nouvelles en 2013	Estimation des CP 2015 sur AE nouvelles en 2013	Estimation des CP au delà de 2015 sur AE nouvelles en 2013
92 405 809	92 405 809	0	0	0
Totaux	92 405 809	0	0	0

CLÉS D'OUVERTURE DES CRÉDITS DE PAIEMENTS SUR AE 2013

CP 2013 demandés sur AE nouvelles en 2013 / AE 2013	CP 2014 sur AE nouvelles en 2013 / AE 2013	CP 2015 sur AE nouvelles en 2013 / AE 2013	CP au delà de 2015 sur AE nouvelles en 2013/AE 2013
100%	0%	0%	0%

Les crédits ouverts en LFI sont intégralement consommés en année N. Il n'y a donc pas d'engagements sur années antérieures non couverts par des paiements.

JUSTIFICATION PAR ACTION

ACTION n° 01
Institut national de l'audiovisuel

	Titre 2	Hors titre 2	Total	FDC et ADP attendus en 2013
Autorisations d'engagement		92 405 809	92 405 809	
Crédits de paiement		92 405 809	92 405 809	

ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

DÉPENSES D'OPÉRATIONS FINANCIÈRES

Catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Prêts et avances	92 405 809	92 405 809

Pour 2013, il est proposé d'allouer à l'Institut national de l'audiovisuel (INA) une dotation totale de ressources publiques de 90,5 M€HT, en baisse de 0,5 % par rapport à la LFI 2012.

Dans ce contexte de réduction de la dotation publique, l'INA va revoir le dimensionnement de l'ensemble de ses projets en 2013 pour absorber l'effort d'économie demandé, tout en maintenant l'ensemble de ses missions prévues par la loi. L'institut concentrera ainsi ses moyens sur ses grandes orientations : la sauvegarde des archives, la valorisation des collections et la transmission des savoirs et des compétences.

L'Institut poursuivra en 2013 le **Plan de sauvegarde et de numérisation (PSN)** initié en 1999, ainsi que la migration des archives déjà numérisées vers un nouveau format informatique, le **JPEG 2000**, garantissant la pérennité des images sur le long terme de même que leur déclinaison en différents formats d'exploitation adaptés aux usages actuels.

Grâce aux nouveaux financements obtenus en 2012 à travers le Fonds national pour la société numérique, dans le cadre des Investissements d'avenir, l'INA sera en mesure d'**élargir le périmètre du PSN** à des fonds radiophoniques particulièrement menacés, dont les archives de RFO.

L'Institut intensifiera sa politique de **prise de mandats commerciaux**, consistant à numériser et commercialiser des fonds audiovisuels appartenant à des détenteurs privés. Il s'agit ainsi pour l'INA de renforcer et compléter son fonds historique, dans un contexte où les droits audiovisuels qui lui sont dévolus par la loi tendent à se restreindre (baisse des activités de production des chaînes de l'audiovisuel public, extinction après un délai de cinquante ans des droits de producteur transmis à l'Ina).

Dans le domaine de la valorisation des collections auprès du grand public, le lancement d'**une nouvelle version du site Ina.fr fin 2012** permettra de rester au plus près des nouveaux usages des internautes, dans le cadre d'une stratégie de déclinaison de l'offre sur tous les écrans, du téléphone mobile à la télévision connectée.

Avec l'opération « **Mémoires partagées** », l'INA a également expérimenté un élargissement de son travail de mise en valeur des images aux archives dites « amateurs », en lançant un appel à contributions, sur une région et / ou par grandes thématiques nationales. Cette démarche collaborative viserait à permettre de mettre les images personnelles des Français en regard des archives professionnelles dont dispose l'INA, dans un dialogue inédit visant à enrichir la mémoire audiovisuelle collective. Elle est conçue pour s'appuyer largement sur les initiatives déjà prises au plan

régional ou local en termes de collecte et de restitution d'images amateurs, et ce en coopération étroite avec les acteurs locaux concernés dont notamment les collectivités territoriales et les médiathèques régionales.

Concernant la transmission des savoirs et des compétences, l'INA poursuivra en 2013 le **développement de son activité de formation professionnelle**, en veillant toujours à proposer une offre répondant de manière optimale à l'évolution des besoins des professionnels. Dans le domaine de la **formation initiale**, un accent particulier sera mis sur l'intégration professionnelle des diplômés.

En 2013, l'Institut souhaite également développer l'**offre « Ina Expert » à l'international** : forte de ses expériences passées dans de nombreux pays tels que l'Arabie Saoudite, le Cambodge, ou plus récemment Cuba, l'entreprise valorisera de manière volontariste l'ensemble de ses expertises, qu'il s'agisse de la conservation et de la numérisation des images, de la valorisation et de la commercialisation des droits associés, ou encore de la formation aux métiers de l'audiovisuel.

Enfin, l'Institut poursuivra sa réflexion sur l'évolution des ses emprises immobilières et finalisera ses études de son projet immobilier à Bry-sur-Marne.

LES COMPTES PREVISIONNELS DE L'INA EN 2013

1/ Les recettes d'exploitation sont prévues stables entre 2012 et 2013.

La dotation publique perçue en 2013 par l'Institut national de l'audiovisuel (INA) sera de 90,5 M€ (dont 87,6 M€ HT de dotation d'exploitation et 2,9 M€ HT de dotation d'investissement). Cette diminution de 0,5% par rapport à la dotation votée en LFI 2012 et de 2,5 % par rapport aux moyens prévus au COM négocié en 2009, correspond à la participation de l'INA à l'effort de redressement des finances publiques et exerce une contrainte forte sur l'équilibre budgétaire de l'Institut.

Dans un contexte où les moyens provenant des ressources publiques sont contraints et où les débouchés commerciaux sont hypothéqués par une situation économique dégradée, les objectifs de ressources propres prévus au COM ne seront pas atteints. Les ressources propres de l'INA sont ainsi prévues en retrait de 10% par rapport aux prévisions, soit -4,2 M€.

Évolution de la ressource publique (en millions d'euros HT)	2011	2012	2013	PLF 2013 / Réalisé 2011		PLF 2013 / Budget 2012	
	Réalisé	Budget	PLF	Écart	Évolution	Écart	Évolution
Fonctionnement	81,8	83,5	87,6	5,8	7,12%	4,1	4,94%
Investissement	8,3	7,5	2,9	-5,4	-65,26%	-4,6	-61,43%
Total	90,1	91	90,5	0,4	0,45%	-0,5	-0,52%

2/ Les charges d'exploitation prévisionnelles pour 2013 restent à un niveau comparable à celui de 2012

Les charges de personnel affichent une hausse de 2,5 % par rapport au budget prévisionnel 2012. Ce taux intègre l'effet année pleine des recrutements 2012, l'augmentation structurelle de la masse salariale (effet « glissement, vieillesse, technicité ») et la mise en place de l'accord collectif (le positionnement des métiers dans une nouvelle grille de classification entraînant inévitablement des coûts de transition et d'harmonisation salariale). Des efforts importants seront faits sur le personnel non permanent, dont notamment les « intermittents » (relevant des annexes VIII et X de la convention UNEDIC de l'assurance chômage) en diminution de 7,2 %. Les charges de personnel représentent 53,9 % des charges d'exploitation de l'INA.

Les autres charges d'exploitation sont estimées à 41,0 M€, en retrait de 1,5 %. L'INA a déjà fortement puisé dans sa capacité de réduction des dépenses (notamment par une optimisation des procédures d'achats) en 2011, en économie de 3,7% par rapport au budget et 3,9% par rapport au COM. Cette nouvelle contraction de 1,5 % en 2013 est un objectif ambitieux pour l'INA, car une part importante des charges correspond à des marchés ou contrats conclus pour plusieurs années.

Le résultat 2013 vise l'équilibre.

Compte de résultat de l'INA (en millions d'euros hors taxes)	2011 Réalisé	2012 Budget	2013 PLF	PLF 2013 / Réalisé 2011		PLF 2013 / Budget 2012	
				Écart	Évolution	Écart	Évolution
Redevance d'exploitation	81,8	83,5	87,6	5,9	7,17%	4,1	4,96%
Recettes d'exploitation	38,7	40,5	36,3	-2,3	-6,10%	-4,2	-10,30%
Produits d'exploitation	120,4	124	123,9	3,5	2,90%	0	0,00%
Personnels	65,9	68	69,8	3,9	5,90%	1,7	2,50%
<i>dont personnels permanents</i>	59,7	61,5	63,7	4	6,70%	2,2	3,60%
<i>dont personnels non permanents</i>	6,2	6,6	6,1	-0,1	-1,70%	-0,5	-7,20%
Amortissements et provisions	18,8	19,1	18,6	-0,1	-0,60%	-0,5	-2,40%
Autres charges d'exploitation	39	41,6	41	2	5,10%	-0,6	-1,50%
Charges d'exploitation	123,6	128,8	129,4	5,8	4,70%	0,7	0,50%
Résultat d'exploitation	-3,2	-4,8	-5,5	-2,3	-70,90%	-0,7	14,30%
Résultat financier	1,3	0,2	0	-1,3		-0,2	
Résultat exceptionnel	4,5	4,7	5,5	1		0,7	
Résultat avant impôt	2,6	0,1	0	-2,6		-0,1	
Impôt sur les sociétés et intéressement	1,3	0,1	0	-1,3		-0,1	
Résultat après impôt et intéressement	1,3	0	0	-1,3		0	

3/ Les investissements s'élèvent à 17,4 M€ en 2013 (hors projet immobilier)

Sur cette ligne, l'Institut fera également porter ses efforts puisque le niveau d'investissements hors immobilier est inférieur à celui de 2012 de 1,3 M€ et aux prévisions du COM de 1,5 M€.