



Commission économique du CSE central de FTV

Comptes 2022 de France Télévisions

Compte-rendu de la réunion du 9 mars 2023

Présents pour la commission : Bruno DEMANGE, Pascal LEFEBVRE, Jean-Hervé GUILCHER (rapporteur), Pierre MOUCHEL, Sophie PIGNAL et Didier RICOU.

Pour la direction : Priscille DUCOMET, directrice financière et Eric FRESSIGNAUD, directeur du contrôle de gestion.

Invitées : Françoise BRUNA-ROSSO et Bérénice FERRIER, expertes de Secafi.

L'exercice 2022, a connu bon nombre d'aléas budgétaires, entre l'inflation, l'arrêt de Salto, les évolutions des coûts de grilles et une « surperformance » des recettes propres.

Au final, le résultat d'exploitation avant transformation et Salto est tout juste à l'équilibre (+ 100 000 €). En revanche, le résultat net affiche une perte de 48 M€, liée essentiellement à Salto.

Les recettes de pub contrebalancent la baisse des concours publics

2022 est la dernière année du plan d'affaires qui prévoyait une baisse sur 5 ans de 160 M€ des concours publics.

Au final, ces financements publics (contribution à l'audiovisuel public jusqu'en août puis fraction de la TVA ensuite) diminuent de 14 M€, là où ils auraient dû baisser initialement de 36,5 M€. La baisse est atténuée par l'étalement sur deux ans des 45 M€ du plan de relance post-covid qui compte pour 22,5 M€ en 2022.

Au total, les concours publics représentent 2,380 Md€.

La baisse des financements publics est presque compensée par le chiffre d'affaires publicitaire qui progresse de 12 M€ entre 2021 et 2022 et est même 14,3 M€ supérieur au budget. Il a atteint en 2022, 393 M€. C'est 7 M€ au-dessus des estimations de la dernière reprévision.

La performance est d'autant plus notable que le marché publicitaire est en repli de 1%. Au support de ce résultat, les bonnes audiences et des événements sportifs qui ont bien marché (Tour de France, Roland-Garros, JO d'hiver).

Des ressources propres qui compensent l'inflation

Si l'on additionne le chiffre d'affaires publicitaire et les autres recettes commerciales, les ressources propres sont supérieures de près de 21 M€ aux prévisions et compensent l'effet de l'inflation qui atteint 17 M€ en 2022.

Un coût de grille en dépassement

Le coût de grille est en dépassement de 11,7 M€ par rapport au budget, marqué par des hausses de tous les postes, à l'exception du programme régional qui est en économie.

L'information nationale connaît un dépassement de 5,7 M€ lié au traitement du conflit en Ukraine, à un dispositif plus important que prévu sur les élections ou aux effets de l'inflation sur les charges de personnel. **Le coût de grille atteint 264,5 M€.**

Côté **sport**, le dépassement est moins important d'1 M€ par rapport à ce que prévoyait la dernière reprévision. Il atteint 3,5 M€ du fait de l'acquisition des tests-matches de rugby, des matchs de basket et des matchs du Tournoi des 6 Nations féminin, qui n'étaient pas prévus au budget. Le coût de ces acquisitions est atténué par des économies sur d'autres droits sportifs (Coupe de France, coupe d'Europe de rugby) et sur les coûts de production des magazines sportifs. **Le coût de grille atteint 206,2 M€.**

Au **programme national**, l'économie de près de 40 M€ prévue au budget n'atteint finalement que 32,6 M€. Le différentiel est dû à des dépenses non budgétées (couverture du festival de Cannes, prolongation d'un mois de Plus belle la vie, dont l'arrêt était initialement prévu en août, renforcement de l'offre de magazines du week-end). Ces surcoûts ont été en partie atténués par des économies sur la programmation et les grilles de rentrée. **Coût de grille : 928 M€.**

Le **programme régional** est en économie de 6,2 M€ par rapport au budget, même s'il progresse de 11 M€ par rapport à 2021. La mise en place du PCA (plan de continuité de l'activité) et des journaux grandes régions en janvier a engendré une forte économie, également sur le recours aux moyens internes de fabrication, qui vient dégrader le résultat le compte de résultat de la Fabrique.

On observe une économie sur la masse salariale, liée aux départs dans le cadre de la RCC. Il y a d'une part un effet volume – car le Réseau est surreprésenté dans les départs dans le cadre de la RCC (40% des départs pour un tiers des effectifs) et que de nombreux postes laissés vacants ne sont pas encore pourvus – d'autre part un effet prix (effet noria). **Coût de grille : 399,5 M€.**

Le **programme ultramarin** est en dépassement de 4,6 M€, par l'effet de l'inflation sur la masse salariale. Au contraire du réseau régional, le plan de départs a eu peu de succès dans les Outre-

mer, car les conditions financières du plan ne compensent pas la perte de l'indexation en cas de départ à la retraite. **Coût de grille : 205 M€.**

Le coût du **numérique**, au sens de la direction du numérique, progresse moins que prévu, en retrait de 1,7 M€. Un certain nombre de postes restent vacants, du fait de la difficulté à recruter, ce qui engendre des retards de projets. **Le coût de grille représente 78,6 M€.**

En ajoutant le coût des contenus orientés vers le web, **le numérique atteint 196 M€**, un peu en deçà du budget (197 M€) et pas tout à fait aux 200 M€ annoncés il y a 5 ans lors de l'annonce de l'objectif de doublement du budget du numérique à l'horizon 2022.

Les économies attendues sur les coûts supports sont moindres

Le dépassement atteint 2,8 M€ par rapport au budget mais l'économie par rapport à 2021 est de 4,5 M€.

Le **support antennes et programmes** est en économie de 5,3 M€ et atteint 192,5 M€. C'est lié à des postes non pourvus, des économies sur les frais de mission, les études, ainsi qu'un effet de rattrapage sur les recettes affectées (il peut y avoir un décalage d'un exercice sur l'autre dans les échanges d'espace entre médias).

Le **support technique et informatique partagé** est en dépassement de 11,1 M€ et représente 67,1 M€. C'est essentiellement lié à la baisse d'activité de la Fabrique sur les plateaux, les équipes de tournage et à la post-production. Rien que le Réseau France 3 représente 4,5 M€ du manque à gagner. En outre les effets de l'inflation n'ont pas été répercutés sur les différents clients. Ils représentent 3,5 M€ entre les frais de mission, le retard de livraison du car UM1 qui a nécessité la location d'un moyen complémentaire ou la sous-utilisation du studio fond vert de Vendargues par le Studio.

Les **coûts de diffusion** sont une nouvelle fois en économie de 3 M€ par rapport au budget, grâce à des renégociations et à la perception d'indemnités suite à des incidents de diffusion. Ils s'élèvent à 67,6 M€.

Les autres dépenses progressent mais sont inférieures d'1 M€ par rapport au budget

Les **variations de provisions** sont stables à 29,5 M€. Dans le détail, il y a moins de litiges prud'homaux sur fond de départs dans le cadre de la RCC et moins de frais liés aux indemnités de départ en retraite (elles ont été reclassées dans le résultat financier), qui compensent des litiges d'exploitation ou des provisions pour le projet Campus.

Les **frais généraux** sont inférieurs d'1 M€ au budget, du fait des délais de comblement de postes à la finance ou à la RH ou des économies sur les actions de formation qui ont moins eu lieu en présentiel du fait de la crise sanitaire. Cela compense les surcoûts sur l'électricité et l'entretien, qui représentent près de 10 M€ à Paris et en région. Au total les frais généraux s'élèvent à 97,3 M€.

Les autres activités sont supérieures de 5,6 M€ au budget et le résultat du producteur de 3,8 M€

Le résultat des autres activités atteint 69,7 M€ et celui du producteur, 5,4 M€.

C'est le résultat des bonnes performances des filiales, en particulier France.tv Publicité et France.tv Distribution. A FTD, c'est la distribution de droits et les divertissements (activités de sms et audiotel sur les jeux notamment) qui tirent l'activité.

Si le chiffre d'affaires de France.tv Studio sur la production est en léger recul, du fait du glissement de projets, le résultat des filiales de cinéma est bon, mais il s'agit d'un phénomène conjoncturel, dû, une fois de plus, au retard sur la sortie des films en salle – et donc du déclenchement des amortissements – qui n'a pas été résorbé. Ces charges viendront dégrader le résultat au moment de la sortie des films.

Le résultat d'exploitation avant transformation et Salto est positif de 6 M€

Ceci permet de verser 5,9 M€ d'intéressement (y compris le forfait social de 20% versé à l'Etat), deux des trois critères ayant été atteints : baisse de la masse salariale et réduction des gaz à effet de serre.

Le budget transformation de l'entreprise est en économie de 3,2 M€, du fait du décalage des actions de formation et d'accompagnement suite à la pandémie. Ces actions vont se poursuivre en 2023.

Le résultat financier est en dégradation de 6,4 M€ par rapport au budget, du fait du reclassement des frais financiers de la provision pour indemnités de départs à la retraite.

L'impact de la liquidation de Salto sur les comptes de FTV

L'impact de Salto apparaît à deux niveaux, d'une part en perte d'exploitation, d'autre part en résultat exceptionnel.

Le budget 2022 n'avait pas prévu de résultat d'exploitation pour Salto, car on n'était pas en mesure de l'évaluer au moment de la construction budgétaire. Salto étant structurellement en perte, comme prévu au plan d'affaires sur les premières années d'activité, la quote-part de perte à la charge de FTV pour 2022 est de 24 M€.

En outre, France télévisions a passé au 31 décembre en résultat exceptionnel, une provision de 22 M€ correspondant à la liquidation de la société.

Au total cette perte est réduite grâce à la soulte de la vente de l'immeuble Horace Vernet à Issy-les-Moulineaux, qui atteint 4,5 M€. Au total, le résultat exceptionnel est négatif de 17,4 M€.

La liquidation de Salto vient réduire les capitaux propres de France Télévisions, qui étaient déjà inférieurs à la moitié du capital social, ce qui va obliger l'entreprise et son actionnaire à rétablir la situation.

Des effectifs en deçà de l'objectif

Le budget 2022 avait fixé un objectif de 8995 ETP. En définitive l'année s'est terminée à 8951 ETP, soit 44 ETP de moins. C'est l'effet du retard de comblement de postes vacants, suite aux départs dans le cadre de la RCC.

En dix ans, France Télévisions a supprimé 15% de ses effectifs, soit 1539 ETP.

Pour la commission,
Jean-Hervé Guilcher
13 avril 2023