



Commission économique du CSE Central

Budget 2023 de France Télévisions

Réunion du 12 décembre 2022

Présents pour la commission : Bruno DEMANGE, Jean-Hervé GUILCHER, *rapporteur de la commission*, Pascal LEFEBVRE, Pierre MOUCHEL, *secrétaire du CSEC*, Sophie PIGNAL, Didier RICOU.

Pour la direction : Priscille DUCOMET, *directrice financière*, Eric FRESSIGNAUD, *directeur du contrôle de gestion*, Sandrine MISRAHI-BERNARD, *directrice du dialogue social*.

Invitées : Françoise BRUNA-ROSSO et Bérénice FERRIER, *expertes SECAFI*.

Le budget 2023 de France Télévisions – le 1^{er} de l'ère post-redevance – traduit une situation particulièrement tendue et incertaine, marquée par une forte inflation.

La construction budgétaire s'est basée sur un taux d'inflation de 5,5%, ce qui représente un surcoût pour France Télévisions estimé à 61 M€ hors programme national. La masse salariale représente à elle seule la moitié (29,5 M€) de ce surcoût, l'énergie 13,7 M€ (en hausse de 300%), les prestations informatiques 4,9 M€ et les frais de mission près de 4 M€. Ces hausses impactent également substantiellement les coûts des investissements et les loyers.

Ces surcoûts se retrouvent dans la plupart des lignes du compte de résultat métier.

Les financements publics ne permettent pas de neutraliser cette hausse. Le différentiel à absorber est de l'ordre de 40 M€.

Un financement public bouleversé aux conséquences lourdes

Le financement public de l'entreprise a été profondément bouleversé par la suppression de la Contribution à l'audiovisuel public (CAP, ex-redevance). Le passage d'une taxe affectée à une fraction de la TVA entraîne des conséquences fiscales importantes.

Auparavant, la CAP était soumise à la TVA, ce n'est pas le cas du nouveau financement. De ce fait, France Télévisions est donc redevable de la taxe sur les salaires (calculée sur la masse salariale et le prorata de TVA de l'année précédente) qui représente 52 M€ en année pleine.

En 2023, l'entreprise va devoir s'acquitter de la nouvelle taxe au prorata temporis de la mise en place effective du nouveau mode de financement en 2022, soit 5 mois entre août et décembre. Cela représente 22,4 M€.

Le changement de mode de financement aurait en outre pu avoir pour conséquence de soumettre France Télévisions au paiement de la TVA sur tous ses achats, soit un enchérissement automatique de 20% de ses charges. Finalement, France Télévisions a obtenu un rescrit fiscal sur ce point car ses ressources propres (le chiffre d'affaires publicitaire essentiellement) représentent plus de 10% de son financement.

Concours publics : un affichage divergent

En 2023, les concours publics atteindront 2,430 Md€. Pour le gouvernement, cela représente une augmentation de 73 M€ par rapport à 2022, pour la direction financière, l'augmentation n'est que de 50,7 M€ car France Télévisions a intégré en 2022 dans les concours publics, les 22,5 M€ du plan de relance, la progression entre les deux années est donc moins importante.

Au final, si l'on retire des 50,7 M€, la taxe sur les salaires (22,4 M€) et les commissions et ayants droits qui augmentent mécaniquement (+9,2 M€), la hausse des concours publics n'est que de 19 M€, bien en deçà du surcoût de l'inflation (61 M€).

Un objectif publicitaire qui paraît ambitieux

La direction table sur une progression du chiffre d'affaires de 12,6 M€, malgré l'absence en 2023 de locomotives comme les Jeux olympiques, l'arrêt de Plus belle, le peu de visibilité sur l'évolution du marché publicitaire et une durée d'écoute individuelle (DEI) en baisse de 9% sur les 11 premiers mois de 2022, plus que dans l'ensemble du secteur. A contrario la régie pub envisage d'augmenter le coût des écrans (le GRP (Gross Rating Point) pour les antennes linéaires, le CPM (coût pour mille) pour le numérique), développer le parrainage là où c'est possible (météo de Franceinfo par exemple) et d'engranger ses 1ers revenus sur la publicité adressée (ciblée en fonction de la data sur le web ou géographiquement sur le hertzien). La direction parie sur des événements sportifs forts comme le Tournoi des 6 Nations, la coupe du monde de rugby ou le Tour de France masculin comme féminin.

Actuellement, la publicité classique représente 59% du chiffre d'affaires publicitaire quand le parrainage en représente 28% et le numérique 11%.

Dans le budget, les recettes publicitaires s'établissent à 391,2 M€, dont 360 M€ pour les recettes diffuseur (pub et parrainage) et 31 M€ pour le numérique.

Une fois déduites les commissions de régie, l'apport escompté de la pub au résultat de FTV serait de 10 M€.

La mécanique des économies

Pour compenser les 40 M€ de manque à gagner de ressources publiques, le budget prévoit, outre les 10 M€ de progression du chiffre publicitaire, une économie de près de 20 M€ sur le programme national et le sport, et de 10 M€ sur les autres charges.

Coût de grille : le programme national comme variable d'ajustement

A l'exception du programme national qui repose beaucoup sur de l'achat, la plupart des coûts de grille intègrent beaucoup de masse salariale qui va subir l'effet de l'inflation. Le budget prévoit une augmentation de 33 M€ sur l'info et les programmes régional et ultramarin.

C'est donc sur le programme national et le sport que vont porter les économies.

Sur le programme national, on attend a minima 18,6 M€ hors effet de l'inflation, du fait de l'étalement des diffusions et de la baisse des achats. Si le montant des investissements reste sanctuarisé à 440 M€, l'augmentation du stock doit permettre de diminuer les charges d'amortissement dans le coût de grille. Il s'agit d'une stratégie à court terme qui pourra difficilement perdurer.

Côté sport, la baisse attendue est de 1,1 M€, du fait de l'absence de JO en 2023, mais aussi de la renégociation à la baisse du Tournoi des 6 Nations, du partage de l'achat de la coupe de France de rugby avec M6 ou de celle de foot avec Bein Sport.

Sur le programme régional, l'augmentation de 16 M€ du coût est largement imputable à la masse salariale, à effectif constant. Les investissements sur le GIE Ici représentent 1 M€, le développement des matinales filmées de France Bleu, environ 2 M€.

Le programme ultramarin progresse de 6,7 M€, essentiellement du fait du glissements de la masse salariale.

Des coûts supports qui progressent de 11,7 M€

Le support antennes et programmes augmente de 3 M€ de budget à budget par l'effet de l'inflation sur la masse salariale.

Le support technique et informatique partagé progresse de 11,1 M€, en particulier du fait des investissements sur la sécurité informatique et de l'inflation des coûts dans ce domaine. Le plan de charge de la Fabrique a été ajusté en fonction du réalisé 2022, afin de limiter les pertes liées à la sous-consommation, en particulier sur l'activité post-production.

Les couts de diffusion sont prévus une nouvelle fois en baisse, à hauteur de 2,4 M€, grâce à des renégociations ou à une baisse de la marge du GR1, le multiplexe de diffusion métropolitain dont FTV est propriétaire.

Les autres dépenses en hausse de 5,6 M€

Les variations de provisions sont stables à 29,5 M€.

Les frais généraux sont désormais rebaptisés Fonctions supports, formation frais généraux et autres, afin de rendre la ligne plus intelligible. Il s'agit en grande partie de masse salariale liée au secteur formation, aux fonctions support, à la présidence ou encore au fonctionnement des IRP. Ce poste augmente de 1,2 M€ par l'effet de l'inflation et de l'accompagnement du projet Campus (1 M€), contrebalancés par des économies d'honoraires.

Une nouvelle ligne fait également son apparition : la transformation hors RCC. Cette ligne permet de flécher les coûts liés aux mobilités et reconversions après la fin de la RCC. Ils sont estimés à 4,4 M€ en 2023.

Résultat des autres activités : l'effet Salto

Le résultat des autres activités est en retrait de 2,1 M€ car on ne prévoit plus de remontées de Salto. Le sort de la filiale commune avec TF1 et M6 doit être scellé au 31 décembre 2022, soit à travers la vente à un repreneur, soit par le jeu d'une dissolution de l'entreprise.

Résultat du producteur en progression de 0,9 M€

Si le chiffre d'affaires de France.tv Studio est prévu en hausse, sa marge sera en revanche réduite, ce qui va dégrader son résultat d'exploitation.

Côté filiales cinéma, l'augmentation des charges d'amortissement liée à la remontée des sorties en salles est compensée par les bons résultats de deux films en 2022 qui vont continuer à générer du chiffre d'affaires en 2023 (*Simone* et *Novembre*).

Un résultat net en amélioration par rapport à 2022

Le résultat net prévu à -4,8 M€ s'améliore mécaniquement par le fait que Salto n'apparaîtra plus dans les comptes.

Effectifs : une nouvelle réduction de 95 ETP

L'objectif affiché est de 8900 ETP. Selon la direction financière, il devrait être atteint naturellement, par le jeu des délais de comblements de postes rendus vacants, notamment par les départs en RCC ayant eu lieu en 2022.

le rapporteur de la commission,
Jean-Hervé Guilcher
13 décembre 2022