



GOUVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Rapport annuel de performances

Annexe au projet de loi relative aux résultats de la gestion
et portant approbation des comptes de l'année 2025

Compte de concours financiers
Mission ministérielle

Avances à l'audiovisuel public



2025

Note explicative

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

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

Elle comporte :

- les rapports annuels de performances (RAP) des programmes associés au compte ; ces RAP rendent compte de l'exécution des engagements pris dans les projets annuels de performances (PAP) ayant accompagné la loi de finances pour 2025 ;
- le développement et la justification des recettes constatées pour le compte.

Pour chacun des programmes du compte, la présente annexe :

■ Récapitule les crédits consommés (y compris les fonds de concours et les attributions de produits) en 2025 en les analysant par programme, action, titre et catégorie

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

Les crédits consommés (autorisations d'engagement [AE] et crédits de paiement [CP]) sont détaillés selon la nomenclature par destination (programmes et actions) et par nature (titres et catégories) ; les fonds de concours (FdC) et les attributions de produits (AdP) réalisés en 2025 sont précisés.

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

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

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

Sommaire

MISSION : Avances à l'audiovisuel public	7
Présentation du compte	8
Équilibre du compte et recettes	9
Récapitulation des crédits et des emplois	11
PROGRAMME 841 : France Télévisions	15
Bilan stratégique du rapport annuel de performances	16
Objectifs et indicateurs de performance	18
1 – Proposer une offre de service public, axée sur la création française et européenne dans un univers de média global	18
2 – S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique	22
3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire	25
Présentation des crédits	29
Justification au premier euro	31
Éléments transversaux au programme	31
Dépenses pluriannuelles	37
Justification par action	38
01 – France Télévisions	38
PROGRAMME 842 : ARTE France	39
Bilan stratégique du rapport annuel de performances	40
Objectifs et indicateurs de performance	42
1 – Offrir des programmes culturels français et européens de qualité en donnant la priorité à la création et aux inédits	42
2 – Diffuser cette offre de programmes au public le plus large, sur tous les supports, partout en Europe	44
3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire	45
Présentation des crédits	47
Justification au premier euro	50
Éléments transversaux au programme	50
Dépenses pluriannuelles	54
Justification par action	55
01 – ARTE France	55
PROGRAMME 843 : Radio France	57
Bilan stratégique du rapport annuel de performances	58
Objectifs et indicateurs de performance	60
1 – Proposer une offre radiophonique de service public, axée sur la culture, dans un univers de média global	60
2 – S'adresser au public le plus large dans un environnement numérique	62
3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire	65
Présentation des crédits	68
Justification au premier euro	70
Éléments transversaux au programme	70
Dépenses pluriannuelles	74
Justification par action	75
01 – Radio France	75
PROGRAMME 844 : France Médias Monde	77
Bilan stratégique du rapport annuel de performances	78
Objectifs et indicateurs de performance	80
1 – Proposer une offre reflet de la culture et des valeurs françaises et francophones dans un univers de média global	80

2 – Développer la présence française et francophone dans le paysage audiovisuel mondial	82
3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire	87
Présentation des crédits	91
Justification au premier euro	94
Éléments transversaux au programme	94
Dépenses pluriannuelles	100
Justification par action	101
01 – France Médias Monde	101
PROGRAMME 845 : Institut national de l'audiovisuel	103
Bilan stratégique du rapport annuel de performances	104
Objectifs et indicateurs de performance	106
1 – Assurer la conservation et la valorisation du patrimoine audiovisuel	106
2 – Constituer et transmettre les savoirs et les compétences	108
3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire	109
Présentation des crédits	112
Justification au premier euro	114
Éléments transversaux au programme	114
Dépenses pluriannuelles	118
Justification par action	119
01 – Institut national de l'audiovisuel	119
PROGRAMME 847 : TV5 Monde	121
Bilan stratégique du rapport annuel de performances	122
Objectifs et indicateurs de performance	123
1 – Proposer une offre reflet de la culture et des valeurs françaises et francophones dans un univers de média global	123
2 – Développer la présence française et francophone dans le paysage audiovisuel mondial	124
3 – Assurer la maîtrise de la masse salariale, optimiser la gestion et être une entreprise de média exemplaire	126
Présentation des crédits	130
Justification au premier euro	133
Éléments transversaux au programme	133
Dépenses pluriannuelles	136
Justification par action	137
01 – TV5 Monde	137
PROGRAMME 848 : Programme de transformation	139
Bilan stratégique du rapport annuel de performances	140
Présentation des crédits	141
Justification au premier euro	144
Éléments transversaux au programme	144
Dépenses pluriannuelles	145
Justification par action	146
01 – France Télévisions	146
02 – ARTE France	146
03 – Radio France	147
04 – France Médias Monde	147
05 – Institut national de l'audiovisuel	148
06 – TV5 Monde	148

MISSION

Avances à l'audiovisuel public

Présentation du compte

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

Ce compte retrace :

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

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

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

En 2025, les crédits du compte de concours financier « Avances à l'audiovisuel public » se sont établis à 3 959,6 M€, soit +10,4 M€ par rapport à la LFI 2025 (3 949,1 M€). Ce montant se décompose en une dotation de 3 949,1 M€ pour l'exercice 2025, d'une part, et 10,4 M€ d'ajustement de la compensation des effets fiscaux payés par les entreprises en 2024 et, en particulier pour France Médias Monde, de la taxe sur la valeur ajoutée payée sur les achats internationaux hors de l'Union européenne en 2022, 2023 et 2024 (9,9 M€). Au global, les moyens du compte sont en baisse de -16,4 M€ par rapport à 2024.

En raison de la situation contrainte des finances publiques, ce niveau de financement s'est inscrit en-deçà de la trajectoire figurant dans le plan d'affaires des projets de contrats d'objectifs et de moyens (COM) 2024-2028 des entreprises négociés en 2024. Il n'a par ailleurs été définitivement arrêté qu'en cours d'exercice, la loi de finances initiale pour 2025 ayant été adoptée le 14 février 2025 avec un niveau de dotation inférieur de -30 M€ au niveau de dotation pris comme référence par les entreprises pour la construction de leurs budgets initiaux 2025.

Équilibre du compte et recettes

ÉQUILIBRE DU COMPTE

Section / Programme <i>Prévision LFI Exécution</i>	Recettes	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement	Solde
841 - France Télévisions		2 505 827 000 2 505 827 000	2 505 827 000 2 505 827 000	
842 - ARTE France		298 114 886 297 905 328	298 114 886 297 905 328	
843 - Radio France		652 133 908 652 133 908	652 133 908 652 133 908	
844 - France Médias Monde		303 883 551 313 818 794	303 883 551 313 818 794	
845 - Institut national de l'audiovisuel		104 961 144 104 961 144	104 961 144 104 961 144	
847 - TV5 Monde		84 242 456 84 934 339	84 242 456 84 934 339	
848 - Programme de transformation		0 0	0 0	
Total et solde	3 949 162 945 3 959 580 639	3 949 162 945 3 959 580 513	3 949 162 945 3 959 580 513	+126
Solde cumulé du compte depuis sa création				+3 985 419

(+ : excédent ; - : charge)

ANALYSE DES ECARTS ENTRE LE SOLDE PREVU ET LE SOLDE REALISE

En 2025, le solde du compte de concours financiers « Avances à l'audiovisuel public » s'établit à +126 €. Les recettes issues de l'affectation d'un montant de TVA prévu en loi de finances, d'une part, et les dépenses, d'autre part, sont équilibrées. Le solde légèrement positif procède de recouvrements après admission en non-valeur sur des créances antérieures à 2005 (126 €).

RECETTES CONSTATEES ET JUSTIFICATION DES ECARTS

Section / Ligne de recette	LFI	Exécution	Écart à la prévision
01 - Recettes	3 949 162 945	3 959 580 639	+10 417 694
Total	3 949 162 945	3 959 580 639	+10 417 694

En 2025, les recettes du compte de concours financiers « Avances à l'audiovisuel public » s'établissent à 3 960 M€, soit +10 M€ par rapport au montant prévu par la LFI 2025. Cette évolution s'explique par la régularisation à la hausse en LFG 2025 de la compensation par l'État des effets fiscaux issus de la suppression de la CAP payés en 2024 par les entreprises et, en particulier pour FMM, de la compensation de la TVA payée sur les achats internationaux hors UE au titre des exercices 2022, 2023 et 2024.

Récapitulation des crédits et des emplois

RECAPITULATION DES CREDITS ET DES EMPLOIS PAR PROGRAMME

Avertissement

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

- la prévision en emplois du programme correspond au total indicatif des ETPT par programme figurant dans le PAP 2025 et des transferts d'ETPT prévus en gestion ;
- l'exécution en emplois du programme correspond à la consommation des ETPT du programme pour l'année 2025 sur le périmètre de gestion du ministère (c'est-à-dire après transferts de gestion éventuels).

Programme Crédits	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement	ETPT *
841 – France Télévisions			
Prévision	2 505 827 000	2 505 827 000	
Crédits de LFI (hors FdC et AdP)	2 505 827 000	2 505 827 000	
Exécution	2 505 827 000	2 505 827 000	
842 – ARTE France			
Prévision	297 905 328	297 905 328	
Crédits de LFI (hors FdC et AdP)	298 114 886	298 114 886	
Ouvertures / annulations (y.c. FdC et AdP)	-209 558	-209 558	
Exécution	297 905 328	297 905 328	
843 – Radio France			
Prévision	652 133 908	652 133 908	
Crédits de LFI (hors FdC et AdP)	652 133 908	652 133 908	
Exécution	652 133 908	652 133 908	
844 – France Médias Monde			
Prévision	313 818 794	313 818 794	
Crédits de LFI (hors FdC et AdP)	303 883 551	303 883 551	
Ouvertures / annulations (y.c. FdC et AdP)	9 935 243	9 935 243	
Exécution	313 818 794	313 818 794	
845 – Institut national de l'audiovisuel			
Prévision	104 961 144	104 961 144	
Crédits de LFI (hors FdC et AdP)	104 961 144	104 961 144	
Exécution	104 961 144	104 961 144	
847 – TV5 Monde			
Prévision	84 934 339	84 934 339	
Crédits de LFI (hors FdC et AdP)	84 242 456	84 242 456	
Ouvertures / annulations (y.c. FdC et AdP)	691 883	691 883	
Exécution	84 934 339	84 934 339	
848 – Programme de transformation			
Prévision	0	0	
Crédits de LFI (hors FdC et AdP)	0	0	
Exécution	0	0	
Total Prévision	3 959 580 513	3 959 580 513	
Total Exécution	3 959 580 513	3 959 580 513	

* Répartition indicative par programme du plafond ministériel d'emplois

RECAPITULATION DES CREDITS PAR PROGRAMME ET ACTION

Numéro et intitulé du programme ou de l'action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP Consommation</i>	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	2024	2025	2024	2025
841 – France Télévisions	2 523 106 868 2 523 106 868	2 505 827 000 2 505 827 000	2 523 106 868 2 523 106 868	2 505 827 000 2 505 827 000
01 – France Télévisions	2 523 106 868 2 523 106 868	2 505 827 000 2 505 827 000	2 523 106 868 2 523 106 868	2 505 827 000 2 505 827 000
842 – ARTE France	295 102 353 293 541 041	298 114 886 297 905 328	295 102 353 293 541 041	298 114 886 297 905 328
01 – ARTE France	295 102 353 293 541 041	298 114 886 297 905 328	295 102 353 293 541 041	298 114 886 297 905 328
843 – Radio France	652 954 400 652 954 400	652 133 908 652 133 908	652 954 400 652 954 400	652 133 908 652 133 908
01 – Radio France	652 954 400 652 954 400	652 133 908 652 133 908	652 954 400 652 954 400	652 133 908 652 133 908
844 – France Médias Monde	299 202 200 299 552 666	303 883 551 313 818 794	299 202 200 299 552 666	303 883 551 313 818 794
01 – France Médias Monde	299 202 200 299 552 666	303 883 551 313 818 794	299 202 200 299 552 666	303 883 551 313 818 794
845 – Institut national de l'audiovisuel	103 913 354 104 075 354	104 961 144 104 961 144	103 913 354 104 075 354	104 961 144 104 961 144
01 – Institut national de l'audiovisuel	103 913 354 104 075 354	104 961 144 104 961 144	103 913 354 104 075 354	104 961 144 104 961 144
847 – TV5 Monde	83 449 220 83 826 220	84 242 456 84 934 339	83 449 220 83 826 220	84 242 456 84 934 339
01 – TV5 Monde	83 449 220 83 826 220	84 242 456 84 934 339	83 449 220 83 826 220	84 242 456 84 934 339
848 – Programme de transformation	69 000 000 19 000 008	0 0	69 000 000 19 000 008	0 0
01 – France Télévisions	45 000 000 12 391 306	0 0	45 000 000 12 391 306	0 0
03 – Radio France	15 000 000 4 130 436	0 0	15 000 000 4 130 436	0 0
04 – France Médias Monde	5 000 000 1 376 814	0 0	5 000 000 1 376 814	0 0
05 – Institut national de l'audiovisuel	4 000 000 1 101 452	0 0	4 000 000 1 101 452	0 0

RECAPITULATION DES CREDITS PAR PROGRAMME ET TITRE

Numéro et intitulé du programme ou du titre <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP Consommation</i>	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	2024	2025	2024	2025
841 – France Télévisions	2 523 106 868 2 523 106 868	2 505 827 000 2 505 827 000	2 523 106 868 2 523 106 868	2 505 827 000 2 505 827 000
Titre 6. Dépenses d'intervention	0 0	2 505 827 000 0	0 0	2 505 827 000 0
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	2 523 106 868 2 523 106 868	0 2 505 827 000	2 523 106 868 2 523 106 868	0 2 505 827 000
842 – ARTE France	295 102 353 293 541 041	298 114 886 297 905 328	295 102 353 293 541 041	298 114 886 297 905 328
Titre 6. Dépenses d'intervention	0 0	298 114 886 0	0 0	298 114 886 0
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	295 102 353 293 541 041	0 297 905 328	295 102 353 293 541 041	0 297 905 328
843 – Radio France	652 954 400 652 954 400	652 133 908 652 133 908	652 954 400 652 954 400	652 133 908 652 133 908
Titre 6. Dépenses d'intervention	0 0	652 133 908 0	0 0	652 133 908 0
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	652 954 400 652 954 400	0 652 133 908	652 954 400 652 954 400	0 652 133 908
844 – France Médias Monde	299 202 200 299 552 666	303 883 551 313 818 794	299 202 200 299 552 666	303 883 551 313 818 794
Titre 6. Dépenses d'intervention	0 0	303 883 551 0	0 0	303 883 551 0
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	299 202 200 299 552 666	0 313 818 794	299 202 200 299 552 666	0 313 818 794
845 – Institut national de l'audiovisuel	103 913 354 104 075 354	104 961 144 104 961 144	103 913 354 104 075 354	104 961 144 104 961 144
Titre 6. Dépenses d'intervention	0 0	104 961 144 0	0 0	104 961 144 0
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	103 913 354 104 075 354	0 104 961 144	103 913 354 104 075 354	0 104 961 144
847 – TV5 Monde	83 449 220 83 826 220	84 242 456 84 934 339	83 449 220 83 826 220	84 242 456 84 934 339
Titre 6. Dépenses d'intervention	0 0	84 242 456 0	0 0	84 242 456 0
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	83 449 220 83 826 220	0 84 934 339	83 449 220 83 826 220	0 84 934 339
848 – Programme de transformation	69 000 000 19 000 008	0 0	69 000 000 19 000 008	0 0
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	69 000 000 19 000 008	0 0	69 000 000 19 000 008	0 0
Total	4 026 728 395 3 976 056 557	3 949 162 945 3 959 580 513	4 026 728 395 3 976 056 557	3 949 162 945 3 959 580 513
Titre 6. Dépenses d'intervention	0 0	3 949 162 945 0	0 0	3 949 162 945 0
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	4 026 728 395 3 976 056 557	0 3 959 580 513	4 026 728 395 3 976 056 557	0 3 959 580 513

PROGRAMME 841
France Télévisions

Bilan stratégique du rapport annuel de performances

Florence Philbert

Directrice générale des médias et des industries culturelles

Responsable du programme n° 841 : France Télévisions

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

En 2025, France Télévisions a poursuivi la mise en œuvre de ses orientations stratégiques qui s'inscrivent dans la continuité des objectifs définis dans le contrat d'objectifs et de moyens (COM) qu'elle a conclu avec l'État pour la période 2020-2023. L'actualisation de ces orientations dans le cadre d'un nouveau COM est en cours.

Le groupe public a ainsi mis en place et poursuivi les objectifs suivants :

- accélérer et consolider sa transformation numérique (ex : consolidation de la place de france.tv comme première offre gratuite de streaming en France, accroissement de la distribution de contenus vidéos de l'ensemble des acteurs de l'audiovisuel) ;
- consolider la confiance dans l'information et renforcer la lutte contre la désinformation (ex : enrichissement de l'offre de programmes dédiés y compris à destination des jeunes publics comme *Mission Info* ou *C quoi l'info*, poursuite des initiatives d'éducation aux médias et à l'information sur le terrain, actions mises en place en vue de garantir une information fiable et impartiale sur l'ensemble des offres à travers l'enrichissement de la page Transparence du groupe, la création d'une direction de l'éthique et de la vérification, le regroupement sous une direction unique de l'ensemble des magazines d'information, y compris ceux pilotés par des producteurs externes afin de garantir que s'y appliquent les mêmes règles et la même rigueur déontologique etc.) ;
- soutenir la création audiovisuelle et cinématographique ainsi que le secteur culturel (es engagements en faveur de la création audiovisuelle se sont établis à 420 M€, soit -20 M€ par rapport à 2024 ; les engagements en faveur de la création cinématographique s'établissent à 69,7 M€) ;
- renforcer son offre audiovisuelle de proximité et poursuivre les rapprochements entre France 3 et Ici (le volume de diffusion régionale atteint 47 227 heures en 2025, en hausse de 14 % par rapport à 2024) ;
- conforter son offre éducative et reconquérir les jeunes publics (ex : poursuite du développement du média social france.tv Slash dédié aux 18-30 ans, renforcement de la visibilité des contenus éducatifs Lumni etc.) ,
- renouveler son engagement en faveur de l'égalité, de l'inclusion et de la représentation de la diversité ;
- poursuivre les efforts de gestion.

En 2025, France Télévisions a perçu une dotation de 2 505,8 M€. Ce montant s'inscrit en baisse de -29,7 M€ par rapport aux moyens qui lui ont été alloués en 2024 (France Télévisions avait perçu cette année 2 523,1 M€ du programme 841 au titre de son fonctionnement et 12,4 M€ du programme 848 au titre de sa transformation, soit un total de 2 535,5 M€). En raison de la situation contrainte des finances publiques, ce niveau de financement s'est inscrit en-deçà de la trajectoire figurant dans le plan d'affaires du projet de COM de l'entreprise. Il n'a par ailleurs

été définitivement arrêté qu'en cours d'exercice, la loi de finances initiale pour 2025 ayant été adoptée le 14 février 2025 avec un niveau de dotation inférieur de -25,8 M€ à celui inscrit au budget initial adopté en décembre 2025.

Dans le contexte de réduction de la dotation publique précédemment évoqué et de baisse des recettes publicitaires après une année 2024 marquée par les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris, France Télévisions affiche un résultat net déficitaire de -31 M€ en 2025.

RECAPITULATION DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

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

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

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

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

INDICATEUR 2.1 : Audiences de France Télévisions

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

INDICATEUR 3.1 : Maîtrise des charges

INDICATEUR 3.2 : Ressources propres

INDICATEUR 3.3 : Résultat d'exploitation

INDICATEUR 3.4 : Index égalité femmes-hommes

Objectifs et indicateurs de performance

OBJECTIF

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

INDICATEUR

1.1 – Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales	%	81,3	81,3	Non déterminé	81,6	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Mode de calcul :

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

La réalisation 2025 correspond à l'arrêté des comptes 2025 tel que validé par les commissaires aux comptes et le conseil d'administration du 13 mars 2026.

Source des données : France Télévisions.

ANALYSE DES RESULTATS

Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales

Les dépenses de programmes représentent le poste essentiel des charges opérationnelles de l'entreprise, en ligne avec les priorités stratégiques de France Télévisions, soit 81,6 % en 2025, un niveau légèrement supérieur à 2024 (81,3 %).

Les dépenses de programmes s'établissent à 2 147,4 M€, soit une diminution de -51,6 M€ (-2,3 %) par rapport à 2024 dans une année sans événements sportifs majeurs et dans un contexte d'optimisation des coûts réalisés afin de réduire le déficit d'exploitation.

Les dépenses hors programmes s'établissent à 484,9 M€, soit une baisse de 19,9 M€ (-3,9 %) qui s'explique par les efforts d'économies réalisés sur toutes les activités de l'entreprise notamment les fonctions supports et une optimisation des moyens internes.

INDICATEUR

1.2 – Qualité des programmes de fiction et d'information

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Indicateur de qualité des programmes de fiction française	Note sur 10	8	8	Non déterminé	8	donnée non renseignée	8
Qualité des programmes d'information	Note sur 10	6,5	6,5	Non déterminé	donnée non renseignée	donnée non renseignée	6,6

Commentaires techniques

Source des données : Harris Interactive et IFOP.

Mode de calcul : pour la qualité de la fiction, les chiffres correspondent à la moyenne des notes obtenues par les programmes de fiction française diffusés sur France 2 et France 3. Ces notes sont issues du baromètre qualitatif, « Quali TV », enquête permanente d'évaluation de la qualité des programmes pilotée par l'institut de sondage Harris Interactive. Chaque jour, 1 800 à 2 000 individus âgés de 15 ans ou plus évaluent les émissions en leur donnant une note sur 10. Fin 2016, l'institut Harris Interactive a fait évoluer la notion de « qualité » : jusqu'alors centrée autour de la note de satisfaction, la notion de « qualité » repose désormais sur la note d'impact qui agrège les indicateurs de satisfaction, mais également de souvenir, d'attention et de recommandation. Plus complète et reflétant mieux les nouveaux modes de consommation de la télévision, la note d'impact est mécaniquement plus faible que la note de satisfaction.

Pour la qualité de l'information, les chiffres sont issus d'une étude annuelle initiée en 2016, réalisée par l'institut IFOP chaque année vers la fin du 1^{er} trimestre auprès d'un échantillon de 2 000 individus représentatif de la population de 15 ans et plus. Les répondants évaluent les offres d'information de France Télévisions et de ses principaux concurrents par des notes d'appréciation (note sur 10) et des items d'image. La dernière vague de cette étude de perception de la qualité de l'offre d'information a été réalisée du 4 au 21 mars 2025 ; la vague pour mesurer le réalisé 2025 a lieu courant mars 2026 et ses résultats pourront être renseignés dans le prochain rapport annuel de performances. Le chiffre annuel correspond à la moyenne des moyennes des différentes offres d'information testées (Journaux télévisés, Chaînes d'information en continu, Sites et applications d'information, Magazines d'information).

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

- Périmètre Groupe

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Réalisation
Volume d'heures de fiction diffusées	Nombre d'heures	5374	4070	2600	2617	n.d.	2381	2511	2490

Précisions méthodologiques :

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

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

Données de contexte : le volume d'heures de fiction diffusées sur les antennes du groupe entre 2024 et 2025 reste dans une stabilité relative, on notera des modulations selon les antennes. En effet, France 3 affiche une hausse liée à la diffusion en année pleine du feuilleton « un si grand soleil » ainsi que de l'exposition en journée d'épisodes de « Candice Renoir ». France 2 a maintenu son exposition de la fiction avec la diffusion entre autres, d'épisodes de « Capitaine Marleau » sans pâtir du transfert du feuilleton vers France 3. La fiction sur France 4 est en baisse après les arrêts des séries « Lena rêve d'étoile » et « organisation super insolite ».

Périmètre Historique

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Réalisation
Volume d'heures de fiction diffusées	Nombre d'heures	2 191	2 228	2 370	2 334	n.d.	2040	2039	2297

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

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

Données de contexte : France 2, France 3 et France 5 diffusent plus de fictions en 2025 qu'en 2024 (voir légende du tableau précédent).

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

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Réalisation
Investissement dans la création audiovisuelle	En M€	420,6	422,1	440,1	440,2	440	440,4	440,2	420

Précisions méthodologiques :

Source des données : France Télévisions.

Mode de calcul : dépenses réglementaires consacrées à la production d'œuvres audiovisuelles patrimoniales françaises et européennes (fiction, documentaire, animation, spectacles vivants), auxquelles s'ajoutent les investissements dans les documentaires régionaux et ultramarins. Les accords conclus le 9 juillet 2019 puis le 17 mai 2024 avec les organisations professionnelles engagent France Télévisions à sanctuariser un investissement annuel minimal de 440 M€ dans la création audiovisuelle. La réalisation 2025, présentée sous réserve de sa validation par l'ARCOM, est en diminution de 20 M€ par rapport aux exercices précédents, dans le cadre de l'accord interprofessionnel en vigueur qui permet le report de 5 % de l'engagement sur l'exercice suivant.

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

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Réalisation
Journaux télévisés	Note sur 10	6,4	6,4	6,7	6,4	n.d.	6,6	6,5	n.d.
Chaîne d'information en continu	Note sur 10	5,8	5,8	6,2	6,1	n.d.	6,2	5,9	n.d.
Sites et applications d'information	Note sur 10	5,9	5,6	5,5	5,2	n.d.	5,9	5,8	n.d.
Magazines d'information	Note sur 10	6,3	6,2	6,3	5,5**	n.d.	5,9	5,9	n.d.

Précisions méthodologiques

Source des données : IFOP.

Mode de calcul : étude réalisée chaque année auprès d'un échantillon de 2 000 individus représentatif de la population de 15 ans et plus. Les répondants ont évalué les offres d'information de France Télévisions et de ses principaux concurrents par des notes d'appréciation (note sur 10) et des items d'image. France Télévisions mesure ces items au premier trimestre de l'année. La dernière vague de cette étude de perception de la qualité de l'offre d'information a été réalisée du 4 au 21 mars 2025 et constitue la référence pour l'année 2024 ; la vague pour mesurer le réalisé 2025 a lieu fin mars 2026 et ses résultats pourront être renseignés dans le prochain rapport annuel de performances.

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

ANALYSE DES RESULTATS

En 2025, 84 % des Français ont une bonne ou une très bonne image de France Télévisions, contre 78 % pour les groupes audiovisuels privés. Ils accordent également davantage leur confiance au groupe public, 82 % déclarant faire confiance à France Télévisions. L'information de France Télévisions est également jugée la plus impartiale par 65 % des Français, soit 9 points d'avance sur les acteurs privés testés.

Mis en place par France Télévisions depuis 2003, le Quali TV est un outil de mesure de la satisfaction des téléspectateurs à l'égard des programmes. Il permet de mesurer l'impact, les qualités éducatives et l'originalité des contenus.

Plus de la moitié des cent Prime les mieux notés de l'année 2025 au Quali TV ont été diffusés sur France Télévisions (54 sur 100, un niveau en hausse sensible par rapport à 2024 à 44 programmes), parmi lesquels :

- Neuf programmes parmi les dix les plus valorisés pour leurs qualités éducatives ;
- Sept des dix programmes les plus impactants ;
- Six programmes parmi les dix les plus originaux.

Qualité des programmes de fiction et d'information

Indicateur de qualité des programmes de fiction

Les fictions françaises diffusées en première partie de soirée sur France 2 et France 3 enregistrent, en 2025, une note moyenne de 8,0/10, un niveau élevé et stable comparé aux années précédentes.

Les fictions traitant de thématiques de société restent particulièrement appréciées du public, en se distinguant notamment sur les dimensions d'impact, d'originalité et d'éducation. À titre d'illustration :

- en cette année commémorative des attentats du Bataclan, la série événement de Jean-Xavier de Lestrade « Des vivants » se distingue avec la meilleure note pour le genre en 2025 ;
- la série « Frotter, frotter » s'inspire du combat de femmes de chambre d'un hôtel parisien pour l'amélioration de leurs conditions de travail et s'affiche à un haut niveau sur le critère d'originalité et en tête sur le critère du reflet de la diversité ;
- la série en coproduction « Kaboul », sur l'entrée des talibans dans Kaboul au moment du retrait des troupes américaines, est la série la mieux notée sur l'originalité et se distingue sur les qualités éducatives, avec une thématique très peu traitée en fiction

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

Indicateur de qualité de l'information

France Télévisions a lancé en mars la vague 2026 de l'étude de perception des offres d'information pour 2025. Les résultats de cette étude ne sont pas disponibles au moment de la rédaction de ce rapport annuel de performance ; ils le seront au printemps 2026.

Concernant la qualité perçue de l'offre d'information en 2024 (sur la base de la vague du baromètre du printemps 2025), les indicateurs d'appréciation se maintiennent à une note de 6,5/10, constant par rapport à 2023 ;

En 2025, France Télévisions a continué de rassembler un large public grâce à son offre d'information diversifiée et multisupport :

- Chaque jour, 13,1 millions de téléspectateurs s'informent grâce aux éditions d'information de France 2 et France 3, dont 5,8 millions pour l'information régionale (en hausse de 500 000 téléspectateurs par rapport à 2024) ;
- Chaque semaine, les magazines d'information de la rédaction nationale attirent 14 millions de téléspectateurs ;
- La chaîne franceinfo est regardée quotidiennement par 6 millions de téléspectateurs en 2025, soit une hausse de +11 % par rapport à 2024 et un gain de +600 000 téléspectateurs quotidiens (ces bonnes performances s'incrivent dans le contexte l'avancement de la chaîne dans la numérotation TNT à compter du 6 juin 2025, passant du numéro 27 au numéro 16 au sein de la constitution d'un « bloc info »).
- L'offre numérique franceinfo enregistre 4,1 millions de visiteurs uniques en moyenne par jour en 2025, en légère baisse par rapport à 2024 (4,2 millions), ce qui lui permet toutefois de demeurer la 1^{re} offre d'information numérique en France. La fréquentation des sites régionaux a de nouveau progressé en 2025 : 2,2 millions de visiteurs uniques quotidiens, soit une hausse de +20 % par rapport à 2024 pour un gain de 360 000 visiteurs uniques quotidiens ;

- Le média global franceinfo (tv, radio, numérique) est suivi par 28,6 millions d'utilisateurs chaque semaine (moyenne sur les mois de mars, juin et septembre 2025), en progression de +8 % sur un an.

Sources des données : Médiamétrie, Médiamat, Internet Global, Cross Média.

OBJECTIF

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

INDICATEUR

2.1 – Audiences de France Télévisions

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Audience cumulée hebdomadaire des chaînes de France Télévisions	%	68,6	63,0	Non déterminé	61,7	donnée non renseignée	Non déterminé
Audience des offres numériques tous supports	millions	677	1013	Non déterminé	1445	donnée non renseignée	Non déterminé
Couverture hebdomadaire 4 écrans	%	77,3	80,9	Non déterminé	80,9	donnée non renseignée	Non déterminé
Vidéos vues chaque mois (hors plateformes externes)	millions	182	224	Non déterminé	210	donnée non renseignée	Non déterminé
Nombre d'utilisateurs mensuels des offres numériques de France Télévisions (hors information)	millions	27	35	Non déterminé	39,8	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Audience cumulée hebdomadaire des chaînes de France Télévisions.

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

Source des données : Médiamétrie, FTV.

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

*Depuis juin 2025, France 4 est sur le canal 4 de la TNT et a ré-intégré le Médiamat Quotidien. Le chiffre réalisé en 2025 concerne uniquement la période de juin à décembre 2025 et inclut France 4 dans l'agrégat FTV.

Audience des offres numériques tous supports

Source des données : FTV, AT Internet.

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

Couverture hebdomadaire 4 écrans

Source des données : Médiamétrie.

Mode de calcul : nombre d'individus ayant eu au moins un contact avec une vidéo du Groupe FTV dans la semaine, quel que soit l'écran (tv, ordinateur, mobile, tablette), seuil de vision de 10 secondes consécutives.

Vidéos vues chaque mois (hors plateformes externes)

Source des données : Médiamétrie - eStat jusqu'en septembre 2025 puis Vidéo Census Data Médiamétrie à partir du 1^{er} septembre 2025. Le visionnage est désormais comptabilisé dès 1 seconde de lecture (vs. 10 secondes auparavant).

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

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

Source des données : France Télévisions, AT Internet.

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

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

Vidéonautes Uniques mensuels VAD (en millions d'individus)

	Unité	Indicateur de contexte	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Cible	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation
Vidéonautes uniques mensuels VAD (en millions d'individus)	millions	Non indiqué	23,5	26,0	n.d.	35,0	n.d.	39,8

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

Source des données : Médiamétrie - Médiamat National (ad hoc france.tv VAD incluant F4 avant juin 2025). Élargissement du périmètre en 2024 : France entière, tous lieux, tous écrans.

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

	Unité	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Réalisation
Audience 4 écrans couverture mensuelle	%	88,9	92,8	92,2	91	n.d.	89,7 %	95,1	94,8

Précisions méthodologiques :

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

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

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

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

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Prévision PAP 2023	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Réalisation
Part d'audience sur les 4-14 ans	%	18	19,2	16,8	16,7	17,9	n.d.	18,3	21,6	21,7
Part d'audience sur les 15-24 ans	%	15,3	16,5	17,3	18,6	18,3	n.d.	18,2	21,6	17,6
Part d'audience sur les 25-59 ans	%	19,2	19,2	18,5	18,8	18,0	n.d.	18,6	19,9	17,9
Part d'audience sur les plus de 60 ans	%	40,4	40,1	40,1	38,6	37,9	n.d.	37	36,2	36,1

Précisions méthodologiques :

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

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

ANALYSE DES RESULTATS

Audiences de France Télévisions

L'audience cumulée hebdomadaire de FTV se maintient à haut niveau avec 61,7 % sur juin-décembre 2025, en baisse de -1,3 point par rapport à 2024 dans un contexte où le temps passé devant la télévision tend à diminuer au profit des médias sociaux et plateformes SVOD. À noter que France 4 est réintégrée dans le périmètre cette année (la chaîne est de nouveau mesurée au sein du Médiamat Quotidien depuis son passage sur le canal 4 de la TNT).

La couverture hebdomadaire 4 écrans s'établit à 81 % de la population en moyenne chaque semaine, quel que soit l'écran, stable comparée à l'année 2024 marquée par la diffusion des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris. La couverture hebdomadaire s'élève à 71 % chez les 15-24 ans, à 85 % chez les actifs et à 95 % chez les jeunes retraités (stable par rapport à 2024).

Audiences numériques

L'audience des offres numériques tous supports et toutes plateformes confondues atteint un nouveau record en 2025 à plus d'1,4 milliard de vidéos vues chaque mois (contre plus d'1 milliard de vues en 2024, 677 millions en 2023 et 667 millions en 2022). Les plateformes propriétaires du groupe se maintiennent à 210 millions de vidéos vues chaque mois (contre 224 millions en 2024 et 182 millions en 2023).

Dans le détail, en 2025, les audiences numériques sont les suivantes :

- France Télévisions est la première offre à la demande gratuite : les contenus délinéaires de France Télévisions (tous environnements confondus, france.tv et plateformes sociales) attirent chaque mois 39,8 millions de vidéonautes uniques¹ âgés de quatre ans et plus, soit +4,8 millions par rapport à 2024 et +2,1 millions par rapport à TF1.
- La présence sur les réseaux sociaux progresse, avec 1,2 milliard de vidéos vues tous les mois sur l'ensemble des comptes et réseaux sociaux dans l'environnement france.tv (+57 % vs. 2024).
- Okoo se maintient à de bons niveaux en 2025 malgré un manque de visibilité en début d'année chez certains partenaires, et un problème de mesure d'audience au 2^d semestre : l'offre jeunesse cumule 537 millions de vues sur l'année 2025 (-4 % par rapport à 2024), soit 1,5 million de vidéos consommées chaque jour. Chaque mois, 3,3 millions d'enfants sont en contact avec les programmes Okoo sur l'écran de TV en linéaire et non linéaire.
- Le site éducatif lumni.fr attire en moyenne 0,9 million de visiteurs uniques par mois (+1 % sur un an, légère hausse qui s'explique par une hausse de la consommation des articles et des jeux)².
- L'offre Slash, destinée aux jeunes adultes de 18-30 ans, accélère en 2025 : avec 46 M de vidéos vues par mois, elle affiche +50 % en un an et x2 en deux ans grâce à une montée en puissance de ses comptes Instagram et TikTok³.

[1] Source Médiamétrie : Médiamat National / france.tv VAD. Consommation preview, replay et extraits sur les réseaux sociaux des contenus watermarkés

[2] Source Piano Analytics

[3] Sources : Emplifi, Youtube, eStat Médiamétrie, Video Census Data, Twitch, Snapchat Studio, TikTok Analytics

OBJECTIF

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

INDICATEUR**3.1 – Maîtrise des charges**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Charges de personnel	M€	894,1	937,2	Non déterminé	920,7	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques**Commentaires techniques**

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

Source des données : France Télévisions.

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

	Unité	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Prévision PAP 2024	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation
Nombre d'ETP permanents		7 969	7871.	7693	7540	n.d.	7671	n.d.	7597
Nombre d'ETP non permanents		1 053	1179.	1257	1285	n.d.	1261	n.d.	1123
Total ETP		9 021	9050	8951	8825	8980	8932	n.d.	8720

Précisions méthodologiques

La réalisation 2025 correspond à l'arrêté des comptes 2025.

Source des données : France Télévisions.

Mode de calcul (mensuel) :

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

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

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

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

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

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

ANALYSE DES RESULTATS

Maîtrise des charges de personnel

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

Les efforts ont été poursuivis et accentués en 2025, parallèlement à la mise en œuvre des priorités stratégiques, avec un niveau des effectifs s'établissant à 8 720 ETP, en diminution de -212 ETP par rapport à 2024. Ce niveau est inférieur de -49 ETP au budget rectificatif, en lien avec un rythme de pourvoi de postes vacants rationalisé et la mise en œuvre d'efforts d'optimisation sur la planification des salariés.

INDICATEUR

3.2 – Ressources propres

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Ressources propres	M€	404,1	475,9	Non déterminé	375,3	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Mode de calcul : Somme des lignes publicité et parrainage (y compris recettes affectées) et autres recettes.

La réalisation 2025 correspond à l'arrêté des comptes 2025.

Source des données : France Télévisions

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

Précisions méthodologiques

Source des données : France Télévisions.

Mode de calcul : Somme des résultats d'exploitation de France Télévisions Publicité (FTP) et France Télévisions Distribution (FTD), du résultat net consolidé de Francetv.Studio et des reversements de FTD à FTV au titre des activités pour lesquelles FTV la mandate. La réalisation 2025 correspond à l'arrêté des comptes 2025.

ANALYSE DES RESULTATS

Ressources propres et recettes commerciales

Les ressources propres s'établissent à 375,3 M€, en baisse de -100,6 M€ par rapport à 2024, ce qui s'explique par une baisse des recettes publicitaires en l'absence d'événements exceptionnels tels que les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris en 2024 et dans un contexte de baisse du marché publicitaire TV au global.

Les recettes commerciales s'établissent à 26,8 M€ en 2025, en baisse de -4,9 M€ par rapport à 2024 qui s'explique principalement par les moindres performances publicitaires de France Télévisions Publicité en contexte hors JOP 2024, limitées par les bonnes performances de France Télévisions Distribution et France Télévisions Studio.

INDICATEUR

3.3 – Résultat d'exploitation

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Résultat exploitation	M€	3,7	0,7	Non déterminé	-22,7	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Précisions méthodologiques

Source des données : France Télévisions.

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

Le règlement ANC n° 2022-06 relatif à la modernisation des états financiers, d'application obligatoire aux exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2025, a modifié le plan comptable général. En particulier, il intègre une nouvelle définition du résultat exceptionnel qui entraîne le reclassement en produits d'exploitation des cessions d'actifs. Il en résulte une amélioration du REX de +16,4 M€, en lien avec la cession du bâtiment détenu par le groupe à Boulogne-Billancourt ; en 2025, le déficit d'exploitation du groupe s'établit ainsi à -22,7 M€ contre -39,1 M€ à périmètre constant.

ANALYSE DES RESULTATS

Résultat d'exploitation avant éléments non récurrents

L'exécution budgétaire de l'exercice 2025 a été marquée par un contexte de ressources contraint, conjuguant une baisse des concours publics de -29,7 M€ par rapport à l'année 2024 actée tardivement dans le vote de la loi de finance le 14 février 2025, et une contraction du marché publicitaire amplifiée en fin d'année. Dans ces conditions, le résultat d'exploitation s'établit à -39,1 M€ à périmètre constant, et à -22,7 M€ après prise en compte de l'évolution de la définition du résultat exceptionnel en cohérence avec la direction ANC n° 2022-06 (première perte d'exploitation hors éléments non récurrents depuis l'exercice 2015). Le résultat net s'établit à -30,8 M€.

INDICATEUR

3.4 – Index égalité femmes-hommes

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Résultat de l'index égalité femmes-hommes	ratio	99	99	Non déterminé	99	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Précisions méthodologiques

Source des données : France Télévisions.

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

ANALYSE DES RESULTATS

Égalité femmes-hommes

L'index se situe au même niveau depuis 2021, à savoir 99 %, traduisant les efforts continus du groupe en faveur de l'égalité salariale.

Présentation des crédits

2025 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS OUVERTS ET DES CREDITS CONSOMMES

2025 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action Prévision LFI 2025 Consommation 2025	Titre 6 Dépenses d'intervention	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
01 – France Télévisions	2 505 827 000	2 505 827 000	2 505 827 000 2 505 827 000	2 505 827 000
Total des AE prévues en LFI	2 505 827 000	0	2 505 827 000	2 505 827 000
Ouvertures / annulations par FdC et AdP				
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP				
Total des AE ouvertes	2 505 827 000 (hors titre 2)		2 505 827 000	
Total des AE consommées	0	2 505 827 000	2 505 827 000	

2025 / CREDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action Prévision LFI 2025 Consommation 2025	Titre 6 Dépenses d'intervention	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
01 – France Télévisions	2 505 827 000	2 505 827 000	2 505 827 000 2 505 827 000	2 505 827 000
Total des CP prévus en LFI	2 505 827 000	0	2 505 827 000	2 505 827 000
Ouvertures / annulations par FdC et AdP				
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP				
Total des CP ouverts	2 505 827 000 (hors titre 2)		2 505 827 000	
Total des CP consommés	0	2 505 827 000	2 505 827 000	

2024 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS VOTES (LFI) ET DES CREDITS CONSOMMES

2024 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

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

2024 / CREDITS DE PAIEMENT

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

PRESENTATION PAR TITRE ET CATEGORIE DES CREDITS CONSOMMES

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées* en 2024	Ouvertes en 2025	Consommées* en 2025	Consommés* en 2024	Ouverts en 2025	Consommés* en 2025
Titre 6 – Dépenses d'intervention	0	2 505 827 000	0	0	2 505 827 000	0
Transferts aux entreprises	0	2 505 827 000	0	0	2 505 827 000	0
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	2 523 106 868	0	2 505 827 000	2 523 106 868	0	2 505 827 000
Prêts et avances	2 523 106 868	0	2 505 827 000	2 523 106 868	0	2 505 827 000
Total hors FdC et AdP		2 505 827 000			2 505 827 000	
Total*	2 523 106 868	2 505 827 000	2 505 827 000	2 523 106 868	2 505 827 000	2 505 827 000

* y.c. FdC et AdP

Justification au premier euro

Éléments transversaux au programme

ÉLÉMENTS DE SYNTHÈSE DU PROGRAMME

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action <i>Prévision LFI Consommation</i>	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2 * Dépenses de personnel	Autres titres *	Total y.c. FdC et AdP	Titre 2 * Dépenses de personnel	Autres titres *	Total y.c. FdC et AdP
01 – France Télévisions		2 505 827 000 2 505 827 000	2 505 827 000 2 505 827 000		2 505 827 000 2 505 827 000	2 505 827 000 2 505 827 000
Total des crédits prévus en LFI *	0	2 505 827 000	2 505 827 000	0	2 505 827 000	2 505 827 000
Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP						
Total des crédits ouverts	0	2 505 827 000	2 505 827 000	0	2 505 827 000	2 505 827 000
Total des crédits consommés	0	2 505 827 000	2 505 827 000	0	2 505 827 000	2 505 827 000
Crédits ouverts - crédits consommés						

* hors FdC et AdP pour les montants de la LFI

1 – Réalisations de l'entreprise en 2025

Conformément à ses objectifs stratégiques, l'entreprise a notamment accompli les réalisations suivantes en 2025 :

- **le groupe public a poursuivi la montée en puissance de son ambition numérique**, avec france.tv comme point d'entrée de l'offre audiovisuelle publique. L'offre à la demande de France Télévisions a consolidé sa position de première offre gratuite de streaming en France, tous acteurs confondus, avec 39,8 millions de visiteurs uniques mensuels en moyenne, en progression de +14 % sur un an. L'année 2025 marque en outre une étape stratégique dans l'agrégation des offres de service public. Après Arte fin 2024, france.tv a intégré les contenus de l'INA, LCP–Public Sénat, France 24 et TV5 Monde.
- **Les réseaux sociaux se sont affirmés comme un levier majeur de diffusion et de circulation des contenus de France Télévisions**. L'environnement france.tv totalise 1,2 milliard de vidéos vues chaque mois sur les réseaux sociaux, en hausse de +57 % par rapport à 2024 (poursuite du développement du média social france.tv Slash dédié aux 18-30 ans, renforcement de la visibilité des contenus éducatifs Lumni, progression de la communauté d'abonnés à *C quoi l'info*, rendez-vous de l'actualité à destination des adolescents en diffusion exclusive sur les réseaux sociaux...).
- Pour renforcer la capacité de France Télévisions à **garantir une information fiable et impartiale dans l'ensemble de ses offres**, plusieurs actions structurantes ont été décidées en 2025 :
 - Le renforcement de la transparence, avec l'enrichissement de la page Transparence de franceinfo créée en 2024[1], qui donne désormais accès à la liste de tous les invités (plus seulement les invités politiques) présents dans les émissions et magazines d'information de France 2, France 3, France 5 et franceinfo, ainsi qu'aux thématiques abordées, conformément à l'appréciation large du pluralisme retenue par la délibération du 17 juillet 2024 de l'Arcom en application de la décision du 13 février 2024 du Conseil d'État ;
 - La création d'une direction de l'éthique et de la vérification ;
 - La mise en place d'un comité consultatif interne compétent pour rendre des avis en cas de difficultés rencontrées dans le respect des obligations déontologiques ;

- Une réflexion approfondie sur le régime de sanction, pour assurer, en cas de manquements à ces obligations, une échelle graduée
 - Le regroupement, sous une direction unique, de tous les magazines d'information et concourant à l'information, y compris ceux pilotés par des producteurs externes afin de garantir que s'y appliquent les mêmes règles et la même rigueur déontologique.
- En 2025, **France Télévisions a poursuivi et consolidé sa stratégie de régionalisation**. Le réseau régional repose sur 13 directions régionales, 24 antennes et deux chaînes de plein exercice, Via Stella en Corse et NoA en Nouvelle-Aquitaine. Le volume de diffusion régionale atteint 47 227 heures en 2025, en hausse significative par rapport à 2024 (41 424 heures), soit une progression de 110 % depuis 2017. Cette offre de proximité réunit chaque mois 29,4 millions de téléspectateurs,
 - Dans un contexte budgétaire contraint, **les engagements dans la création audiovisuelle se sont établis à 420 M€, en diminution de -20 M€ par rapport 2025**, dans le cadre de l'accord interprofessionnel en vigueur qui permet le report de 5 % de l'engagement sur l'exercice suivant. **Les engagements en faveur du cinéma au titre de la création s'établissent à 69,7 M€.**
 - **L'action de France Télévisions en faveur de la lutte contre la désinformation** sur les antennes et le numérique se poursuit, avec des émissions comme « *Mission info* » ou « *C quoi l'info* » à destination des jeunes publics, la série documentaire « *La fabrique du mensonge* » sur France 5, « *L'œil du 20h* » sur France 2, « *Vrai ou faux* » sur franceinfo ou encore les ressources éducatives de Lumni. Elle se traduit également sur le terrain, avec la poursuite du Tour de France académique de l'éducation aux médias et à l'information (3 étapes en 2025) ou l'accueil de près de 3000 élèves au siège et en Outre-mer pour la Semaine de la Presse et des Médias dans l'École.
 - **La politique volontariste en matière d'égalité femmes-hommes s'est poursuivie, tant en termes de représentation à l'antenne qu'à travers le traitement de sujets comme le droit des femmes, la lutte contre les violences faites aux femmes ou les stéréotypes de genre dans l'offre éditoriale** (soirées continues consacrées au droit à l'IVG dans le contexte des 50 ans de la loi Veil, fiction « Olympe, la femme dans la révolution »). L'index égalité professionnelle atteint 99 %, la part des réalisatrices de fiction atteint 45 % en 2025 (et 52 % pour le feuilleton *Un si grand soleil*), et la présence d'expertes dans les émissions 50 %.

2 – Budget 2025

Le budget initial 2025 a été construit dans un contexte de contrainte sur les ressources de l'entreprise, marqué par la baisse de -4 M€ de sa dotation publique par rapport à 2024, en-deçà de la trajectoire initialement arbitrée, et par la contraction de ses recettes publicitaires après une année 2024 portée par les JOP de Paris. Dans ces conditions, et afin de contenir la perte d'exploitation, l'entreprise a arrêté lors du budget initial approuvé par le Conseil d'administration en décembre 2024 un premier plan d'économies, conduisant à une prévision de déficit d'exploitation de -49,4 M€. La diminution supplémentaire de -26 M€ des concours publics, intervenue tardivement lors des débats parlementaires autour du PLF 2025 a amené l'entreprise à présenter en mars une reprévision en tirant les conséquences et portant le déficit d'exploitation à -72,4 M€

Le budget rectificatif approuvé par le Conseil d'administration en juillet 2025 a permis de ramener le déficit d'exploitation à -57,7 M€, au moyen d'un plan d'économies renforcé. Cet effort de gestion s'est notamment appuyé sur des économies sur les charges externes et, dans une moindre mesure, sur les programmes (renégociation des contrats des programmes de flux notamment), ainsi que sur une réduction des effectifs, à missions constantes.

Lors du Conseil d'administration du 16 octobre 2025, une nouvelle reprévision a été présentée, ramenant le résultat d'exploitation à -43,1 M€, soit une amélioration de +14,6 M€ par rapport au budget rectificatif de juillet 2025. Cette amélioration est intervenue malgré un retrait des recettes publicitaires et de parrainage à hauteur de -8,6 M€ par rapport au budget rectificatif, en raison de la dégradation du marché. Les efforts supplémentaires, réalisés sans évolution du périmètre des missions, traduisent un pilotage continu de l'ensemble des directions et portent notamment sur une nouvelle baisse des effectifs (-30 ETP par rapport au budget rectificatif ; -61 ETP par rapport au budget initial et -193 ETP par rapport à 2024) ainsi que sur une nouvelle diminution des dépenses externes hors programmes.

3 – Réel 2025

Le résultat d'exploitation pour 2025 s'établit à -39,1 M€ à périmètre constant, et à -22,7 M€ après prise en compte de l'évolution du plan comptable général induite par le règlement ANC n° 2022-06 qui prévoit le reclassement du produit des cessions immobilières en produits d'exploitation (première perte d'exploitation hors impact RCC et Salto depuis l'exercice 2015), **et le résultat net s'établit à -30,8 M€.**

Le résultat d'exploitation est ainsi en amélioration de +35 M€ par rapport au budget rectificatif 2025 (+19 M€ à périmètre constant). Cette amélioration s'est opérée en dépit d'une moins-value publicitaire à hauteur de -18 M€, grâce notamment à de nouvelles économies sur les charges d'exploitation (-18 M€), au dynamisme de recettes commerciales, de production et de distribution des filiales (+8 M€) ainsi qu'au produit d'une cession immobilière reclassé en exploitation (+16 M€) et des économies sur les versements de droits et fiscaux (+11 M€).

Cette amélioration de l'exécution par rapport au budget rectificatif témoigne de l'effort de gestion réalisé par l'entreprise pour réduire le déficit d'exploitation en 2025. Les charges d'exploitation s'établissent à 2 632,3 M€, en retrait de -18 M€ par rapport au budget rectificatif, de -34 M€ par rapport au budget initial, et de -71 M€ par rapport à 2024. Les effectifs 2025 s'établissent en retrait de -49 ETP par rapport au budget rectificatif et de -212 ETP par rapport à 2024.

Enfin, les engagements dans la création audiovisuelle se sont établis à 420 M€, en diminution de -20 M€ par rapport à 2024, dans le cadre de l'accord interprofessionnel en vigueur qui permet le report de 5 % de l'engagement sur l'exercice suivant.

Le chiffre d'affaires diffusion atteint 2 881,2 M€, en retrait de -16 M€ par rapport au budget rectificatif, principalement du fait d'une moins-value sur la publicité et le parrainage. Dans un contexte économique et géopolitique défavorable, le marché de la publicité TV recule de -8,3 % en 2025, après une année 2024 exceptionnelle portée par l'Euro et les Jeux Olympiques et Paralympiques, et dans un contexte de baisse tendancielle de l'audience linéaire, partiellement compensée par la dynamique des plateformes. Les recettes publicitaires de France Télévisions s'établissent ainsi à 349,2 M€, en retrait de -17,7 M€ par rapport au budget rectificatif et de -102,7 M€ par rapport à 2024, année au cours de laquelle elles avaient atteint un niveau record grâce aux Jeux Olympiques de Paris 2024.

Les recettes nettes disponibles de France Télévisions s'établissent à 2 518,6 M€, soit un niveau légèrement inférieur au budget rectificatif (-5,2 M€). Cet indicateur correspond au chiffre d'affaires diffusion, diminué des commissions et ayants droit ainsi que de la taxe sur les salaires.

- Les commissions et ayants droit s'élèvent à 310,6 M€, en baisse de -8,1 M€ par rapport au budget rectificatif, sous l'effet de la diminution des ressources et de la prise en compte en 2025 d'un ajustement relatif à la contribution sociale de solidarité des sociétés.
- La taxe sur les salaires s'établit à 51,9 M€, en diminution de -2,7 M€ par rapport au budget rectificatif, en lien avec la baisse du chiffre d'affaires et de la masse salariale.

Dans un contexte budgétaire contraint, France Télévisions a contenu ses dépenses de programmes, tout en préservant l'offre éditoriale. **Le coût de grille s'établit à 2 147,4 M€,** en légère baisse de -11,7 M€ par rapport au budget rectificatif (-0,5 %) grâce à des ajustements ciblés et à une organisation plus efficiente.

- Concernant **l'information nationale**, le coût de grille est en baisse par rapport au budget. Cette évolution reflète des choix de programmation et d'organisation permettant de maintenir une information de référence sur tous les supports, tout en rationalisant certains formats et en limitant le recours à des dépenses externes. Cette dynamique d'ensemble a toutefois été partiellement compensée par le maintien d'un haut niveau de mobilisation sur l'actualité internationale et par la couverture de grands rendez-vous et événements d'actualité (panthéonisation de R. Badinter, 80 ans du débarquement...) qui ont nécessité des moyens spécifiques.
- Pour **les sports**, les dépenses sont également légèrement en retrait par rapport au budget rectificatif. Cette évolution s'explique par une optimisation des modalités de production et par une attention renforcée portée aux dépenses de fonctionnement, tout en garantissant la diffusion d'événements majeurs et l'accès du plus grand nombre aux grandes compétitions, qui constituent une mission essentielle du service public.

- S'agissant du **programme national**, les dépenses sont en légère hausse par rapport aux prévisions, du fait d'un renforcement volontaire de l'offre de fiction et de cinéma en fin d'année. Ce choix vise à maintenir une programmation attractive et fédératrice, à soutenir l'audience sur une période plus concurrentielle et, plus largement, à accompagner les recettes propres de l'entreprise dans un environnement publicitaire plus difficile. Dans ce cadre, France Télévisions a néanmoins ajusté son niveau d'engagement dans la création audiovisuelle par rapport aux exercices précédents (420 M€ contre 440 M€ en 2024), afin de tenir compte des contraintes de l'exercice, tout en demeurant un partenaire structurant de la filière.
- **Pour le programme régional métropolitain**, le coût de grille est également en baisse par rapport au budget rectificatif. France Télévisions a renforcé certaines organisations communes et fait évoluer sa programmation lors de périodes spécifiques (notamment vacances et week-ends), tout en réduisant certains dispositifs plus coûteux. Ces adaptations se sont accompagnées d'efforts de gestion et de mesures de sobriété, permettant de préserver la proximité et l'ancrage territorial, dans le respect des missions de service public.
- **Pour les Outre-mer 1^{res}**, les dépenses sont également orientées à la baisse, en raison principalement d'une économie sur la masse salariale, avec des postes non remplacés grâce à une optimisation de l'activité.
- Enfin, **sur le numérique (hors contenus)**, les dépenses sont en hausse par rapport aux prévisions, en raison d'un effort renforcé sur la visibilité et la promotion des offres sur les supports digitaux, en tant que priorité stratégique. Cet effort a toutefois été partiellement compensé par des ajustements de calendrier et par des optimisations techniques, afin d'en limiter l'impact et de rester dans une logique de maîtrise globale des coûts.

Les coûts supports (344,6 M€) sont en léger retrait de -1,9 M€ par rapport au budget rectificatif, avec des économies sur la masse salariale et les honoraires.

Les autres dépenses (140,3 M€) sont en retrait de -4,7 M€ par rapport au budget rectificatif, notamment par des économies sur les frais généraux.

S'agissant des autres résultats :

Le résultat des autres activités (+70,7 M€) est à la hausse de +3,1 M€ par rapport au budget rectificatif, notamment du fait des bons résultats de la filiale de distribution FTD.

Le résultat du producteur (+3,9 M€) est supérieur de +2,4 M€ au budget rectificatif, en raison du chiffre d'affaires dynamique des filiales cinéma et d'un niveau de sorties en salles inférieur aux prévisions.

Le résultat financier s'établit à -7,2 M€, inférieur au budget.

Le résultat exceptionnel, en ligne avec le budget rectificatif, tenant compte de la cession de l'immeuble de Boulogne, dont la plus-value nette comptable de +16,4 M€ est finalement reclassée en exploitation dans le cadre de la nouvelle classification comptable.

La quote-part des sociétés mises en équivalence (-0,8 M€), en dégradation de -1,2 M€ par rapport au budget rectificatif du fait de l'intégration des résultats déficitaires d'Arte et TV5 Monde.

Le résultat net s'établit à -30,8 M€.

Compte de résultat de France Télévisions

Compte de résultat métier consolidé (M€)	Réel 2024	Budget rectificatif 2025	Réel 2025
Concours publics	2 535,5	2 505,8	2 505,8
Publicité et parrainage	451,9	366,9	349,2
Autres recettes	24,0	24,4	26,1
Total CA diffusion	3 011,4	2 897,1	2 881,2
Commissions et ayants droit	340,2	318,7	310,6
Taxe sur les salaires	55,1	54,6	51,9
Recettes nettes disponibles	2 616,1	2 523,8	2 518,6
Coût de grille	2 199,0	2 159,1	2 147,4
Coûts supports	351,9	346,5	344,6
Autres dépenses	152,9	145,0	140,3
Charges d'exploitation du diffuseur	2 703,8	2 650,6	2 632,3
Résultat opérationnel diffuseur	-87,7	-126,8	-113,8
Résultat autres activités	+80,5	+67,6	+87,1
Résultat du producteur	+8,0	+1,5	+3,9
Résultat d'exploitation	0,7	-57,7	-22,7
Résultat financier	-3,2	-6,8	-7,2
Résultat exceptionnel	2,5	16,5	0,2
Sociétés MEE	2,1	0,4	-0,8
Résultat avant impôts	2,1	-47,7	-30,5
Impôts	-0,1		-0,2
Intérêts minoritaires	0,4	0,1	-0,1
Résultat net	2,4	-47,6	-30,8

[1] Depuis février 2024, une page Transparence sur le site franceinfo.fr donne accès à l'audit externe de certification Journalism Trust Initiative et à notre corpus de chartes déontologiques, mais également à la liste des invités politiques et au temps de parole tels que transmis chaque trimestre à l'Arcom ou encore à des éléments sur la fabrication de l'information et les sources utilisées par les journalistes dans leurs reportages (NosSources).

PASSAGE DU PLF A LA LFI

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
PLF	0	0	0	0	0	0
Amendements	0	+2 505 827 000	+2 505 827 000	0	+2 505 827 000	+2 505 827 000
LFI	0	2 505 827 000	2 505 827 000	0	2 505 827 000	2 505 827 000

La loi n° 2022-1157 du 16 août 2022 de finances rectificative pour 2022 qui a supprimé la contribution à l'audiovisuel public prévoyait que les recettes du compte de concours financier « Avances à l'audiovisuel public » (CCF AVP) proviendrait, jusqu'au 31 décembre 2024, d'une fraction du produit de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) déterminée chaque année par la loi de finances de l'année.

L'impossibilité de financer le secteur par affectation d'un montant de TVA à compter du 1^{er} janvier 2025 a conduit à prévoir dans le texte initial du PLF pour 2025 la création d'une mission « Audiovisuel public » sur le budget général, d'une part, et à ne prévoir aucune ouverture de crédits sur le CCF AVP, d'autre part.

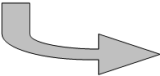
L'adoption de la loi organique n° 2024-1177 du 13 décembre 2024 portant réforme du financement de l'audiovisuel public en parallèle des débats sur le PLF pour 2025 a pérennisé la possibilité d'affecter directement un montant déterminé d'une imposition de toute nature aux organismes du secteur de la communication audiovisuelle. La loi n° 2025-127 du 14 février 2025 de finances pour 2025 a entériné ce mode de financement en affectant un montant de TVA en recettes du CCF AVP et en inscrivant les crédits du secteur sur le compte.

Dépenses pluriannuelles

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

AE 2025	CP 2025
AE ouvertes en 2025 * (E1) 2 505 827 000	CP ouverts en 2025 * (P1) 2 505 827 000
AE engagées en 2025 (E2) 2 505 827 000	CP consommés en 2025 (P2) 2 505 827 000
AE affectées non engagées au 31/12/2025 (E3) 0	dont CP consommés en 2025 sur engagements antérieurs à 2025 (P3 = P2 – P4) 0
AE non affectées non engagées au 31/12/2025 (E4 = E1 – E2 – E3) 0	dont CP consommés en 2025 sur engagements 2025 (P4) 2 505 827 000

RESTES A PAYER

Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 brut (R1) 0					
Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2024 (R2) 0					
					
Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 net (R3 = R1 + R2) 0	–	CP consommés en 2025 sur engagements antérieurs à 2025 (P3 = P2 – P4) 0	=	Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R4 = R3 – P3) 0	
AE engagées en 2025 (E2) 2 505 827 000	–	CP consommés en 2025 sur engagements 2025 (P4) 2 505 827 000	=	Engagements 2025 non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R5 = E2 – P4) 0	
				Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R6 = R4 + R5) 0	
					
					Estimation des CP 2026 sur engagements non couverts au 31/12/2025 (P5)
					Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2026 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2025 (P6 = R6 – P5) 0

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

* LFI 2025 + reports 2024 + mouvements réglementaires + FdC + AdP + fongibilité asymétrique + LFR

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

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i> <i>Réalisation</i>	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
01 – France Télévisions		2 505 827 000 2 505 827 000	2 505 827 000 2 505 827 000		2 505 827 000 2 505 827 000	2 505 827 000 2 505 827 000

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

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

ÉLÉMENTS DE LA DEPENSE PAR NATURE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision LFI y.c. FdC et AdP	Réalisation	Prévision LFI y.c. FdC et AdP	Réalisation
Titre 6 : Dépenses d'intervention	2 505 827 000		2 505 827 000	
Transferts aux entreprises	2 505 827 000		2 505 827 000	
Titre 7 : Dépenses d'opérations financières		2 505 827 000		2 505 827 000
Prêts et avances		2 505 827 000		2 505 827 000
Total	2 505 827 000	2 505 827 000	2 505 827 000	2 505 827 000

PROGRAMME 842
ARTE France

Bilan stratégique du rapport annuel de performances

Florence PHILBERT

Directrice générale des médias et des industries culturelles

Responsable du programme n° 842 : ARTE France

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

Conformément aux dispositions de l'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, un contrat d'objectifs et de moyens (COM) signé entre l'État et la société ARTE France définit, dans un cadre prospectif et pluriannuel, la stratégie éditoriale et de développement, les améliorations de gestion à mettre en œuvre et les moyens afférents permettant d'y parvenir. L'État et la société ont signé le 27 mars 2023 un avenant au COM 2020-2022 pour la période 2023-2024, qui réaffirme les engagements pris et s'inscrit dans la stratégie du Groupe ARTE, formalisée dans le Projet de groupe 2021-2024. Ce dernier COM visait, de manière conservatoire, à doter le pôle français du Groupe Arte des moyens nécessaires au respect des équilibres internes au Groupe et au maintien de ses positions concurrentielles à un horizon de deux ans, en poursuivant les orientations stratégiques retenus dans le COM initial (2020-2022) et en actualisant les objectifs cibles de l'entreprise pour deux années supplémentaires.

En 2024, l'État et la société ont engagé le processus de négociation du nouveau COM qui devait couvrir la période 2025-2028, lui-même aligné sur le projet de groupe d'ARTE 2025-2028, qui précise la stratégie des trois entités du Groupe (ARTE France, ARTE Deutschland et ARTE GEIE) sur cette période. Un nouveau projet de COM couvrant la période 2026-2028 est en cours de négociation.

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

- Se préparer à un avenir principalement numérique, en proposant plus de contenus pour les jeunes adultes et en stimulant l'innovation de format et d'écriture ;
- Poursuivre son développement en Europe, et pour cela élargir et approfondir le réseau de partenaires d'ARTE, mobiliser de nouvelles ressources externes, élargir le catalogue de droits européens disponibles en version multilingue, notamment pour la fiction et la narration sérielle, proposer des formats spécialement destinés aux Européens et faire connaître la marque en s'appuyant sur certains programmes phares ;
- Mieux distribuer les offres ARTE en Europe sur l'ensemble des vecteurs, en assurant leur mise en avant chez les tiers et en adaptant la stratégie marketing ;
- Renforcer l'attribution à la marque autour et au sein des programmes ;
- Accroître la notoriété de la plateforme propriétaire, arte.tv, et fidéliser ses publics ;
- Être au rendez-vous de la recommandation par l'IA, en renforçant l'expertise en matière de données et les liens avec les principaux développeurs de modèles d'IA et d'assistants personnels ;
- Être un repère de confiance pour les publics, en plaçant transparence et responsabilité informationnelle, sociale, environnementale et technologique au cœur de la stratégie de l'entreprise ;
- Optimiser l'organisation et le fonctionnement du groupe, en les rendant plus simples, plus agiles et en maximisant les synergies entre les trois entités (ARTE France, ARTE Deutschland et le GEIE), grâce notamment au développement d'outils informatiques communs.

Dans un environnement toujours plus concurrentiel, marqué par la croissance rapide des plateformes internationales et le développement numérique des acteurs traditionnels, et dans un contexte global où la consommation audiovisuelle est en baisse sur le linéaire et stagne tout en étant de plus en plus volatile sur le numérique, les résultats atteints par ARTE France en 2025 confirment la pertinence d'une stratégie éditoriale axée vers la création originale et les programmes inédits : les audiences linéaires atteignent un niveau record en France, avec 3,1 % de part d'audience tandis que les audiences numériques continuent leur progression pour atteindre une moyenne de 204,5 millions de vidéos vues par mois (hors formats courts appelés reels), soit +10,1 % par rapport à 2024, tous canaux confondus (i.e. via les environnements dits « propriétaires » comme le site internet, et via les plateformes et médias tiers). ARTE poursuit par ailleurs sa stratégie d'innovation numérique, d'une part, et son développement européen au-delà de l'axe franco-allemand, d'autre part, à travers son offre numérique multilingue « ARTE+ Europe » et ses coproductions européennes.

En 2025, ARTE France a perçu une dotation publique de 297,9 M€, en hausse de +4,4 M€ par rapport à 2024. Ce montant représente une baisse de -0,2 M€ par rapport à la LFI pour 2025 qui provient de la différence entre le montant de taxe sur les salaires budgétisé initialement pour 2024 et le montant effectivement décaissé par l'entreprise, régularisée en LFG pour 2025.

Ce niveau de dotation a permis à ARTE France de poursuivre en 2025 la montée en puissance engagée dès 2024 sur son offre numérique à destination des différents publics européens, et de financer les surcoûts liés à l'inflation, au glissement de la masse salariale ainsi qu'aux évolutions des dépenses engagées, notamment les coûts non récurrents liés au déménagement du siège d'ARTE France. Ce niveau de dotation publique a également permis à ARTE France d'atteindre un niveau d'investissement direct dans les programmes de 157,99 M€, soit un montant supérieur de +1,6 M€ aux prévisions initiales. Par ailleurs, ces éléments ont permis de reconstituer le report à nouveau à hauteur de +1,4 M€ contre un prélèvement de 1 M€ initialement prévu.

RECAPITULATION DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

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

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

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

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

INDICATEUR 2.1 : Audiences linéaire et non linéaire

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

INDICATEUR 3.1 : Maîtrise des charges

INDICATEUR 3.2 : Index égalité femmes-hommes

Objectifs et indicateurs de performance

OBJECTIF

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

INDICATEUR

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

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Part des investissements programmes dans les dépenses totales	%	79	79	Non déterminé	79	donnée non renseignée	Non déterminé
Part du chiffre d'affaires investi dans la production d'œuvres cinématographiques françaises et européennes	%	3,5	3,5	Non déterminé	3,5	donnée non renseignée	Non déterminé
Part des œuvres européennes dans les œuvres diffusées	%	88,5	88,8	≥ 85	90,4	cible atteinte	≥ 85

Commentaires techniques

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

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2025
	Réalisation	Réalisation	Réalisation	Réalisation	Réalisation	Prévision	Réalisation
Millions euros	88,8	88,0	87,5	88,7	93,7	Non déterminé	93,4

Sources des données : ARTE France et ARTE GEIE

ANALYSE DES RESULTATS

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

À la clôture de l'exercice 2025, la part des dépenses d'investissement dans les programmes, rapportée aux dépenses totales de la société (hors coût de diffusion et contribution à ARTE GEIE), s'établit à 79 %, soit un niveau stable par rapport à l'exercice précédent. Les investissements programmes sont en léger recul par rapport à l'exercice précédent (-0,3 M€), mais continuent à se concentrer en priorité vers les œuvres françaises et européennes de création (cinéma, fiction, documentaire et spectacle) avec 93,4 M€ d'engagements en 2025.

La diffusion d'œuvres européennes est en hausse par rapport à 2024, avec 90,4 % du total des œuvres diffusées en 2025, soit un niveau supérieur de +5,4 points à la cible qui était fixée dans le PAP 2025.

L'effort de financement de la production originale d'œuvres cinématographiques, à travers la filiale **ARTE France Cinéma**, est lui aussi, comme les années précédentes, à la hauteur des engagements qui avaient été pris dans le cadre de l'avenant 2023-2024 au COM 2020-2022 (à minima 3,5 % des ressources, soit 9,95 M€ en 2025).

INDICATEUR

1.2 – Volume horaire de programmes inédits engagés par ARTE France

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Volume horaire de programmes inédits engagés par ARTE France	heure	995	1045	Non déterminé	1008	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

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

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

ANALYSE DES RESULTATS

La stratégie d'investissement dans les programmes a pour objectif de proposer une part importante de programmes inédits afin de renforcer l'offre éditoriale de la chaîne, à l'antenne linéaire comme sur les canaux numériques. Le volume d'engagements d'ARTE dans des programmes inédits conserve un niveau stable par rapport à 2024 (1008 heures contre 1045).

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

ARTE France conforte en 2025, avec le soutien financier de l'État, son engagement en faveur des programmes, notamment en matière de production d'œuvres européennes inédites (cinéma, fiction, documentaire et spectacle). ARTE diffuse toujours très majoritairement des œuvres audiovisuelles et des films produits en Europe.

OBJECTIF

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

INDICATEUR

2.1 – Audiences linéaire et non linéaire

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Part d'audience France	%	2,9	3,0	Non déterminé	3,1	donnée non renseignée	Non déterminé
Audience cumulée hebdomadaire (France et Allemagne)	%	21,8	22,5	Non déterminé	22,1	donnée non renseignée	Non déterminé
Nombre de vidéos vues par mois sur l'ensemble des plateformes de diffusion	millions	173	185,8	Non déterminé	204,5	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Part d'audience France : part que représente la durée d'écoute d'ARTE dans la durée d'écoute totale du média télévision en France.
Audience cumulée hebdomadaire : nombre d'individus (en millions) ayant eu au moins un contact au seuil de 10 secondes consécutives avec la chaîne sur la semaine, en France et en Allemagne.
Nombre de vidéos vues par mois : cumul des vidéos vues mesurées par des outils du marché pour les offres gérées directement par ARTE (ex : eStat/Streaming de Médiamétrie) et des vidéos vues communiquées par les tiers opérateurs (y compris vidéos liées à la consultation du flux ARTE en direct (*live streaming*), incluant Facebook au moins 10 secondes (hors « sponsorisé »).
Sources des données : Médiamétrie, GfK, ARTE France, Projet Groupe, certification OJD.

ANALYSE DES RESULTATS

En 2025, ARTE atteint à nouveau des résultats d'audience historiques, aussi bien à l'antenne que sur le numérique avec plus de 93 millions de personnes en contact avec la marque en moyenne par mois (+2,8 millions de contacts, soit +3 % vs 2024), grâce aux efforts déployés par la société en faveur de ses offres éditoriales. L'audience linéaire s'établit à 3,1 % de part d'audience en France, atteignant un nouveau record, et à 1,4 % en Allemagne.

Toutefois, l'audience cumulée de la chaîne s'établit à 22,1 millions de téléspectateurs hebdomadaires dans les deux pays, en recul de -1,8 % par rapport à l'exercice précédent, mais en hausse de +1,4 % par rapport à 2023.

La hausse de la part d'audience malgré la baisse de l'audience cumulée s'explique par le fait qu'entre 2024 et 2025, la Durée d'Écoute Individuelle (DEI) totale des chaînes TV a diminué davantage que la DEI d'ARTE, ce qui permet *in fine* à PDA de progresser malgré la baisse globale du nombre de téléspectateurs.

S'agissant de l'audience numérique, la chaîne poursuit sa progression avec 204,5 millions de vidéos vues chaque mois en moyenne (hors formats courts dits « reels ») au cours de l'année 2025, soit +10,1 % par rapport au niveau de l'année 2024. En ajoutant les *reels*, le nombre de vidéos vues chaque mois atteint 274,3 millions, en progression de +16 % par rapport à 2024 (237,2 millions).

OBJECTIF

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

INDICATEUR

3.1 – Maîtrise des charges

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Charges de personnel	M€	22,1	23,2	Non déterminé	24,8	donnée non renseignée	Non déterminé
Frais généraux	M€	7,4	8,5	Non déterminé	6,7	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

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

Sources des données : ARTE France.

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

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

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

	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Prévision	2025 Réalisation
Nombre d'ETP (permanents et non permanents)	271,4	272,3	278,6	286,2	Non déterminé	288,3

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

Sources des données : ARTE France - rapport de gestion (288,3 ETP permanents et non permanents, dont 12,3 ETP alternants ce qui représente 17 à 20 jeunes).

ANALYSE DES RESULTATS

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

Les charges de personnel d'ARTE France s'établissent à 24,8 M€ en 2025, en augmentation de +1,6 M€ par rapport à 2024. Dans un contexte toujours plus concurrentiel, cette hausse a permis à l'entreprise de se doter des moyens humains nécessaires à l'accomplissement durable de ses missions ; les effectifs s'établissent ainsi à 288,3 ETP. Ils visent à soutenir le développement numérique de la chaîne et le développement de ses offres et audiences. Par ailleurs, cette progression a permis également d'accompagner, par des mesures salariales, les salariés d'ARTE France dans le contexte d'inflation et d'engager une réévaluation des rémunérations pour certains métiers en tension pour lesquels les salaires actuellement proposés par ARTE France ne sont plus en ligne avec le marché du travail.

Les frais généraux 2025 atteignent 6,7 M€, soit une baisse de -1,8 M€ par rapport à 2024. Cette évolution par rapport à l'exercice précédent est liée au déménagement sur le nouveau site en septembre 2025. Des négociations menées en cours d'année ont permis de réduire significativement le montant du loyer et des charges locatives de l'ancien site, libéré deux mois plus tôt que dans les prévisions initiales. En outre, le nouveau bail bénéficie d'une franchise de loyer en 2025, et de charges locatives moins élevées que le précédent bail.

INDICATEUR

3.2 – Index égalité femmes-hommes

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Résultat de l'index égalité femmes-hommes	ratio	99	99	>=98	99	cible atteinte	>=98

Commentaires techniques

Commentaires techniques

Source des données : ARTE France

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

ANALYSE DES RESULTATS

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

Présentation des crédits

2025 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS OUVERTS ET DES CREDITS CONSOMMES

2025 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action Prévision LFI 2025 Consommation 2025	Titre 6 Dépenses d'intervention	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
01 – ARTE France	298 114 886	297 905 328	298 114 886 297 905 328	298 114 886
Total des AE prévues en LFI	298 114 886	0	298 114 886	298 114 886
Ouvertures / annulations par FdC et AdP				
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP	-209 558 (hors titre 2)		-209 558	
Total des AE ouvertes	297 905 328 (hors titre 2)		297 905 328	
Total des AE consommées	0	297 905 328	297 905 328	

2025 / CREDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action Prévision LFI 2025 Consommation 2025	Titre 6 Dépenses d'intervention	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
01 – ARTE France	298 114 886	297 905 328	298 114 886 297 905 328	298 114 886
Total des CP prévus en LFI	298 114 886	0	298 114 886	298 114 886
Ouvertures / annulations par FdC et AdP				
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP	-209 558 (hors titre 2)		-209 558	
Total des CP ouverts	297 905 328 (hors titre 2)		297 905 328	
Total des CP consommés	0	297 905 328	297 905 328	

2024 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS VOTES (LFI) ET DES CREDITS CONSOMMES

2024 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action Prévision LFI 2024 Consommation 2024	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total hors FdC et AdP prévus en LFI	Total y.c. FdC et AdP
01 – ARTE France	295 102 353 293 541 041	295 102 353	295 102 353 293 541 041
Total des AE prévues en LFI	295 102 353	295 102 353	295 102 353
Total des AE consommées	293 541 041		293 541 041

2024 / CREDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total hors FdC et AdP prévus en LFI	Total y.c. FdC et AdP
	Prévision LFI 2024 Consommation 2024		
01 – ARTE France	295 102 353 293 541 041	295 102 353	295 102 353 293 541 041
Total des CP prévus en LFI	295 102 353	295 102 353	295 102 353
Total des CP consommés	293 541 041		293 541 041

PRESENTATION PAR TITRE ET CATEGORIE DES CREDITS CONSOMMES

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées* en 2024	Ouvertes en 2025	Consommées* en 2025	Consommés* en 2024	Ouverts en 2025	Consommés* en 2025
Titre 6 – Dépenses d'intervention	0	298 114 886	0	0	298 114 886	0
Transferts aux entreprises	0	298 114 886	0	0	298 114 886	0
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	293 541 041	0	297 905 328	293 541 041	0	297 905 328
Prêts et avances	293 541 041	0	297 905 328	293 541 041	0	297 905 328
Total hors FdC et AdP		298 114 886			298 114 886	
Ouvertures et annulations* hors titre 2		-209 558			-209 558	
Total*	293 541 041	297 905 328	297 905 328	293 541 041	297 905 328	297 905 328

* y.c. FdC et AdP

RECAPITULATION DES MOUVEMENTS DE CREDITS (HORS DECRET DE SERVICES VOTES)

LOI DE FINANCES DE FIN DE GESTION

Date de signature	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
08/12/2025					209 558		209 558	
Total					209 558		209 558	

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

	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
Total général						209 558		209 558

Justification au premier euro

Éléments transversaux au programme

ÉLÉMENTS DE SYNTHÈSE DU PROGRAMME

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action <i>Prévision LFI Consommation</i>	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2 * Dépenses de personnel	Autres titres *	Total y.c. FdC et AdP	Titre 2 * Dépenses de personnel	Autres titres *	Total y.c. FdC et AdP
01 – ARTE France		298 114 886 297 905 328	298 114 886 297 905 328		298 114 886 297 905 328	298 114 886 297 905 328
Total des crédits prévus en LFI *	0	298 114 886	298 114 886	0	298 114 886	298 114 886
Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP		-209 558	-209 558		-209 558	-209 558
Total des crédits ouverts	0	297 905 328	297 905 328	0	297 905 328	297 905 328
Total des crédits consommés	0	297 905 328	297 905 328	0	297 905 328	297 905 328
Crédits ouverts - crédits consommés						

* hors FdC et AdP pour les montants de la LFI

La loi n° 2022-1157 du 16 août 2022 de finances rectificative pour 2022 qui a supprimé la contribution à l'audiovisuel public prévoyait que les recettes du compte de concours financier « Avances à l'audiovisuel public » (CCF AVP) proviendrait, jusqu'au 31 décembre 2024, d'une fraction du produit de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) déterminée chaque année par la loi de finances de l'année.

L'impossibilité de financer le secteur par affectation d'un montant de TVA à compter du 1^{er} janvier 2025 a conduit à prévoir dans le texte initial du PLF pour 2025 la création d'une mission « Audiovisuel public » sur le budget général, d'une part, et à ne prévoir aucune ouverture de crédits sur le CCF AVP, d'autre part.

L'adoption de la loi organique n° 2024-1177 du 13 décembre 2024 portant réforme du financement de l'audiovisuel public en parallèle des débats sur le PLF pour 2025 a pérennisé la possibilité d'affecter directement un montant déterminé d'une imposition de toute nature aux organismes du secteur de la communication audiovisuelle. La loi n° 2025-127 du 14 février 2025 de finances pour 2025 a entériné ce mode de financement en affectant un montant de TVA en recettes du CCF AVP et en inscrivant les crédits du secteur sur le compte.[LVJB1]

[LVJB1]Très légèrement modifié ici : à reprendre pour l'ensemble des sociétés.

Synthèse de l'activité 2025

Les événements marquants de l'année 2025 sont les suivants :

- ARTE France a continué de prioriser autant que possible les investissements directs dans les programmes, qui s'établissent à 157,99 M€. L'entreprise a également cherché à continuer de privilégier la production et la diffusion d'œuvres de création originale européenne (cinéma, fiction, documentaire et spectacle) ;
- les audiences antenne atteignent un nouveau record avec 3,1 % en France et les audiences numériques continuent leur progression, avec 204,5 millions de vidéos vues chaque mois en moyenne sur l'année 2025 (hors formats courts dits *reels*), soit +10,1 % par rapport au niveau de l'année 2024 et +18,2 % par rapport à 2023 ;

- ces résultats s'appuient sur une politique de communication consistant à assurer des actions de promotion éditoriale des programmes à la fois sur les médias classiques et sur les réseaux numériques. Les nombreux prix obtenus dans les festivals audiovisuel, cinéma, numérique, jeu vidéo et radio confortent cet élan éditorial et l'image de qualité des programmes d'ARTE auprès du public ;
- ARTE a par ailleurs pour objectif d'innover au sein de ses offres numériques et sur les plateformes tierces, dont la capacité de diffusion ne cesse de croître ;
- la chaîne a également pour objectif d'être présente sur tous les supports, auprès de tous et dans tous les territoires et en innovant en matière d'usages (droits longs, visionnage anticipé ou *preview*, visionnage des programmes hors connexion) ;
- elle continue d'investir une part significative de son budget programmes dans la création numérique (réalité virtuelle/360°, jeux vidéo d'auteurs et fictions interactives dérivées du jeu vidéo, webséries, webdocs, formats innovants adaptés aux réseaux sociaux).

Les comptes 2025

En 2025, ARTE France a perçu une **dotation publique** de 297,9 M€ (montant en loi de fin de gestion 2025), soit le montant inscrit dans la loi finances initiale votée pour 2025 (298,1 M€) diminué de -0,22 M€ correspondant à la différence entre la taxe sur les salaires effectivement décaissée et la compensation initialement versée par l'État à ce titre en 2025.

Les ressources propres sont légèrement inférieures aux prévisions avec un montant de 1,8 M€ (soit, en tenant compte de l'arrondi, -0,1 M€ par rapport au budget initial et -0,4 M€ par rapport à 2024). La monétisation des chaînes YouTube, lancée à titre expérimental en septembre 2025, a permis de dégager pour ARTE France des recettes à hauteur de 0,22 M€. Outre des prestations ponctuelles exécutées pour le compte d'ARTE GEIE, ces ressources comprennent également les « recettes nettes part producteur » perçues par l'entreprise, ses droits aux reversements ouverts auprès de la PROCIREP et des recettes diverses issues d'exploitations annexes, ainsi que les produits financiers.

Les charges d'exploitation (126,6 M€ de charges hors programmes et hors reconstitution du report à nouveau) sont maîtrisées et s'inscrivent en augmentation de +1,3 M€ par rapport à 2024 (cette hausse étant notamment liée à la progression de l'apport d'ARTE France à ARTE GEIE et des charges de personnel) mais en économie significative par rapport aux prévisions initiales (-3,8 M€), notamment en raison des économies réalisées sur le loyer et les charges locatives de l'ancien et du nouveau site sur lequel a emménagé l'entreprise, mais également sur les consommations électriques grâce à un nouveau marché favorable. A cela s'ajoutent des économies sur les impôts et taxes en raison des négociations avec le bailleur d'ARTE France qui ont permis de réduire de plusieurs mois la durée pendant laquelle la société était soumise à des taxes immobilières sur l'ancien site (-0,21 M€), et à une baisse de -0,22 M€ relative à la taxe sur les salaires 2025.

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

La maîtrise des charges en cours d'exercice, ainsi que l'économie de plusieurs mois de certains coûts immobiliers, ont permis à ARTE France d'atteindre un niveau d'investissement direct dans les programmes de 157,99 M€, soit un montant supérieur de +1,6 M€ aux prévisions du budget initial. Par ailleurs, ces éléments ont permis de reconstituer le report à nouveau à hauteur de +1,4 M€ contre un prélèvement de 1 M€ initialement prévu.

Le tableau budgétaire et les comptes sociaux 2025 seront définitivement approuvés par l'Assemblée générale des actionnaires en juin 2026. Ils sont fournis ci-dessous dans leur version provisoire.

Tableau budgétaire ARTE France	Réalisé	Budget	Réalisé	Evolution Réel/Budget	
En millions d'euros hors taxes	2024	2025	2025	Ecart	%
Contribution publique	294,7	298,0	297,9	-0,1	0,0%
Ressources Propres	2,3	1,9	1,8	-0,1	-6,8%
Mobilisation du Report à nouveau	2,0	1,0		-1,0	-100,0%
Total des Recettes	299,0	300,9	299,7	-1,2	-0,4%
Programmes	172,2	170,5	171,8	+1,3	0,7%
<i>Dont plan de production et d'achats</i>	<i>158,3</i>	<i>156,4</i>	<i>158,0</i>	<i>+1,6</i>	<i>1,0%</i>
<i>Dont autres dépenses de Programmes</i>	<i>13,8</i>	<i>14,1</i>	<i>13,8</i>	<i>-0,3</i>	<i>-2,3%</i>
Coûts de diffusion	6,7	6,7	6,2	-0,5	-7,3%
Etudes, communication et autres dépenses liées aux programmes	8,7	7,7	7,4	-0,3	-4,0%
Contribution au GEIE	70,8	73,5	73,5	+0,0	0,0%
Frais de Personnel	25,2	26,9	26,9	+0,0	0,0%
Charges de structure	11,9	13,1	10,2	-2,9	-22,3%
Amortissements	1,91	2,4	2,3	-0,1	-4,6%
Reconstitution de Report à nouveau	1,6		1,4	+1,4	
Total des Charges	299,0	300,9	299,7	-1,2	-0,4%
Résultat Budgétaire	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0%

PASSAGE DU PLF A LA LFI

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
PLF	0	0	0	0	0	0
Amendements	0	+298 114 886	+298 114 886	0	+298 114 886	+298 114 886
LFI	0	298 114 886	298 114 886	0	298 114 886	298 114 886

La loi n° 2022-1157 du 16 août 2022 de finances rectificative pour 2022 qui a supprimé la contribution à l'audiovisuel public prévoyait que les recettes du compte de concours financier « Avances à l'audiovisuel public » (CCF AVP) proviendrait, jusqu'au 31 décembre 2024, d'une fraction du produit de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) déterminée chaque année par la loi de finances de l'année.

L'impossibilité de financer le secteur par affectation d'un montant de TVA à compter du 1^{er} janvier 2025 a conduit à prévoir dans le texte initial du PLF pour 2025 la création d'une mission « Audiovisuel public » sur le budget général, d'une part, et à ne prévoir aucune ouverture de crédits sur le CCF AVP, d'autre part.

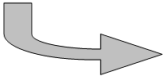
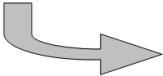
L'adoption de la loi organique n° 2024-1177 du 13 décembre 2024 portant réforme du financement de l'audiovisuel public en parallèle des débats sur le PLF pour 2025 a pérennisé la possibilité d'affecter directement un montant déterminé d'une imposition de toute nature aux organismes du secteur de la communication audiovisuelle. La loi n° 2025-127 du 14 février 2025 de finances pour 2025 a entériné ce mode de financement en affectant un montant de TVA en recettes du CCF AVP et en inscrivant les crédits du secteur sur le compte.

Dépenses pluriannuelles

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

AE 2025	CP 2025
AE ouvertes en 2025 * (E1) 297 905 328	CP ouverts en 2025 * (P1) 297 905 328
AE engagées en 2025 (E2) 297 905 328	CP consommés en 2025 (P2) 297 905 328
AE affectées non engagées au 31/12/2025 (E3) 0	dont CP consommés en 2025 sur engagements antérieurs à 2025 (P3 = P2 – P4) 0
AE non affectées non engagées au 31/12/2025 (E4 = E1 – E2 – E3) 0	dont CP consommés en 2025 sur engagements 2025 (P4) 297 905 328

RESTES A PAYER

Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 brut (R1) 0						
Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2024 (R2) 0						
						
Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 net (R3 = R1 + R2) 0	–	CP consommés en 2025 sur engagements antérieurs à 2025 (P3 = P2 – P4) 0	=	Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R4 = R3 – P3) 0		
AE engagées en 2025 (E2) 297 905 328	–	CP consommés en 2025 sur engagements 2025 (P4) 297 905 328	=	Engagements 2025 non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R5 = E2 – P4) 0		
				Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R6 = R4 + R5) 0		
						
					Estimation des CP 2026 sur engagements non couverts au 31/12/2025 (P5)	
					Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2026 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2025 (P6 = R6 – P5) 0	

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

* LFI 2025 + reports 2024 + mouvements réglementaires + FdC + AdP + fongibilité asymétrique + LFR

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

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP Réalisation</i>	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
01 – ARTE France		298 114 886 297 905 328	298 114 886 297 905 328		298 114 886 297 905 328	298 114 886 297 905 328

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

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

ÉLÉMENTS DE LA DEPENSE PAR NATURE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision LFI y.c. FdC et AdP	Réalisation	Prévision LFI y.c. FdC et AdP	Réalisation
Titre 6 : Dépenses d'intervention	298 114 886		298 114 886	
Transferts aux entreprises	298 114 886		298 114 886	
Titre 7 : Dépenses d'opérations financières		297 905 328		297 905 328
Prêts et avances		297 905 328		297 905 328
Total	298 114 886	297 905 328	298 114 886	297 905 328

PROGRAMME 843
Radio France

Bilan stratégique du rapport annuel de performances

Florence PHILBERT

Directrice générale des médias et des industries culturelles

Responsable du programme n° 843 : Radio France

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

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

Un contexte budgétaire contraint a conduit Radio France à ajuster, en 2025, son projet stratégique afin de dégager des marges de manœuvre, en recentrant ses priorités sur ses missions essentielles. L'ajustement des orientations stratégiques 2024-2028 est le résultat de l'équilibre entre :

- Maintenir l'ambition sur les axes stratégiques que sont l'information, la proximité, la jeunesse, le numérique ;
- Faire des choix de priorités nets, pour s'adapter au nouveau cadre budgétaire.

Dans ce contexte, Radio France a dû engager une révision de son périmètre éditorial et de distribution en actant le passage de l'antenne Mouv' vers une radio entièrement musicale et à terme diffusée exclusivement sur le numérique.

La stratégie engagée par Radio France depuis 2018 pour renforcer la diversité de son offre globale et la complémentarité de ses antennes s'est poursuivie avec des résultats positifs. Chaque jour, 14,3 millions d'auditeurs écoutent au moins une station de Radio France.

En 2025, Radio France a perçu une dotation de 652,1 M€. Ce montant représente une baisse de -5,0 M€ par rapport à 2024. L'entreprise avait en effet perçu, en 2024, 653,0 M€ du programme 843 au titre de son fonctionnement et 4,1 M€ du programme 848 (programme de transformation). En raison de la situation contrainte des finances publiques, ce niveau de financement s'est inscrit en-deçà de la trajectoire figurant dans le plan d'affaires du projet de COM de l'entreprise. Il n'a par ailleurs été définitivement arrêté qu'en cours d'exercice, la loi de finances initiale pour 2025 ayant été adoptée le 14 février 2025 avec un niveau de dotation inférieur de -7,5 M€ à celui inscrit au budget initial adopté en décembre 2025.

Dans ce contexte de réduction de la dotation publique, la prévision d'atterrissage de fin d'année de Radio France affiche un résultat net excédentaire de +0,2 M€.

RECAPITULATION DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

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

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

INDICATEUR 1.2 : Nombre de concerts donnés par les formations musicales

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

INDICATEUR 2.1 : Audience des antennes de Radio France

INDICATEUR 2.2 : Audience des offres numériques

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

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

INDICATEUR 3.1 : Charges de personnel

INDICATEUR 3.2 : Ressources propres

INDICATEUR 3.3 : Résultat d'exploitation

INDICATEUR 3.4 : Index égalité femmes-hommes

Objectifs et indicateurs de performance

OBJECTIF

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

INDICATEUR

1.1 – Proposer une offre radiophonique et culturelle de service public

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
France Inter : part de nouveautés parmi les titres diffusés	%	55,5	59,7	>=50	59,4	cible atteinte	>50
France Bleu : part de titres francophones parmi les titres diffusés	%	67,1	66,8	>=60	64,8	cible atteinte	>60
Mouv' : part de titres des nouveaux talents francophones diffusés sur l'antenne	%	39,3	42,6	>=30	40,2	cible atteinte	>=30

Commentaires techniques

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

Source des données : Yacast

ANALYSE DES RESULTATS

Les résultats atteints en matière de diversité de la programmation musicale des antennes de Radio France dépassent l'ensemble des cibles : pour Ici (ex-France Bleu) sur la part de titres francophones (64,8 % contre un objectif de 60 %), pour Mouv' sur la part de titres de nouveaux talents francophones (40,2 % contre un objectif de 30 %) ainsi que pour France Inter s'agissant de la part de nouveautés diffusées (59,4 % contre un objectif de 50 %).

Ces résultats traduisent la politique active de soutien à la création musicale et aux talents, notamment francophones, déployée par Radio France.

INDICATEUR

1.2 – Nombre de concerts donnés par les formations musicales

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Nombre de concerts donnés par les formations musicales en France	Nb	270	280	>=280	280	cible atteinte	>=350

Commentaires techniques

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

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

ANALYSE DES RESULTATS

Le nombre de concerts donnés par les formations musicales de Radio France en France est stable par rapport à 2024, avec un réalisé de 280, atteignant la cible fixée.

Ce chiffre confirme une stabilité de l'activité, après une légère période de baisse liée au chantier de rénovation des studios.

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

Les indicateurs fixés pour 2025 afin d'évaluer la richesse et la qualité de l'offre de programmes et d'événements culturels de Radio France, ainsi que sa mise à la disposition de tous les publics, ont tous été respectés.

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

OBJECTIF

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

INDICATEUR

2.1 – Audience des antennes de Radio France

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Audience nationale cumulée sur un jour moyen		26,6	Non déterminé	Non déterminé	Non déterminé	donnée non renseignée	≥25
- Radio France	%	26,6	26,2	Non déterminé	25,3	donnée non renseignée	Non déterminé
- France Inter	%	12,5	12,7	Non déterminé	12,5	donnée non renseignée	Non déterminé
- France Bleu	%	4,7	4,7	Non déterminé	4,0	donnée non renseignée	Non déterminé
- France Info	%	8,9	8,6	Non déterminé	8,6	donnée non renseignée	Non déterminé
- Mouv'	%	0,7	0,6	Non déterminé	0,5	donnée non renseignée	Non déterminé
- FIP	%	1,2	1,3	Non déterminé	1,3	donnée non renseignée	Non déterminé
- France Culture	%	3,1	3,5	Non déterminé	3,6	donnée non renseignée	Non déterminé
- France Musique	%	1,8	1,9	Non déterminé	1,7	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

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

ANALYSE DES RESULTATS

En 2025, à rebours du marché radio, les antennes de Radio France obtiennent une nouvelle fois de hauts résultats avec 25,3 % d’audience cumulée (AC). Chaque jour, 14,3 millions d’auditeurs écoutent au moins une station de Radio France.

Ces résultats doivent être analysés au regard d’un contexte global de baisse du média en général. Par ailleurs, l’année 2024 avait été marquée par des performances exceptionnelles.

L’audience cumulée de France Inter atteint en 2025 12,5 % (retrouvant son niveau de 2023). La station reste la première radio de France en termes d’audience cumulée et de part d’audience.

Franceinfo voit son audience cumulée stabilisée avec 8,9 % en 2025. Elle reste cette année la troisième radio de France en audience cumulée avec 4,8 millions d’auditeurs chaque jour, soit un gain de 267 000 auditeurs en 5 ans.

France Culture progresse encore en 2025 et atteint à nouveau un niveau record avec une audience cumulée de 3,6 % et des programmes écoutés par près de 2,1 millions d’auditeurs quotidiens (+71 000 auditeurs vs 2024, et +468 000 en cinq ans). La part d’audience de la station atteint à nouveau le niveau record de 3.2 % (stable en un an, +0.7pt en cinq ans).

Mouv’ voit son audience diminuer très légèrement à 0,5 % d’audience cumulée. Elle est caractérisée par la jeunesse de ses auditeurs (un tiers de ses auditeurs ont moins de 25 ans). En 2025, dans un contexte contraint sur le plan budgétaire, Radio France a décidé de faire évoluer l’antenne de Mouv’, dédiée à la valorisation de la musique urbaine auprès d’un public jeune, vers un format exclusivement musical. A terme, une évolution de sa distribution sera engagée avec une diffusion exclusivement numérique, en adéquation avec les usages de la jeunesse.

FIP a atteint un niveau record avec chaque jour 743 000 auditeurs et atteint 1,5 % de part d’audience (stabilisé à 1,5 d’audience cumulée), en dépit d’un nombre limité d’émetteurs. FIP a gagné 9 000 auditeurs en un an.

France Bleu est devenue officiellement **ICI** le 6 janvier 2025. Cette évolution majeure implique nécessairement un temps d’appropriation pour les auditeurs. En 2025, ICI enregistre 4 % d’audience cumulée et a été écoutée en moyenne par 2 253 000 auditeurs quotidiens, représentant 4,2 % de part d’audience. **L’offre numérique de proximité ICI a rassemblé en moyenne, en 2025, 13.8 millions de visiteurs uniques par mois (+10 % en un an) sur sa plateforme et 56 millions de visites enregistrés en moyenne chaque mois.** La marque ICI est 1^{re} marque Radio/TV consultée sur le numérique.

En 2025, France Musique a atteint 1,7 % d’audience cumulée et **a rassemblé chaque jour 972 000 auditeurs (-97 000 vs 2024).** Cette légère diminution doit être analysée au regard des résultats obtenus en 2024, meilleure année de l’histoire de France Musique avec 1,9 % d’AC.

INDICATEUR

2.2 – Audience des offres numériques

(du point de vue de l’usager)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Visites mensuelles tous supports	millions	269	330	Non déterminé	335	donnée non renseignée	≥ 2025
Écoutes mensuelles à la demande tous supports	millions	206	238	Non déterminé	280	donnée non renseignée	≥ 2025

Commentaires techniques

Sources réactualisées :

Visites : Cet indicateur permet de rendre compte du nombre de visites mensuelles tous supports propriétaires (sites et applications Plateforme Radio France, franceinfo et ICI). L’indicateur retenu (nombre de visites tous supports) est un indicateur de référence du marché, mesuré par un organisme certificateur, l’Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias (ACPM).

Écoute à la demande : Cet indicateur permet de rendre compte du nombre d’écoutes mensuelles podcasts (téléchargements) et audio et vidéos à la demande, tous supports (propriétaires et plateformes tierces), L’indicateur s’entend hors vidéos franceinfo.

Sources : L’Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias (ACPM) pour les visites et pour les écoutes à la demande, podcast : EAR > Podcast pour les podcasts, vidéos : sources internes et plateformes partenaires.

ANALYSE DES RESULTATS

La fréquentation tous supports numériques enregistre une importante progression en 2025 avec 335 millions de visites mensuelles tous supports, soit une progression par rapport 2024 (+5 millions de visites).

Les écoutes de podcasts sur les supports Radio France et la présence de la marque sur les réseaux sociaux ont contribué à la progression des écoutes mensuelles à la demande, qui atteignent 280 millions en 2025 contre 238 millions en 2024. Radio France a poursuivi en 2025 le déploiement de ses contenus sur les supports numériques,

avec des chiffres historiques faisant de Radio France à la fois le leader sur le live numérique et sur les podcasts. **1 podcast téléchargé en France sur 2 est un podcast Radio France.**

L'audience numérique des offres de Radio France progresse ainsi de manière significative.

INDICATEUR

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

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Taux de places occupées par rapport aux places proposées pour les concerts des formations musicales au sein de la Maison de la radio	%	86	89	Non déterminé	89	donnée non renseignée	≥ 80

Commentaires techniques

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

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

ANALYSE DES RESULTATS

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

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

Le taux de places occupées par rapport aux places proposées pour les concerts des formations musicales à la Maison de la Radio et de la Musique atteint 89 % en 2025, un niveau stable par rapport à 2025. Ces résultats démontrent l'attractivité de l'offre de concerts de Radio France.

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

Avec 14,3 millions d'auditeurs quotidiens et 335 millions de visites par mois tous supports numériques, les sept antennes de Radio France ont enregistré de très bons résultats en 2025 tant sur le linéaire que sur le numérique dans un marché en recul. Ce succès repose sur la qualité et la complémentarité des contenus du service public de la radio, avec une affirmation de la singularité de chacune des antennes, une diversité des productions radiophoniques et des programmes de création, une offre d'information diverse, un renouvellement des formats au regard notamment de l'évolution des usages du public : en 2025, chaque mois, ce sont 41,8 millions de Français qui ont écouté, consulté, podcasté ou visionné un contenu Radio France : **3 Français sur 4 sont ainsi en contact avec Radio France chaque mois.**

OBJECTIF

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

INDICATEUR**3.1 – Charges de personnel**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Charges de personnel	M€	413,9	422,2	Non déterminé	424,1	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Sources des données : Radio France, comptes 2023 et 2024, Budget Rectificatif 2025 et PFA 2025.

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

Indicateur de suivi 3.1.1 - Nombre d'ETP

	Unité	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation
Nombre d'ETP CDI		4062	4066	4050	Non déterminé	4030
Nombre d'ETP CDD		401	347	348	Non déterminé	350
Total ETP		4463	4413	4398	Non déterminé	4380

Précisions méthodologiques

Source des données : RadioFrance

Mode de calcul :

CDI :

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

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

CDD :

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

ANALYSE DES RESULTATS

En 2025, les charges de personnel s'élèveraient à 424,1 M€, en augmentation par rapport à 2024 (+1,8 M€) et en économie par rapport au budget rectificatif (BR) 2025 (-1,6 M€).

S'agissant des personnels permanents, l'écart par rapport au BR (-0,3 M€) s'explique notamment par une diminution de -24 ETP qui s'explique notamment par la transformation numérique de Mouv'. Cette baisse d'effectifs conduit à la baisse de la rémunération des permanents (-2,3 M€) et à la baisse associée des cotisations patronales (-0,8 M€).

Les dépenses de personnels occasionnels (-1,0 M€) sont en baisse par rapport au budget rectificatif (diminution des effectifs associées à un effet taux de charges favorable) grâce à la réorganisation permise par le nouveau projet

éditorial de Mouv', malgré la stabilité des charges de cachetiers et des piges et un effet défavorable lié au taux de charges.

En 2025, le nombre d'ETP en CDI serait de 4 030, contre 4 054 au budget rectificatif 2025 et 4 050 au réel 2024. Les ETP CDD s'établiraient à 350, contre 348 en 2024, et 366 au budget rectificatif 2025.

INDICATEUR

3.2 – Ressources propres

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Ressources propres	M€	92,4	93,1	Non déterminé	95,4	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Sources des données : Radio France, comptes 2023 et 2024, Budget Rectificatif 2025 et PFA 2025.

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

ANALYSE DES RESULTATS

Les ressources propres (hors partenariats réciproques compensés par des charges d'un niveau équivalent) s'élèvent à 95,4 M€ dans la reprévision 2025, en augmentation de +2,3 M€ par rapport au budget rectificatif 2025 et de +0,9 M€ par rapport aux comptes 2024.

Cette évolution par rapport au BR tient compte de plusieurs facteurs : la baisse des recettes broadcast dans un marché publicitaire défavorable (-0,6 M€), une progression des recettes digitales (+1,3 M€) confirmant la bonne dynamique du marché, une évolution à la hausse des recettes de billetterie (+0,4 M€) et la prise en compte de revenus supplémentaires (droits de diffusion) dans le cadre de l'accord DVP (Droits Voisins de la Presse) incluant un effet rétroactif.

INDICATEUR

3.3 – Résultat d'exploitation

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Résultat d'exploitation	M€	0,6	0	Non déterminé	0,4	donnée non renseignée	0

Commentaires techniques

Sources des données : Radio France, comptes 2023 et 2024, Budget Rectificatif 2025 et PFA 2025.

ANALYSE DES RESULTATS

La reprévision 2025 évalue à +0,4 M€ le résultat d'exploitation pour 2025, pour un budget rectificatif 2025 en déficit de -5,4 M€. Cette nette amélioration est rendue possible grâce aux économies sur l'exercice générées par le nouveau

projet éditorial de Mouv', déployé à compter de septembre 2025 pour la saison 2025/2026. Les ressources propres en progression contribuent également à cet équilibre ainsi qu'une bonne maîtrise des charges de personnel. Enfin, on peut noter un niveau de reprises de provisions et des impôts et taxes favorable sur l'exercice.

INDICATEUR

3.4 – Index égalité femmes-hommes

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Résultat de l'index égalité femmes-hommes	ratio	94	99	>=N-1		donnée non renseignée	>=N-1

Commentaires techniques

Source des données : Radio France.

Mode de calcul :

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

ANALYSE DES RESULTATS

La société Radio France est particulièrement attentive au respect de l'égalité entre les femmes et les hommes. Elle est engagée dans une démarche d'amélioration continue dans ce domaine. Pour son cinquième index de l'égalité femmes – hommes, Radio France atteint un résultat de 89/100, marquant **un léger déséquilibre en faveur des femmes**. L'année 2025 marque en effet un tournant : pour la première fois, l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes (indicateur numéro 1) devient favorable aux femmes (+0,10 %). Cet écart était auparavant en faveur des hommes (+0,30 % en 2024, +0,4 % en 2023 et +0,7 % en 2022).

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

La prévision d'arrêté des comptes 2025 (avec un résultat net déficitaire de -0,2 M€ et un résultat d'exploitation bénéficiaire de +0,4 M€) est en nette amélioration par rapport au Budget Rectificatif 2025 qui, compte tenu de la diminution tardive (février 2025) de la dotation publique de fonctionnement, prévoyait un déficit de -5,3 M€.

L'entreprise est parvenue, grâce notamment à ses efforts d'économies (sur les charges de personnel et le nouveau projet éditorial de Mouv') et à des ressources propres en progression à combler l'intégralité du déficit attendu au budget rectificatif pour présenter une prévision 2025 à l'équilibre.

Présentation des crédits

2025 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS OUVERTS ET DES CREDITS CONSOMMES

2025 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action Prévision LFI 2025 Consommation 2025	Titre 6 Dépenses d'intervention	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
01 – Radio France	652 133 908	652 133 908	652 133 908 652 133 908	652 133 908
Total des AE prévues en LFI	652 133 908	0	652 133 908	652 133 908
Ouvertures / annulations par FdC et AdP				
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP				
Total des AE ouvertes	652 133 908 (hors titre 2)		652 133 908	
Total des AE consommées	0	652 133 908	652 133 908	

2025 / CREDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action Prévision LFI 2025 Consommation 2025	Titre 6 Dépenses d'intervention	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
01 – Radio France	652 133 908	652 133 908	652 133 908 652 133 908	652 133 908
Total des CP prévus en LFI	652 133 908	0	652 133 908	652 133 908
Ouvertures / annulations par FdC et AdP				
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP				
Total des CP ouverts	652 133 908 (hors titre 2)		652 133 908	
Total des CP consommés	0	652 133 908	652 133 908	

2024 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS VOTES (LFI) ET DES CREDITS CONSOMMES

2024 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

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

2024 / CREDITS DE PAIEMENT

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

PRESENTATION PAR TITRE ET CATEGORIE DES CREDITS CONSOMMES

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées* en 2024	Ouvertes en 2025	Consommées* en 2025	Consommés* en 2024	Ouverts en 2025	Consommés* en 2025
Titre 6 – Dépenses d'intervention	0	652 133 908	0	0	652 133 908	0
Transferts aux entreprises	0	652 133 908	0	0	652 133 908	0
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	652 954 400	0	652 133 908	652 954 400	0	652 133 908
Prêts et avances	652 954 400	0	652 133 908	652 954 400	0	652 133 908
Total hors FdC et AdP		652 133 908			652 133 908	
Total*	652 954 400	652 133 908	652 133 908	652 954 400	652 133 908	652 133 908

* y.c. FdC et AdP

Justification au premier euro

Éléments transversaux au programme

ÉLÉMENTS DE SYNTHÈSE DU PROGRAMME

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action <i>Prévision LFI Consommation</i>	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2 * Dépenses de personnel	Autres titres *	Total y.c. FdC et AdP	Titre 2 * Dépenses de personnel	Autres titres *	Total y.c. FdC et AdP
01 – Radio France		652 133 908 652 133 908	652 133 908 652 133 908		652 133 908 652 133 908	652 133 908 652 133 908
Total des crédits prévus en LFI *	0	652 133 908	652 133 908	0	652 133 908	652 133 908
Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP						
Total des crédits ouverts	0	652 133 908	652 133 908	0	652 133 908	652 133 908
Total des crédits consommés	0	652 133 908	652 133 908	0	652 133 908	652 133 908
Crédits ouverts - crédits consommés						

* hors FdC et AdP pour les montants de la LFI

Note : les éléments présentés ci-après sont issus de la prévision de fin d'année révisée (PFA) 2025 présentée en comité d'audit le 03/10/2025, l'arrêté des comptes 2025 n'étant pas disponible à la date du présent rapport annuel de performance.

En 2025, les concours publics versés à Radio France se sont établis à 652,1 M€ dont 645,1 M€ au titre de son fonctionnement (-0,8 M€ par rapport à 2024) et 7,0 M€ de dotation d'investissement, principalement consacrés au financement du programme de réhabilitation de la Maison de la Radio et de la Musique.

A ces concours publics, s'ajoute une augmentation de capital de +0,3 M € destinée à financer une partie du solde des indemnités versées en 2024 dans le cadre du plan de départs mis en œuvre par l'entreprise.

Les produits d'exploitation avant reprises de provisions et subventions d'équipement s'élèvent à 768,9 M€ dans la prévision de fin d'année (PFA), en baisse de -2,6 M€ par rapport aux comptes 2024 et en augmentation de +3 M€ par rapport aux prévisions initiales. Les ressources propres, y compris les produits sur partenariats réciproques (compensés par des charges d'exploitation d'un montant équivalent) diminuent de -1,5 M€ (soit -1,3 %) et les autres produits d'exploitation augmentent de +1 M€ par rapport à 2024.

Les achats et charges externes s'établissent à 183,9 M€ dans la PFA, en progression par rapport au budget rectificatif (+2,2 M€) et en diminution de -1,5 M€ par rapport aux comptes 2024. Cette baisse par rapport à 2024 résulte notamment de :

- la hausse des coûts de diffusion en lien avec l'indexation des contrats hertziens et le déploiement du DAB+ (+0,8 M€) ;
- les économies sur le coût des événements exceptionnels 2024 notamment les JO et les JOP (-2 M€) ;
- les économies en lien avec le nouveau projet éditorial de Mouv' (-0,3 M€ en dépenses de fonctionnement).

La hausse par rapport au BR s'explique principalement des droits d'auteur en hausse (+1,1 M€), justifiés par des taux phonographiques plus hauts qu'attendu et la hausse des droits versés à la SCAM en lien avec les recettes perçues par le biais de l'accord DVP avec Meta.

Les charges de personnel s'élèvent à 424,1 M€ dans la PFA, en augmentation par rapport aux comptes 2024 (+1,8 M€) et en baisse par rapport au budget rectificatif 2025 (-1,6 M€).

La hausse par rapport à 2024 est principalement liée à un effet prix, du fait des évolutions annuelles des salaires de l'ordre de 6 M€.

La baisse par rapport au BR s'explique par les facteurs suivants :

- S'agissant des personnels permanents, l'écart par rapport au BR (-0,3 M€) s'explique notamment par une diminution de 24 ETP qui s'explique notamment par la transformation éditoriale et numérique de Mouv'. Cette baisse d'effectifs conduit à la baisse de la rémunération des permanents (-2,3 M€) et à la baisse associée des cotisations patronales (-0,8 M€).
- S'agissant des dépenses de personnels occasionnels (-1,0 M€) sont en baisse par rapport au budget rectificatif (diminution des effectifs associées à un effet taux de charges favorable) grâce à la réorganisation permise par le nouveau projet éditorial de Mouv', malgré la stabilité des charges de cachetiers et des piges et un effet défavorable lié au taux de charges.

Les autres charges (Impôts et taxes, Autres charges d'exploitation) s'élèvent à 105,5 M€ dans la PFA et comprennent :

- les autres charges d'exploitation (50,1 M€, en baisse par rapport aux prévisions initiales (50,4 M€) et par rapport à 2024 (51 M€), en lien principalement avec les droits d'auteurs ;
- les impôts et taxes à 55,4 M€, en baisse par rapport aux prévisions initiales (58 M€) et par rapport à 2024 (57,3 M€). Cette tendance s'explique principalement par l'évolution des taxes sur rémunération en lien avec les charges de personnel.

Les dotations nettes aux amortissements et provisions s'élèvent à 55,0 M€ dans la PFA et sont stables par rapport aux comptes 2024 et au budget rectificatif 2025 (-0,6 M€). Dans le détail, ceci s'explique par :

- une hausse des dotations nettes aux amortissements à hauteur de +1,4 M€ en lien avec les mises en services de l'année ;
- des dotations nettes aux provisions en baisse de -2 M€ expliquée par un niveau important de reprises en lien avec le nombre de départs en retraite sur l'année.

Le résultat financier s'élève à +0,2 M€ à la PFA.

La reprévision 2025 évalue à +0,4 M€ le résultat d'exploitation pour 2025, pour un budget rectificatif 2025 en déficit de -5,4 M€.

Le résultat net 2025 est attendu à -0,2 M€.

Les investissements correspondant aux acquisitions d'immobilisations prévues dans l'année 2025 s'élèvent à 60,7 M€ à la PFA (versus 63,8 M€ prévus au budget rectificatif ; la baisse résulte principalement d'une réestimation du coût sur l'exercice des travaux des Studios de Création) :

- les investissements hors réhabilitation (moyens techniques, développements numériques, patrimoine mobilier et immobilier) s'élèvent à 47,1 M€ en 2025 (dont 15,0 M€ pour les investissements numériques et 9,7 M€ au titre des investissements mobiliers et immobiliers au sein de Maison de la Radio et de la Musique), en légère baisse de -2,2 M€ par rapport à 2024 ;
- les nouvelles opérations (studios de création) atteignent à 13,6 M€. Ces investissements sont financés par une dotation d'investissement de 7 M€.

Les principales données financières issues de la prévision de fin d'année 2025 sont présentées ci-après.

COMPTE DE RESULTAT (en milliers d'euros)	COMPTES 2024	BUDGET RECTIFICATIF 2025	PFA 2025
Dotation publique de fonctionnement	644 754	645 122	645 122
Dotation PIT	2 443	-	-
Ressources propres	115 071	111 910	113 544
<i>dont recettes publicitaires radio</i>	47 648	47 568	48 934
CHIFFRE D'AFFAIRES	762 268	757 032	758 666
Autres produits d'exploitation	9 254	8 920	10 273
PRODUITS D'EXPLOITATION AVANT REPRISES DE PROV ET SUBVENTIONS	771 552	765 952	768 939
Reprises de provisions et subventions d'équipements	32 005	23 990	27 461
PRODUITS D'EXPLOITATION	803 557	789 942	796 400
PRODUITS FINANCIERS	1 633	850	872
PRODUITS EXCEPTIONNELS	836	-	-
TOTAL PRODUITS	806 025	790 792	797 272
Achats et charges externes	185 396	181 811	183 913
Impôts, taxes et versements assimilés	57 283	57 984	55 426
Charges de personnel	422 229	425 798	424 058
Autres charges de gestion courante	51 025	50 420	50 092
CHARGES D'EXPLOITATION AVANT DOTATIONS PROV ET AMORT	715 936	715 733	713 489
Amortissements et provisions	67 621	79 627	82 491
CHARGES D'EXPLOITATION	803 557	795 359	795 950
CHARGES FINANCIERES	168	170	704
CHARGES EXCEPTIONNELLES	381	-	-
IMPOT SUR LES SOCIETES	1 728	632	832
TOTAL CHARGES	805 834	796 061	797 486
RESULTAT NET	192	- 5 269	- 214

PASSAGE DU PLF A LA LFI

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
PLF	0	0	0	0	0	0
Amendements	0	+652 133 908	+652 133 908	0	+652 133 908	+652 133 908
LFI	0	652 133 908	652 133 908	0	652 133 908	652 133 908

La loi n° 2022-1157 du 16 août 2022 de finances rectificative pour 2022 qui a supprimé la contribution à l'audiovisuel public prévoyait que les recettes du compte de concours financier « Avances à l'audiovisuel public » (CCF AVP) proviendrait, jusqu'au 31 décembre 2024, d'une fraction du produit de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) déterminée chaque année par la loi de finances de l'année.

L'impossibilité de financer le secteur par affectation d'un montant de TVA à compter du 1^{er} janvier 2025 a conduit à prévoir dans le texte initial du PLF pour 2025 la création d'une mission « Audiovisuel public » sur le budget général, d'une part, et à ne prévoir aucune ouverture de crédits sur le CCF AVP, d'autre part.

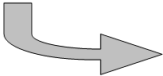
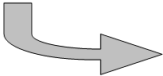
L'adoption de la loi organique n° 2024-1177 du 13 décembre 2024 portant réforme du financement de l'audiovisuel public en parallèle des débats sur le PLF pour 2025 a pérennisé la possibilité d'affecter directement un montant déterminé d'une imposition de toute nature aux organismes du secteur de la communication audiovisuelle. La loi n° 2025-127 du 14 février 2025 de finances pour 2025 a entériné ce mode de financement en affectant un montant de TVA en recettes du CCF AVP et en inscrivant les crédits du secteur sur le compte.

Dépenses pluriannuelles

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

AE 2025	CP 2025
AE ouvertes en 2025 * (E1) 652 133 908	CP ouverts en 2025 * (P1) 652 133 908
AE engagées en 2025 (E2) 652 133 908	CP consommés en 2025 (P2) 652 133 908
AE affectées non engagées au 31/12/2025 (E3) 0	dont CP consommés en 2025 sur engagements antérieurs à 2025 (P3 = P2 – P4) 0
AE non affectées non engagées au 31/12/2025 (E4 = E1 – E2 – E3) 0	dont CP consommés en 2025 sur engagements 2025 (P4) 652 133 908

RESTES A PAYER

Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 brut (R1) 0					
Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2024 (R2) 0					
					
Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 net (R3 = R1 + R2) 0	–	CP consommés en 2025 sur engagements antérieurs à 2025 (P3 = P2 – P4) 0	=	Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R4 = R3 – P3) 0	
AE engagées en 2025 (E2) 652 133 908	–	CP consommés en 2025 sur engagements 2025 (P4) 652 133 908	=	Engagements 2025 non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R5 = E2 – P4) 0	
				Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R6 = R4 + R5) 0	
					
					Estimation des CP 2026 sur engagements non couverts au 31/12/2025 (P5)
					Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2026 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2025 (P6 = R6 – P5) 0

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

* LFI 2025 + reports 2024 + mouvements réglementaires + FdC + AdP + fongibilité asymétrique + LFR

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

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP Réalisation</i>	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
01 – Radio France		652 133 908 652 133 908	652 133 908 652 133 908		652 133 908 652 133 908	652 133 908 652 133 908

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

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

ÉLÉMENTS DE LA DEPENSE PAR NATURE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision LFI y.c. FdC et AdP	Réalisation	Prévision LFI y.c. FdC et AdP	Réalisation
Titre 6 : Dépenses d'intervention	652 133 908		652 133 908	
Transferts aux entreprises	652 133 908		652 133 908	
Titre 7 : Dépenses d'opérations financières		652 133 908		652 133 908
Prêts et avances		652 133 908		652 133 908
Total	652 133 908	652 133 908	652 133 908	652 133 908

PROGRAMME 844
France Médias Monde

Bilan stratégique du rapport annuel de performances

Florence PHILBERT

Directrice générale des médias et des industries culturelles

Responsable du programme n° 844 : France Médias Monde

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

En 2025, France Médias Monde a poursuivi la mise en œuvre de ses orientations stratégiques qui s'inscrivent dans la continuité des objectifs définis dans le contrat d'objectifs et de moyens (COM) qu'elle a conclu avec l'État pour la période 2020-2023. L'actualisation de ces orientations dans le cadre d'un nouveau COM est en cours. L'entreprise s'est ainsi attachée à :

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

En 2025, les médias de FMM ont enregistré 278,0 millions de contacts hebdomadaires (antennes et offres numériques confondues) versus 254 millions en 2024. L'entreprise a poursuivi le développement de ses offres éditoriales, notamment en langues étrangères, le développement de ses pôles de proximité à l'étranger ainsi que sa transformation numérique.

En 2025, France Médias Monde a perçu des concours publics à hauteur de 305,9 M€ au titre de son fonctionnement. Ce montant se décompose en 303,9 M€ versé par le programme 844 et 2,0 M€ versé par le programme 209 – Solidarité à l'égard des pays en développement visant à soutenir les actions menées contre la désinformation. Ce montant correspondant à une hausse de +5,0 M€ par rapport à l'année 2024 au cours de laquelle l'entreprise avait perçu 299,6 M€ du programme 844 au titre de son fonctionnement, et 1,4 M€ du programme de 848 (programme de transformation), soit 300,9 M€. En outre, France Médias a perçu 3,5 M€ supplémentaires du programme 209 fléchi vers le développement de projets de proximité (poursuite du déploiement de projets éditoriaux implantés en Afrique et en Europe de l'Est).

L'entreprise présente une situation budgétaire équilibrée en 2025 (résultat net de +0,2 M€).

En outre, la loi de finances de fin de gestion a rehaussé les crédits versés à France Médias Monde de +9,9 M€ au titre de la compensation des effets fiscaux, en particulier de la taxe sur la valeur ajoutée payée sur les achats internationaux hors de l'Union européenne payée au cours des exercices 2022, 2023 et 2024. (Ils sont donc sans effet sur l'exercice budgétaire 2025.)

RECAPITULATION DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

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

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

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

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

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

INDICATEUR 2.2 : Audience linéaire

INDICATEUR 2.3 : Audience des offres numériques

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

INDICATEUR 3.1 : Maîtrise des charges

INDICATEUR 3.2 : Ressources propres

INDICATEUR 3.3 : Résultat opérationnel récurrent

INDICATEUR 3.4 : Index égalité femmes-hommes

Objectifs et indicateurs de performance

OBJECTIF

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

INDICATEUR

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

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Part des dépenses de programmes dans les charges d'exploitation	%	67,2	68,3	Non déterminé	68,6	donnée non renseignée	stable

Commentaires techniques

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

ANALYSE DES RESULTATS

En 2025, la part des dépenses de programmes de FMM au sein de ses charges d'exploitation s'établit à 68,6 %, quasiment stable par rapport à 2024 (68,7 %).

Cette évolution prend en compte une augmentation des dépenses de programmes de 2,6 M€ (+1,3 %) due principalement à la hausse de la masse salariale dans le cadre de la négociation annuelle obligatoire (NAO). Pour mémoire, la composante principale des dépenses de programmes est la masse salariale, les médias de FMM produisant la quasi-totalité de leurs contenus en interne.

L'évolution à la hausse des dépenses de programmes prend également en compte :

- l'augmentation des moyens de la direction technique (renforcement des équipes et hausse des amortissements dans le cadre d'un plan pluriannuel d'investissements visant notamment à moderniser les infrastructures de diffusion) ;
- le développement de projets de proximité à l'international par le biais de financements fléchés du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères.

Ces facteurs de hausse sont en partie compensés par la diminution en 2025 des opérations exceptionnelles développées en 2024 pour couvrir par exemple les Jeux Olympiques et la Coupe d'Afrique des Nations.

En parallèle, les charges d'exploitation augmentent de 1,4 % passant de 290,7 M€ en 2024 à 294,6 M€ en 2025.

INDICATEUR

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

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
France 24 : zone Afrique	%	76	72	Non déterminé	71	donnée non renseignée	stable
France 24 : zone Maghreb	%	55	72	Non déterminé	70	donnée non renseignée	stable
RFI : zone Afrique	%	74	72	Non déterminé	70	donnée non renseignée	stable
MCD : zone Proche et Moyen Orient	%	56	59	Non déterminé	63	donnée non renseignée	stable

Commentaires techniques

France 24

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

→ **Africascope**

L'indicateur correspond à la moyenne des pourcentages d'opinions favorables pour différentes propositions évaluant l'expertise, l'objectivité et la référence de France 24.

→ **Maghreboscope**

L'indicateur correspond à la moyenne des pourcentages d'opinions favorables pour différentes propositions évaluant l'expertise, l'objectivité et la référence de France 24.

RFI

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

→ **Africascope**

L'indicateur correspond à la moyenne des pourcentages d'opinions favorables pour différentes propositions évaluant l'expertise, l'objectivité et la référence de RFI.

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

MCD

Pour MCD, un indicateur d'appréciation globale a été introduit dans l'étude IPSOS NewsConnect, permettant d'évaluer ces résultats pour la zone Proche et Moyen-Orient, bassin d'audience de la radio.

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

ANALYSE DES RESULTATS

En 2025, les opinions favorables évaluant l'expertise, l'objectivité et la référence des médias de France Médias Monde, s'inscrivent dans des contextes différents selon les zones :

- En Afrique francophone, les opinions favorables sont en léger recul pour France 24 (-1 point) et pour RFI (-2 points). En effet, les médias français font face à une dégradation de leur image liée au contexte géopolitique actuel.
- Au Maghreb, France 24 connaît également un léger recul des opinions favorables (-2 points). La chaîne est confrontée à la concurrence d'autres médias internationaux (Al Jazeera / Al Arabya) notamment sur des

sujets propres aux conflits au Moyen-Orient. Le score global de FMM reste néanmoins nettement supérieur à celui de 2023, qui avait été marquée par le début du conflit Israël-Hamas pendant le terrain d'étude.

- Au Proche & Moyen-Orient, en 2025, MCD voit son score d'image global progresser à nouveau (+4 points par rapport à 2024).

OBJECTIF

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

INDICATEUR

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

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Volume de contacts pour France Médias Monde (audience linéaire et numérique)	millions/semaine	255,5	254,0	Non déterminé	278,1	donnée non renseignée	stable

Commentaires techniques

Cet indicateur agrège le nombre d'auditeurs hebdomadaires radio (RFI/MCD) en incluant les radios partenaires, le nombre de téléspectateurs hebdomadaires et l'« empreinte numérique hebdomadaire » pour toutes les plateformes concernées (environnements propriétaires et tiers).

Pour les sources des données, se référer au PAP 2025.

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

Notoriété totale – Populations leaders d'opinion	Unité	Réalisation 2016	Réalisation 2017	Réalisation 2018	Réalisation 2019	Réalisation 2020	Réalisation 2021	Réalisation 2022	Réalisation 2023	Réalisation 2024	Réalisation 2025	Prévision 2026
France 24												
Afrique francophone (Kantar – Africascope – Cadres & Dirigeants)	%	99	98	99	97	99	99	99	99	99	100	Stable
Europe (Affluent survey ex EMS)	%	31	36	36	37	41	48	45	47	ND	ND	
Maghreb (Kantar – Maghreboscope – Cadres & Dirigeants)	%	93	91	96	90	90	90	91	91	91	92	Stable
RFI												
Afrique francophone (Kantar – Africascope- Cadres & Dirigeants)	%	99	99	99	99	99	99	98	99	99	99	Stable

Notoriété totale –Grand public	Unité	Réalisation 2016	Réalisation 2017	Réalisation 2018	Réalisation 2019	Réalisation 2020	Réalisation 2021	Réalisation 2022	Réalisation 2023	Réalisation 2024	Réalisation 2025	Prévision 2026
France 24												
Afrique francophone (Kantar – Africascope – cible 15 ans et +)	%	83	83	82	82	83	85	92	92	91	91	Stable
Maghreb (Kantar – Maghreboscope – cible 15 ans et +)	%	60	66	67	61	69	63	71	73	75	75	Stable
RFI												
Afrique francophone (Kantar – Africascope – cible 15 ans et +)	%	90	88	86	84	82	84	87	84	83	83	Stable

Précisions méthodologiques (2.1.1)

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

ANALYSE DES RESULTATS

En 2025, tous médias et toutes langues confondus, France Médias Monde a enregistré **278,1 millions de contacts hebdomadaires en forte hausse par rapport à 2024 (+24,1 millions de contacts soit +9 % par rapport à 2024)**. Parmi ces 278,1 millions, le groupe enregistre 183,8 millions de téléspectateurs et auditeurs hebdomadaires (+4,7 millions par rapport à 2024) et 94,3 millions d'utilisateurs sur les offres numériques tous environnements confondus (+19,4 millions par rapport à 2024). La dynamique des audiences numériques, fruit de l'adaptation des contenus de FMM aux différents usages et plateformes (dont Facebook en nette reprise) permet au groupe de réaliser un record sur cet indicateur.

Par média, la répartition se décompose comme suit :

- **105,0 millions de contacts en broadcast et en numérique pour RFI contre 98,5 millions en 2024 ;**
- **153,7 millions de contacts en broadcast et en numérique pour France 24 contre 136,8 millions en 2024 ;**
- **10,7 millions de contacts en broadcast et en numérique pour MCD, stable par rapport à 2024 ;**
- **auxquels s'ajoutent 13,3 millions de contacts numériques (contre 9,5 millions par rapport à 2024) pour les offres numériques InfoMigrants, ENTR et ZOA (nouvelle offre numérique panafricaine).**

En 2025, les résultats de notoriété de France 24 et de RFI sont globalement stables à des niveaux élevés, auprès du grand public et sur la population des leaders d'opinions. France 24 enregistre une légère hausse (+1 point) de notoriété totale en Afrique francophone et au Maghreb.

L'Europe ne fait plus partie du périmètre d'étude commandée par FMM en 2025.

INDICATEUR

2.2 – Audience linéaire

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
France 24	millions/semaine	99,3	101,4	Non déterminé	108,5	donnée non renseignée	Non déterminé
RFI	millions/semaine	60,8	72,2	Non déterminé	70,8	donnée non renseignée	Non déterminé
MCD	millions/semaine	7,6	5,5	Non déterminé	4,5	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Pour les sources des données, se référer au PAP 2025.

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

	Unité		2017 Réalisation	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 réalisation	2024 Réalisation	2025 Réalisation	2026 prévision
France 24	millions semaines	/	61,2	79,8	87,1	98,5	97,8	101,7	99,3	101,4	108,5	Stable
Afrique francophone / Océan Indien	millions semaines	/	26,0	27,9	26,2	27,8	28,1	27,6	34,1	33,1	32,3	Stable
Afrique non francophone	millions semaines	/	3,2	3,0	8,9	11,3	11,4	12,4	12,7	13,6	13,9	Stable
Afrique du Nord et Moyen-Orient	millions semaines	/	23,6	26,1	23,9	26,6	23,4	21	22,4	20,9	18,3	Stable
Europe	millions semaines	/	5,1	6,7	6,4	7,5	9,3	10	8,5	8,3	9,8	Stable
Autres zones mesurées (Asie, Amérique latine, Canada principalement)	millions semaines	/	3,3	16,1	21,6	25,3	25,7	30,7	21,6	25,6	34,2	Stable
RFI	millions semaines	/	40,7	0,8	46,5	58,1	61,4	59,5	60,8	72,2	70,8	Stable
Afrique francophone	millions semaines	/	29,6	29,7	28,2	29,8	33,6	32,8	32,8	33,1	32,6	Stable
Afrique non francophone	millions semaines	/	4,7	4,5	11,2	11,0	11	5,8	6,5	6,9	7,1	Stable
Europe	millions semaines	/	1,4	1,4	1,5	1,3	1,5	2,4	2,2	2,2	2,3	Stable
Maghreb	millions semaines	/	0,2	0,3	0,9	2,0	2,3	1,8	2,6	1,5	0,4**	Stable
Asie	millions semaines	/	1,4	1,4	1,4	1	0,1	0,1	0,1	0	0	
Amérique latine / Caraïbes	millions semaines	/	3,4	3,4	3,4	13,0	13	16,6	16,6	28,4	28,4	Stable
MCD	millions semaines	/	5,4	9,2	9,8	9,3	10,4	9,2	7,6	5,5	4,5	Stable
Moyen-Orient	millions semaines	/	3,6	7,5	7	5,4	6,3	5,9	4,4	3,4	3,2	Stable
Maghreb-Afrique	millions semaines	/	1,7	1,7	2,6	3,8	4	3,3*	3,2*	2,2*	1,3*	Stable

* y compris diffusion en DAB+ à Paris + Marseille

** y compris diffusion à Koweït

ANALYSE DES RESULTATS

AUDIENCES DE FRANCE 24

En 2025, l'audience hebdomadaire *broadcast* de France 24, mesurée dans 72 pays, s'établit à 108,5 millions de téléspectateurs, soit une hausse de 7,1 millions de téléspectateurs. Cette hausse est particulièrement portée par l'Inde qui a fait l'objet d'un renforcement de la distribution.

En Afrique francophone, l'audience hebdomadaire de France 24 s'établit à 32,3 millions de téléspectateurs hebdomadaires, en baisse de 0,7 million par rapport à 2024 (-2 %). Cette baisse est attribuable à la suspension de sa diffusion au Togo et à une audience en recul à Madagascar (moindre attrait de l'offre francophone).

Dans la zone Afrique du Nord et Moyen-Orient, l'audience hebdomadaire de France 24 s'établit à 18,3 millions de téléspectateurs, en baisse (-2,6 millions en 2025). Ces résultats s'inscrivent dans un contexte de conflit dans la zone, et d'une concurrence accrue (Al Jazeera et Al Arabiya, ou la chaîne saoudienne Al Hadath par exemple).

En Europe, l'audience hebdomadaire de France 24 s'établit à 9,8 millions de téléspectateurs (en hausse de 1,5 million par rapport à 2024). Elle s'approche ainsi de son niveau de 2022 (10,0 millions). Le regain s'observe essentiellement en France.

En Asie-Pacifique, l'audience hebdomadaire de France 24 s'établit à 25,4 millions de téléspectateurs, en forte croissance (+7,1 millions) avec une hausse observée en Inde (+5,7 millions) en lien avec la conclusion de nouveaux contrats de distribution et l'intégration de deux nouveaux pays dans le périmètre d'étude (+0,6 million pour l'Australie et la Malaisie).

AUDIENCES DE RFI

En 2025, l'audience hebdomadaire *broadcast* de RFI, mesurée dans 36 pays, s'établit à 70,8 millions d'auditeurs, en légère baisse par rapport à 2024 (-1,4 million, soit -2 %).

En Afrique francophone (zone dans laquelle RFI réalise près de 50 % de ses audiences hebdomadaires mesurées), l'audience de la station s'établit à 32,6 millions d'auditeurs, en baisse par rapport à 2024 (-0,5 million). La suspension de sa diffusion au Togo a affecté ses résultats d'audience tout comme la baisse de ses audiences à Madagascar à l'instar de France 24. Il est néanmoins important de préciser que les audiences numériques de RFI sont en forte croissance dans cette zone sous l'effet combiné des usages et des offres en langues africaines.

AUDIENCES DE MONTE CARLO DOUALIYA

En 2025, l'audience hebdomadaire *broadcast* de Monte Carlo Doualiya, mesurée dans 14 pays, s'établit à 4,5 millions d'auditeurs, en baisse de -1,1 million par rapport à 2024.

Tout comme France 24, ces résultats s'inscrivent dans un contexte de poursuite des conflits dans la zone et de polarisation forte des acteurs médiatiques. L'augmentation de l'empreinte numérique de MCD compense ces baisses et stabilise les performances globales de la chaîne.

INDICATEUR

2.3 – Audience des offres numériques

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Consommation des contenus délinéarisés tous environnements confondus (démarrages par mois)	millions	305,7	321,4	Non déterminé	409,3	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

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

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

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

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

	Unité	2018 Réalisation	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Prévision	2022 Réalisation	Réalisation 2023	Réalisation 2024	Réalisation 2025	Prévision 2026
Fréquentation des environnements numériques propres de FMM (visites mensuelles)	Millions/ mois	34	41	65	46,8	58	49,5	41	43,5	39,9	Stable

Précisions Méthodologiques (2.3.1)

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

Sources Des Données : Piano Analytics

ANALYSE DES RESULTATS

Tous environnements confondus, France Médias Monde enregistre en tout plus de 4,9 milliards de vidéos et sons consultés sur l'ensemble de l'année 2025 (+27 % par rapport à 2024), soit 409,3 millions de contenus consommés par mois décomposés comme suit :

- 218,3 millions de contenus délinéarisés consommés mensuellement pour France 24, tous environnements numériques confondus (+11 % par rapport à 2024) ;
- 150,2 millions de contenus délinéarisés consommés mensuellement pour RFI, tous environnements numériques confondus (+66 % par rapport à 2024) ;
- 21,4 millions de contenus délinéarisés consommés mensuellement pour MCD, tous environnements numériques confondus (+7 % par rapport à 2024) ;
- 19,5 millions de contenus délinéarisés consommés mensuellement pour les offres InfoMigrants (17,2 millions, +27 % vs 2024) et ENTR / ZOA (2,3 millions). A noter que l'offre ZOA porte sur 3 mois en 2025.

FMM affiche 401,2 millions deancements vidéo par mois (4,8 milliards deancements sur l'année et +28 % vs 2024), soit un niveau record, témoignant de la contribution croissante des offres de proximité aux performances du groupe. Les tendances observées au fil de l'année révèlent toutefois un environnement en recomposition constante,

en témoigne la reprise soutenue de Facebook (199,3 millions de vidéos par mois et +41 % vs 2024), l'inflexion de YouTube en fin d'année (130,0 millions par mois et +10 % par rapport à 2024), tandis que TikTok (35,5 millions par mois, soit un doublement par rapport à 2024) et Instagram (28,9M par mois et +70 % par rapport à 2024) s'installent progressivement comme des relais majeurs de diffusion.

Les environnements propriétaires totalisent 39,9 millions de visites mensuelles en 2025, en recul de -8 % par rapport à l'exercice précédent. Cette évolution notamment liée aux évolutions algorithmiques de Google et de l'ensemble de son écosystème – Discover notamment – structurant les parcours d'accès vers les environnements propriétaires de FMM. A noter que l'ensemble des médias internationaux connaissent la même dépendance à l'égard de ces plateformes.

OBJECTIF

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

INDICATEUR

3.1 – Maîtrise des charges

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Charges de personnel	M€	150,5	158,8	Non déterminé	161,6	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

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

Source des données : France Médias Monde

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

	2019	2020	2021	2022	Cible 2023	Réalisation 2023	Prévision 2024	Réalisation 2024	Réalisation 2025	Prévision 2026
Prévision France Médias Monde	1757	1723*	1758	1783	Légère hausse	1797	Légère hausse	1830	1861	Non déterminé
dont permanents	1373	1364	1375	1375		1391		1439	1479	Non déterminé
Dont non permanents	384	359	383	408		406		391	382	Non déterminé

Précisions méthodologiques :

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

Sources de données : France Médias Monde

ANALYSE DES RESULTATS

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

En 2025, les charges de personnel (base comptes 64 après neutralisation du coût des litiges sociaux, transactions et départs volontaires) s'élèvent en 2025 à 161,6 M€ contre 158,8 M€ en 2024.

L'augmentation globale de la masse salariale entre 2024 et 2025 s'élève à +2,8 M€, soit +1,8 %. Elle prend principalement en compte :

- le glissement annuel de la masse salariale dans le cadre de la négociation annuelle obligatoire (NAO) (+2,0 M€) qui intègre les évolutions inéluctables liées aux accords d'entreprise ;
- le renforcement des équipes techniques et numériques (+0,6 M€) ;
- l'internalisation de prestataires techniques (+0,6 M€), sans impact sur le résultat de l'entreprise puisque intégralement compensée par la baisse des coûts de ces prestataires.

Ces augmentations sont en partie compensées par certaines économies notamment liées à la baisse de la variation de provision pour congés, CET et récupération et la régularisation des indemnités journalières de la sécurité sociale (IJSS).

Les effectifs totaux de FMM s'élèvent en 2025 à 1861 ETP (dont 1479 permanents et 382 non permanents) contre 1830 ETP en 2024 (dont 1439 permanents et 391 non permanents), soit une augmentation de +31 ETP liée principalement au renforcement des fonctions techniques et numériques prévu dans le budget, à l'internalisation de prestataires sur des fonctions considérées par FMM comme importantes pour l'avenir de l'entreprise (sans impact sur le budget global de FMM) ainsi qu'à certaines intégrations prud'hommales.

INDICATEUR

3.2 – Ressources propres

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Ressources propres	M€	13,8	13,8	Non déterminé	14,1	donnée non renseignée	15,2

Commentaires techniques

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

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

Source des données : France Médias Monde.

ANALYSE DES RESULTATS

Les ressources propres de France Médias Monde s'élèvent en 2025 à 14,1 M€, en légère augmentation de +0,3 M€ par rapport à 2024. Elles prennent en compte 4,9 M€ de recettes publicitaires sur tous les environnements tant

« broadcast » que numérique (en baisse de 0,4 M€, l’augmentation des recettes publicitaires numériques n’étant pas suffisante pour compenser la baisse des recettes « broadcast »), 3,2 M€ de ressources propres diverses (en hausse de +0,7 M€ du fait de l’augmentation en 2025 des recettes sur les droits voisins sur le numérique) et 6,0 M€ liés à des subventions apportées par des bailleurs de fonds internationaux (niveau globalement stable d’une année sur l’autre).

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

INDICATEUR

3.3 – Résultat opérationnel récurrent

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Résultat opérationnel récurrent	M€	(2,0)	(5,7)	Non déterminé	(1,9)	donnée non renseignée	(1,4)

Commentaires techniques

Précisions méthodologiques

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

ANALYSE DES RESULTATS

La société réalise en 2025 un résultat opérationnel négatif de -1,9 M€, en nette amélioration par rapport à 2024 (5,7 M€), année qui avait été marquée par l’annulation de 3,6 M€ de crédits dédiés à la transformation numérique de l’entreprise en raison de la contrainte sur les finances publiques.

Elle enregistre en parallèle un résultat financier positif de +2,1 M€ (stable par rapport à 2024), portant son résultat net à +0,2 M€ en 2025 après une perte de -3,5 M€ en 2024. Ce résultat est en amélioration par rapport au budget initial présentant un déficit de 4,9 M€ et au budget révisé présentant un déficit de -1 M€.

INDICATEUR

3.4 – Index égalité femmes-hommes

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Résultat de l'index égalité femmes-hommes	ratio	100	99	Non déterminé	99	donnée non renseignée	stable

Commentaires techniques

Source des données : France Médias Monde.

Mode de calcul : Cet indicateur est défini par la loi du 5 septembre 2018 et comporte cinq paramètres : l’écart de rémunération entre les femmes et les hommes à poste égal et âge comparable, le nombre de femmes parmi les dix plus hautes rémunérations, le pourcentage de salariées ayant

bénéficié d'une augmentation dans l'année de leur retour de congés maternité, l'écart de taux de promotions entre les femmes et les hommes ainsi que l'écart de taux d'augmentations individuelles de salaire.

ANALYSE DES RESULTATS

L'index égalité femmes-hommes présente un total de 99 points en 2025, stable par rapport à 2024. Ce résultat témoigne de la priorité donnée par FMM quant au respect de la parité.

Présentation des crédits

2025 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS OUVERTS ET DES CREDITS CONSOMMES

2025 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action Prévision LFI 2025 Consommation 2025	Titre 6 Dépenses d'intervention	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
01 – France Médias Monde	303 883 551	313 818 794	303 883 551 313 818 794	303 883 551
Total des AE prévues en LFI	303 883 551	0	303 883 551	303 883 551
Ouvertures / annulations par FdC et AdP				
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP	+9 935 243 (hors titre 2)		+9 935 243	
Total des AE ouvertes	313 818 794 (hors titre 2)		313 818 794	
Total des AE consommées	0	313 818 794	313 818 794	

2025 / CREDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action Prévision LFI 2025 Consommation 2025	Titre 6 Dépenses d'intervention	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
01 – France Médias Monde	303 883 551	313 818 794	303 883 551 313 818 794	303 883 551
Total des CP prévus en LFI	303 883 551	0	303 883 551	303 883 551
Ouvertures / annulations par FdC et AdP				
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP	+9 935 243 (hors titre 2)		+9 935 243	
Total des CP ouverts	313 818 794 (hors titre 2)		313 818 794	
Total des CP consommés	0	313 818 794	313 818 794	

2024 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS VOTES (LFI) ET DES CREDITS CONSOMMES

2024 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

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

2024 / CREDITS DE PAIEMENT

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

PRESENTATION PAR TITRE ET CATEGORIE DES CREDITS CONSOMMES

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées* en 2024	Ouvertes en 2025	Consommées* en 2025	Consommés* en 2024	Ouverts en 2025	Consommés* en 2025
Titre 6 – Dépenses d'intervention	0	303 883 551	0	0	303 883 551	0
Transferts aux entreprises	0	303 883 551	0	0	303 883 551	0
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	299 552 666	0	313 818 794	299 552 666	0	313 818 794
Prêts et avances	299 552 666	0	313 818 794	299 552 666	0	313 818 794
Total hors FdC et AdP		303 883 551			303 883 551	
Ouvertures et annulations* hors titre 2		+9 935 243			+9 935 243	
Total*	299 552 666	313 818 794	313 818 794	299 552 666	313 818 794	313 818 794

* y.c. FdC et AdP

RECAPITULATION DES MOUVEMENTS DE CREDITS (HORS DECRET DE SERVICES VOTES)

LOI DE FINANCES DE FIN DE GESTION

Date de signature	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
08/12/2025		9 935 243		9 935 243				
Total		9 935 243		9 935 243				

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

	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
Total général		9 935 243		9 935 243				

Justification au premier euro

Éléments transversaux au programme

ÉLÉMENTS DE SYNTHÈSE DU PROGRAMME

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action <i>Prévision LFI Consommation</i>	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2 * Dépenses de personnel	Autres titres *	Total y.c. FdC et AdP	Titre 2 * Dépenses de personnel	Autres titres *	Total y.c. FdC et AdP
01 – France Médias Monde		303 883 551 313 818 794	303 883 551 313 818 794		303 883 551 313 818 794	303 883 551 313 818 794
Total des crédits prévus en LFI *	0	303 883 551	303 883 551	0	303 883 551	303 883 551
Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP		+9 935 243	+9 935 243		+9 935 243	+9 935 243
Total des crédits ouverts	0	313 818 794	313 818 794	0	313 818 794	313 818 794
Total des crédits consommés	0	313 818 794	313 818 794	0	313 818 794	313 818 794
Crédits ouverts - crédits consommés						

* hors FdC et AdP pour les montants de la LFI

1 / L'activité en 2025 : contexte et faits marquants

En termes d'activité, l'année 2025 a été marquée par les principaux faits suivants :

- **La couverture des grands temps forts de l'actualité internationale ;**
- **Le lancement du nouveau « hub » de FMM à Beyrouth (Liban) en février**, qui vient renforcer les offres numériques de France 24 en arabe et de MCD ;
- **Le développement des nouveaux projets de proximité en Afrique autour du « hub » de Dakar**, marqué par le lancement début octobre de la nouvelle offre numérique panafricaine, « ZOA » ;
- **Le renforcement**, depuis le 4 août 2025, **de la couverture de la Moldavie par RFI România**, à travers un nouveau rendez-vous quotidien de 30 minutes consacré à l'actualité dans le pays (« *Moldova Zoom* », diffusé notamment sur la FM de RFI à Chisinau) et des contenus sur le numérique (site, application, réseaux sociaux) ; ce dispositif est financé par des crédits du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères. De la même façon, **l'offre en russe** a fait l'objet d'un **renforcement** sur le dernier quadrimestre 2025.
- **La poursuite de la stratégie de transformation numérique** à travers la conception de « grilles numériques » et la création de « pôles numériques » au sein de chaque chaîne, coordonnées en transversalité avec la direction des environnements numériques ;
- **Le lancement d'une plateforme IA interne à l'entreprise**, à disposition de l'ensemble des collaborateurs depuis le mois de juin, qui permet d'accéder à tous les outils d'IA rendus accessibles aux salariés de FMM dans un cadre sécurisé (« Chat FMM », outil de transcription, de traduction et de sous-titrage, outil de retouches audio, outil de chapitrage, etc.) ;

2 / Les comptes en 2025

Sur le plan financier, la société France Médias Monde réussit **en 2025** à dégager un **résultat net à l'équilibre (+0,2 M€)**, en **amélioration de +4,0 M€** par rapport au budget initial 2025.

En 2025, France Médias Monde a perçu des concours publics à hauteur de 305,9 M€ au titre de son fonctionnement. Ce montant se décompose en 303,9 M€ versé par le programme 844 et 2,0 M€ versé par le programme 209 – Solidarité à l'égard des pays en développement, visant à soutenir les actions menées contre la désinformation. En outre, France Médias a perçu 3,5 M€ supplémentaires du programme 209 fléché vers le développement de projets de proximité.

Le résultat dégagé en 2025 repose sur un montant de concours publics à hauteur de 305,9 M€ au titre du fonctionnement de l'entreprise, dont 303,9 M€ au titre du programme 844 et 2,0 M€ versés par le programme 209 - Solidarité à l'égard des pays en développement. Son amélioration par rapport au budget initial procède notamment du rehaussement de +2,0 M€ des crédits du programme 844 au cours des débats parlementaires au Sénat, d'une part, et de la dotation du programme 209 décidée en cours de gestion

Cette dotation publique est complétée d'un **financement public dans le cadre de l'Aide Publique au Développement** (programme budgétaire 209 du MEAE) prenant en compte : le **financement des projets de développement internationaux de proximité** (hubs de Beyrouth, Dakar et Bucarest), conformément au budget initial 2025, pour un montant de **3,5 M€**, le solde du financement reçu au titre de 2025 étant reporté sur 2026 suite au décalage de certains projets. Ce financement est affecté directement aux nouveaux projets de proximité à due concurrence des dépenses réalisées, donc sans impact sur le résultat de l'entreprise ;

En outre, la loi de finances de fin de gestion à rehausser les crédits versés à France Médias Monde de +9,9 M€ au titre de la compensation des effets fiscaux, en particulier de la taxe sur la valeur ajoutée payée sur les achats internationaux hors de l'Union européenne payée au cours des exercices 2022, 2023 et 2024. (Ils sont donc sans effet sur l'exercice budgétaire 2025.)

Dans le détail, le **compte de résultat analytique « métier » de France Médias Monde** pour l'année **2025** se présente comme suit :

France Médias Monde
Compte de résultat analytique - réel 2025
(Conseil d'Administration du 12 mai 2026)

	(C)	(A)	(B)	(B) - (A)	(B) - (C)	
	2025 budget initial CA 12.12.24	2024 réel CA 06.05.25	2025 réel CA 12.05.26	Evolution R2024 - R2025 M€ % fav/défav	Evolution B2024 - R2025 M€ % fav/défav	2025 BR CA 09.10.25
PRODUITS (1)	290,7	284,9	292,8	7,8 2,7%	2,1 0,7%	295,7
Dotations publiques (1)	276,0	271,2	278,7	7,5 2,8%	2,6 1,0%	280,0
Ressources propres	14,7	13,8	14,1	0,3 2,3%	(0,6) -4,1%	15,7
Publicité / parrainage	5,6	5,3	4,9	(0,4) -7,5%	(0,8) -13,4%	5,7
Autres ress. propres (diversification, éditions musicales, etc.)	2,2	2,4	3,2	0,8 31,6%	1,0 43,5%	3,1
Refacturation prestations et autres	0,1	0,2	0,2	(0,0) NS	0,1 NS	0,1
Subventions bailleurs de fonds internationaux	3,3	2,6	2,4	(0,2) -5,8%	(0,9) NS	3,3
Financement développement langues africaines via l'AFD	3,4	3,3	3,4	0,1 NS	(0,1) NS	3,4
Autres produits (reprise prov., etc.)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CHARGES (1)	(297,8)	(290,7)	(294,6)	(4,0) 1,4%	3,2 -1,1%	(298,3)
Coût des offres linéaires et numériques (y/c F24 espagnol)	(200,6)	(196,5)	(198,6)	(2,2) 1,1%	1,9 -1,0%	(201,8)
Rédactions	(133,6)	(132,3)	(132,5)	(0,2) 0,1%	1,1 -0,8%	(134,2)
- France 24	(69,2)	(68,1)	(67,6)	0,5 -0,7%	1,6 -2,3%	(69,1)
- RFI	(58,1)	(58,0)	(58,7)	(0,7) 1,3%	(0,6) 1,1%	(58,9)
- MCD	(6,3)	(6,2)	(6,2)	0,0 -0,6%	0,1 -2,4%	(6,3)
Coûts de production (DPSA)	(39,0)	(37,6)	(38,3)	(0,7) 1,9%	0,6 -1,6%	(39,0)
Coûts Techniques (DTSI)	(28,0)	(26,6)	(27,8)	(1,2) 4,7%	0,2 -0,6%	(28,6)
Environnements numériques - DEN (hors rédactions numériques)	(11,4)	(10,4)	(11,5)	(1,2) 11,5%	(0,2) 1,4%	(11,4)
Frais de diffusion / distribution (coût complet)	(23,5)	(23,2)	(23,5)	(0,4) 1,6%	(0,0) 0,1%	(24,2)
Communication / marketing	(3,7)	(3,4)	(3,5)	(0,1) 1,7%	0,2 -4,6%	(3,8)
Projets financés via subv bailleurs de fonds internationaux	(3,6)	(2,9)	(2,5)	0,3 NS	1,1 NS	(3,5)
Directions communes et moyens communs	(50,1)	(51,2)	(51,3)	(0,1) 0,2%	(1,2) 2,3%	(47,9)
Directions communes / transverses	(19,2)	(19,0)	(19,0)	0,0 -0,1%	0,2 -1,1%	(19,1)
Charges liées à la masse salariale non affectées (y/c PIDR, litiges, prov CP)	(8,9)	(9,7)	(10,7)	(1,0) 10,7%	(1,9) 21,0%	(8,7)
Moyens communs	(22,0)	(22,5)	(21,6)	0,9 -4,0%	0,5 -2,2%	(20,1)
Programmes de transformation	0,0	(2,6)	0,0	2,6	0,0	(0,9)
Développement projets de proximité	(4,9)	(0,6)	(3,5)	(3,0)	1,4	(4,9)
RESULTAT OPERATIONNEL	(7,1)	(5,7)	(1,9)	3,9	5,2	(2,6)
AUTRES RESULTATS	2,2	2,2	2,1	(0,2)	(0,1)	1,6
RESULTAT NET	(4,9)	(3,5)	0,2	3,7	5,1	(1,0)
Effets fiscaux suite suppr CAP et compensation financière (1)	0,0	0,0	0,0	0,0	(0,0)	0,0
Effets fiscaux	(34,9)	(39,9)	(33,9)	6,1	1,0	(34,9)
suppression déductibilité de la TVA sur les achats	(21,7)	(28,3)	(22,1)	6,2	(0,4)	(21,3)
taux sur les salaires	(13,2)	(11,6)	(11,8)	(0,2)	1,4	(13,6)
Compensation financière de l'Etat	34,9	39,9	33,9	(6,1)	(1,0)	34,9
Dotation aux amortissements (autofinancés) (2)	(10,0)	(8,6)	(9,4)	(0,8) 9,3%	0,6 -5,9%	(10,0)
Charges de personnel (bases comptes 64) (2)	(166,0)	(158,8)	(161,6)	(2,8) 1,8%	4,4 -2,6%	(166,5)
hors litiges/transactions, coûts PDV et départs suppl post PDV						
Total ressources publiques (D) + (E)	310,9	311,1	312,6	1,5	1,6	314,9
(y/c financement APD et compensation financière effets fiscaux)						
Financement public des activités et missions de FMM	276,0	271,2	278,7	7,5	2,6	280,0
Compensation financière par l'Etat des effets fiscaux liés à la suppr de la CAP	34,9	39,9	33,9	(6,1)	(1,0)	34,9

(1) Les conséquences fiscales de la suppression de la CAP (fin de la déduction de la TVA sur les achats et services et assujettissement à la taxe sur les salaires) et la compensation financière associée de l'Etat sont suivies de façon distincte dans le compte de résultat afin de pouvoir suivre les produits et charges liés aux activités de FMM sur des bases strictement comparables d'une année à l'autre.

(2) Les dépenses consolidées sur ces lignes sont également réparties sur les différentes lignes de charges du compte de résultat analytique.

2.1 / Analyse des principaux écarts entre le budget initial 2025 et le réalisé 2025

FMM réalise en 2025 un **résultat net à l'équilibre (+0,2 M€)**, en **amélioration de +5,1 M€** par rapport budget initial qui prévoyait un déficit prévisionnel de - 4,9 M€.

Les principales évolutions financières sur l'année 2025 par rapport au budget initial prennent en compte les éléments favorables suivants :

- une augmentation de **+2,0 M€** de la dotation versé par le programme 844 intervenue au cours des débats parlementaires sur le PLF 2025, la portant ainsi à 303,9 M€ ;
- Le versement par le MEAE en juillet 2025 d'un financement supplémentaire de **2,0 M€** sur le programme 209 – Solidarité à l'égard des pays en développement ;
- une augmentation nette des ressources propres de **+0,2 M€** en raison de la hausse des recettes liées aux droits voisins des éditeurs sur le numérique (0,9 M€) du fait de la prise en compte en 2025 d'un versement de Meta (avec effet de rattrapage 2019-2024), ainsi que de l'augmentation des recettes numériques (0,2 M€), de distribution payante (0,2 M€) et de la commercialisation des éditions musicales (0,1 M€). Ces ressources

supplémentaires permettent de compenser les retraits sur les recettes publicitaires TV (-0,5 M€) et radio (-0,5 M€) ainsi qu'une légère baisse de l'activité de l'Académie de formation (-0,2 M€) ;

- une économie sur la contribution sociale de solidarité des sociétés (appelée « C3S »). Cette taxe est calculée sur la base du chiffre d'affaires de FMM. Dans un souci d'optimisation de ses coûts, l'entreprise a mené une démarche volontaire auprès de l'URSSAF afin d'exclure les concours publics qui viennent financer les activités et missions de FMM du périmètre de son chiffre d'affaires afin de bénéficier sur 2025 d'une économie de « C3S » de **1,5 M€**, dont 1,0 M€ au titre de la rétroactivité sur les années précédentes (non reconductible sur 2026) et 0,5 M€ récurrent chaque année ;
- des économies sur les directions techniques et de la production (baisse des amortissements dans le cadre du décalage de la mise en service de certains investissements techniques, postes non pourvus) pour **1,1 M€** et sur les coûts de diffusion / distribution pour **1,0 M€** (renégociation de contrats, effet taux de change favorable, arrêt subi par l'entreprise de la diffusion au Togo et à Tripoli, etc.) ;
- le décalage du déploiement de certains projets de proximité à l'international se traduisant par un report sur 2026 de certaines dépenses liées à ces projets à hauteur de **1,4 M€**, sans impact sur le résultat ;
- diverses autres économies (**-1,9 M€**) liées notamment à la baisse des coûts de l'électricité, au report de certaines études d'audience spécifiques et à la prise en compte du solde de la franchise de loyer du précédent bail du siège pour un total de 1,0 M€ ainsi qu'à l'économie ponctuelle en 2025 liée au décalage des travaux liés à la nouvelle régie de France 24 à Bogota et à un effet de change favorable (0,9 M€).

Pour rappel, ces éléments s'ajoutent à des économies déjà prises en compte dans le budget initial 2025 pour un total de -3,4 M€ (renégociation du bail immobilier, rationalisation de la distribution de France 24 dans les DOM-TOM, renégociation du contrat Reuters, gels de dépenses sur les frais de missions, dépenses de marketing/communication, missions et opérations éditoriales spéciales).

Ces facteurs positifs pour **11,1 M€** permettent de compenser certaines augmentations de dépenses à hauteur de **+6,0 M€** dont principalement :

- le lancement en 2025 d'une nouvelle offre de contenus en Moldavie et le renforcement de l'offre de RFI en russe (**0,2 M€**) ;
- une provision liée au fort risque d'augmentation du coût des fréquences FM de RFI au Sénégal (**0,9 M€**) suite au changement de la réglementation sénégalaise ;
- le report sur 2026 de la partie du financement public des projets de proximité non utilisée en 2025 du fait du décalage du calendrier de certains projets (**1,4 M€**). Cette baisse des crédits publics est à mettre en regard du report sur 2026 des dépenses prévues en 2025 mais non réalisées cette même année (cf. ci-dessus) ;
- la révision à la hausse du budget consacré aux litiges sociaux et départs transactionnels (**1,8 M€**) ;
- une évolution des autres charges de **1,7 M€** prenant en compte principalement une hausse des coûts techniques (maintenance, datacenter, etc.), l'augmentation des cotisations sociales, un recours plus important que prévu aux correspondants compte tenu du contexte international ainsi que la révision à la baisse du résultat financier du fait de la baisse des capitaux moyens placés et des taux d'intérêt.

Tous les autres produits et charges de l'année 2025 restent globalement stables par rapport au budget initial 2025.

A noter que, en termes de présentation, les dépenses de transformation engagées en 2024 et reconductibles sur 2025 ont été réaffectées dans les différentes directions concernées (rédactions et directions technique et des environnements numériques), tant dans le budget initial que dans le réalisé 2025.

2.2 / Principales évolutions entre 2024 et 2025

Le résultat net dégagé par FMM en 2025 prend en compte les principales évolutions favorables suivantes par rapport à 2024 pour un montant de **16,4 M€** :

- une augmentation globale des ressources publiques de fonctionnement de +6,4 M€[PR1] ;
- une augmentation des ressources fléchées pour les projets de proximité (+3 M€), l'entreprise n'ayant consommé en 2024 que 0,6 M€ de crédits contre 3,5 M€ en 2025, induisant un décalage dans le financement ;
- une légère augmentation des ressources propres de **0,3 M€** liée à la hausse conjointe des recettes liées aux droits voisins des éditeurs sur le numérique (0,6 M€), des recettes publicitaires sur les environnements numériques (0,2 M€) et des recettes issues de la commercialisation des éditions musicales (0,1 M€), en partie compensée par la baisse des recettes publicitaires TV/radio « broadcast » (0,6 M€) ;
- des économies d'exploitation à hauteur de **-4,5 M€** prenant en compte la baisse des opérations exceptionnelles (-1,5 M€), les économies réalisées sur les coûts du siège pour -1,4 M€ (baisse du loyer suite à la renégociation du bail et des coûts de fonctionnement), la baisse des coûts de distribution, régie publicitaire interne et études pour -0,9 M€ (réduction de la couverture TNT dans les DOM-TOM, renégociation de contrats, frais de mission, effets de change, etc.) ainsi que l'économie ponctuelle réalisée en 2025 suite au décalage des travaux liés à la nouvelle régie de France 24 à Bogota et à un effet de change favorable (-0,7 M€) ;
- une économie sur la contribution sociale de solidarité des sociétés (appelée « C3S ») pour **-1,5 M€** (cf. ci-dessus) ;
- la non reconduction en 2025 des dépenses de transformation réalisées en 2024 et non récurrentes (refonte des sites et applications France 24, développement et recherche sur l'intelligence artificielle, etc.) pour **-2,6 M€**. Les dépenses de transformation récurrentes engagées en 2024 (renfort des équipes numériques, pôle de développement de l'intelligence artificielle, etc.) ont, quant à elles, été réaffectées en 2025 dans les directions concernées (rédactions, directions technique et des environnements numériques).

Ces évolutions favorables pour un montant global de **+16,4 M€** ont permis de financer l'évolution des coûts de l'entreprise (**12,7 M€**) ci-dessous :

- l'évolution des activités opérationnelles de l'entreprise (**+3,1 M€**) prenant en compte principalement l'augmentation des moyens des rédactions à hauteur de 0,8 M€ (correspondants, frais de mission, etc.), le renforcement des équipes techniques et numériques (0,8 M€) ainsi que les indexations contractuelles et la hausse des coûts techniques (1,4 M€) ;
- une hausse des charges de personnel dans le cadre de la négociation annuelle obligatoire (NAO) de **+2,0 M€** prenant en compte notamment les évolutions inéluctables liés aux accords d'entreprise ;
- la hausse des dotations aux amortissements (**+0,8 M€**) dans le cadre de la reprise du plan pluriannuel d'investissements (suite au décalage de nombreux projets d'investissement du fait de la crise sanitaire) ;
- une provision liée au fort risque d'augmentation du coût des fréquences FM de RFI au Sénégal (**+0,9 M€**) à la suite d'un changement de la réglementation sénégalaise (cf. ci-dessus) ;

- diverses autres augmentations de dépenses à hauteur de **+2,9 M€** prenant en compte notamment l'augmentation des coûts des litiges et départs négociés (+1,8 M€) et la non reconduction en 2025 de certains ajustements ponctuels favorables (reprises de provisions et engagements antérieurs) comptabilisés en 2024 pour 1,3 M€ ;
- la poursuite du développement des projets de proximité à l'international avec une hausse des dépenses de **3,0 M€** intégralement financée par la hausse du financement versé par le MEAE dans le cadre de l'aide publique au développement (programme 209).

PASSAGE DU PLF A LA LFI

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
PLF	0	0	0	0	0	0
Amendements	0	+303 883 551	+303 883 551	0	+303 883 551	+303 883 551
LFI	0	303 883 551	303 883 551	0	303 883 551	303 883 551

La loi n° 2022-1157 du 16 août 2022 de finances rectificative pour 2022 qui a supprimé la contribution à l'audiovisuel public prévoyait que les recettes du compte de concours financier « Avances à l'audiovisuel public » (CCF AVP) proviendraient, jusqu'au 31 décembre 2024, d'une fraction du produit de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) déterminée chaque année par la loi de finances de l'année.

L'impossibilité de financer le secteur par affectation d'un montant de TVA à compter du 1^{er} janvier 2025 a conduit à prévoir dans le texte initial du PLF pour 2025 la création d'une mission « Audiovisuel public » sur le budget général, d'une part, et à ne prévoir aucune ouverture de crédits sur le CCF AVP, d'autre part.

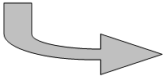
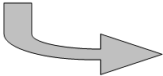
L'adoption de la loi organique n° 2024-1177 du 13 décembre 2024 portant réforme du financement de l'audiovisuel public en parallèle des débats sur le PLF pour 2025 a pérennisé la possibilité d'affecter directement un montant déterminé d'une imposition de toute nature aux organismes du secteur de la communication audiovisuelle. La loi n° 2025-127 du 14 février 2025 de finances pour 2025 a entériné ce mode de financement en affectant un montant de TVA en recettes du CCF AVP et en inscrivant les crédits du secteur sur le compte.

Dépenses pluriannuelles

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

AE 2025	CP 2025
AE ouvertes en 2025 * (E1) 313 818 794	CP ouverts en 2025 * (P1) 313 818 794
AE engagées en 2025 (E2) 313 818 794	CP consommés en 2025 (P2) 313 818 794
AE affectées non engagées au 31/12/2025 (E3) 0	dont CP consommés en 2025 sur engagements antérieurs à 2025 (P3 = P2 – P4) 0
AE non affectées non engagées au 31/12/2025 (E4 = E1 – E2 – E3) 0	dont CP consommés en 2025 sur engagements 2025 (P4) 313 818 794

RESTES A PAYER

Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 brut (R1) 0						
Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2024 (R2) 0						
						
Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 net (R3 = R1 + R2) 0	–	CP consommés en 2025 sur engagements antérieurs à 2025 (P3 = P2 – P4) 0	=	Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R4 = R3 – P3) 0		
AE engagées en 2025 (E2) 313 818 794	–	CP consommés en 2025 sur engagements 2025 (P4) 313 818 794	=	Engagements 2025 non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R5 = E2 – P4) 0		
				Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R6 = R4 + R5) 0		
						
					Estimation des CP 2026 sur engagements non couverts au 31/12/2025 (P5)	
					Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2026 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2025 (P6 = R6 – P5) 0	

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

* LFI 2025 + reports 2024 + mouvements réglementaires + FdC + AdP + fongibilité asymétrique + LFR

*Justification par action***ACTION****01 – France Médias Monde**

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP Réalisation</i>	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
01 – France Médias Monde		303 883 551 313 818 794	303 883 551 313 818 794		303 883 551 313 818 794	303 883 551 313 818 794

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

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

ÉLÉMENTS DE LA DEPENSE PAR NATURE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision LFI y.c. FdC et AdP	Réalisation	Prévision LFI y.c. FdC et AdP	Réalisation
Titre 6 : Dépenses d'intervention	303 883 551		303 883 551	
Transferts aux entreprises	303 883 551		303 883 551	
Titre 7 : Dépenses d'opérations financières		313 818 794		313 818 794
Prêts et avances		313 818 794		313 818 794
Total	303 883 551	313 818 794	303 883 551	313 818 794

PROGRAMME 845
Institut national de l'audiovisuel

Bilan stratégique du rapport annuel de performances

Florence PHILBERT

Directrice générale des médias et des industries culturelles

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

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

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

1. la conservation du patrimoine audiovisuel national, en particulier : assurer la collecte des programmes ; préserver et restaurer les fonds ; offrir des services documentaires renouvelés et efficaces ; renforcer l'accessibilité aux images et aux sons sur les environnements numériques.

2. l'exploitation et la mise à disposition de ce patrimoine, en particulier : développer l'exploitation commerciale des fonds et valoriser les archives à des fins scientifiques, éducatives et culturelles.

3. l'accompagnement des évolutions du secteur audiovisuel à travers ses activités de recherche, de production et de formation, en particulier : renforcer la convergence des activités de recherche et expérimentation vers la mission patrimoniale ; accroître le caractère innovant de la production de créations et de recherches ; et orienter la formation professionnelle vers les technologies numériques.

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

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

En 2025, l'INA a perçu une dotation publique de 105,0 M€ en 2025 affectée pour 104,6 M€ à l'exploitation et pour 0,4 M€ à l'investissement. Ce montant représente une baisse de -0,2 M€ par rapport à l'exercice 2024 au cours duquel l'institut avait perçu 105,2 M€ de concours publics.

Note : Sont présentées ci-après les données prévisionnelles d'arrêté des comptes 2025. La clôture des comptes de l'INA n'étant pas définitive à la date de rédaction du présent document, les chiffres présentés ci-dessous n'ont pas encore été certifiés par les commissaires aux comptes, ni approuvés par les instances de gouvernance de l'établissement.

Note 2 : Le rapport annuel de performance (RAP) 2024 comportait une erreur matérielle concernant le niveau de dotation publique octroyé à l'INA. En 2024, l'INA a perçu une dotation publique de 105,2 M€.

RECAPITULATION DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

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

INDICATEUR 1.1 : Taux de migration sur robotique des contenus du dépôt légal encore stockés sur supports physiques

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

OBJECTIF 2 : Constituer et transmettre les savoirs et les compétences

INDICATEUR 2.1 : Taux d'insertion professionnelle des diplômés

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

INDICATEUR 3.1 : Maîtrise des charges

INDICATEUR 3.2 : Ressources propres

INDICATEUR 3.3 : Index égalité femmes-hommes

Objectifs et indicateurs de performance

OBJECTIF

1 – Assurer la conservation et la valorisation du patrimoine audiovisuel

INDICATEUR

1.1 – Taux de migration sur robotique des contenus du dépôt légal encore stockés sur supports physiques

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Taux de migration sur robotique des contenus du dépôt légal encore stockés sur supports physiques	%	0	0	Non déterminé	49,68%	donnée non renseignée	≥ 63%

Commentaires techniques

Pourcentage cumulé des 483 114 supports physiques (DVD, SDLT, LTO) du DL transférés sur serveurs afin de rendre leurs contenus accessibles à la consultation et, dans le respect de la réglementation applicable, à des traitements de « fouille de données ».

ANALYSE DES RESULTATS

Cet indicateur vise à mesurer le taux de migration sur robotique des contenus du dépôt légal encore stockés sur supports physiques au 1^{er} janvier 2024 (soit 483 114 supports). Le chantier de migration sur robotique a trois finalités principales :

- Garantir la conservation pérenne de contenus audiovisuels actuellement stockés sur des supports physiques soumis à obsolescence ;
- Maîtriser le cycle de vie de ces contenus audiovisuels ;
- Garantir l'accessibilité dématérialisée de ces contenus audiovisuelle en disposant une collection de fichiers de visionnage sur serveurs.

Après 90 000 supports physiques (DVD) du dépôt légal dématérialisés et transférés sur serveurs en 2024, l'INA a poursuivi la dynamique de traitement en 2025, année durant laquelle 150 000 DVD supplémentaires ont vu leurs contenus transférés sur serveurs. Le périmètre de la migration sur robotique recouvre les chaînes définies comme prioritaires pour les traitements à base d'intelligence artificielle (transcription, détection d'entités nommées, traitement du signal sonore, ...).

L'INA atteint ainsi pour cette deuxième année d'activité un total de 240 000 DVD transcrits sur robotique, soit 49,68 % du volume total des supports à traiter sur la période 2024-2027. Les supports DVD restent prioritaires du fait du volume total que représente cette typologie, la plus importante, et en raison également de la capacité de l'INA à mettre en place rapidement cette première chaîne de traitement.

INDICATEUR

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

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Nombre de vidéos vues en ligne par le grand public	heure	1 741 000	2 075 000	>2024	2 160 000	cible atteinte	≥2025

Commentaires techniques

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

Périmètre : L'indicateur 1.2 cumule le nombre de vidéos vues par an sur les plateformes externes grand public sur lesquelles l'INA propose une offre : Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, X, Threads, Snapchat, Dailymotion, corner INA france.tv, Samsung TV, Molotov TV, Pluto TV, Rakuten TV, my TV Bouygues, TCL TV et les sites ina.fr et enseignants.lumni.fr

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

Source des données : Back Offices Analytics des plateformes, Piano Analytics

ANALYSE DES RESULTATS

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

L'INA atteint un nouveau record de visibilité en 2025 avec 2,2 milliards de vidéos vues (+0,1 million de vidéos vues). L'année 2025 est marquée par un retour au premier plan de l'une des plateformes historiques de diffusion de l'INA, Facebook, qui atteint 764 millions de vidéos vues (+34 % par rapport à l'année précédente). Selon l'Institut, cette performance a été permise par l'adaptation de la stratégie éditoriale aux évolutions de la plateforme et aux usages avec une publication accrue de formats verticaux et une réduction de la durée des vidéos publiées.

Sur Instagram, les résultats sont stables en 2025 avec 755 millions de vidéos vues (+1 %) tandis que TikTok affiche 167 millions de vidéos vues (+8 %).

Sur YouTube, avec 399 millions de vues, l'INA enregistre une baisse de 24 % qu'il explique en grande partie par un changement de l'algorithme de recommandation des contenus verticaux, les « shorts », qui affichent une baisse de 48 % de leurs vues tandis que les formats vidéo classiques et les revenus restent stables par rapport à l'année précédente.

Avec près de 16 millions d'abonnés, la communauté d'abonnés de l'INA est en hausse de 16 % en 2025 par rapport à 2024. Sa diversité (45 % de plus de 45 ans sur Facebook, 47 % de moins de 35 ans sur Instagram et 61 % de moins de 35 ans sur TikTok) confirme la capacité de l'INA à toucher des divers publics, et notamment les jeunes, à travers ces différents canaux.

L'INA fait aujourd'hui partie intégrante du quotidien numérique des Français, comme le démontre l'étude IFOP menée sur les audiences réseaux sociaux de l'INA, en mars 2025 :

- plus d'un français sur trois (18 ans et plus) est touché par les contenus de l'INA sur les réseaux sociaux et nos chaînes YouTube ;
- près de deux jeunes sur trois (18-34 ans) sont touchés par les contenus de l'INA sur les réseaux sociaux et nos chaînes YouTube ;

- les audiences de l'INA ont un taux de confiance élevé : plus de 91 % au global (18 ans et plus) et de 87 % chez les 18-34 ans.

OBJECTIF

2 – Constituer et transmettre les savoirs et les compétences

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

INDICATEUR

2.1 – Taux d'insertion professionnelle des diplômés

(du point de vue de l'utilisateur)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Taux d'insertion professionnelle des diplômés	%	80,1	82,5	≥75	84	cible atteinte	≥75

Commentaires techniques

Le taux d'insertion indiqué est provisoire, dans l'attente des résultats définitifs (qui seront disponibles mi-mars 2026) portant sur un diplôme au taux d'insertion élevé. Ce taux ne pourra donc que progresser. Il est calculé sur l'ensemble des diplômés d'une promotion en recherche effective d'activité (i.e. en excluant les diplômés ayant fait le choix de poursuivre des études et les inactifs). Depuis 2017, son calcul est réalisé par un tiers extérieur.

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

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

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

Source des données : INA.

Remarque : Les données sont prévisionnelles.

ANALYSE DES RESULTATS

Le taux d'insertion professionnelle pour l'année 2025 atteint 84 % pour l'ensemble des diplômés d'INA Campus, en hausse de +1,5 point par rapport à 2024 (82,5 %).

OBJECTIF

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

INDICATEUR**3.1 – Maîtrise des charges**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Charges de personnels	M€	68,5	71,2	Non déterminé	73,3	donnée non renseignée	Non déterminé
Frais généraux	M€	3,4	3,1	Non déterminé	2,9	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques**Précisions méthodologiques**Mode de calcul :

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

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

Source des données : INA

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

	Unité	Réalisation 2017	Réalisation 2018	Réalisation 2019	Réalisation 2020	Réalisation 2021	Réalisation 2022	Réalisation 2023	Réalisation 2024	Réalisation 2025	Prévision 2026
ETP permanents fin d'année	ETP	925	920	915	921	898	882	886	901	901	Non déterminé
ETP non permanents fin d'année	ETP	70	74	68	75	61	68,8	71	77	73	Non déterminé

ANALYSE DES RESULTATS

L'INA s'astreint à la maîtrise des charges et des effectifs (notamment charges de personnel, principal poste de dépense de l'INA, et frais généraux) 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.

Pour l'année 2025, la masse salariale (hors charges d'intermittence) s'établit à 73,3 M€, en ligne avec le budget initial (+0,1 M€) et en hausse de +2,2 M€ par rapport à 2024 (71,2 M€).

Le montant des frais généraux de l'INA s'établit à 2,9 M€ en 2025 soit une baisse de -0,2 M€ par rapport au niveau de 2024 (3,1 M€), essentiellement due à la diminution des dépenses énergétiques du fait des travaux des rénovations réalisés. Rapportée aux charges d'exploitation, la part des frais généraux s'établit à 5 %. Cet indicateur confirme l'efficacité de la démarche de maîtrise des charges et plus particulièrement sur celles relevant de la catégorie des frais généraux comme la téléphonie, mobile et fixe, les abonnements ou les fournitures administratives.

INDICATEUR

3.2 – Ressources propres

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Ressources propres	M€	42,0	43	Non déterminé	41,4	donnée non renseignée	Non déterminé

Commentaires techniques

Précisions méthodologiques

Mode de calcul : somme des recettes commerciales de l'INASource des données : INA, rapports d'exécution du COM 5 et rapports de gestion des exercices clôturés pour les réalisations 2021, 2022 et 2023.

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

	Unité	Réalisation 2019	Réalisation 2020	Réalisation 2021	Réalisation 2022	Réalisation 2023	Réalisation 2024	Réalisation 2025
Chiffre d'affaires provenant des activités de formation	M €	6,51	5,05	6,38	7,15	7,36	7,55	7,28
Chiffre d'affaires provenant des cessions de droits	M €	23,51	22,21	25,20	25,73	25,06	25,54	23,11

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

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

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

ANALYSE DES RESULTATS

L'INA veille à l'intensification et la diversification de ses activités commerciales et à l'accroissement de ses ressources propres. L'INA suit par ailleurs le chiffre d'affaires des activités de formation et de cession de droits (deux activités les plus génératrices de ressources propres pour l'Institut).

Le chiffre d'affaires réalisé s'établit à un niveau de 41,4 M€, en recul de -1,6 M€ par rapport à 2024 et de 2,7 M€ par rapport au BI ; dans le détail :

- le chiffre d'affaires des activités de formation progresse de 4 % (+319 k€) par rapport à l'exercice précédent ;
- le chiffre d'affaires tiré des activités de cession de contenus est en baisse de 18 % (-2,43 M€) par rapport à 2024 ; les raisons de cette diminution sont selon l'établissement le reflet du recul de tendances de marché (recul du chiffre d'affaire du secteur culturel marchand au niveau national, en lien avec une moindre production audiovisuelle) ;
- les recettes tirées des conventions atteignent 11,8 M€ (stable par rapport à 2024).

INDICATEUR

3.3 – Index égalité femmes-hommes

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Résultat de l'index égalité femmes-hommes	ratio	99	98	≥ 98	99	cible atteinte	≥ 98

Commentaires techniques

Source des données : INA

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

ANALYSE DES RESULTATS

L'INA suit l'évolution de son index égalité femmes-hommes : cet indicateur doit permettre de mettre en lumière le niveau d'égalité salariale atteint au sein de l'Institut. Ses critères sont définis par la loi du 5 septembre 2018. L'indicateur 3.3 relatif à l'index égalité femmes-hommes est en légère hausse par rapport à 2024 (+1 point) à 99/100 et conforme à la cible qui avait été fixée pour 2025 (≥ 98/10).

Présentation des crédits

2025 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS OUVERTS ET DES CREDITS CONSOMMES

2025 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action Prévision LFI 2025 Consommation 2025	Titre 6 Dépenses d'intervention	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
01 – Institut national de l'audiovisuel	104 961 144	104 961 144	104 961 144 104 961 144	104 961 144
Total des AE prévues en LFI	104 961 144	0	104 961 144	104 961 144
Ouvertures / annulations par FdC et AdP				
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP				
Total des AE ouvertes	104 961 144 (hors titre 2)		104 961 144	
Total des AE consommées	0	104 961 144	104 961 144	

2025 / CREDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action Prévision LFI 2025 Consommation 2025	Titre 6 Dépenses d'intervention	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
01 – Institut national de l'audiovisuel	104 961 144	104 961 144	104 961 144 104 961 144	104 961 144
Total des CP prévus en LFI	104 961 144	0	104 961 144	104 961 144
Ouvertures / annulations par FdC et AdP				
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP				
Total des CP ouverts	104 961 144 (hors titre 2)		104 961 144	
Total des CP consommés	0	104 961 144	104 961 144	

2024 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS VOTES (LFI) ET DES CREDITS CONSOMMES

2024 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action Prévision LFI 2024 Consommation 2024	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total hors FdC et AdP prévus en LFI	Total y.c. FdC et AdP
01 – Institut national de l'audiovisuel	103 913 354 104 075 354	103 913 354	103 913 354 104 075 354
Total des AE prévues en LFI	103 913 354	103 913 354	103 913 354
Total des AE consommées	104 075 354		104 075 354

2024 / CREDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total hors FdC et AdP prévus en LFI	Total y.c. FdC et AdP
	Prévision LFI 2024 Consommation 2024		
01 – Institut national de l'audiovisuel	103 913 354 104 075 354	103 913 354	103 913 354 104 075 354
Total des CP prévus en LFI	103 913 354	103 913 354	103 913 354
Total des CP consommés	104 075 354		104 075 354

PRESENTATION PAR TITRE ET CATEGORIE DES CREDITS CONSOMMES

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées* en 2024	Ouvertes en 2025	Consommées* en 2025	Consommés* en 2024	Ouverts en 2025	Consommés* en 2025
Titre 6 – Dépenses d'intervention	0	104 961 144	0	0	104 961 144	0
Transferts aux entreprises	0	104 961 144	0	0	104 961 144	0
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	104 075 354	0	104 961 144	104 075 354	0	104 961 144
Prêts et avances	104 075 354	0	104 961 144	104 075 354	0	104 961 144
Total hors FdC et AdP		104 961 144			104 961 144	
Total*	104 075 354	104 961 144	104 961 144	104 075 354	104 961 144	104 961 144

* y.c. FdC et AdP

Justification au premier euro

Éléments transversaux au programme

ÉLÉMENTS DE SYNTHÈSE DU PROGRAMME

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action <i>Prévision LFI Consommation</i>	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2 * Dépenses de personnel	Autres titres *	Total y.c. FdC et AdP	Titre 2 * Dépenses de personnel	Autres titres *	Total y.c. FdC et AdP
01 – Institut national de l'audiovisuel		104 961 144 104 961 144	104 961 144 104 961 144		104 961 144 104 961 144	104 961 144 104 961 144
Total des crédits prévus en LFI *	0	104 961 144	104 961 144	0	104 961 144	104 961 144
Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP						
Total des crédits ouverts	0	104 961 144	104 961 144	0	104 961 144	104 961 144
Total des crédits consommés	0	104 961 144	104 961 144	0	104 961 144	104 961 144
Crédits ouverts - crédits consommés						

* hors FdC et AdP pour les montants de la LFI

En 2025, l'INA a renforcé sa stratégie d'hyperdistribution de ses contenus, combinant une présence renforcée de ses formats propriétaires sur les réseaux sociaux et les grandes plateformes vidéo avec le déploiement d'offres éditorialisées sur des plateformes tierces, comme le corner INA sur *france.tv* ou la diffusion des chaînes FAST. L'INA a également poursuivi le développement de sa plateforme de streaming par abonnement, *INA madelen*, dédiée à une valorisation approfondie des catalogues patrimoniaux.

L'année 2025 confirme la dynamique de croissance de *madelen*, la plateforme de streaming par abonnement de l'INA lancée au printemps 2020. Avec 97 000 abonnés à fin décembre 2025 (+17 % par rapport à 2024) et un chiffre d'affaires de 2 M€, *madelen* s'affirme plus que jamais comme la plateforme de référence en matière de patrimoine audiovisuel français.

Une mémoire sauvegardée au service des offres éditoriales

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

En 2025, l'INA a poursuivi ses travaux en fond en matière de numérisation, avec près de 40 000 heures de fonds numérisés (presque deux fois plus qu'en 2024), tant sur le périmètre réglementaire de l'INA qu'en acquisition de fonds tiers, dont notamment les fonds de Yusuf Jan Nessar, témoin afghan des 30 dernières années (plus de 2600h), du Festival de Cannes (900h) et du Théâtre du Châtelet (1100h).

Modernisation du système d'information de gestion des collections

Afin de renforcer la sécurisation et l'innovation en termes de gestion et de communication des données de documentation et de gestion associées aux archives audiovisuelles conservées par l'INA, le projet d'un nouveau système d'information pour la gestion des collections, permettant de suivre un contenu de la collecte à la mise à disposition des collections pour les publics tant académiques que professionnels (Neva, Notilus, Lac de données) a été poursuivi en 2025. Dans ce contexte, l'INA a accéléré sa réflexion et ses actions en matière d'intégration de traitements à base d'intelligence artificielle dans les processus de gestion des contenus et des données, avec le

déploiement d'un moteur de recherche sémantique fondé sur la transcription de l'exhaustivité du fonds à usage professionnel, soit plus de 2 millions d'heures transcrites.

Enrichissement des collections patrimoniales

Au 1^{er} janvier 2026, l'INA collecte, au titre du dépôt légal, 97 chaînes de télévision ainsi que 85 chaînes de radio. A ces chaînes de télévision et de radio s'ajoutent 29 934 sites web, 16 462 comptes de réseaux sociaux et 3 232 mots-dièse, pour un total de 3,2 milliards de billets exploitables à l'aide d'outils de fouille et de visualisation ; 15 279 comptes de 22 plateformes de publication vidéo et 25 332 collections de podcasts. Au total, ce sont plus de 1,5 million d'heures de programmes (linéaires TV et radio(web), ainsi que non linéaires, via les podcasts notamment) qui sont venues compléter les collections du dépôt légal en 2025.

La transmission des savoirs

En 2025, avec plus de 3 000 stagiaires en formation professionnelle, 132 000 heures de formation délivrées et près de 350 étudiants accueillis dans les cursus diplômants, INA Campus confirme la solidité et l'attractivité de son modèle. L'établissement propose désormais 450 formations et 16 diplômes. L'Institut a par ailleurs consolidé ses coopérations avec les entreprises de l'audiovisuel public, tout en poursuivant le développement de partenariats universitaires structurants.

Les comptes de l'INA en 2025

En 2025, l'INA a perçu une dotation publique de 105,0 M€ en 2025 affectée pour 104,6 M€ à l'exploitation et pour 0,4 M€ à l'investissement. Ce montant représente une baisse de -0,2 M€ par rapport à l'exercice 2024 au cours duquel l'institut avait perçu 105,2 M€ de concours publics, dont 104,0 M€.

Pour l'exercice 2025, le chiffre d'affaires des activités de l'INA s'établit à 41,4 M€, en baisse de -1,6 M€ par rapport à 2024. Cette diminution est principalement due à des ventes de droits et d'extraits moins élevées que prévu.

S'agissant de la Direction Générale Déléguée (DGD), les recettes de la direction Développement, Marketing & Communication sont en repli par rapport à 2024 (-18 %), dans un contexte de contraction du marché audiovisuel et du recul du chiffre d'affaires des secteurs culturels marchands au niveau national avec une forte baisse sur le secteur audiovisuel.

Les recettes de la direction des Patrimoines (s'établissent à 13 M€, en progression de +0,2 M€ par rapport à 2024, principalement portée par la dynamique du GRM et des ayant droits ainsi que par la valorisation scientifique, compensant le recul observé sur certains projets d'expertise et sur la valorisation des collections.

Les produits de l'activité de la direction Éditoriale s'établissent à 7,7 M€, en hausse de +0,5 M€ (+7 %) par rapport à 2024. Cette progression est portée par la dynamique du département Création et Conception, soutenue par plusieurs projets éditoriaux structurants, ainsi que par la croissance de l'activité de *madelen*, qui contribue à la diversification des ressources de l'établissement.

Le chiffre d'affaires de la direction Data & Technologies (0,6 M€), en légère progression par rapport à 2024 (+0,1 M€), correspond principalement aux financements perçus au titre de projets de recherche et d'innovation, conformément à l'avancement des programmes en cours.

S'agissant de la Direction Générale Campus, le chiffre d'affaires (7,9 M€) est en progression de +0,3 M€ (+4 %) par rapport à l'exercice précédent. Cette évolution est principalement liée à la conclusion en 2025 de la subvention relative au programme *France 2030 – INA Studio Campus*, ainsi qu'à la bonne tenue de certaines activités de formation.

Les charges d'exploitation, hors personnel, s'élèvent à 53,2 M€, en progression de +1,3 M€ par rapport à celles constatées en 2024 notamment dans les domaines technologiques et de la direction Éditoriale.

Les charges liées aux amortissements, provisions et à la production immobilisée (19,3 M€) sont en légère diminution par rapport à 2024 (-2,1 M€), en lien avec l'évolution du niveau d'investissement et des reprises de provisions.

Pour l'année 2025, la masse salariale (hors charges d'intermittence) s'établit à 73,3 M€ soit +2,2 M€ par rapport à 2024. Cette évolution s'inscrit dans la continuité des efforts engagés en matière de pilotage des effectifs et de séquençage des recrutements de l'INA tout en répondant aux enjeux de modernisation de l'INA.

Le résultat net est à l'équilibre, après prise en compte des crédits d'impôt et de l'enveloppe d'intéressement. Les investissements s'élèvent à 21,7 M€ hors projets immobiliers, en repli par rapport à 2024, principalement en raison de la fin de plusieurs opérations exceptionnelles liées au programme *France Relance*.

Compte de résultat 2025 (arrêté prévisionnel des comptes) :

Note : Ces données correspondent aux données prévisionnelles d'arrêté des comptes 2025. La clôture des comptes de l'INA n'étant pas définitive à la date de rédaction du présent document, les chiffres présentés ci-dessous n'ont pas encore été certifiés par les commissaires aux comptes, ni approuvés par les instances de gouvernance de l'établissement.

K€	Réel 2024	BI 2025	Prév. Atterissage 2025	Décembre 2025 (Réel)	Evolution 2025 vs 2024 (K€)	Evolution 2025 vs Att. (K€)
Chiffre d'affaires	42 965	44 090	41 923	41 414	-1 551	-509
Charges externes	51 879	55 077	53 134	53 224	1 345	90
Intermittents	5 148	4 599	5 215	5 218	70	3
Charges	57 027	59 676	58 349	58 442	1 415	94
Valeur ajoutée	-14 062	-15 587	-16 426	-17 029	-2 966	-603
Ressource publique d'exploitation	103 547	104 350	104 589	104 588	1 041	-1
Personnel permanent	67 510	68 786	69 502	69 734	2 224	232
Personnel non permanent	3 644	4 382	3 789	3 548	-96	-241
Charges de personnel	71 154	73 168	73 291	73 282	2 128	-9
EBE	18 331	15 596	14 872	14 278	-4 053	-594
Amortissements, provisions et productions immobilisées	-21 371	-19 595	-20 414	-19 323	2 048	1 090
Autres produits et charges d'exploitation *	4 151	4 685	5 306	5 060	908	-247
Résultat d'exploitation	1 111	686	-235	14	-1 097	249
Résultat financier	23	20	20	27	3	7
Résultat avant impôts et intéressement	1 135	706	-215	40	-1 094	256
Intéressement	1 695	1 206	385	704	-991	320
IS / Crédit d'impôt	560	500	600	664	104	64
Résultat net	-	-	-	-	-	-
Total investissements	30 542	27 679	28 913	24 732	-5 810	-4 182
Investissements Métiers	26 005	22 465	24 366	21 657	-4 347	-2 709
dont investissements opérationnels hors PI	21 280	17 840	19 441	16 624	-4 656	-2 817
dont productions immobilisées (PI)	4 725	4 625	4 925	5 033	308	108
Investissements immobiliers & SG	4 537	5 214	4 547	3 074	-1 463	-1 473
dont OPPIC & PRI	3 861	0	65	67	-3 794	2
Ressource publique d'investissement	1 629	372	372	373	-1 256	1

* l'évolution récente du plan comptable nous conduit à affecter en exploitation les charges et produits auparavant comptabilisés en « résultat exceptionnel » afin de favoriser la comparabilité des états, les résultats des exercices précédents sont retraités

PASSAGE DU PLF A LA LFI

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
PLF	0	0	0	0	0	0
Amendements	0	+104 961 144	+104 961 144	0	+104 961 144	+104 961 144
LFI	0	104 961 144	104 961 144	0	104 961 144	104 961 144

La loi n° 2022-1157 du 16 août 2022 de finances rectificative pour 2022 qui a supprimé la contribution à l'audiovisuel public prévoyait que les recettes du compte de concours financier « Avances à l'audiovisuel public » (CCF AVP) proviendrait, jusqu'au 31 décembre 2024, d'une fraction du produit de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) déterminée chaque année par la loi de finances de l'année.

L'impossibilité de financer le secteur par affectation d'un montant de TVA à compter du 1^{er} janvier 2025 a conduit à prévoir dans le texte initial du PLF pour 2025 la création d'une mission « Audiovisuel public » sur le budget général, d'une part, et à ne prévoir aucune ouverture de crédits sur le CCF AVP, d'autre part.

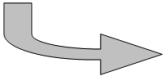
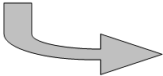
L'adoption de la loi organique n° 2024-1177 du 13 décembre 2024 portant réforme du financement de l'audiovisuel public en parallèle des débats sur le PLF pour 2025 a pérennisé la possibilité d'affecter directement un montant déterminé d'une imposition de toute nature aux organismes du secteur de la communication audiovisuelle. La loi n° 2025-127 du 14 février 2025 de finances pour 2025 a entériné ce mode de financement en affectant un montant de TVA en recettes du CCF AVP et en inscrivant les crédits du secteur sur le compte.

Dépenses pluriannuelles

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

AE 2025	CP 2025
AE ouvertes en 2025 * (E1) 104 961 144	CP ouverts en 2025 * (P1) 104 961 144
AE engagées en 2025 (E2) 104 961 144	CP consommés en 2025 (P2) 104 961 144
AE affectées non engagées au 31/12/2025 (E3) 0	dont CP consommés en 2025 sur engagements antérieurs à 2025 (P3 = P2 – P4) 0
AE non affectées non engagées au 31/12/2025 (E4 = E1 – E2 – E3) 0	dont CP consommés en 2025 sur engagements 2025 (P4) 104 961 144

RESTES A PAYER

Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 brut (R1) 0					
Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2024 (R2) 0					
					
Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 net (R3 = R1 + R2) 0	–	CP consommés en 2025 sur engagements antérieurs à 2025 (P3 = P2 – P4) 0	=	Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R4 = R3 – P3) 0	
AE engagées en 2025 (E2) 104 961 144	–	CP consommés en 2025 sur engagements 2025 (P4) 104 961 144	=	Engagements 2025 non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R5 = E2 – P4) 0	
				Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R6 = R4 + R5) 0	
					
					Estimation des CP 2026 sur engagements non couverts au 31/12/2025 (P5)
					Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2026 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2025 (P6 = R6 – P5) 0

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

* LFI 2025 + reports 2024 + mouvements réglementaires + FdC + AdP + fongibilité asymétrique + LFR

*Justification par action***ACTION****01 – Institut national de l'audiovisuel**

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i> Réalisation	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
01 – Institut national de l'audiovisuel		104 961 144 104 961 144	104 961 144 104 961 144		104 961 144 104 961 144	104 961 144 104 961 144

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

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

ÉLÉMENTS DE LA DEPENSE PAR NATURE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision LFI y.c. FdC et AdP	Réalisation	Prévision LFI y.c. FdC et AdP	Réalisation
Titre 6 : Dépenses d'intervention	104 961 144		104 961 144	
Transferts aux entreprises	104 961 144		104 961 144	
Titre 7 : Dépenses d'opérations financières		104 961 144		104 961 144
Prêts et avances		104 961 144		104 961 144
Total	104 961 144	104 961 144	104 961 144	104 961 144

PROGRAMME 847
TV5 Monde

Bilan stratégique du rapport annuel de performances

Florence PHILBERT

Directrice générale des médias et des industries culturelles

Responsable du programme n° 847 : TV5 Monde

TV5 Monde est une chaîne multilatérale francophone basée à Paris, associant les radiodiffuseurs publics de la France, de la Belgique, de la Suisse, du Canada, du Québec et de Monaco. Sa mission, définie dans la « Charte TV5 », consiste à servir de vitrine à l'ensemble de la Francophonie. Les valeurs fondamentales exprimées dans la Charte TV5 sont la démocratie, la diversité culturelle, le développement durable et le développement des connaissances.

TV5 Monde diffuse une offre de programmes dont la stratégie éditoriale comporte trois volets (information, divertissement, éducation) sur tous supports via 13 chaînes de télévision (8 généralistes régionalisées, 2 thématiques : Art de vivre - Jeunesse, 3 chaînes *Free Ad-supported Streaming Television* « FAST » : Voyages - Chefs - Info), une plateforme vidéo mondiale et les principaux réseaux sociaux, dans plus de 200 pays et territoires dans le monde, représentant plus de 423 millions de foyers raccordés. Le public de TV5 Monde, correspondant à 116 millions de contacts hebdomadaires tous canaux, a un âge moyen de 38 ans.

En 2025 pour la première année de son nouveau plan stratégique 2025-2028 TV5MONDE s'est modernisée à travers les réalisations suivantes :

- une nouvelle identité visuelle et sonore ;
- un nouveau plateau entièrement modulaire, avec mur d'images innovant ;
- le renforcement des deux grands JT quotidiens (le 64' et le Journal Afrique) et l'arrêt des éditions matinales ;
- la production de nouveaux programmes dans les domaines de la francophonie culturelle (*La Grande Galerie Francophone*, hebdo de 52' présentée par Ali Baddou) et de l'économie (*Les Nouveaux Boss*, premier concours panafricain d'entrepreneurs) ;
- des développements sur le numérique, avec la création d'un média 100 % réseaux sociaux dédié aux 15-18 ans (C'Carre), un renouvellement de la plateforme numérique (7000h de documentaires, films, séries) devenue la porte d'entrée de toute l'offre vidéo (direct, replay, AVOD) et une présence accrue sur les réseaux sociaux.

En 2025 les concours publics alloués à TV5 monde se sont établis à 86,2 M€ dont 84,9 M€ de dotation du programme 847, soit +1,1 M€ par rapport à 2024, et une contribution exceptionnelle de 1,3 M€ versée par le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères via le programme 209 – Solidarité à l'égard des pays en développement.

RECAPITULATION DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

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

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

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

INDICATEUR 2.1 : Audience réelle

INDICATEUR 2.2 : Audience des offres numériques

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

INDICATEUR 3.1 : Evolution des ressources propres

INDICATEUR 3.2 : Maîtrise des charges

INDICATEUR 3.3 : Index égalité femmes-hommes

Objectifs et indicateurs de performance

OBJECTIF

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

INDICATEUR

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

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
TV5 Monde	%	67,7	66,1	Non déterminé	66,6	donnée non renseignée	66,9

Commentaires techniques

Précisions méthodologiques

Mode de calcul

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

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

Source des données : TV5 Monde.

ANALYSE DES RESULTATS

La part des dépenses de programmes dans les charges d'exploitation totales de TV5 Monde s'inscrit en légère baisse en 2025 par rapport à 2024 (-0,2 pt). Cette diminution s'explique par la croissance des dépenses liées au dispositif technique de diffusion de la chaîne dans le cadre de son renouvellement. Ces charges s'inscrivent au dénominateur du ratio mesuré par l'indicateur.

OBJECTIF

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

INDICATEUR

2.1 – Audience réelle

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Audience cumulée hebdomadaire totale	millions/semaine	64,2	63,9	Non déterminé	69,3	donnée non renseignée	>64,7
Afrique francophone	millions/semaine	51,6	52,8	Non déterminé	58,3	donnée non renseignée	>52,8
Europe	millions/semaine	4,8	4,8	Non déterminé	4,9	donnée non renseignée	4,9
Afrique du Nord et Moyen-Orient	millions/semaine	4,4	2,9	Non déterminé	2,7	donnée non renseignée	>3,6
Asie	millions/semaine	3,4	3,4	Non déterminé	3,3	donnée non renseignée	3,5
Nombre de pays sondés	Nb	25	25	Non déterminé	25	donnée non renseignée	25

Commentaires techniques

Le périmètre d'étude regroupe 25 pays dont 17 faisant l'objet d'études annuelles. Les résultats des autres pays sont actualisés tous les trois ans. Les données sont établies au niveau national, sauf pour l'Afrique où les résultats des capitales sont projetés aux populations urbaines de chaque pays afin d'obtenir des audiences nationales sur la cible 15 ans et plus. Depuis 2018, TV5Monde souscrit à l'étude indienne BARC, ainsi qu'à Africascope Kids pour sa chaîne jeunesse TiVi5 (les résultats de TV5MONDE et TiVi5 sont agrégés à compter de 2019). Actuellement la chaîne ne dispose pas de mesures d'audience en Amérique latine, aux États-Unis, sur la zone Pacifique, ni en Afrique non francophone.

Sources des données

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

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

Indicateur de suivi 2-1-1 : notoriété totale

Notoriété totale	Unité	Réalisation 2018	Réalisation 2019	Réalisation 2020	Réalisation 2021	Réalisation 2022	Réalisation 2023	Réalisation 2024	Réalisation 2025	Prévision 2026
Afrique francophone (Kantar Africascope / cible 15 ans et +)	%									
Abidjan (Côte d'Ivoire)	%	84	77	81	85	89	89	87	92	stabilité
Dakar (Sénégal)	%	87	83	79	78	78	70	71	70	stabilité
Kinshasa (RDC)	%	89	85	88	90	95	95	92	92	stabilité
Bamako (Mali)	%	90	89	84	84	79	76	68	75	stabilité
Maghreb (Kantar Africascope Maghreb / cible cadres et dirigeants)	%									
Algérie	%	83	76	86	85	96	87	85	92	stabilité
Maroc	%	89	86	76	72	85	86	82	78	stabilité
Tunisie	%	77	73	64	66	66	62	67	72	stabilité
Europe (Ipsos Affluent / cible cadres et dirigeants)	%	37	43	44	42	40	41	43	nd	

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

ANALYSE DES RESULTATS

La chaîne généraliste TV5 Monde et la chaîne jeunesse TiVi5 ont rassemblé plus de 69,3 millions de téléspectateurs par semaine en 2025, un résultat en progression de plus de 5 millions (soit +9 %) par rapport à 2024.

Cette hausse est principalement tirée par une forte dynamique en Afrique subsaharienne (+5,5 millions par rapport à 2024) ; particulièrement au Cameroun (+20 %), en Côte d'Ivoire (+19 %) et en Guinée (+17 %). La République Démocratique du Congo, le Congo et le Bénin connaissent également des hausses d'audience (entre +8 % et +10 %). Grâce à son offre de programmes conçue pour différentes tranches d'âge, TiVi5 améliore son résultat à la fois auprès d'un public jeune et sur les 15 ans et plus.

La chaîne TV5MONDE ayant été coupée au Mali en cours d'année, les audiences ne sont donc prises en compte que sur le 1^{er} semestre pour ce pays. Tivi5 n'est toutefois pas coupée au Mali.

En Afrique du Nord et au Moyen-Orient, l'audience hebdomadaire de TV5MONDE est en léger recul (-0,2 million) malgré une hausse notable imputable à l'intégration des audiences de Tivi5 (près de 0,8 million de téléspectateurs). Selon TV5 Monde, ce résultat est lié à la progression des audiences des chaînes nationales, tout particulièrement marquée dans le contexte de la Coupe d'Afrique des Nations. Cette diminution est surtout observée au Maroc.

En Europe, l'audience de TV5MONDE reste relativement stable (+0,1 million), dans un contexte où la télévision linéaire tend à perdre de l'audience au profit des plateformes.

En Inde, l'audience baisse légèrement (-0,1 million). Il n'y a pas eu de nouvelle mesure d'audience au Vietnam réalisée en 2025 (projet à l'étude pour 2026).

La notoriété de TV5MONDE augmente dans une majorité de marchés, sur la cible 15 ans et plus comme auprès des cadres et dirigeants.

L'étude Ipsos Global Influentials qui remplace Ipsos Affluent depuis 2025, ne mesure plus la notoriété des médias sur les cadres et dirigeants en Europe.

INDICATEUR

2.2 – Audience des offres numériques

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Fréquentation des environnements nouveaux médias	visite en M/mois	10	9,9	Hausse	12,2	cible atteinte	Hausse
Consommation des contenus délinéarisés	démarrages M/mois	62,3	41,7	Hausse	66,4	cible atteinte	Hausse

Commentaires techniques

Commentaires techniques

Mode de calcul : l'indicateur « fréquentation des environnements nouveaux médias » se fait uniquement sur les environnements propriétaires TV5MONDE et n'inclut pas la fréquentation des pages TV5 Monde sur les plateformes tierces ou les réseaux sociaux où l'indicateur de visites n'est pas toujours disponible.

L'indicateur « consommation des contenus délinéarisés » correspond au nombre de programmes vidéo de TV5 Monde consultés tous environnements confondus afin de tenir compte de l'évolution des usages et de la forte consommation vidéo sur les réseaux sociaux (YouTube, Facebook, X, Instagram, Tiktok et LinkedIn). A partir de 2025, les vidéos vues sur les environnements tiers (France.tv, Unis.TV, chaînes FAST) sont également intégrées à la mesure.

Source des données : Piano Analytics, plateformes propriétaires tierces (Youtube, France.tv, Unis.tv et FAST). Pour les réseaux sociaux : jusqu'en 2024, données plateformes Facebook, Twitter, Instagram et Tiktok. A compter de janvier 2025, les données issues des réseaux sociaux sont comptabilisées à l'aide d'un nouvel outil, Emplifi, sur la base d'une méthodologie de calculs améliorée. En effet, la définition des vidéos vues, notamment sur Meta, évoluant régulièrement, TV5MONDE a choisi d'homogénéiser et d'aligner les indicateurs des différents réseaux sociaux pour des raisons de justesse. De plus, ce nouvel outil permet désormais d'élargir la mesure à l'ensemble des comptes sociaux de l'entreprise, ce qui n'était pas possible jusqu'à présent.

ANALYSE DES RESULTATS

L'année 2025 enregistre des performances en hausse sur le numérique, avec une consolidation des environnements propriétaires de TV5MONDE et une forte accélération de la diversification des modes de distribution. Les indicateurs d'audience sur les environnements propres comme sur les contenus délinéarisés sont en hausse par rapport à 2024 (année marquée par un retrait des performances numériques) : +2,3 millions de visites par mois sur les environnements propriétaires et +24,7 millions de vidéos vues sur l'ensemble des environnements.

Les plateformes propriétaires atteignent ainsi une croissance de +23 % des visites en 2025 par rapport à 2024, et plus de 4 millions de vidéos vues par mois (+10 % par rapport à 2024).

TV5 Monde estime que sa stratégie de rationalisation et de clarification de ses offres a permis de renforcer l'impact et l'attractivité de ses offres, de même que sa stratégie d'hyper-distribution sur le numérique. L'arrivée de TV5MONDE+ sur la plateforme france.tv en juillet 2025 a notamment permis de générer plus de 750 000 vidéos vues chaque mois au second semestre, tandis que les chaînes FAST continuent d'apporter une audience (lancement de la chaîne Chefs en septembre 2025). En moyenne sur l'année, les environnements partenaires (france.tv, Unis.TV) et les chaînes FAST génèrent ainsi 1,9 million de vidéos vues par mois (+376 % par rapport à 2024).

Sur YouTube, l'année est marquée par un effet de baisse en cours d'année après un pic d'audience en 2024. En réponse, TV5 Monde a initié au 4^e trimestre un travail d'éditorialisation et d'optimisation de ses contenus qui a permis une remontée des performances sur la période (28 millions de vues mensuelles en novembre-décembre, contre 18 millions en moyenne sur le reste de l'année, notamment grâce au succès du programme « Les Nouveaux Boss »).

OBJECTIF

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

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

Évolution des ressources propres de TV5 Monde

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

Part des « ressources propres élargies »

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

Maîtrise des charges et des effectifs

Charges de personnel

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

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

Cet indicateur permet de suivre l'évolution des effectifs.

Frais généraux

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

INDICATEUR**3.1 – Evolution des ressources propres**

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Evolution des ressources propres	M€	8,6	8,6	Non déterminé	8,9	donnée non renseignée	9,2

Commentaires techniques

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

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

Source des données : TV5 Monde.

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

2021	2022	2023	2024	2025	2026
Réalisation	Réalisation	Réalisation	Réalisation	Prévision	Prévision
31,5	33,6	32,4	33,1	31,2	30,5

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

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

ANALYSE DES RESULTATS

En 2025, les ressources propres de TV5 Monde s'établissent à 8,9 M€, soit +0,1 M€ par rapport à 2024. Ces ressources sont constituées de recettes de distribution (5,8 M€) et de recettes publicitaires (3,1 M€). Si les recettes de distribution baissent de manière structurelle en raison de la tendance décroissante du marché mondial de la télévision payante, les recettes publicitaires ont une tendance à la hausse, portée par la stratégie de contenu de marque initiée par l'entreprise.

L'indicateur de suivi « part des ressources propres élargies », qui intègre les ressources versées par les partenaires francophones au budget des « frais communs » de TV5 Monde (chacun d'entre eux finançant son apport en programmes sur son budget propre ou « frais spécifiques » ; autrement dit hors budget de la chaîne), s'élève à 31,2 %. En 2025 le pourcentage devait baisser en raison d'une hausse des frais spécifiques français (financement de 1,3 M€ apporté par le programme 209 – Solidarité à l'égard des pays en développement du Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères pour le développement de Tivi5 au Maghreb, la compensation par la France de la taxe sur les salaires) et de la diminution des contributions par le Canada et le Québec accordées à titre exceptionnel au cours des exercices précédents.

INDICATEUR

3.2 – Maîtrise des charges

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Charges de personnel	M€	37,7	36,4	Non déterminé	37,5	donnée non renseignée	Hausse contenue
Frais généraux	M€	13,1	16	Non déterminé	16,1	donnée non renseignée	Hausse contenue

Commentaires techniques

Mode de calcul : les charges de personnel prennent en compte le total des salaires, des indemnités, des primes et des charges sociales correspondantes, ainsi que les provisions (pour congés payés, RTT, etc.) et les cotisations sociales. Les charges de personnel correspondent donc aux charges enregistrées dans les comptes généraux 64, afférentes à l'ensemble des salariés, y compris les correspondants étrangers salariés, à l'exclusion des charges de personnel à caractère exceptionnel, liées aux indemnités de rupture de contrats ou aux décisions judiciaires.

L'indicateur concernant les frais généraux est égal au montant des frais généraux (loyers et charges locatives, frais de gestion, taxes et contributions, amortissements des installations, coûts des fonctions supports / transverses et de la direction générale).

A partir de 2018, les frais généraux incluent les conséquences du départ de CFI des locaux de l'avenue de Wagram, à la suite du rapprochement de celle-ci de France Médias Monde, et donc l'arrêt du partage de certaines fonctions logistiques et de charges de loyers et de fonctionnement de l'immeuble.

Source des données : TV5 Monde.

Indicateur de suivi 3-2-1 : Nombre d'ETP permanents et non permanents

	2019 Réalisation	2020 Réalisation	2021 Réalisation	2022 Réalisation	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Réalisation	2026 Prévision
Permanents	284,6	285,7	286	284,5	291,7	297,4	299,7	stabilité
Non permanents	118,1	101	110,6	111,2	96,7	95,8	97	baisse
Total	402,7	386,7	396,6	395,7	388,4	393,1	396,7	baisse

ANALYSE DES RESULTATS

Évolution des charges de personnel

Les charges de personnel prévisionnelles s'établissent à 37,5 M€ à fin 2025 en augmentation de +0,9 M€ par rapport à 2024. Cette hausse reflète l'effet en année pleine de recrutements et des progressions annuelles de masse salariale afin de tenir compte des effets de l'inflation.

Évolution des effectifs

En 2025, l'effectif total de TV5 Monde s'établit à 396,7 ETP, en légère hausse de +3,6 ETP par rapport à 2024, principalement pour des raisons conjoncturelles (hausse d'activités liées à la réforme de l'offre éditoriale d'information qui ont impliqué ponctuellement des renforts et formations, et à la création d'un nouveau plateau). TV5 Monde a ainsi procédé à des recrutements sur postes permanents (nomination des directeurs des programmes et du marketing stratégique ainsi qu'intégration en fin d'année d'un ETP dans le cadre de la politique de réduction de la précarité). Les effectifs non permanents ont très légèrement augmenté en 2025.

Évolution des frais généraux

En 2025, les frais généraux prévisionnels de TV5 Monde s'établissent à 16,1 M€ et sont en hausse par rapport à 2024 (+1,2 M€), principalement en raison de l'inflation et d'une hausse de charge constituée par la reprise en 2024 d'une provision pour perte de change significative constatée en 2023.

INDICATEUR

3.3 – Index égalité femmes-hommes

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2023 Réalisation	2024 Réalisation	2025 Cible	2025 Réalisation	Atteinte de la cible	2026 Cible
Résultat de l'index égalité femmes-hommes	ratio	98	99	>97	98	cible atteinte	Non déterminé

Commentaires techniques

Précisions méthodologiques

Source des données : TV5 Monde.

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

ANALYSE DES RESULTATS

L'index d'égalité femmes-hommes présente un total de 98 points sur un maximum de 100 points atteignables en 2025, l'objectif est ainsi atteint.

Présentation des crédits

2025 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS OUVERTS ET DES CREDITS CONSOMMES

2025 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action Prévision LFI 2025 Consommation 2025	Titre 6 Dépenses d'intervention	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
01 – TV5 Monde	84 242 456	84 934 339	84 242 456 84 934 339	84 242 456
Total des AE prévues en LFI	84 242 456	0	84 242 456	84 242 456
Ouvertures / annulations par FdC et AdP				
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP	+691 883 (hors titre 2)		+691 883	
Total des AE ouvertes	84 934 339 (hors titre 2)		84 934 339	
Total des AE consommées	0	84 934 339	84 934 339	

2025 / CREDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action Prévision LFI 2025 Consommation 2025	Titre 6 Dépenses d'intervention	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
01 – TV5 Monde	84 242 456	84 934 339	84 242 456 84 934 339	84 242 456
Total des CP prévus en LFI	84 242 456	0	84 242 456	84 242 456
Ouvertures / annulations par FdC et AdP				
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP	+691 883 (hors titre 2)		+691 883	
Total des CP ouverts	84 934 339 (hors titre 2)		84 934 339	
Total des CP consommés	0	84 934 339	84 934 339	

2024 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS VOTES (LFI) ET DES CREDITS CONSOMMES

2024 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action Prévision LFI 2024 Consommation 2024	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total hors FdC et AdP prévus en LFI	Total y.c. FdC et AdP
01 – TV5 Monde	83 449 220 83 826 220	83 449 220	83 449 220 83 826 220
Total des AE prévues en LFI	83 449 220	83 449 220	83 449 220
Total des AE consommées	83 826 220		83 826 220

2024 / CREDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total hors FdC et AdP prévus en LFI	Total y.c. FdC et AdP
	Prévision LFI 2024 Consommation 2024		
01 – TV5 Monde	83 449 220 83 826 220	83 449 220	83 449 220 83 826 220
Total des CP prévus en LFI	83 449 220	83 449 220	83 449 220
Total des CP consommés	83 826 220		83 826 220

PRESENTATION PAR TITRE ET CATEGORIE DES CREDITS CONSOMMES

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées* en 2024	Ouvertes en 2025	Consommées* en 2025	Consommés* en 2024	Ouverts en 2025	Consommés* en 2025
Titre 6 – Dépenses d'intervention	0	84 242 456	0	0	84 242 456	0
Transferts aux entreprises	0	84 242 456	0	0	84 242 456	0
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	83 826 220	0	84 934 339	83 826 220	0	84 934 339
Prêts et avances	83 826 220	0	84 934 339	83 826 220	0	84 934 339
Total hors FdC et AdP		84 242 456			84 242 456	
Ouvertures et annulations* hors titre 2		+691 883			+691 883	
Total*	83 826 220	84 934 339	84 934 339	83 826 220	84 934 339	84 934 339

* y.c. FdC et AdP

RECAPITULATION DES MOUVEMENTS DE CREDITS (HORS DECRET DE SERVICES VOTES)

LOI DE FINANCES DE FIN DE GESTION

Date de signature	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
08/12/2025		691 883		691 883				
Total		691 883		691 883				

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

	Ouvertures				Annulations			
	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement		Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres	Titre 2	Autres titres
Total général		691 883		691 883				

Justification au premier euro

Éléments transversaux au programme

ÉLÉMENTS DE SYNTHÈSE DU PROGRAMME

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action <i>Prévision LFI Consommation</i>	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2 * Dépenses de personnel	Autres titres *	Total y.c. FdC et AdP	Titre 2 * Dépenses de personnel	Autres titres *	Total y.c. FdC et AdP
01 – TV5 Monde		84 242 456 84 934 339	84 242 456 84 934 339		84 242 456 84 934 339	84 242 456 84 934 339
Total des crédits prévus en LFI *	0	84 242 456	84 242 456	0	84 242 456	84 242 456
Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP		+691 883	+691 883		+691 883	+691 883
Total des crédits ouverts	0	84 934 339	84 934 339	0	84 934 339	84 934 339
Total des crédits consommés	0	84 934 339	84 934 339	0	84 934 339	84 934 339
Crédits ouverts - crédits consommés						

* hors FdC et AdP pour les montants de la LFI

L'année 2025 constitue la première année de mise en œuvre du plan stratégique 2025-2028 de TV5 Monde qui est axé sur trois priorités : modernisation, impact et élargissement.

Plusieurs réalisations peuvent ainsi être signalées dans ce contexte, dont la hausse des audiences en 2025 :

- Les audiences linéaires progressent de +6 % à 78 millions de téléspectateurs hebdomadaires dont 69,3 millions en audimat (contre 63,9 millions en 2024). C'est sur le public jeunesse (4 ans et plus) en Afrique et au Maghreb des que la hausse est la plus forte avec +11 % d'augmentation. Dans un environnement africain de plus en plus touché par les campagnes de désinformation, 65 % des 15-24 ans qui regardent TV5MONDE saluent son offre d'information « *fiable et de qualité* » ;
- Après une baisse en 2024, les audiences numériques progressent en 2025. Le nombre de vidéos vues atteint 796 millions, soit +59 % . La plateforme TV5MONDE+ connaît une hausse de +29 % de vidéos vues, le référencement sur France.tv en juillet ayant apporté 4,5 millions de vidéos vues et les chaînes FAST 13,8 millions de vidéos vues (contre 1,1 en 2024). Les programmes jeunesse connaissent une augmentation de +63 % de leurs audiences. Les audiences sur réseaux sociaux progressent de +60 %. TV5 Monde souligne par ailleurs que le potentiel d'audience pour ses offres numériques est freiné dans une grande partie de l'Afrique subsaharienne francophone pour des raisons d'infrastructures, d'équipement et du coût de la consommation numérique fixe ou mobile pour l'utilisateur.

Le nombre de foyers raccordés à la chaîne a baissé de -3,3 % en 2025, une perte essentiellement imputable à l'arrêt de la distribution sur l'opérateur Vodafone en Allemagne (-13 millions), décidé pour des raisons d'économies. De légères baisses sont constatées également en Asie et en Amérique où la télévision payante recule face aux offres des plateformes. La croissance se poursuit en Afrique subsaharienne (+6,7 %) et au Maghreb Orient (+6 %). La chaîne est de nouveau suspendue au Mali depuis mai 2025 après avoir couvert une manifestation. Dans le même temps, les chaînes FAST de TV5MONDE sont désormais distribuées dans 13,1 millions de foyers, compensant les pertes de foyers traditionnels. La distribution devrait progresser en 2026.

LES COMPTES EN 2025

Note : Sont présentées ci-après les données prévisionnelles d'arrêté des comptes 2025 examinées en conseil d'administration. La clôture des comptes de TV5 Monde n'étant pas définitive à la date de rédaction du présent document, les chiffres présentés ci-dessous n'ont pas encore été certifiés par les commissaires aux comptes, ni soumis aux instances de gouvernance de l'entreprise.

En 2025 les concours publics alloués à TV5 monde se sont établis à 86,2 M€ dont 84,9 M€ de dotation du programme 847, soit +1,1 M€ par rapport à 2024, et une contribution exceptionnelle de 1,3 M€ versée par le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères via le programme 209.

Les produits d'exploitation de TV5 Monde s'établissent à 122 M€, en augmentation de +5 M€ par rapport à 2024.

Cette progression s'explique principalement par l'attribution d'une dotation exceptionnelle du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères destinée à soutenir le développement de Tivi5 au Maghreb (+1,3 M€ par rapport à 2024) et à l'affectation en subvention d'investissement d'une part moins élevée de la ressource publique par rapport à 2024 (effet positif de 4,3 M€ sur les produits d'exploitation).

Les charges d'exploitation totales s'établissent à 125,6 M€ en 2025, en augmentation de +5,6 M€ par rapport à 2024.

Cette progression est principalement tirée par (i) les dépenses de programmes (+1 M€ par rapport à 2024) dans le contexte du lancement de trois nouveaux programmes (l'offre d'information *C'Carré*, l'émission de concours panafricain *les Nouveaux Boss*, et l'émission culturelle *la Grande Galerie Francophone*), (ii) les dépenses techniques de fabrication (+2,3 M€) en raison du renouvellement du dispositif technique de diffusion et (iii) les frais généraux (+1,2 M€) (cf. commentaire de l'indicateur 3.2).

Le budget affecté à TV5MONDE+ (hors dépenses destinées à approvisionner la plateforme en programmes provenant des six États bailleurs de fonds, dits frais spécifiques, qui ne sont pas intégrés au budget de l'entreprise) s'élève à 7,4 M€ en 2025, en augmentation de +0,6 M€ par rapport à 2024.

Les autres charges d'exploitation (coûts liés à la cybersécurité et à la sûreté des locaux) s'établissent à 2,5 M€, stables par rapport à 2024.

Les comptes s'établissent à l'équilibre pour l'année 2025.

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ PAR MÉTIER DE TV5MONDE (en millions d'euros Hors taxes)	Réalisé 2024	Budget 2025/ PLF 2025	Représivions 2025	Avant-projet 2026	Evolution 2026/2025		Evolution Représivions/Budget 2025	
					Ecart	Evolution	Ecart	Evolution
PRODUITS D'EXPLOITATION	117,0	126,0	122,0	125,7	-0,3	-0,2%	-4,0	-3,1%
Ressources publiques France	84,1	85,5	85,5	84,2	-1,3	-1,5%	0,0	0,0%
Ressources publiques États francophones	30,0	29,2	29,2	29,2	0,0	-0,2%	0,0	0,0%
Ressources propres	8,8	8,5	8,9	9,2	0,7	8,4%	0,4	4,8%
- dont publicité, parrainages et financements d'émission	2,4	2,5	3,1	4,0	1,5	58,0%	0,6	24,9%
- dont recettes de distribution	6,3	6,0	5,8	5,2	-0,7	-12,3%	-0,2	-3,7%
- dont autres	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	NA	0,0	NA
Autres produits d'exploitation (- subvention d'investissement)	-5,9	2,7	-1,6	3,1	0,3	12,6%	-4,4	-160,0%
CHARGES D'EXPLOITATION	120,1	125,9	125,6	125,9	0,0	0,0%	-0,3	-0,3%
Coût des grilles de programmes	80,2	83,5	83,6	84,2	0,7	0,9%	0,2	0,2%
- dont dépenses de programmes	61,0	61,7	62,0	63,7	2,0	3,2%	0,3	0,5%
- dont dépenses techniques de fabrication	19,3	21,8	21,6	20,5	-1,3	-5,9%	-0,1	-0,6%
Frais de diffusion, distribution, marketing	22,5	23,5	23,3	22,6	-1,0	-4,1%	-0,2	-1,0%
Frais généraux	14,9	16,2	16,1	16,5	0,3	1,7%	-0,1	-0,7%
Autres charges d'exploitation : coûts cyber-sécurité et sûreté locaux	2,5	2,7	2,5	2,7	0,0	-0,7%	-0,2	-6,5%
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	-3,1	0,0	-3,6	-0,3	-0,3		-3,6	
AUTRES RÉSULTATS (financier, exceptionnel, IS, etc.)	3,2	-0,1	3,5	0,2	0,3		3,6	
RÉSULTAT NET	0,1	-0,1	0,0	0,0	0,0		0,0	

PASSAGE DU PLF A LA LFI

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
PLF	0	0	0	0	0	0
Amendements	0	+84 242 456	+84 242 456	0	+84 242 456	+84 242 456
LFI	0	84 242 456	84 242 456	0	84 242 456	84 242 456

La loi n° 2022-1157 du 16 août 2022 de finances rectificative pour 2022 qui a supprimé la contribution à l'audiovisuel public prévoyait que les recettes du compte de concours financier « Avances à l'audiovisuel public » (CCF AVP) proviendrait, jusqu'au 31 décembre 2024, d'une fraction du produit de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) déterminée chaque année par la loi de finances de l'année.

L'impossibilité de financer le secteur par affectation d'un montant de TVA à compter du 1^{er} janvier 2025 a conduit à prévoir dans le texte initial du PLF pour 2025 la création d'une mission « Audiovisuel public » sur le budget général, d'une part, et à ne prévoir aucune ouverture de crédits sur le CCF AVP, d'autre part.

L'adoption de la loi organique n° 2024-1177 du 13 décembre 2024 portant réforme du financement de l'audiovisuel public en parallèle des débats sur le PLF pour 2025 a pérennisé la possibilité d'affecter directement un montant déterminé d'une imposition de toute nature aux organismes du secteur de la communication audiovisuelle. La loi n° 2025-127 du 14 février 2025 de finances pour 2025 a entériné ce mode de financement en affectant un montant de TVA en recettes du CCF AVP et en inscrivant les crédits du secteur sur le compte.

Dépenses pluriannuelles

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

AE 2025	CP 2025
AE ouvertes en 2025 * (E1) 84 934 339	CP ouverts en 2025 * (P1) 84 934 339
AE engagées en 2025 (E2) 84 934 339	CP consommés en 2025 (P2) 84 934 339
AE affectées non engagées au 31/12/2025 (E3) 0	dont CP consommés en 2025 sur engagements antérieurs à 2025 (P3 = P2 – P4) 0
AE non affectées non engagées au 31/12/2025 (E4 = E1 – E2 – E3) 0	dont CP consommés en 2025 sur engagements 2025 (P4) 84 934 339

RESTES A PAYER

Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 brut (R1) 0						
Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2024 (R2) 0						
						
Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 net (R3 = R1 + R2) 0	–	CP consommés en 2025 sur engagements antérieurs à 2025 (P3 = P2 – P4) 0	=	Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R4 = R3 – P3) 0		
AE engagées en 2025 (E2) 84 934 339	–	CP consommés en 2025 sur engagements 2025 (P4) 84 934 339	=	Engagements 2025 non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R5 = E2 – P4) 0		
				Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R6 = R4 + R5) 0		
						
					Estimation des CP 2026 sur engagements non couverts au 31/12/2025 (P5)	
					Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2026 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2025 (P6 = R6 – P5) 0	

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

* LFI 2025 + reports 2024 + mouvements réglementaires + FdC + AdP + fongibilité asymétrique + LFR

*Justification par action***ACTION****01 – TV5 Monde**

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP Réalisation</i>	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
01 – TV5 Monde		84 242 456 84 934 339	84 242 456 84 934 339		84 242 456 84 934 339	84 242 456 84 934 339

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

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

ÉLÉMENTS DE LA DEPENSE PAR NATURE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Prévision LFI y.c. FdC et AdP	Réalisation	Prévision LFI y.c. FdC et AdP	Réalisation
Titre 6 : Dépenses d'intervention	84 242 456		84 242 456	
Transferts aux entreprises	84 242 456		84 242 456	
Titre 7 : Dépenses d'opérations financières		84 934 339		84 934 339
Prêts et avances		84 934 339		84 934 339
Total	84 242 456	84 934 339	84 242 456	84 934 339

PROGRAMME 848

Programme de transformation

Bilan stratégique du rapport annuel de performances

Florence PHILBERT

Directrice générale des médias et des industries culturelles

Responsable du programme n° 848 : Programme de transformation

Le programme 848 a vocation à financer des projets de transformation prioritaires des entreprises visant à accroître la qualité, la visibilité et l'impact des offres proposées par le secteur en matière de proximité, de numérique et d'information, à destination du public jeune.

Les versements réalisés au titre de ces projets s'inscrivent dans une démarche incitative : en cas de non-réalisation des projets sélectionnés ou de retard dans leur déploiement, le montant des versements alloués à l'entreprise concernée au titre de cette enveloppe pourra être ajusté.

Le « Programme de transformation » n'est pas doté en 2026.

Présentation des crédits

2025 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS OUVERTS ET DES CREDITS CONSOMMES

2025 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
<i>Prévision LFI 2025</i> <i>Consommation 2025</i>		
01 – France Télévisions	0 0	0
02 – ARTE France	0 0	0
03 – Radio France	0 0	0
04 – France Médias Monde	0 0	0
05 – Institut national de l'audiovisuel	0 0	0
06 – TV5 Monde	0 0	0
Total des AE prévues en LFI	0	0
Ouvertures / annulations par FdC et AdP		
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP		
Total des AE ouvertes	0	
Total des AE consommées	0	

2025 / CREDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action	Total	Total y.c. FdC et AdP prévus en LFI
<i>Prévision LFI 2025</i> <i>Consommation 2025</i>		
01 – France Télévisions	0 0	0
02 – ARTE France	0 0	0
03 – Radio France	0 0	0
04 – France Médias Monde	0 0	0
05 – Institut national de l'audiovisuel	0 0	0
06 – TV5 Monde	0 0	0
Total des CP prévus en LFI	0	0
Ouvertures / annulations par FdC et AdP		
Ouvertures / annulations hors FdC et AdP		
Total des CP ouverts	0	
Total des CP consommés	0	

2024 / PRESENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CREDITS VOTES (LFI) ET DES CREDITS CONSOMMES

2024 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action Prévision LFI 2024 Consommation 2024	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total hors FdC et AdP prévus en LFI	Total y.c. FdC et AdP
01 – France Télévisions	45 000 000 12 391 306	45 000 000	45 000 000 12 391 306
02 – ARTE France		0	0 0
03 – Radio France	15 000 000 4 130 436	15 000 000	15 000 000 4 130 436
04 – France Médias Monde	5 000 000 1 376 814	5 000 000	5 000 000 1 376 814
05 – Institut national de l'audiovisuel	4 000 000 1 101 452	4 000 000	4 000 000 1 101 452
06 – TV5 Monde		0	0 0
Total des AE prévues en LFI	69 000 000	69 000 000	69 000 000
Total des AE consommées	19 000 008		19 000 008

2024 / CREDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action Prévision LFI 2024 Consommation 2024	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total hors FdC et AdP prévus en LFI	Total y.c. FdC et AdP
01 – France Télévisions	45 000 000 12 391 306	45 000 000	45 000 000 12 391 306
02 – ARTE France		0	0 0
03 – Radio France	15 000 000 4 130 436	15 000 000	15 000 000 4 130 436
04 – France Médias Monde	5 000 000 1 376 814	5 000 000	5 000 000 1 376 814
05 – Institut national de l'audiovisuel	4 000 000 1 101 452	4 000 000	4 000 000 1 101 452
06 – TV5 Monde		0	0 0
Total des CP prévus en LFI	69 000 000	69 000 000	69 000 000
Total des CP consommés	19 000 008		19 000 008

PRESENTATION PAR TITRE ET CATEGORIE DES CREDITS CONSOMMES

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées* en 2024	Ouvertes en 2025	Consommées* en 2025	Consommés* en 2024	Ouverts en 2025	Consommés* en 2025
Titre 7 – Dépenses d'opérations financières	19 000 008	0	0	19 000 008	0	0
Prêts et avances	19 000 008	0	0	19 000 008	0	0
Total hors FdC et AdP		0			0	
Total*	19 000 008	0	0	19 000 008	0	0

* y.c. FdC et AdP

Justification au premier euro

Éléments transversaux au programme

ÉLÉMENTS DE SYNTHÈSE DU PROGRAMME

Numéro et intitulé de l'action ou de la sous-action <i>Prévision LFI Consommation</i>	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2 * Dépenses de personnel	Autres titres *	Total y.c. FdC et AdP	Titre 2 * Dépenses de personnel	Autres titres *	Total y.c. FdC et AdP
01 – France Télévisions			0 0			0 0
02 – ARTE France			0 0			0 0
03 – Radio France			0 0			0 0
04 – France Médias Monde			0 0			0 0
05 – Institut national de l'audiovisuel			0 0			0 0
06 – TV5 Monde			0 0			0 0
Total des crédits prévus en LFI *	0	0	0	0	0	0
Ouvertures / annulations y.c. FdC et AdP						
Total des crédits ouverts	0	0	0	0	0	0
Total des crédits consommés	0	0	0	0	0	0
Crédits ouverts - crédits consommés						

* hors FdC et AdP pour les montants de la LFI

Ce programme n'a pas été doté de crédits en LFI 2025. En conséquence, il n'a enregistré aucune exécution.

PASSAGE DU PLF A LA LFI

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

Dépenses pluriannuelles

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

AE 2025	CP 2025
AE ouvertes en 2025 * (E1) 0	CP ouverts en 2025 * (P1) 0
AE engagées en 2025 (E2) 0	CP consommés en 2025 (P2) 0
AE affectées non engagées au 31/12/2025 (E3) 0	dont CP consommés en 2025 sur engagements antérieurs à 2025 (P3 = P2 - P4) 0
AE non affectées non engagées au 31/12/2025 (E4 = E1 - E2 - E3) 0	dont CP consommés en 2025 sur engagements 2025 (P4) 0

RESTES A PAYER

Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 brut (R1) 0									
Travaux de fin de gestion postérieurs au RAP 2024 (R2) 0									
									
Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2024 net (R3 = R1 + R2) 0	–	CP consommés en 2025 sur engagements antérieurs à 2025 (P3 = P2 - P4) 0	=	Engagements ≤ 2024 non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R4 = R3 - P3) 0					
AE engagées en 2025 (E2) 0	–	CP consommés en 2025 sur engagements 2025 (P4) 0	=	Engagements 2025 non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R5 = E2 - P4) 0					
				Engagements non couverts par des paiements au 31/12/2025 (R6 = R4 + R5) 0					
									
								Estimation des CP 2026 sur engagements non couverts au 31/12/2025 (P5) 0	
								Estimation du montant maximal des CP nécessaires après 2026 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2025 (P6 = R6 - P5) 0	

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

* LFI 2025 + reports 2024 + mouvements réglementaires + FdC + AdP + fongibilité asymétrique + LFR

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

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP Réalisation</i>	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
01 – France Télévisions			0 0			0 0

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

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

ACTION**02 – ARTE France**

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP Réalisation</i>	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
02 – ARTE France			0 0			0 0

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

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

ACTION**03 – Radio France**

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i> Réalisation	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
03 – Radio France			0 0			0 0

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

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

ACTION**04 – France Médias Monde**

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i> Réalisation	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
04 – France Médias Monde			0 0			0 0

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

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

ACTION**05 – Institut national de l'audiovisuel**

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i> Réalisation	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
05 – Institut national de l'audiovisuel			0 0			0 0

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

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

ACTION**06 – TV5 Monde**

Action / Sous-action <i>Prévision LFI y.c. FdC et AdP</i> Réalisation	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2	Autres titres	Total	Titre 2	Autres titres	Total
06 – TV5 Monde			0 0			0 0

CONTRIBUTION AU PLAN DE RELANCE

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