ASSEMBLÉE NATIONALE

15 octobre 2022

PLF POUR 2023 - (N° 273)

Adopté

AMENDEMENT

N ° II-AC252

présenté par
Mme Colboc et Mme Le Grip

ARTICLE 30

ÉTAT G

« **Avances à l'audiovisuel public** »

Après l'alinéa 186, insérer les soixante-et-onze alinéas suivants :

« **Avances à l'audiovisuel public (Compte de concours financiers)**

« **S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique (841)**

« *Audiences de France Télévisions (841)*

« **S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique (843)**

« *Audience des antennes de Radio France (843)*

« **841 – France Télévisions**

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

« *Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales*

« *Qualité des programmes de fiction et d'information*

« **S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique [Stratégique]**

« *Audiences de France Télévisions [Stratégique]*

« **Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire**

« *Maîtrise des charges*

« *Ressources propres*

« *Résultat d'exploitation*

« *Index égalité femmes-hommes*

« **842 – ARTE France**

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

« *Part des investissements dans les programmes dans les dépenses totales*

« *Volume horaire de programmes inédits engagés par ARTE France*

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

« *Audiences linéaire et non linéaire*

« **Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire**

« *Maîtrise des charges*

« *Index égalité femmes-hommes*

« **843 – Radio France**

« **Proposer une offre radiophonique de service public, axée sur la culture, dans un univers de média global [Stratégique]**

« *Proposer une offre radiophonique et culturelle de service public*

« *Nombre de concerts donnés par les formations musicales*

« **S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique [Stratégique]**

« *Audience des antennes de Radio France [Stratégique]*

« *Audience des offres numériques*

« *Fréquentation des événements produits à la Maison de la radio et de la musique*

« **Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire**

« *Charges de personnel*

« *Ressources propres*

« *Résultat d'exploitation*

« *Index égalité femmes-hommes*

« **844 – France Médias Monde**

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

« *Part des dépenses de programmes dans les charges d'exploitation*

« *Opinions favorables évaluant les valeurs d'expertise, d'objectivité et de référence*

« **Développer la présence française et francophone dans le paysage audiovisuel mondial**

« *Volume de contacts pour France Médias Monde (audience linéaire et numérique)*

« *Audience linéaire*

« *Audience des offres numériques*

« **Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire**

« *Maîtrise des charges*

« *Ressources propres*

« *Résultat opérationnel récurrent*

« *Index égalité femmes-hommes*

« **845 – Institut national de l'audiovisuel**

« **Assurer la conservation et la valorisation du patrimoine audiovisuel**

« *Part des fonds menacés de dégradation sauvegardée en numérique*

« *Nombre de vidéos vues en ligne par le grand public*

« **Constituer et transmettre les savoirs et les compétences**

« *Taux d'insertion professionnelle des diplômés*

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

« *Maîtrise des charges*

« *Ressources propres*

« *Index égalité femmes-hommes*

« 847 – TV5 Monde

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

« *Part des dépenses de programmes dans les charges d'exploitation totales*

« Développer la présence française et francophone dans le paysage audiovisuel mondial

« *Audience réelle*

« *Audience des offres numériques*

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

« *Évolution des ressources propres*

« *Maîtrise des charges*

« *Index égalité femmes-hommes* ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le 4° *bis* du II de l'article 34 de la loi organique relative aux lois de finances est ainsi rédigé :

« II.-Dans la seconde partie, la loi de finances de l'année : [...]

« 4° *bis* Définit, pour chaque mission du budget général, chaque budget annexe et chaque compte spécial, des objectifs de performance et des indicateurs associés à ces objectifs ; »

Par cohérence, cet amendement propose d'introduire à l'état G les objectifs et indicateurs de performance des programmes du compte de concours financier « Avances à l'audiovisuel public » tels que proposés par le PLF 2023.