

RCS : PARIS
Code greffe : 7501

Documents comptables

REGISTRE DU COMMERCE ET DES SOCIETES

Le greffier du tribunal de commerce de PARIS atteste l'exactitude des informations transmises ci-après

Nature du document : Documents comptables (B-S)

Numéro de gestion : 2000 B 14723
Numéro SIREN : 432 766 947
Nom ou dénomination : FRANCE TELEVISIONS

Ce dépôt a été enregistré le 02/05/2022 sous le numéro de dépôt 40980

Certifiés conformes



france•tv

COMPTES ANNUELS
31 DECEMBRE 2021

Table des matières

1.	BILAN	3
2.	COMPTE DE RESULTAT	5
3.	TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE.....	7
4.	ANNEXE.....	8
4.1	Faits caractéristiques de l'exercice.....	8
4.2	Principes, règles et méthodes comptables	9
4.2.1	Programmes et productions	10
4.2.1.1	<i>Programmes et productions autres que les droits audiovisuels pluriannuels</i> <i>10</i>	
4.2.1.2	<i>Droits audiovisuels pluriannuels.....</i>	<i>13</i>
4.2.2	Autres immobilisations incorporelles.....	14
4.2.3	Immobilisations corporelles	14
4.2.4	Immobilisations financières	15
4.2.5	Stocks	16
4.2.6	Créances d'exploitation	16
4.2.7	Opérations en devises.....	16
4.2.8	Valeurs Mobilières de Placement	16
4.2.9	Subventions d'équipement	17
4.2.10	Provisions réglementées	17
4.2.11	Indemnités de départs en retraite et provision pour médailles du travail	17
4.2.11.1	<i>Indemnités de départs en retraite</i>	<i>17</i>
4.2.11.2	<i>Provision pour médailles du travail</i>	<i>18</i>
4.2.12	Créances et dettes en monnaies étrangères.....	18
4.2.13	Redevance	18
4.2.14	Recettes publicitaires	19
4.2.15	Compte personnel de formation (CPF).....	19
4.2.16	Fondation	19
4.3	Notes sur le bilan	20
4.3.1	Actif immobilisé.....	20
4.3.2	Amortissements.....	21
4.3.3	Provisions.....	22
4.3.4	Etat des Créances et des Dettes d'exploitation	23
4.3.5	Trésorerie	24
4.3.6	Instruments financiers	24
4.3.6.1	<i>Instruments de couverture de change :</i>	<i>24</i>

4.3.6.2	<i>Instruments et couverture de taux d'intérêt</i>	25
4.3.7	Charges Constatées d'Avance	27
4.3.8	Capitaux Propres	27
4.3.9	Indemnités de départ en retraite	28
4.3.10	Charges à Payer	30
4.3.11	Produits à Recevoir	30
4.3.12	Produits Constatés d'Avance	31
4.4	Notes sur le compte de résultat	31
4.4.1	Variation du Chiffre d'Affaires Net.....	31
4.4.2	Résultat financier.....	32
4.4.3	Résultat exceptionnel	33
4.4.4	Situation Fiscale.....	35
4.4.5	Effectifs.....	36
4.5	Notes complémentaires	37
4.5.1	Engagements hors bilan	37
4.5.2	Eléments relatifs aux entreprises liées et relevant de plusieurs postes du bilan et du compte de résultat	39
4.5.3	Montant des rémunérations allouées aux mandataires sociaux	40
4.5.4	Honoraires des Commissaires aux Comptes (décret n° 2008-1487).....	40
4.5.5	Evénements postérieurs à la clôture de l'exercice	40
4.5.6	Filiales et participations	42

1. BILAN

Bilan Actif

FRANCE TELEVISIONS S.A. BILAN ACTIF AU 31 DECEMBRE 2021 MILLIERS D'€	Brut N	Amortissements et provisions N	Valeur nette comptable N	Valeur nette comptable N-1	Notes de renvoi
Logiciels	287 283	231 495	55 788	44 924	
Autres immobilisations incorporelles	381	150	231	231	
Immobilisations incorporelles hors program	287 664	231 645	56 019	45 155	4.2.2
Droits sportifs pluriannuels	135 000	-	135 000	200 000	
Programmes prêts à diffuser	417 267	38 498	378 769	365 976	
Programmes en cours	240 266	-	240 266	255 291	
Droits audiovisuels	792 533	38 498	754 035	821 267	4.2.1
Immobilisations incorporelles	1 080 197	270 143	810 054	866 422	
Terrains	16 552	70	16 482	16 495	
Constructions, agencements et aménagements	345 355	229 096	116 259	124 635	
Installations techniques, matériels et outillages	433 437	392 656	40 781	45 239	
Autres immobilisations corporelles	195 744	166 103	29 641	28 177	
Immobilisations corporelles en cours	57 286	-	57 286	60 797	
Immobilisations corporelles	1 048 374	787 925	260 449	275 343	4.2.3
Participations	20 459	1 000	19 459	19 465	
Créances rattachées à des participations	493	493	-	3 551	
Autres immobilisations financières	23 309	999	22 310	23 418	
Immobilisations financières	44 261	2 492	41 769	46 434	4.2.4
ACTIF IMMOBILISE	2 172 832	1 060 560	1 112 272	1 188 199	4.3.1, 4.3.2 et 4.3.3
En cours de productions	10 433	-	10 433	9 352	4.2.5
Créances clients et comptes rattachés	125 059	2 998	122 061	140 167	
Créances sociales	8 628	2 948	5 680	2 678	
Etat et autres collectivités publiques	97 781	-	97 781	115 872	
Autres créances	7 858	3 570	4 088	5 222	
Créances d'exploitation	239 126	9 516	229 610	263 939	4.2.6, 4.2.7 et 4.3.4
Comptes courants financiers	52 161	-	52 161	23 093	
Valeurs mobilières de placement	186 121	-	186 121	88 786	4.2.7 et 4.2.8
Disponibilités	12 077	-	12 077	69 509	4.2.7
Disponibilités et comptes assimilés	250 359	-	250 359	161 388	4.3.5
ACTIF CIRCULANT	499 918	9 516	490 402	454 579	
Charges constatées d'avance	94 383	-	94 383	78 280	4.3.7
Ecart de conversion actif	-	-	-	-	4.2.12
ACTIF	2 767 133	1 070 076	1 697 057	1 721 158	

Sur l'exercice 2021, certaines opérations ont été reclassées au sein des charges d'exploitation et des charges financières.

En effet, les coûts sur la période liés à la provision pour indemnité de départ à la retraite (+1 043 k€) et à la médaille du travail (- 363 k€) ont été comptabilisés en charges de personnel à l'exception du coût financier relatif à la variation de ces deux provisions qui a été comptabilisé au sein du résultat financier (+826 €). Ces coûts étaient, sur les exercices précédents, comptabilisés en dotations ou reprises aux provisions d'exploitation.

L'intéressement, précédemment comptabilisé sur une ligne spécifique après le résultat exceptionnel a été reclassé, sur cet exercice 2021, en charges de personnel (+ 3 050 k€).

A noter, qu'il s'agit ici d'un changement de présentation non significatif pour harmonisation avec les comptes consolidés.

Enfin, les commissions de régies publicitaires sont dorénavant comptabilisées en moins des recettes publicitaires afin de présenter des recettes publicitaires nettes de commissions de régies. Ces charges étaient précédemment comptabilisées en autres charges et charges externes.

Cette nouvelle présentation est en lien avec la signature d'un nouvel avenant avec notre régie France Télévision Publicité signé en 2021.

3. TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE

FRANCE TELEVISIONS S.A. TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE AU 31 DECEMBRE 2021 MILLIERS D'€	N	N-1	Notes de renvoi
Résultat net de l'exercice	-80 256	11 155	
Amortissements	1 195 494	1 068 927	
- Amortissements des programmes, droits de diffusion et droits sportifs	-1 108 471	-989 579	
Provisions	35 468	-22 419	
Plus et moins values sur cessions d'actifs	-95	-1 862	
- Plus et moins values sur cessions des programmes, droits de diffusion et droits sportifs			
Subventions virées au résultat	-357	-478	
Boni de fusion			
Autres éléments sans incidences financières			
Éléments sans incidences financières	122 039	54 589	
Capacité d'autofinancement	41 783	65 744	
Amortissements des programmes et des droits de diffusion	994 655	1 017 349	
Plus ou moins values sur cessions	-14 000		
Acquisition de programmes et de droits de diffusion	-992 423	-992 043	
Cession de programmes et de droits de diffusion	14 000		
Variation des programmes et des droits de diffusion	2 232	25 306	
Amortissements des droits sportifs	65 000	-114 750	
Plus ou moins values sur cessions			
Acquisition de droits sportifs			
Cession de droits sportifs			
Variation des droits sportifs	65 000	-114 750	
Variation des Stocks	-1 081	9 572	
Variation des Créances Clients	18 106	5 994	
Variation des Autres Créances	16 189	37 480	
Variation des Comptes de Régularisation Actif (écarts de conversion, charges constatés)	-16 103	-6 565	
Variation des Dettes Fournisseurs	19 255	57 774	
Variation des Autres Dettes	2 764	-9 817	
Variation des Comptes de Régularisation Passif (écarts de conversion, produits)	-30 457	8 839	
Autre variation du besoin en fonds de roulement	8 674	103 277	
Variation du besoin en fonds de roulement	75 906	13 833	
Flux de trésorerie liés à l'activité	117 689	79 577	
Acquisition d'immobilisations incorporelles (hors programmes, droits de diffusion et droits sportifs)	-26 948	-17 401	
Acquisition d'immobilisations corporelles	-54 355	-66 203	
Acquisition d'immobilisations financières	-204	-462	
Variation des dettes sur acquisitions d'immobilisations	777	-4 550	
Cession d'immobilisations incorporelles (hors programmes, droits de diffusion et droits sportifs)			
Cession d'immobilisations corporelles	118	1 966	
Cession d'immobilisations financières	5 033	225	
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissements	-75 579	-86 425	
Augmentation de capital	15 200	17 000	
Variation des subventions d'investissement			
Dividendes versés			
Augmentation des dettes financières		80 101	
Réduction des dettes financières	-20 629	-310	
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement	-5 429	96 791	
Trésorerie nette à l'ouverture	104 529	14 586	
Incidence des opérations de fusion			
Variation de trésorerie	36 681	89 943	
TRESORERIE NETTE A LA CLÔTURE	141 209	104 529	4.3.5

Les flux relatifs aux programmes immobilisés au bilan (acquisitions de l'exercice, variation des dotations aux amortissements et aux provisions) ont été distingués et portés en flux de trésorerie lié à l'activité pour l'analyse du tableau des flux de trésorerie.

La variation nette de ces éléments figure sous les rubriques « Variation des programmes et des droits de diffusion » et « Variation des droits sportifs ».

4. ANNEXE

Les notes et tableaux présentés ci-après constituent l'annexe au bilan et compte de résultat avant répartition du résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2021 dont le total du bilan s'établit à 1 697 057 Milliers d'euros.

L'exercice, d'une durée de 12 mois et recouvrant la période du 1^{er} janvier 2021 au 31 décembre 2021 dégage un résultat déficitaire de 80 256 Milliers d'euros.

L'annexe fait partie intégrante des comptes annuels arrêtés par le Conseil d'Administration.

4.1 Faits caractéristiques de l'exercice

L'année 2021 s'inscrit dans un contexte d'un retour à la normale des activités après une année 2020 marquée par la pandémie et de diminution de la contribution à l'audiovisuel public (-60 M€ par rapport à 2020). Cet impact a été limité par le produit généré par le Plan de relance (22,5 M€), la hausse des recettes publicitaires et la maîtrise du niveau général des charges.

Face à la crise sanitaire imposant la fermeture des lieux culturels et l'annulation des spectacles, France Télévisions a lancé, le 1^{er} février 2021, une nouvelle chaîne de télévision éphémère, Culturebox, accessible sur tous les écrans, notamment sur le bouquet TNT grâce au soutien du Ministère de la Culture et du CSA. Depuis le 1^{er} mai 2021, Culturebox poursuit sa diffusion en soirée sur France 4.

Un décret du 20 août 2021 a acté le maintien de la diffusion de France 4 au-delà d'août 2021 et la pérennisation de la diffusion de Culturebox dans le cadre d'un service unique. Cela conforte le rôle essentiel que joue la télévision publique pour d'une part, s'adresser à tous les publics, en particulier les plus jeunes en proposant une offre ludo-éducative de référence, et d'autre part, rendre la culture accessible à tous en accueillant Culturebox en soirée.

Le Conseil d'administration du 8 juillet 2021 a validé l'inscription de la « Raison d'être » de France Télévisions dans les statuts de l'entreprise. Tournée vers la société et vers les publics du groupe France Télévisions, la « Raison d'être » de France Télévisions traduit le sens fondamental de sa responsabilité de média public, au service de tous et de chacun.

Le média global France info a fêté son cinquième anniversaire le 1er septembre 2021. Offre multi-supports d'information en continu de service public, France info est le fruit de la coopération entre France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA. En seulement cinq ans, portée par la forte progression du canal 27 qui réunit désormais plus de 5 millions de Français chaque jour et des audiences radio records, France info est devenue la première plateforme française d'actualité en ligne (3,3 millions de visiteurs uniques chaque jour).

Dans l'objectif d'apporter des réponses adaptables et concrètes aux nouvelles situations d'organisation du travail générées par la crise sanitaire, l'accord « Le télétravail à France Télévisions : une démarche fondée sur un pacte de confiance » a été signé en mars 2021 par la Direction et les quatre organisations syndicales représentatives au niveau national.

4.2 Principes, règles et méthodes comptables

Les comptes annuels, arrêtés au 31 décembre 2021, ont été établis et présentés conformément aux dispositions législatives et réglementaires actuellement en vigueur en France.

Les conventions suivantes ont notamment été respectées :

- continuité de l'exploitation,
- permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre,
- indépendance des exercices,
- application du règlement de l'ANC n° 2014-03 mis à jour par le Règlement ANC 2016-07 du 4 novembre 2016,
- les comptes annuels comportent le bilan, le compte de résultat et l'annexe, formant un tout indissociable.

4.2.1 Programmes et productions

4.2.1.1 Programmes et productions autres que les droits audiovisuels pluriannuels

Les programmes de télévision constituent, quelle que soit leur origine juridique (productions propres, productions déléguées, coproductions, préachats, achats de droits de diffusion) et quel que soit le réseau de diffusion utilisé, des immobilisations incorporelles figurant à l'actif du bilan de l'entreprise, dès lors qu'ils sont identifiables en coût et en diffusion.

Les programmes et productions sont enregistrés dans quatre rubriques spécifiques :

- parts producteurs sur coproductions (droits à recettes commerciales),
- parts antennes sur coproductions,
- droits de diffusion,
- programmes et productions en cours (émissions en cours de fabrication et de vérification, non diffusables en l'état).

Les programmes coproduits par les chaînes sont contractuellement éclatés en deux rubriques :

- part antenne ;
- part co-production.

La part antenne correspond à l'achat ou à la valorisation du droit de diffusion de l'œuvre coproduite.

La part de co-production correspond à une quote-part de financement de la création de l'œuvre. Cette part de co-production donne droit à recette en cas de diffusion ou de vente de l'œuvre par ou à un tiers.

La répartition entre ces deux rubriques résulte de la négociation du contrat entre les producteurs.

4.2.1.1.1 Entrées

Les coûts des programmes (produits par l'entreprise pour elle-même, coproduits, produits par des tiers ou achetés) sont enregistrés au compte de résultat (comptes de charges) puis immobilisés via un compte de produits (Programmes et productions immobilisées) pour leur coût de revient, c'est à dire le coût de production pour la production propre ou le prix d'achat augmenté des frais annexes liés à ces achats.

Les émissions de sports et d'informations sont considérées comme des émissions de flux non immobilisables et demeurent des charges de la période. Certains droits sportifs (cf.

paragraphe 4.2.1.2) sont immobilisés pour leur valeur contractuelle en contrepartie d'une dette d'exploitation.

Les programmes qui ne sont pas considérés comme étant « Prêt A Diffuser » P.A.D (date de P.A.D postérieure à la clôture des comptes) sont enregistrés au compte de résultat avant d'être immobilisés dans une rubrique « programmes en cours ».

De même, les frais engagés pour la réalisation d'un programme avant que la décision de produire n'ait été prise, ainsi que les droits portant sur les textes, sont immobilisés (rubrique programmes et productions en-cours). Ils sont, dès que la décision de produire a été prise, incorporés au coût du programme.

4.2.1.1.2 Amortissement économique

L'amortissement économique des programmes diffusables calculé sur la part antenne et la part producteur intervient à la date de diffusion de l'émission.

Cet amortissement est enregistré dans les charges d'exploitation et s'applique de la façon suivante :

- les achats de droits de longs métrages pour deux diffusions sont amortis à 50 % lors de chaque diffusion ;
- les autres programmes acquis pour plusieurs diffusions sont amortis sur deux diffusions selon les taux suivants, quel que soit leur mode d'acquisition : 1ère diffusion : 80 %, 2ème diffusion : 20 % ;
- les programmes non retenus comme œuvres audiovisuelles par le CSA (y compris les programmes régionaux) sont exclus de ces modes d'amortissement et sont amortis à 100% dès la première diffusion ;
- les programmes acquis contractuellement pour une seule diffusion sont amortis à 100% lors de cette diffusion.

4.2.1.1.3 Amortissement dérogatoire

Les programmes figurant au bilan peuvent faire l'objet d'un amortissement dérogatoire inscrit au passif du bilan et impactant le résultat exceptionnel. Son montant maximum est calculé conformément aux règles définies par la Direction Générale des Impôts dans son instruction 4D-2-97 du 23 avril 1997 pour les coproductions et la note 1151-70 du 4 juillet 1970 pour les droits de diffusion.

L'amortissement dérogatoire peut être appliqué aux programmes non diffusés pour lesquels la mention « Prêt A Diffuser » (P.A.D) est délivrée au cours de l'exercice.

Les modalités de calcul de cet amortissement sont :

- pour les achats de droits et préachats, l'amortissement est linéaire sur la durée des droits, plafonnée à 3 ans à compter de la date de P.A.D ;
- pour les productions propres, coproductions et façonnages, l'amortissement est dégressif sur un an à compter de la date de P.A.D, selon le rythme suivant : 30% le premier mois, 25% le deuxième mois, 20% le troisième mois, 15% le quatrième mois, 2% les cinquième et sixième mois, 1% du septième au douzième mois, ou amortis en linéaire sur la durée des droits, plafonnée à 3 ans à compter de la date de P.A.D.

L'amortissement dérogatoire est repris au compte de résultat dès diffusion, dépréciation ou sortie de l'émission correspondante.

4.2.1.1.4 Provisions

Dans le cadre des arrêtés semestriels et annuels, les programmes et productions dont la chaîne détient toujours les droits de diffusion sont revus au cas par cas par la direction des programmes de la chaîne, puis par la direction de la chaîne en cas d'indice de perte de valeur.

Si cet indice de perte de valeur est confirmé, le programme acquis est totalement déprécié.

Cette revue est étendue aux engagements d'achats, ce qui peut conduire à constater une provision pour risque.

Les principaux indices de perte de valeur retenus sont les suivants :

- un changement de ligne éditoriale ;
- un litige juridique ;
- un litige technique ;
- un problème de classification du programme (violence, etc.) ;
- une audience trop faible lors de sa première diffusion ;
- une certaine obsolescence (si lié à un événement) ;
- un programme artistiquement non diffusable ;
- une incapacité de diffusion (date de fin des droits trop proche sans possibilité de négocier une prolongation).

Par ailleurs, un indice de perte de valeur peut entraîner ou être la conséquence d'un changement de case de diffusion du programme considéré. Aussi, il peut arriver que ce programme figure dans une case qui se voit habituellement affecter des programmes de moindre valeur. Un programme peut également s'avérer mieux adapté à la ligne éditoriale et à la programmation d'une chaîne autre que celle qui l'a acquise, en particulier dans le cas de seconde diffusion.

Dans le cas où l'écart entre la valeur d'acquisition et la valeur d'usage est très significatif, la chaîne peut être amenée à provisionner ce programme déclassé car celui-ci est dès lors

utilisé de manière non-conforme aux options retenues lors de son acquisition. Le taux de provisionnement retenu dans le cas de transferts de programmes a été fixé à 75% dans le cas d'un transfert au sein ou entre chaînes majeures, 90% dans les autres cas, par rapprochement avec les valeurs de marché des programmes acquis pour ces chaînes.

4.2.1.1.5 Sorties

Les parts antennes des programmes sont sorties de l'actif dès leur diffusion.

Les parts producteurs sont sortis au fur et à mesure de la diffusion de la part antenne correspondante, leur valeur patrimoniale étant non significative.

A l'échéance des droits antenne, les programmes ayant une valeur au bilan font l'objet d'un amortissement complémentaire afin de ramener leur valeur nette comptable à zéro. Ces amortissements complémentaires sont comptabilisés comme un élément du coût de diffusion des programmes de l'exercice.

4.2.1.2 Droits audiovisuels pluriannuels

Les droits de retransmission d'événements sportifs majeurs correspondent à des coûts très significatifs qui ne peuvent être couverts, compte tenu notamment de leur mécanisme d'attribution, par les ressources de l'exercice pendant lequel a lieu l'événement.

Pour tenir compte de cette situation particulière, il a été décidé de :

- Dès lors que l'acquisition des droits est certaine, porter au bilan, quatre ans avant l'évènement, nombre d'années correspondant à la périodicité des évènements considérés, la valeur d'acquisition de ces droits, en contrepartie d'une dette fournisseur sur laquelle viennent s'imputer jusqu'à extinction de cette dette les paiements successifs effectués ;
- afin d'assurer une continuité de la présentation au bilan de ces évènements sportifs, au même titre que la continuité de l'impact de ces droits est assuré au compte de résultat, il a été décidé de présenter ces droits au bilan au 31 décembre précédent la première des quatre années considérée. Ainsi, les nouveaux droits remplacent immédiatement les droits sportifs pluriannuels consommés au cours de l'exercice ;
- différer chaque année, sur une durée correspondant à la périodicité des évènements, le montant des produits permettant de couvrir le coût du droit de retransmission nets de cession de sous licence éventuelle à la date de son utilisation, par une incrémentation linéaire de produits constatés d'avance, le montant ainsi différé étant soldé sur l'exercice de survenance de l'évènement.

4.2.2 Autres immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles hors programmes sont évaluées à leur coût d'acquisition.

Les caractéristiques des plans d'amortissement peuvent être résumées dans le tableau suivant :

Immobilisations incorporelles	Mode	Durée	Taux	Dérogatoire
Logiciels informatiques	Linéaire	1 à 10 ans	10 à 100 %	Selon la réglementation en vigueur

4.2.3 Immobilisations corporelles

Depuis l'exercice ouvert à compter du 1^{er} janvier 2005, les règlements suivants sont appliqués:

- CRC 2004-06 du 23/11/04 relatif à la définition, l'évaluation et la comptabilisation des actifs appliquées de façon rétrospective ;
- CRC 2002-10 du 12/12/02 relatif à l'amortissement et à la dépréciation des actifs.

L'évaluation se fait au coût d'acquisition majoré des frais accessoires ou au coût de production.

Les durées d'amortissement de ces immobilisations correspondent aux durées d'utilisation prévue des droits ou des biens.

Un test de dépréciation pourrait être, le cas échéant, réalisé en cas d'indice de perte de valeur.

Pour les immeubles acquis avant la réglementation du CRC 2004.06, la décomposition s'est faite sur la base d'une étude ad hoc ou bien par l'application d'un pourcentage déterminé.

Les actifs concernés sont :

- les bâtiments et constructions ;
- les installations techniques, matériels et outillages ;
- les autres immobilisations corporelles ;
- les dépenses de gros entretien et de grandes révisions faisant l'objet de programmes pluriannuels (qui doivent être comptabilisées, dès l'origine, comme un composant distinct de l'immobilisation).

Les caractéristiques des plans d'amortissement peuvent être résumées dans le tableau suivant :

Immobilisations corporelles	Mode	Durée	Taux
Immeubles			
- Gros œuvre	Linéaire	40 ans	2,5 %
- Façade, étanchéité, couverture, menuiserie extérieure	Linéaire	15 à 25 ans	4 à 6,7 %
- Equipements et aménagements	Linéaire	8 à 25 ans	4 à 12,5 %
- Agencements	Linéaire	10 ans	10 %
Installations techniques	Linéaire	3 à 10 ans	10 à 33 %
Installations générales et agencements	Linéaire	3 à 10 ans	10 à 33 %
Matériel de transport	Linéaire	3 à 10 ans	10 à 33 %
Matériel de bureau et informatique	Linéaire	3 à 10 ans	10 à 33 %
Mobilier	Linéaire	3 à 10 ans	10 à 33 %

Un amortissement dérogatoire peut être pratiqué sur la base de la législation fiscale en vigueur.

4.2.4 Immobilisations financières

Lorsque la valeur d'inventaire des titres est inférieure à la valeur brute, une provision pour dépréciation est constituée du montant de la différence. La valeur d'inventaire est appréciée d'après la valeur d'usage, cette dernière étant déterminée en fonction d'une analyse multicritères pouvant tenir compte notamment de la valeur de rendement, de l'actif réestimé, de la valeur probable de négociation et pour les sociétés consolidées, de la quote-part détenue dans les capitaux propres.

Le cas échéant, lorsque la valeur d'inventaire est négative, une provision pour risques est constituée.

Les dividendes provenant des titres de participation sont enregistrés dans l'exercice au cours duquel la décision de distribution est intervenue.

4.2.5 Stocks

Les émissions coproduites ou les émissions dont la production exécutive a été confiée à une Unité de Production de la filière Production, qui sont en cours à la clôture de l'exercice, sont comptabilisées en en-cours de productions, valorisés en pourcentage d'avancement par rapport au montant du devis.

4.2.6 Créances d'exploitation

Les créances sont enregistrées pour leur valeur nominale.

Les créances douteuses ou litigieuses donnent lieu à enregistrement de provisions déterminées par référence au risque estimé de non recouvrement.

4.2.7 Opérations en devises

Les charges et les produits en devises sont enregistrés pour leur contre-valeur à la date d'opération.

Les dettes, créances, disponibilités en monnaies étrangères figurent au bilan pour leur contre-valeur au cours de fin d'exercice.

La différence résultant de la valorisation à ce dernier cours des dettes et créances en devises qui leur sont associées est enregistrée en résultat.

Les pertes latentes de change qui ne sont pas compensées font l'objet d'une provision pour risques, sauf lorsque les instruments financiers en cause, entrant dans le cadre d'une stratégie identifiée de couverture, sont tels qu'aucune perte ne pourra être globalement constatée lors de leurs échéances.

4.2.8 Valeurs Mobilières de Placement

Les valeurs mobilières de placement sont évaluées au plus bas de leur coût d'acquisition ou de leur valeur de réalisation (cours coté moyen du dernier mois ou valeur liquidative de fin d'exercice).

4.2.9 Subventions d'équipement

Les subventions d'équipement octroyées par l'Etat sont inscrites au passif du bilan dès leur notification. Elles sont affectées aux acquisitions d'immobilisations.

Elles font l'objet d'une reprise en résultat au prorata des amortissements pratiqués chaque année sur les investissements ainsi financés.

4.2.10 Provisions réglementées

France Télévisions S.A. a la faculté de constater un amortissement exceptionnel sur les programmes par le biais d'amortissements dérogatoires (cf. paragraphe 4.2.1.1.3).

Ceci constitue l'essentiel des provisions réglementées.

4.2.11 Indemnités de départs en retraite et provision pour médailles du travail

4.2.11.1 Indemnités de départs en retraite

A l'ouverture de l'exercice 2014, la société a décidé d'appliquer la méthode 1 de la recommandation de l'ANC 2013-02 du 07 novembre 2013 pour l'évaluation de ses engagements de retraite et avantages similaires.

Le choix de cette méthode ne modifie en rien les pratiques que retenait la société dans le cadre de l'application de la recommandation CNC 2003 – R01.

Les engagements de France Télévisions S.A. envers son personnel permanent en matière d'indemnités de fin de carrière sont considérés comme un régime de retraite à prestations définies.

Le coût des avantages accordés au personnel lié à ce régime est déterminé en utilisant la méthode actuarielle des unités de crédit projetées.

Les gains et pertes actuariels sont comptabilisés en produit ou en charge lorsque les gains et les pertes actuariels cumulés non reconnus pour le régime à la fin de l'exercice précédent excèdent 10% de l'obligation au titre des prestations définies. Ces gains ou pertes sont reconnus sur la durée de vie active moyenne résiduelle attendue des membres du personnel bénéficiant de ce régime (méthode dite du « corridor »).

Le montant comptabilisé au passif au titre de la provision pour indemnité de départ à la retraite est égal au total de la valeur actualisée de l'obligation au titre des prestations définies à la date de clôture, majorée des profits actuariels ou minorée des pertes actuarielles non comptabilisés du fait de l'application de la méthode dite du « corridor ».

Le calcul de cet engagement intègre des hypothèses de rotation observée par la société et d'une projection d'augmentation de salaire. Il repose également sur un âge de départ à 65 ans.

Le calcul intègre les charges sociales pesant sur les versements futurs.

Les éléments représentatifs de l'évolution des engagements sont indiqués au sein de la note 4.3.9.

Un changement de présentation au compte de résultat est dorénavant appliqué à compter du 31/12/2021 pour harmonisation avec les comptes consolidés, cf. 2. Compte de Résultat page 5

4.2.11.2 Provision pour médailles du travail

A l'ouverture de l'exercice 2014, la société a décidé d'appliquer la méthode 1 de la recommandation de l'ANC 2013-02 du 07 novembre 2013 pour l'évaluation de ses engagements de retraite et avantages similaires.

Le choix de cette méthode ne modifie en rien les pratiques que retenait la société dans le cadre de l'application de la recommandation CNC 2003 – R01.

La société constate une provision pour médaille du travail. Le taux d'actualisation utilisé est identique à celui de la provision pour indemnité de départ à la retraite.

Un changement de présentation au compte de résultat est dorénavant appliqué à compter du 31/12/2021 pour harmonisation avec les comptes consolidés, cf. 2. Compte de Résultat page 5

4.2.12 Créances et dettes en monnaies étrangères

Les ajustements de cours au 31 décembre sont inscrits en écarts de conversion. Les écarts de conversion actifs font l'objet d'une provision pour risque pour les pertes latentes non couvertes par une garantie ou une couverture de change ; les produits latents restent sans influence sur le résultat.

4.2.13 Redevance

Le chiffre d'affaires correspondant aux ressources publiques est reconnu au fur et à mesure des encaissements.

La quote part de redevance affectée aux droits audiovisuels pluriannuels figure sur une ligne séparée des produits.

4.2.14 Recettes publicitaires

Les recettes de publicité et de parrainage figurent en produits pour un montant net des commissions d'intervention de régie.

Un changement de présentation des commissions de régie au compte de résultat est dorénavant appliqué à compter du 31/12/2021, cf. 2. Compte de Résultat page 5

4.2.15 Compte personnel de formation (CPF)

Le compte personnel de formation (CPF) existe depuis le 1^{er} janvier 2015 et se substitue au droit individuel à la formation (DIF).

Selon l'avis du comité d'urgence du CNC, il n'y a pas lieu de comptabiliser de passif sous forme de charges à payer dès lors que l'action de formation trouve sa contrepartie dans l'activité future du salarié.

4.2.16 Fondation

Par décision de son conseil d'administration en date du 14 décembre 2006, le groupe France Télévisions est fondateur de la fondation France Télévisions dont le champ d'action s'étend à trois domaines : la culture, la citoyenneté et la réflexion sur la télévision.

Par décision de son conseil d'administration en date du 13 octobre 2011, le groupe France Télévisions s'est engagé à continuer de financer la fondation France Télévisions pour les exercices 2012 à 2016.

Le groupe s'est engagé à verser irrévocablement une contribution de 3,6M€ répartie sur les exercices 2012 à 2016.

Cet engagement a été comptabilisé dès l'exercice 2011 en charges.

Par décision de son Conseil d'administration du 16 décembre 2016, le groupe France Télévisions s'est engagé à continuer de financer la fondation France télévisions pour les exercices 2017 à 2019. Le groupe s'est engagé à verser irrévocablement une contribution de 0,6 M€ également répartie sur ces trois exercices. A compter de l'exercice 2020, le groupe France Télévisions a poursuivi le financement de la Fondation.

4.3 Notes sur le bilan

4.3.1 Actif immobilisé

ACTIF IMMOBILISE MILLIERS D'€	Valeurs brutes au 31/12/2020	Acquisitions	Diminutions	Fusion	Flux de Reclassement	Valeurs brutes au 31/12/2021
Logiciels	250 570	26 948	9 663	-	19 428	287 283
Frais d'établissement, de recherche et de développement	-	-	-	-	-	-
Marques, modèles et brevets	381	-	-	-	-	381
Autres immobilisations incorporelles	0	-	-	-	-	0
Immobilisations incorporelles en cours	0	-	-	-	-	0
TOTAL IMMOBILISATIONS INCORPORELLES HORS PROGRAMME	250 951	26 948	9 663	-	19 428	287 664
DROITS SPORTIFS PLURIANNUELS	200 000	-	65 000	-	-	135 000
PROGRAMMES PRETS A DIFFUSER	421 898	-	1 012 081	-	1 007 448	417 265
Productions propres	2 661	-	30 704	-	29 462	1 419
Productions déléguées - Parts antennes	68 273	-	255 934	-	268 940	81 279
Productions déléguées - Parts coproduction	47 757	-	133 291	-	150 551	65 017
Droits de diffusion	303 207	-	592 152	-	558 495	269 550
PROGRAMMES EN COURS	255 293	992 423	-	-	-1 007 448	240 268
Productions propres	3 415	29 127	-	-	-29 477	3 065
Productions déléguées - Parts antennes	43 660	261 913	-	-	-269 290	36 283
Productions déléguées - Parts coproduction	69 004	143 639	-	-	-150 640	62 003
Droits de diffusion	139 214	557 744	-	-	-558 041	139 917
TOTAL DROITS AUDIOVISUELS	877 191	992 423	1 077 081	-	-	792 533
TOTAL IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	1 128 142	1 019 371	1 086 744	-	19 428	1 080 197
Terrains	16 561	-	9	-	-	16 552
Constructions, agencements et aménagements	342 190	4 724	4 667	-	3 108	345 355
Installations techniques, matériels et outillages	431 476	7 662	13 618	-	7 917	433 437
Autres immobilisations corporelles	186 678	6 586	5 961	-	8 441	195 744
Immobilisations corporelles en cours	60 797	35 383	-	-	-38 894	57 286
TOTAL IMMOBILISATIONS CORPORELLES	1 037 702	54 355	24 255	-	-19 428	1 048 374
Titres consolidés	20 459	-	-	-	-	20 459
Autres titres de participation	48	-	7	-	-	41
Créances rattachées à des participations	4 003	-	154	-	-3 397	452
Avances capitalisables	-	-	-	-	-	-
Autres immobilisations financières	24 580	204	4 872	-	3 397	23 309
TOTAL IMMOBILISATIONS FINANCIERES	49 091	204	5 033	-	-	44 261
TOTAL ACTIF IMMOBILISE	2 214 934	1 073 930	1 116 032	-	-	2 172 832

Par convention, les immobilisations en-cours hors programmes sont comptabilisées en immobilisations corporelles et reclassées en immobilisations incorporelles au moment de leur activation si pertinent.

4.3.2 Amortissements

AMORTISSEMENTS MILLIERS D'€	Amortissements au 31/12/2020	Dotations	Diminutions	Fusion	Flux de reclassement	Amortissements au 31/12/2021
Logiciels	200 751	36 345	9 663	-	-	227 433
Frais d'établissement, de recherche et de développement	-	-	-	-	-	-
Marques, modèles et brevets	-	-	-	-	-	-
Autres immobilisations incorporelles	150	-	-	-	-	150
TOTAL IMMOBILISATIONS INCORPORELLES HORS PROGRAMME	200 901	36 345	9 663	-	-	227 683
DROITS SPORTIFS PLURIANNUELS	-	65 000	65 000	-	-	-
PROGRAMMES PRETS A DIFFUSER	-	1 012 081	1 012 081	-	-	-
Productions propres	-	30 704	30 704	-	-	-
Productions déléguées - Parts antennes	-	255 934	255 934	-	-	-
Productions déléguées - Parts coproduction	-	133 291	133 291	-	-	-
Droits de diffusion	-	592 152	592 152	-	-	-
TOTAL DROITS AUDIOVISUELS	-	1 077 081	1 077 081	-	-	-
TOTAL IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	200 901	1 113 426	1 086 744	-	-	227 683
Terrains	66	-	-	-	-	66
Constructions, agencements et aménagements	216 152	14 961	4 653	-	-	226 460
Installations techniques, matériels et outillages	384 162	21 342	13 618	-	-	391 886
Autres immobilisations corporelles	158 459	13 605	5 961	-	-	166 103
TOTAL IMMOBILISATIONS CORPORELLES	758 839	49 908	24 232	-	-	784 615
TOTAL ACTIF IMMOBILISE	959 740	1 163 334	1 110 976	-	-	1 012 098

4.3.3 Provisions

PROVISIONS MILLIERS D'€	Provisions au 31/12/2020	Dotations	Reprises (1)	Flux de reclassement	Provisions au 31/12/2021
Amortissements dérogatoires des programmes	127 478	116 051	84 661	-	158 868
Amortissements dérogatoires des immobilisations corporelles et	6 338	679	971	-	6 046
TOTAL PROVISIONS REGLEMENTEES	133 816	116 730	85 632	-	164 914
Provisions pour risques	127 406	66 254	51 551	-2 640	129 469
Provisions pour pertes de change	-	-	-	-	-
Indemnités départs en retraite	162 894	3 882	2 026	2 640	167 390
Médaille du travail	4 681	-	347	-	4 334
TOTAL PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	294 981	60 136	53 924	-	301 193
Sur immobilisations incorporelles	60 819	17 728	35 987	-	42 560
Programmes	55 924	17 728	35 154	-	38 498
Autres immobilisations incorporelles	4 895	-	833	-	4 062
Sur immobilisations corporelles	3 520	770	880	-	3 410
Sur immobilisations financières	2 655	-	129	34	2 492
Titres consolidés	1 000	-	-	-	1 000
Autres titres de participation	41	-	-	-	41
Créances rattachées à des participations	452	-	-	-	452
Autres immobilisations financières	1 162	-	129	34	999
Sur stocks et en-cours	-	-	-	-	-
Sur comptes clients	5 176	658	2 837	-	2 997
Sur comptes courants	1 459	-	-	-	1 459
Sur autres comptes débiteurs	6 278	342	1 595	-34	6 059
TOTAL PROVISIONS POUR DEPRECIATION	79 907	19 498	41 428	-	57 977
TOTAL PROVISIONS	508 704	196 364	180 984	-	524 083

(1) : Les reprises de provisions pour risques et charges non utilisées s'élevaient à 22 Millions d'€ et correspondent principalement à des litiges soldés en faveur de la société ainsi qu'à la reprise de la provision pour reconstitution des effectifs

La provision pour le plan de reconstitution des effectifs s'élève à 25 066 Milliers d'euros au 31/12/2021. Cette provision a été utilisée partiellement sur l'exercice 2021 pour un montant de 18 325 Milliers d'euros et cette utilisation correspond aux coûts des départs constatés au cours de l'exercice 2021 et explicités en paragraphe 4.4.3 ci-dessous.

Cette provision a fait l'objet d'une réestimation en fonction du nombre de départs prévus sur la dernière année du plan et en fonction du coût moyen des départs.

Suite à cela, une reprise de cette provision a été comptabilisée pour un montant de 7 987 Milliers d'euros.

Les coûts sur la période liés à la provision pour indemnité de départ à la retraite et à la médaille du travail ont été comptabilisés en charges de personnel à l'exception du coût financier relatif à la variation de ces deux provisions qui a été comptabilisé au sein du résultat financier. Ces coûts étaient, sur les exercices précédents, comptabilisés en dotations ou reprises aux provisions d'exploitation.

4.3.4 Etat des Créances et des Dettes d'exploitation

ETAT DES CREANCES D'EXPLOITATION MILLIERS D'€	Montants bruts au 31/12/2021	A un an au +	A + d'un an	
Créances clients et comptes rattachés	125 059	124 549	510	
Créances sociales	8 628	8 628	-	
Etat et autres collectivités publiques	97 781	97 781	-	
Autres créances	7 658	7 658	-	
TOTAL CREANCES D'EXPLOITATION	239 126	238 616	510	
ETAT DES DETTES				
MILLIERS D'€	Montants bruts au 31/12/2021	A un an au +	A + d'un an et cinq ans au +	A + de cinq ans
DETTE FINANCIERES				
Emprunts et dettes auprès des établissements financiers	59 183	631	52 617	5 935
Autres emprunts et dettes	-	-	-	-
Comptes courants financiers	79 279	79 279	-	-
Banques et comptes courants	29 871	29 871	-	-
TOTAL DETTES FINANCIERES	168 333	109 781	52 617	5 935
DETTE D'EXPLOITATION				
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	667 863	613 931	53 932	-
Dettes sociales	268 682	268 682	-	-
Dettes fiscales	57 597	57 597	-	-
Comptes courants	85	85	-	-
Autres dettes d'exploitation	18 191	18 191	-	-
TOTAL DETTES D'EXPLOITATION	1 012 418	958 486	53 932	-
TOTAL DETTES	1 180 751	1 068 267	106 549	5 935

4.3.5 Trésorerie

Les postes de trésorerie à fin 2021 s'établissent comme suit :

TRESORERIE MILLIERS D'€	Valeur brute	31/12/2021 Provisions	Valeur nette	31/12/2020 Valeur nette
Comptes courants financiers actifs	52 161			23 093
Valeurs mobilières de placement	186 121			88 786
Disponibilités	12 077			69 509
Concours bancaires courants	-29 871			-208
Comptes courants financiers passifs	-79 279			-76 651
TRESORERIE NETTE	141 209	-	-	104 529

Dans le cadre de la gestion de trésorerie centralisée, la société France Télévisions prête ou emprunte en compte courant à ses filiales en fonction des positions de trésorerie de chacune. Au 31 décembre 2021, la société dispose de 52 161 M€ de compte courant à l'actif (23,1 M€ au 31 décembre 2020) et de 79 279 M€ de compte courant passif (76,7 M€ au 31 décembre 2020).

4.3.6 Instruments financiers

France Télévisions initie des opérations pour couvrir le risque de change lié à ses activités et le risque de taux résulte de son activité ou de celles de ses filiales immobilières.

4.3.6.1 Instruments de couverture de change :

France Télévisions est exposée au risque de change essentiellement pour ses achats de droits sportifs et de programmes. Ces achats sont réalisés par contrats dont les échéances de paiement peuvent s'étaler sur plusieurs années. Les principales devises concernées sont le dollar américain (USD), le franc suisse (CHF), la livre sterling (GBP), le rouble (RUB), le yuan (CNY) et le shekel (ILS).

La politique de gestion du risque de change de France Télévisions vise à garantir le cours des devises qui lui seront livrées pour l'ensemble de ses échéances.

En conséquence, France Télévisions utilise des instruments financiers (fermes et optionnels) conclus avec des contreparties de premier rang.

Au 31 décembre 2021, les instruments de couverture s'établissent comme suit :

ENGAGEMENTS ET COUVERTURES DE CHANGE AU 31/12/2021

DEVISES	ENGAGEMENTS (EN M DEVISES)			COUVERTURES (EN M DEVISES)					
				FERMES			OPTIONNELLES		
	- 1 AN	- 1 AN	TOTAL	- 1 AN	- 1 AN	TOTAL	- 1 AN	- 1 AN	TOTAL
USD	2,2 USD		2,2 USD	1,0 USD		1,0 USD	0,3 USD		0,3 USD
CHF	0,3 CHF		0,3 CHF	0,1 CHF		0,1 CHF	0,0 CHF		0,0 CHF
GBP	0,6 GBP		0,6 GBP	0,0 GBP		0,0 GBP	0,0 GBP		0,0 GBP
RUB	42,4 RUB		42,4 RUB	17,5 RUB		17,5 RUB	0,0 RUB		0,0 RUB
CNY	11,37 CNY		11,37 CNY	1,50 CNY		1,50 CNY	0,00 CNY		0,00 CNY
ILS	0,4 ILS		0,4 ILS	0,4 ILS		0,4 ILS			ILS
En M€*	5,2 €		5,2 €						

* valorisés au cours de clôture du 31/12/2021

Les couvertures sont converties en € au taux de chaque couverture.

Au 31 décembre 2021, les positions ouvertes (dettes non couvertes) valorisées au cours de clôture, ainsi que les positions couvertes valorisées au cours de couverture, ne dégagent aucun résultat de change latent significatif.

4.3.6.2 Instruments et couverture de taux d'intérêt

L'endettement net du groupe France Télévisions provient de différents financements immobiliers et d'une avance à long terme consentie par l'Agence France Trésor destinée à financer son plan de transformation.

La construction de l'immeuble Valin achevée en février 2010 a également été financée par un crédit-bail d'une durée de 23 ans** porté par la SCI Valin dont le capital restant dû au 31 décembre 2021 est de 21,8 M€.

La majorité du risque de taux réside dans ce crédit-bail immobilier conclu à taux variable.

France Télévisions a par ailleurs financé l'acquisition des studios de Vendargues réalisée en mars 2020 par un prêt immobilier à taux fixe d'une durée de 15 ans dont le capital restant dû au 31/12/2021 est de 9,2 M€.

Enfin France Télévisions s'est vue octroyer également en 2020 par l'état français via l'Agence France Trésor une avance à long terme de 70 M€ portant intérêt à taux fixe et remboursable au plus tard le 31 décembre 2024, dont le capital restant dû au 31/12/2021 est de 50 M€.

France Télévisions gère son risque de taux sur un horizon pluriannuel glissant. Les instruments de couverture de taux mis en place se répartissent entre des opérations fermes (swaps de taux) et optionnelles (achat de caps, vente de floors) et sont conclues avec des contreparties de premier rang.

Au 31 décembre 2021, la position de taux d'intérêt ressort, en moyenne annuelle, comme détaillée ci-dessous.

POSITION DE TAUX D'INTERET FRANCE TELEVISIONS AU 31/12/2021 (EN MOYENNE ANNUELLE)				
MILLIONS D'€	2022	2023	2024	2025
Dettes à taux fixe	58,8	58,2	57,4	6,9
Dettes à taux variable	21,0	19,5	17,9	16,2
Couvertures fermes soit en %	-	-	-	-
Couvertures optionnelles soit en %	5,7 27%	7,5 39%	3,7 21%	0,6 4%
Couverture totale soit en %	5,7 27%	7,5 39%	3,7 21%	0,6 4%
Position ouverte soit en %	15,3 73%	12,0 61%	14,2 79%	15,6 96%

* l'échéance finale de la dette est le 1^{er} avril 2033

4.3.7 Charges Constatées d'Avance

CHARGES CONSTATEES D'AVANCE MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2021	Montants au 31/12/2020
Charges d'exploitation	94 383	78 280
Charges financières		
Charges exceptionnelles		
TOTAL CHARGES CONSTATEES D'AVANCE	94 383	78 280

Les charges constatées d'avance sont uniquement liées à des éléments d'exploitation.

4.3.8 Capitaux Propres

Le capital social de France Télévisions S.A. s'établit à 378 340 Milliers d'euros et est divisé en 18 917 000 actions d'un nominal de 20 euros.

CAPITAUX PROPRES MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2020	Affectation du résultat 2020 (1)	Augmentations (2)	Diminutions	Reclassements	Montants au 31/12/2021
Capital social	363 140	-	15 200	-	-	378 340
Primes	-	-	-	-	-	-
Réserve légale	-	-	-	-	-	-
Autres réserves	-	-	-	-	-	-
Report à nouveau	-310 292	11 155	-	-	-	-299 138
Résultat de l'exercice (1)	11 155	-11 155	-80 256	-	-	-80 256
Subventions d'investissement	6 461	-	-357	-	-	6 104
Provisions réglementées	133 816	-	116 730	85 632	-	164 914
TOTAL CAPITAUX PROPRES	204 280	-	51 317	85 632	-	169 964

(1) : Affectation du résultat selon l'Assemblée générale ordinaire du 12 avril 2021

(2) : L'assemblée générale extraordinaire du 12 avril 2021 a décidé de procéder à une augmentation de capital social en numéraire d'un montant de 15,2 M€. Le versement en numéraire a eu lieu le 1^{er} juillet 2021

4.3.9 Indemnités de départ en retraite

Les provisions pour retraite couvrent les engagements de France Télévisions S.A. vis-à-vis de ses employés au titre des Indemnités de Fin de Carrière.

Les tableaux suivants résument les éléments constitutifs de la charge liée à cette provision comptabilisée au compte de résultat et au bilan.

Suite au nouveau règlement ANC 2020-01, le coût financier a été reclassé en charges financières pour un montant de 811 Milliers d'euros , le coût des services rendus, les écarts actuariels et les coûts des services passés ainsi que les prestations de la période en charges de personnel pour un montant net de 1044 Milliers d'euros.

Tableau 1 : CHARGES

MILLIERS D'€	31/12/2021	31/12/2020
(1) Coût des services rendus au cours de la période	11 245	11 026
(2) Coût financier	811	1 596
(3) Coût des services passés	1 200	1 153
(4) Amortissement des gains ou pertes actuariels	2 603	2 992
Sous total	15 859	16 767
(5) Réduction de régime		
Charge nette comptabilisée	15 859	16 767

Tableau 2 : PASSIF (ENREGISTRE AU BILAN)

MILLIERS D'€	31/12/2021	31/12/2020
Valeur actualisée de l'obligation (engagement) à la clôture	229 887	232 791
Fonds de couverture	-20 679	-8 456
Perte actuarielle nette non comptabilisée et coûts des services passés	-44 460	-76 854
Reclassements	2 641	15 412
Passif enregistré au bilan (provision) à la clôture	167 389	162 893

Tableau 3 : PASSAGE DE LA PROVISION OUVERTURE / CLÔTURE

MILLIERS D'€	31/12/2021	31/12/2020
Passif net au bilan (provision) à l'ouverture	162 893	132 290
(1) Coût des services rendus au cours de la période	11 245	11 026
(2) Coût financier	811	1 596
Prestations de l'exercice	-2 026	-1 617
Prestations servies	10 030	11 005
Contribution au fonds de couverture	-11 978	-
(3) Coût des services passés	1 200	1 153
(4) Amortissement des gains ou pertes actuariels	2 603	3 033
Reprise de provision		
Reclassements	2 641	15 412
Passif net au bilan (provision) à la clôture	167 389	162 893

Tableau 4 : HYPOTHESES ACTUARIELLES

	31/12/2021	31/12/2020
Taux d'actualisation	1,00%	0,35%
Taux d'inflation anticipé	1,75%	1,75%
Augmentation des salaires au-delà de l'inflation anticipée	0,75%	0,75%
Age de départ à la retraite		
Personnel Technique et Administratif de la métropole	63 ans	63 ans
Journalistes de la métropole	65 ans	65 ans
Personnel des stations ultra marines	67 ans	67 ans

4.3.10 Charges à Payer

CHARGES A PAYER MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2021	Montants au 31/12/2020
.....		
EMPRUNTS ET DETTES FINANCIERS DIVERSES	958	208
DETTES FOURNISSEURS ET COMPTES RATTACHES	372 530	456 626
DETTES FISCALES ET SOCIALES	259 641	260 547
Personnel	153 692	153 834
Organismes sociaux	63 258	61 465
Dettes fiscales	42 691	45 248
Autres		
DETTES SUR IMMOBILISATIONS (hors programmes audiovisuels) ET COMPTES RATTACHES	22 697	28 028
AUTRES DETTES	1 690	693
TOTAL CHARGES A PAYER	657 516	746 102

4.3.11 Produits à Recevoir

PRODUITS A RECEVOIR MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2021	Montants au 31/12/2020
.....		
IMMOBILISATIONS FINANCIERES	-	-
Créances rattachées à des participations		
Autres immobilisations financières		
CREANCES CLIENTS ET COMPTES RATTACHES	58 444	66 099
AUTRES CREANCES ET COMPTES RATTACHES	35 253	38 887
INTERETS COURUS A RECEVOIR	103	108
TOTAL PRODUITS A RECEVOIR	93 800	105 094

4.3.12 Produits Constatés d'Avance

PRODUITS CONSTATES D'AVANCE MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2021	Montants au 31/12/2020
Produits d'exploitation	45 146	75 603
Produits financiers		-
Produits exceptionnels		-
TOTAL PRODUITS CONSTATES D'AVANCE	45 146	75 603

Les produits constatés d'avance sur droits sportifs pluriannuels s'élèvent à 43,9 Millions d'euros au 31/12/2021 contre 75,1 Millions au 31/12/2020. (cf. note 4.2.1.2).

4.4 Notes sur le compte de résultat

4.4.1 Variation du Chiffre d'Affaires Net

CHIFFRE D'AFFAIRES NET MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2021	Montants au 31/12/2020
Contribution à l'audiovisuel public	2 371 676	2 431 290
Ressource publique complémentaire	22 500	-
Publicité	237 218	249 797
Parrainage	87 449	86 861
Prestation exécutive	58 531	58 244
Autre Ventes et Prestations	59 305	67 598
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT	2 836 679	2 893 790
Chiffre d'affaires constaté d'avance	17 250	-17 813
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES NET	2 853 929	2 875 977

Le CA publicitaire est comptabilisé en net, la comptabilisation des commissions de régie est désormais enregistrée en diminution du chiffre d'affaires.

4.4.2 Résultat financier

RESULTAT FINANCIER MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2021	Montants au 31/12/2020
Dividendes	15 353	9 670
Produits nets de cession de la gestion de trésorerie	-24	1 226
Intérêts sur dettes financières, découvert bancaire et autres passifs	-1 068	-924
Variation des provisions	-28 009	-14 131
Résultat de change	4	59
Autres produits et charges financières		
RESULTAT FINANCIER	-13 744	-4 100

Le résultat financier s'élève à - 13 744 Milliers d'euros et se décompose en 16 390 Milliers d'euros de produits et 30 134 Milliers d'euros de charges.

Les produits financiers comprennent principalement des dividendes pour 15 353 Milliers d'euros, des produits nets sur cessions de VMP pour 438 Milliers d'euros et des intérêts sur créances de 345 Milliers d'euros.

Les charges financières comprennent principalement une variation relative à la provision pour risque et charge financière de 27 311 Milliers d'euros en raison de la situation nette négative de l'entité France Télévisions SVOD, des intérêts d'emprunts et sur découverts bancaires pour 489 Milliers d'euros et des pertes nettes sur cessions de titres de placement pour 813 Milliers d'euros.

Les gains de change nets de l'exercice 2021 (121 Milliers d'euros) ont été comptabilisés en résultat opérationnel suite à l'application du règlement 2015-05 de l'ANC du 02 juillet 2015 relatif aux instruments financiers à terme et aux opérations de couverture.

Sur l'exercice 2021, la partie relative au coût financier de la variation de la provision pour indemnité de départ et de la provision pour médaille du travail a été comptabilisée en dotations aux provisions financières pour un montant de 827 k€.

PRODUITS DES PARTICIPATIONS	Montants au	Montants au
MILLIERS D'€	31/12/2021	31/12/2020
France Télévisions Publicité	6 497	7 997
France.tvstudio	5 700	-
Médiamétrie	106	-
SCI Valin	1 300	1 400
ROM1	250	270
France Télévisions Distribution	1 500	-
3 F immobilière		3
FILIALES	15 353	9 670

4.4.3 Résultat exceptionnel

RESULTAT EXCEPTIONNEL	Montants au	Montants au
MILLIERS D'€	31/12/2021	31/12/2020
Plus et moins valeurs de cession	13 934	1 862
Variation des amortissements dérogatoires	-31 098	19 081
Variation des provisions et amortissements exceptionnels	14 542	46 591
Autres produits et charges exceptionnelles	-18 273	-24 361
RESULTAT EXCEPTIONNEL	-20 896	43 173

Le résultat exceptionnel au 31/12/2021 s'élève à - 20 896 Milliers d'euros et se décompose en 146 965 Milliers d'euros de charges et 126 069 Milliers d'euros de produits.

Les charges exceptionnelles comprennent principalement des dotations aux amortissements dérogatoires pour 116 730 Milliers d'euros, le coût lié au plan de recomposition des effectifs pour 18 325 Milliers d'euros, des dotations aux provisions pour risques et charges pour 11 771 Milliers d'euros et des valeurs nettes comptables d'immobilisations cédées pour 184 Milliers d'euros.

Les produits exceptionnels comprennent principalement des reprises sur amortissements dérogatoires pour 85 632 Milliers d'euros, l'utilisation de la provision liée au plan de recomposition des effectifs pour 18 325 Milliers d'euros, des reprises sur provisions pour

risques pour 26 313 Milliers d'euros et des produits de cessions sur des immobilisations cédées pour 118 Milliers d'euros ainsi que la rétrocession d'une partie de droits de diffusion des Jeux Olympiques de Tokyo à Canal + pour un montant de 14 M€.

Le 12 décembre 2018, la Direction de France Télévisions a annoncé en Comité Social et Economique Central l'ouverture d'une négociation sur l'emploi dans le cadre d'un projet de RCC, et le 18 février 2019, la Direction a présenté les orientations stratégiques dans le cadre d'une procédure d'information et de consultation. Les discussions ont abouti le 9 mai 2019 à la signature d'un « accord cadre sur le déploiement du projet d'entreprise de France Télévisions », intégrant un plan de départ et poursuivant un triple objectif :

- Mettre en œuvre une gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) de progrès en référence aux articles L.1237-17 et suivants du Code du Travail,
- Accompagner les collaborateurs qui souhaiteraient quitter de manière volontaire les effectifs de France Télévisions en référence aux articles L.1237-19 et suivants du Code du Travail,
- Déterminer des structures de suivi de l'ensemble des projets de développements décrits dans l'accord.

Cet accord avait fait l'objet d'une validation par la direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (la DIRECCTE) en 2019.

Le plan de départ, ouvert aux collaborateurs en CDI de France Télévisions désireux de quitter l'entreprise, comporte deux volets financiers :

- Pour les salariés remplissant les conditions permettant de bénéficier d'une pension de retraite : versement d'indemnités de départ volontaire variables en fonction de l'ancienneté et d'indemnités additionnelles ainsi qu'un dispositif d'accompagnement permettant d'absorber le malus AGIRC/ARRCO et d'éventuels rachats de trimestres,
- Pour les salariés ayant un projet personnel externe à France Télévisions : versement d'indemnités de départ volontaire variables en fonction de l'ancienneté, congés de reclassement ainsi qu'un dispositif d'accompagnement permettant de couvrir des coûts de formation, indemnités différentielles de salaire, etc...

Sur l'exercice 2021, cette provision a été utilisée à hauteur de 18 325 Milliers d'euros.

Cette provision a fait l'objet d'une réestimation en fonction du nombre de départs prévus sur la dernière année du plan et en fonction du coût moyen des départs.

Suite à cela, une reprise de cette provision a été comptabilisée pour un montant de 7 987 Milliers d'euros.

Le solde de cette provision au 31 décembre 2021 s'élève à 25 066 Milliers d'euros, et a été fondé sur la meilleure estimation à date des coûts correspondants. La charge réelle

ultérieure pourra différer de ces estimations en fonction du déroulement du plan. La durée de ce plan s'étend jusqu'au 31 décembre 2022.

4.4.4 Situation Fiscale

Le nombre de sociétés intégrées fiscalement est de 15 sociétés dont France Télévisions S.A.

Le principe de l'intégration fiscale consiste à faire reprendre par la société tête du groupe fiscal France Télévisions SA, les produits et les charges d'impôt transférés par les filiales intégrées. L'intégration fiscale est neutre pour les filiales concernées.

Les déficits des filiales, mis en regard de profits d'autres filiales dans le processus d'intégration fiscale, font l'objet d'une provision couvrant le risque de la holding de devoir ultérieurement payer de l'impôt à la hauteur des déficits utilisés.

La ventilation de l'impôt est la suivante :

RESULTAT AVANT IMPÔT MILLIERS D'€	Résultat	Réintégrations et déductions	Résultat fiscal de France Télévisions S.A. avant imputation des déficits	Imputation ou génération des déficits et retraitements liés à l'intégration fiscale	Résultat fiscal du groupe fiscal	Impôt dû par le groupe fiscal avant écritures liées à l'IF	Régularisation de l'impôt due à l'intégration fiscale	Impôt sur les sociétés
Résultat courant	-74 657	710	-73 947	28 645	-45 302		15 945	15 945
Résultat exceptionnel	-20 896	-26 903	-47 799	1 904	-45 895			-
Crédits d'impôt et IFA		-131	-131		-131	9 218	-9 868	-650
RESULTAT AVANT IMPÔT	-95 553	-26 324	-121 877	30 549	-91 328	9 218	6 077	15 295

4.5 Notes complémentaires

4.5.1 Engagements hors bilan

ENGAGEMENTS HORS BILAN MILLIERS D'€	Engagements < à 1 an		Engagements > à 1 an		Total engagements au 31 décembre 2021	Total engagements au 31 décembre 2020
	Groupe	Hors Groupe	Groupe	Hors Groupe		
I - Engagements donnés / reçus						
Engagements sur programmes		517 117		63 838	580 955	535 550
Droits sportifs		47 101		133 589	180 690	272 329
Engagements de télédiffusion	45 143	35 641		29 308	110 092	95 505
Crédits baux					-	-
Baux immobiliers	28 216	16 103	197 149	61 901	303 369	321 386
Locations longue durée		23 571		34 137	57 708	24 167
Engagements des immobilisations corporelles					-	-
TOTAL ENGAGEMENTS DONNES / RECUS	73 359	639 533	197 149	322 773	1 232 814	1 248 938

ENGAGEMENTS HORS BILAN MILLIERS D'€	Engagements < à 1 an		Engagements > à 1 an		Total engagements au 31 décembre 2021	Total engagements au 31 décembre 2020
	Groupe	Hors Groupe	Groupe	Hors Groupe		
I - Engagements donnés						
Engagements de retraite non provisionnés (cf. note 3.9)				41 887	41 887	76 895
Cautions, avals et garanties					-	-
Autres engagements donnés		80 662		4 630	85 292	84 799
TOTAL ENGAGEMENTS DONNES	-	80 662	-	46 517	127 179	161 694
II - Engagements reçus						
Règlements attendus sur chiffre d'affaires					-	-
Cautions, avals et garanties				10 932	10 932	-
Autres engagements reçus		1 500		5 500	7 000	9 700
TOTAL ENGAGEMENTS RECUS	-	1 500	-	16 432	17 932	9 700

Dans le cadre de son activité courante, la société a souscrit des engagements contractuels non enregistrés au bilan. Une grande partie de ces engagements hors bilan sont réciproques et se décomposent en un engagement donné par la société à son co-contractant et un engagement reçu de ce dernier :

- Droits de diffusion de films et programmes

Des engagements contractuels pluriannuels ou pour les années futures sont pris par la société ; ces engagements peuvent prendre la forme de lettre d'engagement ou de memo-deals au travers desquels les co-contractants s'engagent à fournir les droits correspondants ; ils seront comptabilisés au bilan et sortis des engagements hors bilan lorsque le film ou le programme devient disponible pour la diffusion. La valorisation est faite sur la base du coût d'acquisition des droits figurant dans ces documents, mis à jour au fur et à mesure de la vie du contrat, ou dans le cadre de certains contrats cadres (output deals) ne permettant pas de situer l'engagement précis, sur la base du montant d'achat minimum stipulé.

- Droits de retransmission d'évènements sportifs

Ces droits sont enregistrés en hors-bilan dès leur attribution à la société. Ils sont comptabilisés au bilan à l'ouverture du droit à diffusion ; cependant certains droits sportifs pluriannuels dont le financement est assuré par la redevance de l'exercice en cours sont inscrits au bilan (voir paragraphe 4.2.1.2)

- Télédiffusion

Les engagements relatifs à la fourniture de services de télédiffusion (diffusion analogique, diffusion TNT, coût de transport et diffusion satellitaire) figurent pour la somme des paiements futurs aux sociétés de diffusion du signal sur la base des contrats signés et de leurs amendements éventuels.

- Baux et locations de longue durée

Ces engagements sont enregistrés pour la somme des paiements futurs sur ces contrats.

- Autres éléments

Les autres engagements réciproques de la société sont essentiellement relatifs à d'autres marchés pluriannuels d'achat.

Par ailleurs, la société peut avoir des autres engagements donnés correspondant notamment à des engagements de retraite non provisionnés du fait de l'application de la méthode dite du « corridor », à des cautions, avals ou garanties.

4.5.3 Montant des rémunérations allouées aux mandataires sociaux

Cette information n'est pas communiquée car il s'agit d'une information individuelle.

4.5.4 Honoraires des Commissaires aux Comptes (décret n° 2008-1487)

France Télévisions S.A. a comptabilisé :

- 573 Milliers d'euros d'honoraires facturés au titre du contrôle légal des comptes sur l'exercice 2021 répartis de la façon suivante :

Ernst & Young : 280 Milliers d'euros

KPMG : 293 Milliers d'euros

- 112 Milliers d'euros d'honoraires facturés au titre des conseils et prestations de services entrant dans le cadre des services autres que la certification des comptes sur l'exercice 2021 répartis de la façon suivante :

Ernst & Young Audit: 31 Milliers d'euros

Ernst & Young Associés: 42 Milliers d'euros

KPMG : 40 Milliers d'euros

4.5.5 Evénements postérieurs à la clôture de l'exercice

En mai 2021, les groupes TF1 et M6 ont annoncé leur entrée en négociations exclusives en vue de fusionner à l'horizon fin 2022. Cette opération est soumise à l'avis de l'ARCOM et à l'autorisation de l'Autorité de la concurrence, qui devrait rendre sa décision à l'automne 2022.

La perspective d'une fusion entre les deux associés de France Télévisions au sein de Salto modifierait très substantiellement l'équilibre de gouvernance paritaire qui avait présidé au lancement de Salto.

Compte tenu des incertitudes que ce contexte fait peser sur la gouvernance future de Salto, des discussions ont été engagées entre France Télévisions, TF1 et M6 en vue de définir les nouveaux contours de l'actionariat de Salto en cas de réalisation de la fusion ainsi que les modalités de contribution de France Télévisions au financement du projet dans cette perspective. Ces discussions sont toujours en cours au moment de l'arrêté de comptes 2021.

Par ailleurs et dans le contexte de la réforme de la contribution à l'audiovisuel public, des travaux sont en cours entre l'entreprise et l'Etat pour définir les objectifs et les moyens de France Télévisions au-delà du 31 décembre 2022, et assurer ainsi les conditions de sa continuité d'exploitation. Les nouvelles modalités de financement associé seront précisées dans les prochains mois.

Dans le cadre de la guerre en Ukraine, il est prématuré d'en apprécier l'impact dans les comptes de France Télévisions.

Nous n'avons pas connaissance d'autres faits exceptionnels et litiges en cours à ce jour susceptibles d'avoir d'incidence significative sur les comptes de France Télévisions au-delà des provisions constituées et des informations déjà données au sein de ce document.

4.5.6 Filiales et participations

PARTICIPATIONS MILLIERS D'€	Capital	Capitaux propres autres que le capital	Quote-part du capital détenue (en pourcentage)	Valeur comptable des titres détenus		Prêts et avances consentis par la société non encore remboursés	Provisions sur prêts	Montant des cautions et avals donnés par la société	Chiffre d'affaires hors taxe du dernier exercice écoulé	Résultats (bénéfice ou perte du dernier exercice clos)	Dividende s encaissés par la société au cours de l'exercice	Observations
				Brute	Nette							
1-Filiales (détenues à + de 50%)												
Société Civile Immobilière France Télévisions - Siren 389 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	30	-3 601	100,00%	6 128	6 128	4 078			24 570	14 469		
France 2 cinéma- Siren 320 878 410 33 Avenue de l'Opéra 75002 PARIS	2 767	47 132	100,00%	2 764	2 764				4 283	84		
France 3 cinéma- Siren 329 924 963 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	1 295	27 815	100,00%	1 296	1 296				2 210	-26		
France.tvstudio- Siren 335 175 188 26 rue d'Oradour sur Clane - 75015 Paris	877	29 186	100,00%	1 253	1 253				112 655	4 260	5 700	
France Télévisions Publicité- Siren 332 050 038 64-70 av. JB Clément 92100 Boulogne Billancourt	38	26 172	100,00%	1 503	1 503				424 938	10 677	6 497	
France Télévisions Gestion Immobilière- Siren 413 969 841 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	38	6 928	100,00%	38	38				1 713	840		
Société Civile Immobilière Valin- Siren 487 664 732 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	100	5 615	100,00%	100	100	618			3 714	1 352	1 300	
France Télévisions Distribution- Siren 379 518 368 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	3 000	19 261	100,00%	1 716	1 716				51 237	4 362	1 500	
GR 1-Siren 478 720 295 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	36	2 205	100,00%	36	36				35 139	1 073		
ROM 1-Siren 520 674 359 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	40	1 974	100,00%	40	40				18 765	600	250	
France Télévisions SVOD-Siren 830 436 101 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	1 000	-44 239	100,00%	1 000	-				1 544	-27 311		
Papangue immo- Siren 518 539 499 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	-	1 121	100,00%	-	-	2 912			837	4 028		
2-Participations (détenues entre 10% et 50%)												
Médiamétrie (1)-Siren 333 344 000 70 rue Rivay - 92300 Levallois Perret	14 880	30 194	22,88%	190	190				104 825	3 526		
Planète + Crime investigation- Siren 443 957 618 1 place du spectacle 92130 Issy Les Moulinaux	37	5 048	34,00%	13	13				4 184	566		
3-Participations détenues pour le compte de l'Etat												
ARTE France (1) (2)- Siren 334 689 122 8 rue Marceau - 92735 Issy les Moulinaux Cedex 9	8 688	185 184	45,00%	3 910	3 910				145 958	-1 443		
TV5 Monde (1)- Siren 381 962 612 131 avenue de Wagram 75017 Paris	137	32 780	49,00%	473	473				88 874	56		
	32 963	372 776		20 460	19 460	7 608	-	-	1 025 426	17 113	15 247	

(1) : Les éléments indiqués pour ARTE France, Médiamétrie, TV5 monde, Planète + Crime investigation correspondent aux comptes sociaux clos au 31 décembre 2020

(2) : Les éléments indiqués pour ARTE France sont les comptes sociaux



FRANCE TELEVISIONS
Société Anonyme au capital de 378 340 000 €
Siège social : 7, Esplanade Henri-de-France 75015 PARIS
432 766 947 RCS PARIS

**EXTRAIT DU PROCES-VERBAL DES DECISIONS DE L'ACTIONNAIRE
UNIQUE
DU 11 AVRIL 2022 à 18 heures
STATUANT A TITRE D'ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE ET
EXTRAORDINAIRE**

Décisions ordinaires

PREMIERE RESOLUTION (à titre ordinaire)

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport de gestion du Conseil d'Administration et du rapport général des Commissaires aux Comptes, approuve sans réserve ces rapports et les comptes annuels de France Télévisions tels qu'ils sont établis et lui ont été présentés, à savoir le bilan, le compte de résultat et l'annexe arrêtés le 31 décembre 2021 qui se soldent par une perte de 80 256 473 euros.

Elle approuve également les opérations traduites dans ces comptes ou résumées dans ces rapports.

L'Assemblée générale approuve le montant des dépenses non déductibles de l'impôt sur les sociétés visées à l'article 39, 4° du Code général des impôts qui s'élèvent à 54 803 euros.

En conséquence, elle donne pour l'exercice clos le 31 décembre 2021 quitus entier et sans réserve pour l'exercice de leur mandat à tous les administrateurs.

Cette résolution est adoptée par l'actionnaire unique

DEUXIEME RESOLUTION (à titre ordinaire)

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport de gestion du Conseil d'Administration, décide d'affecter le résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2021 soit la perte de 80 256 473 euros au report à nouveau débiteur antérieur qui sera porté de moins 299 135 468 euros à moins 379 391 941 euros à l'issue de cette affectation.

En application des dispositions de l'article 243 bis du Code Général des Impôts, l'Assemblée Générale prend acte qu'aucun dividende n'a été distribué au titre des trois derniers exercices.

Cette résolution est adoptée par l'actionnaire unique

TROISIEME RESOLUTION (à titre ordinaire)

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport de gestion du Conseil d'Administration et du rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes consolidés, approuve les comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2021 qui se soldent par une perte de 11.822 KE ainsi que les opérations traduites dans ces comptes et résumées dans le rapport sur la gestion du groupe inclus dans le rapport de gestion.

Cette résolution est adoptée par l'actionnaire unique

[...]

DIXIEME RESOLUTION (à titre extraordinaire) Délégation de pouvoir en vue d'accomplir les formalités

L'Assemblée Générale donne tous pouvoirs au JOURNAL LA LOI, une marque de la société « LEXTENSO » dont le siège social est : La Grande Arche – Paroi nord - 1, Parvis de la Défense – 92044 Paris La Défense (552 119 455 RCS Nanterre) à l'effet d'accomplir toute formalité de publicité ou de dépôt partout où besoin sera et notamment pour effectuer toutes modifications ou inscriptions au Registre du commerce et signer toute formule à cet effet.

Cette résolution est adoptée par l'actionnaire unique

Pour certification conforme
La Présidente de l'Assemblée
Delphine ERNOTTE CUNCI


Certifié conforme

RAPPORT DE GESTION

EXERCICE CLOS LE 31 DECEMBRE 2021

france•tv

Table des matières

1. PRESENTATION DU GROUPE	7
1.1 Profil du groupe.....	7
1.1.1 Présentation.....	7
1.1.2 Historique du groupe.....	8
1.1.3 Engagements de France Télévisions	9
1.1.4 Raison d'être	10
1.2 Activités de France Télévisions.....	11
1.2.1 Marchés du groupe	11
1.2.1.1 Marché de la télévision linéaire et non linéaire	11
1.2.1.2 Marché publicitaire.....	12
1.2.2 Organisation et activités	13
1.2.2.1 Offres France Télévisions	13
1.2.2.2 Principales filiales	14
1.2.2.3 Organigramme du groupe	15
1.2.3 Programmes	16
1.2.4 Audiences	28
1.3 Modèle d'affaires	34
1.4 Axes stratégiques, enjeux et opportunités	35
1.5 Performance	39
1.6 Evènements marquants de l'exercice écoulé.....	41
2. RAPPORT SUR LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE	43
2.1 Modalité d'exercice de la Direction générale.....	43
2.2 Situation des mandats des administrateurs.....	43
2.3 Comités spécialisés	45
2.4 Information concernant les mandataires sociaux	45
2.5 Délégations	45

2.6	Autorisations de cautions, avals et autres garanties	45
2.7	Contrôle des commissaires aux comptes.....	45
2.8	Situation des mandats des commissaires aux comptes	46
2.9	Conventions conclues par un dirigeant ou un actionnaire significatif de la société mère avec une filiale.....	46
2.10	Jetons de présence	46
3.	DECLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIERE	47
3.1	Présentation des principaux risques	47
3.2	Enjeux et risques principaux de France Télévisions.....	51
3.2.1	Risques liés à la conformité et à l'éthique	51
3.2.1.1	Mise en place d'un programme éthique et conformité	51
3.2.1.2	Déploiement des plans d'actions et outils mis en place.....	52
3.2.1.3	Compte rendu de mise en œuvre du devoir de vigilance	54
3.2.1.4	Indicateurs de performance	54
3.2.2	Risques sociaux liés à la transformation de l'entreprise	55
3.2.2.1	Stratégie et politiques.....	56
3.2.2.2	Plans d'actions	59
3.2.2.3	Indicateurs de performance	63
3.2.3	Risques liés à la qualité et à la conformité de l'information et des programmes	64
3.2.3.1	Stratégie et politiques.....	64
3.2.3.2	Plans d'actions	65
3.2.3.3	Indicateurs de performance	66
3.2.3.4	Déontologie publicitaire	69
3.2.4	Risques liés à la mise en conformité RGPD	71
3.2.4.1	Stratégie et politiques.....	71
3.2.4.2	Plans d'actions	72
3.2.4.3	Résultats du déploiement des politiques et plans d'actions	74
3.2.4.4	Risques liés à la mise en conformité RGPD de France Télévisions Publicité.....	74
3.2.5	Risques liés à la sûreté des sites, du personnel et du public	75
3.2.5.1	Stratégie et politiques.....	76
3.2.5.2	Plans d'actions	77
3.2.5.3	Indicateurs de performance	78
3.2.6	Risques liés aux atteintes à l'environnement et à la transition écologique.....	79

3.2.6.1	Impact et gestion de l’empreinte liée à l’activité des sites	79
3.2.6.2	Gestion de l’impact lié à la fabrication des contenus	84
3.2.6.3	Impact éditorial : la responsabilité du groupe dans la compréhension, la maîtrise et la sensibilisation du public	85
3.3	Autres enjeux de France Télévisions	87
3.3.1	Politique ressources humaines et Informations sociales	87
3.3.1.1	Emploi	87
3.3.1.2	Politique ressources humaines	88
3.3.2	Engagements sociétaux.....	94
3.3.2.1	Diversité et égalité des chances	94
3.3.2.2	Impact économique	95
3.3.2.3	Achats responsables	96
3.4	Plan de vigilance	96
4.	PRESENTATION DES COMPTES ANNUELS ET EXPOSE SUR LES RESULTATS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DU GROUPE	129
4.1	Comptes consolidés du groupe France Télévisions	129
4.1.1	Synthèse des comptes consolidés	130
4.1.2	Analyse du compte de résultat	130
4.1.3	Analyse de l’activité	133
4.1.4	Bilan, trésorerie et financement.....	133
4.2	Comptes sociaux de France Télévisions SA	134
4.2.1	Synthèse des comptes sociaux.....	134
4.2.2	Analyse du compte de résultat	135
4.2.3	Bilan, trésorerie et financement.....	138
4.2.4	Information sur les délais de paiement.....	139
4.2.5	Utilisation des instruments financiers.....	139
4.2.6	Prêts interentreprises.....	140
4.2.7	Activité en matière de recherche et développement.....	141
4.2.8	Affectation du résultat	141
4.2.9	Niveau des capitaux propres.....	141
4.2.10	Augmentation de capital.....	141
4.3	Résultats des filiales et participations du groupe.....	142
4.3.1	Cinéma et production	142

4.3.1.1	France 2 Cinéma	142
4.3.1.2	France 3 Cinéma	143
4.3.1.3	France.tv studio	144
4.3.1.4	France.tv presse	145
4.3.1.5	Les Tontons Truqueurs	145
4.3.2	Publicité.....	145
4.3.2.1	France Télévisions Publicité	145
4.3.2.2	France Télévisions Publicité Conseil	146
4.3.2.3	France Télévisions Publicité Inter-Océans	146
4.3.3	Chaînes thématiques	147
4.3.3.1	Partenariat avec le groupe Canal+ : Planète+ Crime Investigation.....	147
4.3.3.2	Euronews	147
4.3.3.3	Médiamétrie	148
4.3.4	Développements et divers	148
4.3.4.1	France Télévisions Distribution.....	148
4.3.4.2	France Télévisions SVOD	150
4.3.4.3	SALTO et SALTO Gestion	150
4.3.4.4	Société de gestion du réseau R1 (GR1)	151
4.3.4.5	Réseau Outre-mer 1 (ROM1).....	151
4.3.5	Immobilier et services	152
4.3.5.1	Société Civile Immobilière France Télévisions (SCI)	152
4.3.5.2	Société Civile Immobilière Valin (SCI).....	152
4.3.5.3	France Télévisions Gestion Immobilière (SAS)	152
4.3.5.4	Papangue Immo (SASU)	153
4.3.6	Sociétés audiovisuelles publiques détenues à la demande de l'État	153
4.3.6.1	Arte France.....	153
4.3.6.2	TV5 Monde	154
4.4	Participation des salariés au capital.....	155
4.5	Événements intervenus depuis la clôture de l'exercice.....	155
4.6	Évolution prévisible de la situation du groupe et perspectives d'avenir	156
5.	CONTRÔLE INTERNE ET GESTION DES RISQUES.....	157
5.1	Contrôle interne	158
5.1.1	Organisation du contrôle interne	158

5.1.1.1	Environnement général	158
5.1.1.2	Acteurs du contrôle interne	158
5.1.2	Dispositif et méthode	161
5.1.3	Description des processus de contrôle	163
5.2	Facteurs de risques	169
5.2.1	Risques stratégiques et environnementaux.....	170
5.2.2	Risques opérationnels.....	174
5.2.3	Risques financiers.....	179
5.2.4	Risques juridiques.....	180
6.	CONVENTIONS REGLEMENTEES EN APPLICATION DES DISPOSITIONS DU CODE DE COMMERCE OU RELEVANT DE L'ARTICLE 47-6 DE LA LOI 86-1067 DU 30 SEPTEMBRE 1986.....	182
6.1	Conventions réglementées	182
6.2	Conventions relevant de l'article 47-6 de la loi 86-1067 du 30 septembre 1986....	182
7.	ANNEXES	183
7.1	Liste des établissements.....	183
7.2	Mandats et fonctions des mandataires sociaux de France Télévisions	186

1. PRESENTATION DU GROUPE

1.1 Profil du groupe

1.1.1 Présentation

France Télévisions est une société nationale de programmes au sens de la **loi n°86-1067 du 30 septembre 1986** modifiée et complétée. La loi fixe ses missions, son organisation et son financement, dans le cadre du Protocole d'Amsterdam. France Télévisions présente une offre complète de programmes, afin que tous les publics puissent trouver matière à s'informer, se cultiver et se divertir.

France Télévisions, créateur de liens et de valeurs : en fédérant tous les publics sur tous les écrans, en s'engageant pour les publics et en les accompagnant, France Télévisions agit au service de la société, en étant tout à la fois créateur d'un espace d'information, de culture et de diversité, instigateur d'innovations et promoteur de pratiques écoresponsables.

Grâce à la complémentarité et à la richesse de son offre, le groupe **France Télévisions affiche en 2021 une part d'audience¹ de 29,1 %**, au plus haut depuis 2015, et un public plus jeune (progression de 0,6 point sur les moins de 50 ans). **Quatre Français sur cinq regardent les chaînes du groupe France Télévisions chaque semaine.**

Avec son média global franceinfo, ses journaux télévisés de France 2 et France 3 et ses magazines, le groupe est le garant d'une information de référence suivie chaque jour par près de 19 millions de téléspectateurs.

Avec toujours plus d'inédits et 15 des 20 séries françaises les plus vues en 2021, l'offre de fictions a été suivie en moyenne chaque semaine par 19 millions de téléspectateurs sur France 2 et France 3.

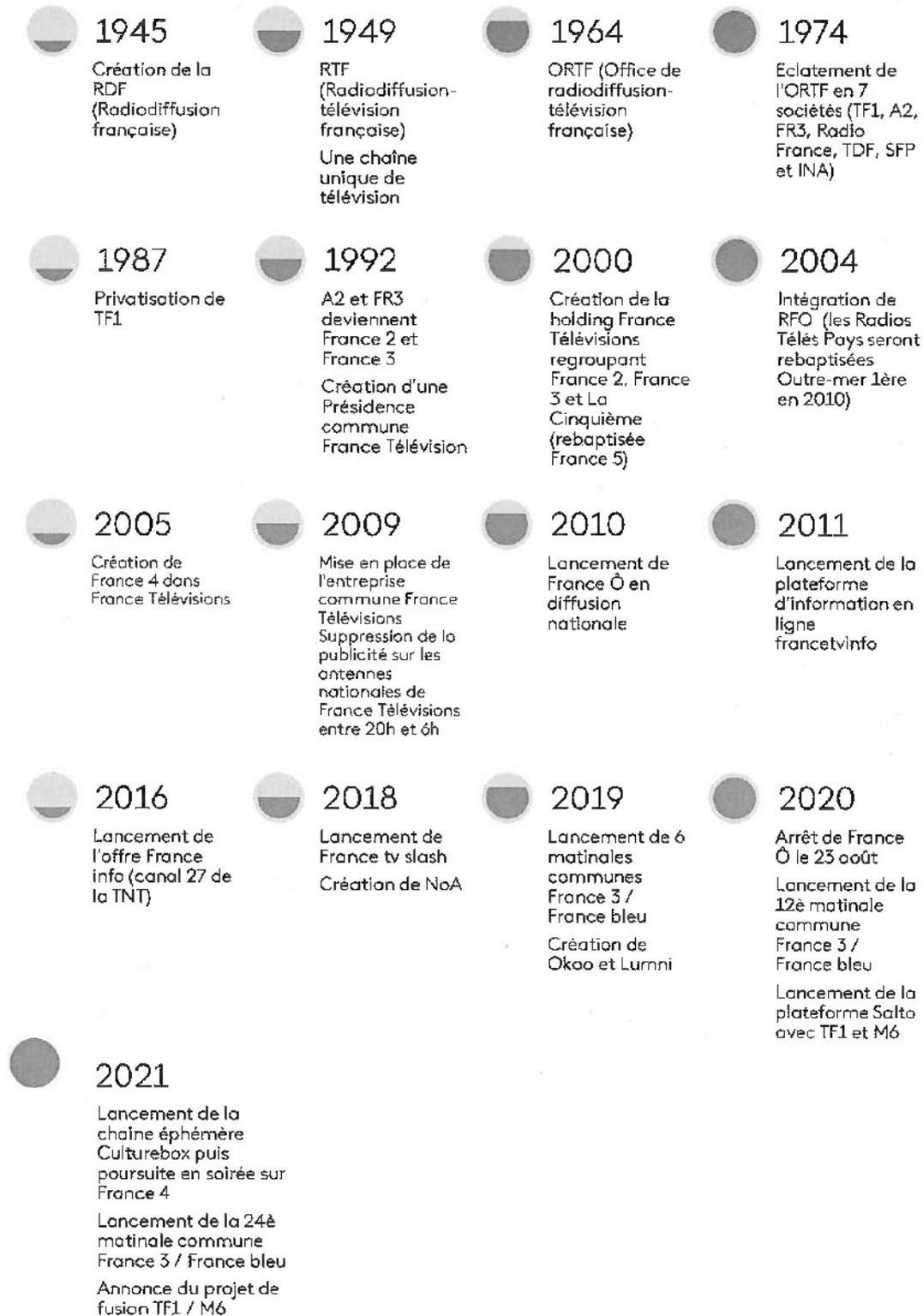
En 2021, France Télévisions a également diffusé sur les antennes linéaires et la plateforme france.tv, les Jeux olympiques et paralympiques de Tokyo 2020, réunissant plus de 50 millions téléspectateurs pour les olympiques (avec une durée d'écoute record de près de 8 heures en moyenne par téléspectateur sur les 650 heures diffusées) et 24 millions de téléspectateurs pour les paralympiques.

Généralisant plus de 1,3 milliard de vidéos vues en 2021, la plateforme france.tv poursuit le développement de son offre de replay et de contenus exclusifs et touche toujours plus d'utilisateurs (+7 % de visiteurs uniques 4 écrans vs 2020).

Le groupe se démarque aussi par la qualité de ses contenus, puisque 59 programmes France Télévisions se classent dans le Top 100 du Quali TV 2021.

¹ Part d'audience 4 ans et plus. Source Médiamétrie-Médiamat

1.1.2 Historique du groupe



1.1.3 Engagements de France Télévisions

Un cahier des charges unique (décret n°2009-796 du 23 juin 2009 modifié) précise le positionnement et la ligne éditoriale des différents services, ainsi que les missions de service public qui leur incombent. Le cahier des charges s'articule principalement autour de six piliers :

- **Services de communication édités**
France Télévisions édite différents services de communication : cinq chaînes nationales (France 2, France 3, France 4, France 5 et franceinfo), des chaînes régionales (réseau France 3, Via Stella, NoA) et ultramarines (réseau Outre-mer La 1^{ère}) et des services de médias audiovisuels à la demande, dont france.tv, qui reprennent, prolongent et enrichissent l'offre de programmes du groupe.
- **Financement et exposition de la création**
Premier soutien à la création audiovisuelle avec 50 % des investissements dans la création française, France Télévisions finance les œuvres patrimoniales de fiction, documentaire, animation et spectacle vivant, à hauteur de 440,1 M€² en 2021. Par l'intermédiaire de ses filiales France 2 Cinéma et France 3 Cinéma, France Télévisions est également le premier financeur en clair de la création cinématographique (60,2 M€³ en 2021).
En matière de diffusion, France Télévisions offre, en 2021, une exposition ambitieuse à la fiction audiovisuelle sur ses antennes nationales avec 2 601 heures de diffusion et au documentaire avec 6 240 heures.
- **Grands genres de programmes**
France Télévisions est présente sur tous les genres de programmes et offre à chaque instant un vrai choix au téléspectateur. La programmation culturelle s'appuie sur une variété de genres et d'inspiration (spectacle vivant, émissions musicales, programmes historiques, émissions religieuses, arts et lettres...), notamment en première partie de soirée. L'information, l'éducation aux médias, le sport, les programmes jeunesse le divertissement contribuent à la diversité et à la richesse de l'offre de France Télévisions, qui assure également la visibilité des Outre-mer et le traitement régulier des questions européennes.
- **Cohésion sociale**
Le groupe assure un rôle important en matière de cohésion sociale, notamment à travers la lutte contre les discriminations, l'accessibilité, la protection des mineurs, ou encore la promotion de la langue française.
- **Obligations spécifiques de service public**
Particulièrement mobilisée autour de la vie des institutions, France Télévisions met en œuvre des engagements précis en matière de service public (couverture des

² Sous réserve de la validation des déclarations par l'ARCOM - Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique

³ Sous réserve de la validation des déclarations par l'ARCOM

élections, campagnes d'information gouvernementales et associatives, expression des formations politiques et syndicales...).

- **Relations avec les organismes du secteur audiovisuel**

France Télévisions noue des relations avec les autres organismes du secteur audiovisuel (public comme privé) et des partenariats avec diverses institutions en France et en Europe, dans le cadre notamment de projets de coopération et de chantiers de synergies.

Le Contrat d'objectifs et de moyens (COM) vise à régir les relations entre France Télévisions et son actionnaire, l'État, en instaurant un lien entre les engagements du groupe en matière de contenus et de développement, et le financement auquel s'engage l'État pour leur réalisation, via la contribution à l'audiovisuel public⁴. Il a notamment pour objet de définir, pour une durée de cinq ans, les orientations stratégiques du groupe. Des indicateurs précis sont associés à chaque objectif.

1.1.4 Raison d'être

Le Conseil d'administration du 8 juillet 2021 a validé l'inscription de la « Raison d'être » de France Télévisions dans les statuts de l'entreprise.



Notre raison d'être

france•tv

Permettre à chacun de se construire librement
et à tous d'imaginer un horizon commun.

Service public et média de confiance des Français,
France Télévisions est ouverte à la pluralité des points de vue et des imaginaires.
Elle permet à chacun de se construire librement par une information fiable et indépendante.

France Télévisions aide à comprendre un monde en mouvement,
stimule la curiosité et la créativité.
Elle favorise la liberté de ton et suscite des moments de partage, d'émotions et de plaisir.

Proche et accessible,
elle offre des repères en accompagnant chacun au quotidien et dans tous les territoires.

France Télévisions transforme nos différences en richesses.
Elle incarne l'ouverture aux autres pour permettre à tous d'imaginer un horizon commun.

⁴ La contribution à l'audiovisuel public finance l'ensemble des sociétés de l'audiovisuel public : France Télévisions, Radio France, Arte France, France Média Monde, l'INA et TV5 Monde

Pour définir sa « Raison d'être », l'entreprise a conduit, au cours du premier semestre 2021, une démarche participative associant les salariés du groupe, ayant permis de faire émerger les lignes de force de la singularité de France Télévisions :

- Une fierté d'appartenance très forte des salariés, ancrée dans une adhésion partagée aux valeurs et missions de service public
- Le rôle central de France Télévisions en matière d'information, de transmission de la culture et de la connaissance au plus grand nombre, de présence territoriale, de cohésion sociale et de représentation de la diversité
- Sa capacité d'initiative et d'innovation au service du public

Tournée vers la société et vers nos publics, notre « Raison d'être » traduit ainsi le sens fondamental de notre responsabilité de média public, au service de tous et de chacun. Elle constitue une boussole stratégique qui permet d'orienter nos choix d'avenir en restant fidèles à ce que nous sommes.

1.2 Activités de France Télévisions

1.2.1 Marchés du groupe

1.2.1.1 Marché de la télévision linéaire et non linéaire

Le marché de la télévision est en profonde mutation depuis plusieurs années :

- Nombre croissant de chaînes en clair avec le déploiement de la TNT en 2005 et de la TNT HD en 2012 : 6 chaînes en clair avant 2005, 27 chaînes depuis 2016 ;
- Amélioration de l'équipement des ménages dont les télévisions connectées ;
- Arrivée sur le marché de nouveaux écrans (smartphones, tablettes), favorisant la consommation en mobilité et la personnalisation des contenus ;
- Mise en œuvre en 2020 de l'audimétrie individuelle portée (AIP) qui permet de prendre en compte l'audience de la télévision hors foyer ;
- Confirmation de la position sur le marché audiovisuel d'acteurs pure players (Google, Amazon Prime, Facebook, Apple TV, Netflix, Disney+), favorisant les nouveaux usages de contenus audiovisuels.

Après une année 2020 atypique, l'année 2021 demeure marquée par la crise sanitaire. Dans ce contexte, la télévision maintient son rôle fédérateur avec 44,5 millions de téléspectateurs quotidiens sur le poste de télévision (vs 44,3 millions en 2020 et 41,3 en 2019).

Un français de plus de 4 ans a regardé la télévision en moyenne 3h41 par jour sur son téléviseur en 2021, soit un niveau équivalent à 2019 (vs 3h58 en 2020 et 3h40 en 2019).

En parallèle, l'usage des services payants de vidéo à la demande (SVOD)⁵ continue à progresser : 27,1 millions d'individus de six ans et plus déclarent utiliser actuellement au moins une plateforme SVOD (+3,5 millions d'utilisateurs vs 2020), avec une montée en puissance auprès des publics plus âgés.

⁵ Source : Médiamétrie – baromètre des usages et comportements SVOD (janvier-novembre 2021)

1.2.1.2 Marché publicitaire

Marché publicitaire des médias⁶

L'année 2021 confirme la nette reprise du marché publicitaire. En effet, sur l'année 2021 les recettes publicitaires nettes de l'ensemble des médias s'élèvent à 15,933 milliards d'euros, en forte progression de +18,3 % par rapport à 2020 (+5,1 % vs 2019).

Sur le périmètre des cinq médias, c'est-à-dire télévision, cinéma, radio, presse, publicité extérieure (incluant les extensions digitales des médias), les recettes publicitaires nettes totales s'élèvent à 7,174 milliards d'euros, en hausse de +16,4 % par rapport à 2020, mais encore en retrait de -5,3 % par rapport à 2019. Le marché de la télévision en 2021 s'élève à 3,549 milliards d'euros, en progression de 17,3 % par rapport à 2020 et de 4,3 % par rapport à 2019.

En ce qui concerne les cinq médias et Internet, ce marché est sur une tendance très positive de +19,9 % par rapport à 2020 et +8,9 % par rapport à 2019.

Les recettes nettes digitales de la télévision, de la presse et de la radio confirment l'accélération constatée tout au long de l'année 2021, à +32,5 % vs 2020, avec une hausse également très soutenue de +32,2 % par rapport à 2019. En intégrant le DOOH⁷ qui retrouve une belle dynamique, les recettes digitales cumulées des quatre médias affichent une croissance encore plus élevée à +35 % vs 2020 et confirmée par rapport à 2019 à +16,4 %.

En croissance de 24 % par rapport à 2020 et de 29 % par rapport à 2019, le marché français de la publicité digitale⁸ retrouve sa dynamique pré-Covid.

En 2021, l'ensemble des leviers de la publicité digitale a fortement rebondi après la crise avec une croissance de 24 % (7,7 milliards d'euros) par rapport à 2020 avec notamment :

- Le Search enregistre une forte croissance de +28 % et pèse 42 % (3,3 milliards d'euros) du marché.
- Le Social croît de +22 % sur l'année tandis que son poids se stabilise à 26 % (2 milliards d'euros) ;
- Le Display, qui avait plus souffert de la crise que les deux premiers leviers, affiche une croissance exceptionnelle de +31 % (1,5 milliards d'euros). Il compte pour 20 % du marché.

En 2020, si le marché avait globalement moins souffert des effets de la crise sanitaire que les autres médias, sa croissance avait toutefois connu un net ralentissement. En effet, de 2019 à 2020, le chiffre d'affaires du digital, principalement porté par le Social et le Search, a cru de seulement 4 % alors que le taux annuel moyen de croissance s'élevait à +14 % depuis 2013. Dès 2021, le marché retrouve sa dynamique pré-Covid avec une croissance de 29 % par rapport à 2019.

⁶ Source : BUMP (Baromètre unifié du marché publicitaire) (IREP, KANTAR et FRANCE PUB)

⁷ Digital Out-Of-Home. Le DOOH regroupe, entre autres, les techniques d'affichage digital urbaines et l'affichage numérique indoor en centres commerciaux ou aéroports par exemple

⁸ Source : Observatoire de l'e-pub SRI (Syndicat des régies internet). Le marché de la publicité digitale est entendu ici comme les recettes des médias. Cette étude couvre tout le marché français de la publicité digitale, dont les grands acteurs américains, et croise de multiples sources : chiffres déclarés des régies du SRI et des agences de l'UDECAM (Union des entreprises de conseil et achat médias), entretiens qualitatifs auprès des acteurs du marché, analyses de différentes publications financières internationales et estimations Oliver Wyman.

1.2.2 Organisation et activités

Premier média audiovisuel français, le groupe France Télévisions propose à tous les publics une offre originale et diversifiée de programmes et d'événements.

1.2.2.1 Offres France Télévisions

France Télévisions propose tous les genres de programmes : information, sport, jeunesse, fiction, documentaire, cinéma, jeu et divertissement, culture et spectacle vivant.

France 2 est la grande chaîne généraliste du service public. Elle a vocation à rassembler un large public autour des programmes d'information, de fictions, de films de cinéma, de divertissements populaires et de grands événements culturels et sportifs de portée nationale ou internationale.

France 3 renforce son positionnement de proximité et de télévision citoyenne, qui raconte la France des territoires à hauteur d'hommes. Elle accorde une large place à l'information nationale, régionale, locale et ultra marine. Elle valorise le patrimoine français, historique, géographique et culturel, au travers de fictions, magazines, documentaires, divertissements ou spectacles vivants. France 3 est composée de 13 directions régionales.

France 5 adopte une approche large du savoir et de la connaissance. Elle propose une offre très riche de magazines et de documentaires. Elle renouvelle son offre de programmes relatifs à la science, la découverte, le décryptage et l'accompagnement, renforcée par une politique ambitieuse de cinéma patrimonial et de spectacles vivants.

France 4 s'adresse aux enfants en journée, à travers une offre d'animation et de programmes ludo-éducatifs. La chaîne a poursuivi, pendant une partie de l'année 2021, sa mobilisation en faveur de la jeunesse afin de soutenir l'effort de continuité pédagogique (école à la maison et vacances apprenantes) Tous les soirs de la semaine à compter du 1^{er} mai 2021, en lien et avec le soutien du Ministère de la culture et du CSA, Culturebox propose une programmation éclectique ouverte à tous les arts. Cette offre diffusée sur France 4 a pris le relais de la chaîne de télévision éphémère Culturebox, dédiée à la culture, au spectacle vivant et aux artistes qui avait été lancée le 1^{er} février 2021 sur le canal 19 de la TNT.

Les 1^{ers} : les neuf antennes Outre-mer^{1^{ere}} sont des médias globaux (télévision, radio, internet) répartis sur neuf territoires ultramarins : Martinique, Guadeloupe, Guyane, Nouvelle-Calédonie, Wallis-et-Futuna, Polynésie, La Réunion, Mayotte et Saint-Pierre-et-Miquelon.

franceinfo est une offre d'information globale et multi-support en continu éditée par France Télévisions et ses partenaires de l'audiovisuel public⁹ (chaîne d'information en continu sur le canal 27, site web, application mobile et radio du groupe Radio France).

france.tv est la plateforme numérique du groupe, sur laquelle sont accessibles les contenus, en direct et en replay. L'année 2020 de **france.tv** est marquée par la progression des

⁹ Radio France, France Médias Monde et l'INA

audiences et l'amélioration de l'expérience utilisateur. Elle poursuit la politique d'intensification des contenus exclusifs en proposant des dispositifs éditoriaux, des séries en exclusivité et une offre de cinéma en FreeVOD qui a rencontré un franc succès.

Okoo est l'offre jeunesse de France télévisions, disponible sur la télévision, les mobiles et les tablettes, s'adressant à tous les enfants de 3 à 12 ans.

Lumni est l'offre éducative sur tous les écrans, commune à tous les acteurs de l'audiovisuel public français¹⁰. En 2021, Lumni a renforcé son offre de contenus pour accompagner les élèves de tous niveaux.

france.tv slash est une offre numérique destinée aux 18-30 ans.

Le nouveau **Portail Outre-mer La 1^{ère}**, lancé en juin 2020, permet de garantir la visibilité des Outre-mer dans l'offre suite à l'arrêt de la diffusion de France Ô en août 2020 par décision gouvernementale.

Via Stella et **NoA** sont deux chaînes de plein exercice, diffusées respectivement en Corse et en Nouvelle Aquitaine.

1.2.2.2 Principales filiales

France Télévisions Publicité assure la commercialisation des espaces publicitaires et du parrainage du groupe ainsi que ceux de chaînes thématiques extérieures à France Télévisions, de chaînes internationales et de sites Internet.

France Télévisions Distribution est le partenaire des producteurs et des ayants droit pour maximiser les revenus de leurs programmes sur tous supports médias, avec l'édition vidéo et VOD, musicale, de magazines et livres, les droits dérivés ainsi que la distribution et le financement de programmes audiovisuels. Depuis janvier 2017, France Télévisions Distribution accompagne également le cinéma à l'international.

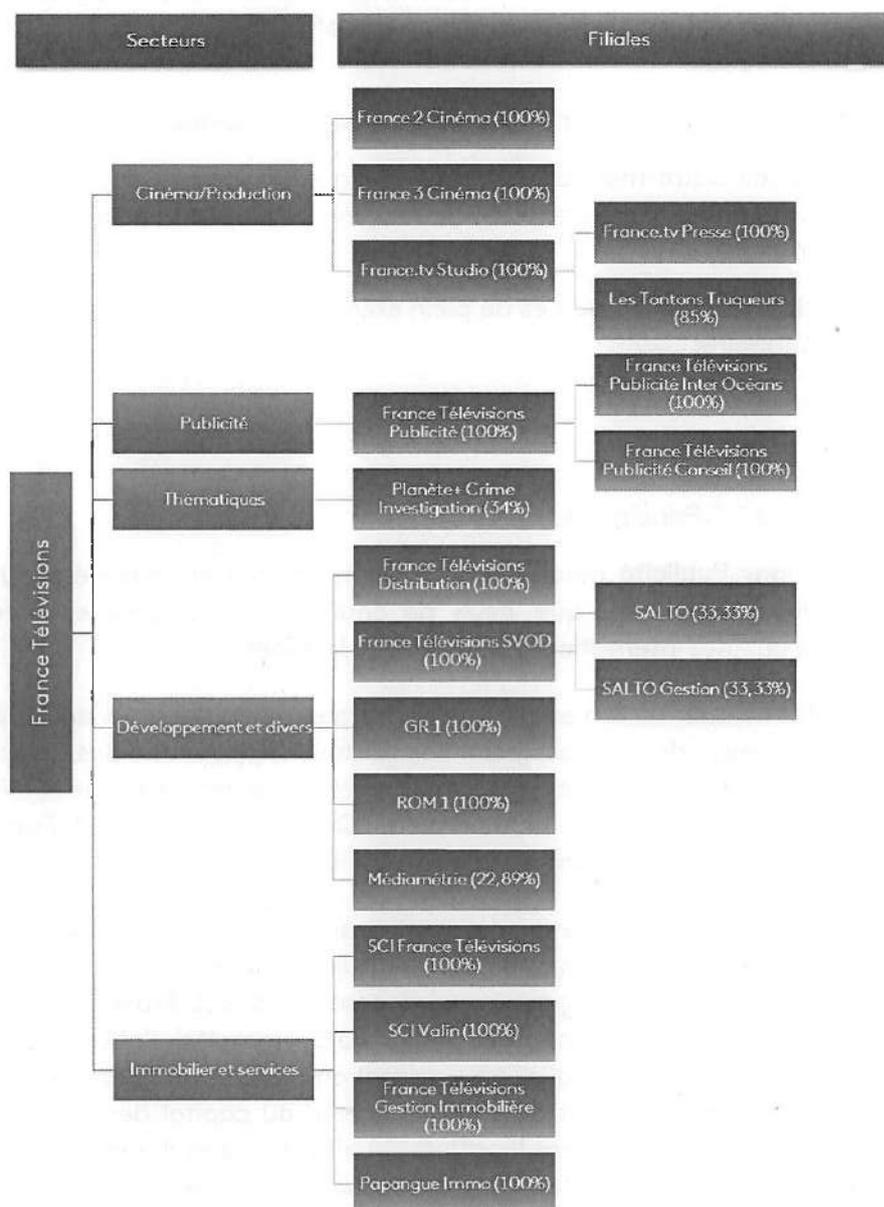
France.tv studio est une société de production audiovisuelle, dont le savoir-faire s'exerce dans les domaines de la fiction, du documentaire, des magazines culturels, de société, d'éducation, des débats et des grands événements en direct. **France.tv presse**, agence de presse filiale de France.tv studio, créée début 2021, complète l'offre de production / co-production à contenu journalistique, notamment au travers d'enquêtes, de reportages et de magazines. France.tv studio est par ailleurs entrée au capital de la société **Les Tontons Truqueurs**, société spécialisée dans les effets visuels proposant des effets spéciaux en temps réel sur les plateaux. France.tv studio exerce également son expertise dans le sous-titrage à destination des publics sourds et malentendants, le doublage et l'audiodescription.

¹⁰ Plateforme conçue et proposée par les acteurs de l'audiovisuel public français (Arte, France Médias Monde, France Télévisions, Ina, Radio France et TV5Monde), Canopé, le CLEMI, Eduthèque, la Ligue de l'enseignement, le Ministère de la Culture et le Ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse

France 2 Cinéma et France 3 Cinéma portent l'ambition du groupe en matière de création cinématographique en coproduisant une soixantaine de films par an.

1.2.2.3 Organigramme du groupe

Au 31 décembre 2021



Participations du groupe France Télévisions au sein de sociétés consolidées (détenues pour le compte de l'Etat)

- ARTE France et ses filiales (45%)
- TV5 Monde (49%)

Autres participations minoritaires du groupe France Télévisions

- Euronews (2,80%)
- Société opératrice du Multiplex R4 (Multi 4) (20%)

1.2.3 Programmes

Du fait de la persistance de la crise sanitaire, l'année 2021 a été marquée par une situation exceptionnelle qui a affecté les conditions de production des programmes autant que les besoins et attentes des publics vis-à-vis de la télévision.

Tout au long de l'année, France Télévisions a adapté son offre de programmes, dans la continuité des mesures mises en place l'année précédente, pour tenir compte de l'évolution de la pandémie et de ses conséquences sur la vie sociale, économique et culturelle du pays. De la création de la chaîne linéaire Culturebox en février au renforcement de l'offre éducative sur France 4 lors de la fermeture des écoles au printemps, l'ensemble des antennes du groupe ont été mobilisées pour accompagner les Français de tous les âges et soutenir le monde de la culture dans un contexte difficile.

2021 a également conforté la transformation des usages des Français. La consommation de vidéos à la demande sur les environnements numériques (plateformes de SVOD, réseaux sociaux, sites de partage de vidéo) a poursuivi son développement, de manière moins soutenue qu'en 2020. Particulièrement prononcé chez les plus jeunes, ce mouvement de fragmentation des usages quotidiens concerne désormais une majorité de Français, ce qui renforce la concurrence entre médias, sur tous les supports, pour toucher leur public. La télévision conserve néanmoins largement la première place dans les usages et a vu sa couverture quotidienne continuer de progresser en 2021. Dans ce contexte, France Télévisions a poursuivi le développement de son offre délinéarisée sur tous les supports, autour de ses deux piliers france.tv et franceinfo.

Pour réaffirmer l'ambition d'universalité qui est au fondement de la vocation de service public de France Télévisions, un nouveau plan de stratégie éditoriale a été défini et mis en place au cours de l'année 2021. Il répond à l'objectif de rapprocher le groupe public de certaines catégories de la population qui sont aujourd'hui plus éloignés de ses offres, notamment les jeunes, les « actifs » et les individus qui se situent à distance des acteurs institutionnels. Face aux mouvements de fracturation qui traversent aujourd'hui la société française, la télévision publique joue un rôle plus essentiel que jamais pour créer du lien entre les citoyens.

Afin de rassembler les Français le plus largement, France Télévisions s'appuie sur une offre diverse et complémentaire qui représente la société dans toutes ses composantes et favorise l'échange apaisé et constructif entre différents points de vue. Le groupe se distingue également par la proximité et le lien de confiance qu'il entretient avec ses publics. C'est aussi en créant l'événement dans tous les genres de programmes grâce à des propositions originales et ambitieuses que France Télévisions peut fédérer les Français autour d'émotions et de valeurs partagées.

1.2.3.1 Une complémentarité renforcée entre antennes linéaires et offres numériques

Fin 2020, la direction des antennes a ajusté sa stratégie afin de favoriser la complémentarité du bouquet et de permettre de toucher davantage tous les publics. Auparavant organisée par chaînes, la direction est dorénavant structurée de manière transverse autour de quatre

grands pôles de compétences (pilotage, programmation linéaire, programmation non linéaire et Coordination), avec quatre objectifs :

- anticiper l'harmonisation et la cohérence de l'offre globale ;
- accentuer la circulation des programmes ;
- renforcer l'articulation entre antennes linéaires et non linéaires ;
- assurer le développement de la plateforme france.tv.

▪ Des chaînes linéaires aux lignes éditoriales clarifiées et harmonisées

Après trois mois d'existence sur le canal 19, la chaîne éphémère Culturebox a été redéployée en soirée sur le canal 14 à partir de mai 2021. France 4 a été pérennisée autour d'une double mission : une offre à destination de la jeunesse en journée et une offre culturelle en soirée. L'offre jeunesse portée par Okoo de 5h à 20h25 propose une offre ludo-éducative à destination des 6-11 ans, accordant une place privilégiée aux séries d'animation française, à des magazines ludo-éducatifs et ponctuellement des séries pour les pré-adolescents. A partir de 20h25, l'offre Culturebox propose un magazine quotidien qui reçoit tous les artistes, et notamment les jeunes talents, puis des soirées thématiques (festival, artistes, concert, urbain, humour, classique, théâtre) qui mettent à l'honneur toutes les cultures.

La régionalisation de France 3 et l'accroissement de la visibilité des Outre-mer ont été amplifiés après le lancement du *18.30* début 2021, la refonte des matinées de France 3 à partir de septembre 2021 a permis la mise en place d'un bloc régional de 7h à 11h dans le prolongement des matinales communes France bleu-France 3. Il est suivi d'un bloc ultramarin composé du nouveau magazine *Outremer le mag*, mieux exposé que *Les témoins d'Outre-mer*, et d'un JT Outremer dorénavant diffusé 365 jours par an avant le *12/13*.

Pour imposer le leadership de France 2 en journée, la stratégie d'accompagnement des téléspectateurs a été étendue aux matinées à partir de septembre 2021. Le nouveau magazine *Bel et Bien* a été lancé début 2021 le samedi matin. A la suite de la nouvelle formule de *Télématin*, programmé sept jours sur sept à partir de 6h30, *la Maison des maternelles* a été transférée de France 4 à France 2 à 9h30. La diffusion de l'émission se prolonge sur france.tv à partir de 10h10. De nouveaux jeux de création française complètent la programmation de la matinée : *Chacun son tour* en semaine et *Y'a pas d'erreur* le samedi, avant la formule renouvelée de *Tout le monde veut prendre sa place* incarnée par Laurence Boccolini.

Les lignes éditoriales des cases de première partie de soirée ont été précisées pour renforcer leur lisibilité et assurer la complémentarité de la programmation entre antennes. Ainsi, la case du lundi sur France 3 a vu sa coloration historique s'affirmer (diffusion des épisodes de la série documentaire *Apocalypse*), la case documentaire du dimanche sur France 5 a été réorientée vers les documentaires sur la géopolitique (« Le Monde en face ») et l'environnement pour assurer une plus grande cohérence avec *C Politique* et la « Case du siècle ». Les cases fiction sur France 2 et France 3 ont été harmonisées pour renforcer leur singularité. Consacrée aux comédies policières fortement incarnées, la case du vendredi soir sur France 2 accueille ainsi *Capitaine Marleau*, tandis qu'*Alex Hugo* a investi la case du mardi soir sur France 3.

- **Des offres numériques qui poursuivent leur développement**

Pour revendiquer france.tv comme première antenne du groupe, la page d'accueil de la plateforme a été refondue pour créer une « une » hiérarchisée qui met en avant le rôle d'éditeur de France Télévisions et permet de renforcer une programmation contextuelle et réactive, synchronisée avec la vie sociale et l'actualité (collection « une histoire une femme » pour le 8 mars, « en apesanteur » pour le départ de Thomas Pesquet). La mise en place du login obligatoire en février 2021 assure aux internautes une expérience de navigation personnalisée sur la plateforme.

La création en septembre 2021 d'une offre cinéma éditorialisée sous forme de collections, la diffusion de nouvelles fictions comme *Carrément craignos* ou *Diana Boss* a permis d'enrichir le catalogue de france.tv par des exclusivités numériques. Par ailleurs, l'exploitation des droits non-linéaires des programmes permet la mise à disposition d'intégrales et de collections, comme « La planète et nous » ou « le Grand rattrapage » en fin d'année.

Afin d'améliorer la lisibilité des offres numériques de France Télévisions, la plateforme francetvsport a été redéployée fin avril 2021 : les contenus sportifs ont été répartis entre franceinfo pour l'actualité sportive, france.tv pour les vidéos et l'application francetvsport. Une nouvelle application « la 1^{ère} » a été lancée pour offrir un accès plus direct à toute la richesse de l'offre ultramarine et fournir une expérience de navigation personnalisée en fonction de territoires sélectionnés par l'utilisateur.

De nouvelles offres numériques ont été lancées à destination des plus jeunes. Dans le prolongement de Lumni, et alors que les difficultés rencontrées par les étudiants ont été mises en lumière par la crise sanitaire, Lumni étudiant donne accès à un ensemble de ressources éducatives et pratiques qui permettent d'accompagner les jeunes dans leur parcours universitaire et la vie étudiante. Fruit d'un partenariat avec le média public allemand WDR, NowU est un média numérique collaboratif – décliné sur un site web et sur les réseaux sociaux – consacré à l'environnement qui vise à sensibiliser et mobiliser les jeunes autour de l'écologie. Le développement de ces nouvelles offres est amené à se poursuivre en 2022 pour qu'elles gagnent en notoriété et en audience.

1.2.3.2 Une information de référence ancrée dans les territoires et ouverte sur le monde

Chaque jour, près de 19 millions de téléspectateurs s'informent via les magazines, les journaux télévisés et la chaîne d'info de France Télévisions. Trois Français sur quatre ont confiance dans l'information du groupe et placent franceinfo en haut du podium des chaînes d'info sur cet indicateur.

- **Un traitement de l'information complet et exigeant**

En 2021, l'évolution de la pandémie et ses conséquences ont à nouveau occupé une place majeure dans la couverture de l'actualité. Dans ses éditions d'information, ses magazines et l'ensemble de son offre d'information, France Télévisions a continué à donner la parole à des expertes et experts reconnus, à faire preuve de pédagogie pour éclairer les Français sur

la situation sanitaire et les mesures prises pour y faire face. Les rédactions ont veillé à donner la parole aux Français éprouvés par la crise et donné de la visibilité aux initiatives solidaires partout sur le territoire. Ainsi, l'émission spéciale *Nous sommes la génération 2021*, co-diffusée sur twitch et en première partie de soirée sur France 2, a permis de mettre en lumière les effets de la crise sanitaire sur les 15-25 ans.

France Télévisions s'est également mobilisée pour couvrir les autres événements qui ont marqué l'année, en France et dans le monde : les élections départementales et régionales en juin sur France 2, France 3 et franceinfo, l'entrée au Panthéon de Joséphine Baker le 30 novembre en direct sur France 2, l'investiture de Joe Biden, le départ et le retour sur terre de Thomas Pesquet (sur franceinfo). Le groupe s'est notamment distingué par le traitement réservé aux sujets européens, à travers entre autres la soirée spéciale autour du documentaire *Bruxelles, ton univers impitoyable* à l'occasion de la journée de l'Europe et la retransmission sur France 2 de la conférence de presse du Président de la République dans le cadre de la présentation de la présidence française du conseil de l'Union européenne.

Afin de faire vivre le débat démocratique dans la perspective de l'élection présidentielle de 2022, de nouveaux rendez-vous politiques d'interview et de débat ont été mis en place fin 2021. *20h22*, présenté par Anne-Sophie Lapix, Nathalie Saint-Cricq et Mohamed Bouhafs, a été lancé le 30 septembre ; *Elysée 2022*, présenté par Léa Salamé et Laurent Guimier, le 23 septembre. 2,8 millions de téléspectateurs ont ainsi suivi sur France 2 le dernier débat de la primaire du parti Les Républicains. *Les 4 vérités*, première interview politique de France avec 900 000 téléspectateurs en moyenne chaque matin, accorde une place privilégiée à l'actualité de la campagne présidentielle.

Face à la défiance qu'expriment un certain nombre de Français à l'égard des médias, et dans un contexte de prolifération des fausses informations, notamment sur les réseaux sociaux, France Télévisions a déployé de nouveaux outils pour garantir une information fiable et conforter la confiance de tous les publics. Lancé le 31 mai, « Nos Sources » est un dispositif qui donne accès aux sources des JT et des JT et magazines d'information sur franceinfo.fr. Une cellule d'enquête, les Révélateurs de France 2, a été créée pour authentifier les images et vidéos circulant sur les réseaux sociaux.

Les enquêtes réalisées par les magazines d'investigation du groupe ont rencontré un fort impact, à l'image du reportage d'*Envoyé spécial* consacré à Nicolas Hulot qui, en réunissant 3,9 millions de téléspectateurs, a contribué à la libération de la parole sur les violences sexuelles. L'enquête de *Cash Investigation* consacrée à Dominique Strauss Kahn a mis en lumière auprès de 2,4 millions de téléspectateurs les révélations issues du travail d'un consortium international de journalistes sur les *Pandora papers*. Par ailleurs, France Télévisions, France Inter et l'INA se sont associés pour coproduire un nouveau magazine, adapté de l'émission de radio *Affaires sensibles* présentée par Fabrice Drouelle.

Les magazines et documentaires de France 5 ont également contribué à informer les Français, notamment sur les enjeux internationaux dans la case « Le monde en face ». *C dans l'air*, qui réunit chaque jour 1,2 million de téléspectateurs, a été décliné exceptionnellement en prime time pour évoquer la Russie de Poutine ou la Turquie d'Erdogan. Deux soirées ont été consacrées à la *Fabrique du mensonge*, qui décrypte la mécanique de la désinformation.

- **Une offre de proximité renforcée et une visibilité accrue pour tous les territoires**

En 2021, France Télévisions a accordé une visibilité sans précédent aux programmes régionaux et ultramarins.

Plus de 15 000 heures d'information régionale ont été diffusées sur l'ensemble des antennes du réseau de France 3, un chiffre en nette progression (+ 44%) par rapport à une année 2020 fortement marquée par les contraintes sanitaires. Cette progression est à mettre au compte de l'élargissement de la case régionale de fin de journée par la création du *18.30* en amont du *19/20*, de la poursuite du déploiement des matinales communes France bleu-France 3 (23 matinales fin 2021), dont la durée a par ailleurs été allongée de 20 minutes en septembre, et de la forte mobilisation des antennes régionales lors des élections départementales et régionales (soirées de débats pour les premier et deuxième tours). Par ailleurs, des décrochages régionaux exceptionnels ont été réalisés en cas d'actualité forte, comme lors du décès de Bernard Tapie ou un an après la tempête Alex.

Au-delà de l'offre d'information, le volume de diffusion des programmes régionaux progresse également par rapport à 2020 pour retrouver son niveau de 2019 à 18 000 heures. L'offre de magazines de découverte (*les Nouveaux nomades*), de magazines en langue régionale et d'émissions culinaires a été maintenue, tandis que le magazine *Vous êtes formidables !* a succédé à *Ensemble c'est mieux* à partir de septembre pour mettre en valeur les initiatives de chaque région. Le mercredi en deuxième partie de soirée, les magazines *Réseaux d'enquête*, *Enquêtes de région* et la case « Culture dans votre région » sont diffusés en alternance avec la case documentaire « La France en vrai ». Au total, les documentaires régionaux représentent un volume de diffusion de près de 4000 heures, soit une augmentation de 50 % par rapport à 2020.

Les programmes régionaux ont également contribué à l'antenne nationale de France 3 grâce à la case estivale de documentaire « L'Heure D », mais aussi avec des propositions originales comme *Tous prêts pour la dictée !* ou *Une journée avec Brassens* diffusé en première partie de soirée.

En Outre-mer, les 1^{ère} ont joué un rôle d'information de proximité d'autant plus précieux que chacun des territoires ultramarins a connu une évolution spécifique, et parfois très préoccupante, de sa situation sanitaire. Les antennes des 1^{ère} ont renforcé leur offre de programmes de proximité grâce au développement des émissions de radio filmée. Depuis la rentrée 2021, huit des neuf antennes proposent des sessions d'actualité matinales ou des magazines à la mi-journée produits en direct depuis les studios radio. Partout, ces programmes mutualisés font progresser les audiences télévisées sans affaiblir celles des radios. Toutes les antennes ont également ouvert une case de diffusion de documentaires en première partie de soirée, alimentée par des productions locales initiées par les stations elles-mêmes, par une circulation des films produits par les stations voisines ou encore par des films développés par le pôle Outre-mer.

Les antennes des 1^{ère} ont par ailleurs poursuivi la mise en œuvre de l'objectif de « régionalisation » de leur programmation qui vise à alimenter leurs grilles avec des programmes issus de leurs territoires voisins. Ont ainsi été acquis, entre autres, le

divertissement néozélandais *Game of Bros*, l'émission culinaire indienne *100% South Indian* ou la collection de concerts du festival jamaïcain *Reggae Sunsplash*.

En application du Pacte pour la visibilité des Outre-mer, les territoires ultramarins ont vu leur place se renforcer au sein des offres nationales de France Télévisions. Inséré au sein d'une case cohérente avec *outremer.lemag*, *outremer.l'info* est désormais diffusé 365 jours par an sur France 3 et a été rallongé de six à neuf minutes. L'actualité ultramarine, particulièrement riche, a bénéficié d'une visibilité sans précédent au sein des éditions d'information nationale (+130 % au sein des JT de France 2 et +240 % dans les JT de France 3). 38 premières parties de soirée ont mis à l'honneur les Outre-mer sur l'ensemble des antennes, touchant 42,7 millions de téléspectateurs soit davantage qu'en 2020. La diffusion sur France 3 lors d'une soirée spéciale de la série *OPJ*, primodiffusée sur les 1^{ère}, a remporté un vif succès en rassemblant 4,2 millions de téléspectateurs. La semaine spéciale « Cœur outre-mer » du 6 au 12 novembre 2021, déclinée dans la programmation et dans les éditions d'information, a permis de toucher un total de 36 millions de téléspectateurs.

1.2.3.3 Un accompagnement des jeunes publics conforté

La mobilisation de France 4 pour accompagner les élèves dans un contexte bouleversé par la situation sanitaire s'est poursuivie en 2021, grâce aux opérations « vacances apprenantes », au maintien d'une programmation éducative renforcée le week-end (*C'est toujours pas sorcier*, *Jeu Lumni*) et à la réactivation du dispositif de classe à la maison durant la fermeture des écoles au printemps.

La pérennisation de France 4 décidée au printemps 2021 en journée sur le canal 14 a permis d'opérer une clarification de la ligne éditoriale de l'offre jeunesse de chacune des chaînes à partir de septembre 2021. Ainsi France 5 conserve une offre à destination des 3-5 ans, France 4 avec une offre dédiée à l'écoute conjointe le dimanche après-midi et en début de soirée. France 3 a conservé une offre à destination des 6-9 ans le week-end essentiellement. L'ensemble de ces cases est rattaché à la marque Okoo également présente sur le numérique avec un catalogue accessible sur *france.tv* et dans une application sécurisée adaptée aux enfants.

Premier financeur de l'animation française (30 millions d'euros en 2021), France Télévisions en est également le premier diffuseur : 71 % des 6 660 heures d'animation diffusées sur les antennes nationales de France Télévisions sont d'origine française. Sur le numérique, deux tiers des 537 heures d'animation publiées sont d'origine française. Plusieurs nouveautés ont été lancées avec succès comme *Idéfix et les irréductibles*, *Les Contes de Lupin* ou *Ana Filoute* qui ont contribué à la croissance de l'audience de la plateforme Okoo.

France Télévisions a également poursuivi le renforcement de la mission éducative de ses offres à destination du jeune public. Sur France 4, le volume horaire de programmes ludo-éducatifs représente environ 15 % du volume global de diffusion Okoo : *C'est toujours pas sorcier*, *Un jour une question*, *En sortant de l'école* ou *Yétili* contribuent aux apprentissages dans des domaines variés.

Okoo a également été mobilisé autour de causes d'utilité publique, notamment à l'occasion de la Journée nationale « Non au harcèlement », portée par le ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse et des Sports, mais aussi de la Journée internationale des Droits

de l'Enfant le 20 novembre. France Télévisions a également participé pour la première fois à la campagne « Say Hi » de l'UER qui vise à promouvoir les valeurs d'amitié et de tolérance auprès des enfants.

Les passerelles établies entre Okoo et Lumni, portail commun à l'ensemble de l'audiovisuel public, visent également à renforcer la dimension éducative de l'offre globale à destination des plus jeunes. En novembre 2021, un appel à projets a été lancé pour une émission d'accompagnement incarnée, tant linéaire que numérique, qui sera diffusée à partir du deuxième semestre 2022. Elle contribuera à valoriser la spécificité de l'offre de service public à destination des enfants.

Un peu plus d'un an après sa création, Lumni a poursuivi son développement avec le lancement de nouveaux programmes qui complètent les programmes scolaires comme *Félix délire*, *Let's go Lumni* ou *La Fontaine Superstar*. De nouveaux contenus ont également été créés pour éduquer à la citoyenneté, au vivre ensemble et développer l'esprit critique. Parmi eux figurent *Sexotuto*, une série humoristique qui répond aux questions des plus jeunes sur la sexualité, *Les clés de la laïcité*, *Vis ton sport* ou *Chasseurs de fake*, une enquête réalisée par le journaliste Julien Pain avec des collégiens.

Lumni s'est enrichi en 2021 d'une offre à destination des étudiants, proposée par l'ensemble des sociétés de l'audiovisuel public en partenariat avec le Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation ainsi que de nombreux partenaires. L'offre réunit plus de 1400 contenus aux formats variés qui répondent à plusieurs attentes exprimées par les jeunes étudiants : être guidés dans leur orientation, mieux accompagnés dans leur vie étudiante, disposer de ressources pour acquérir de nouvelles méthodes de travail et travailler sa culture générale, ainsi que de conseils pour entretenir sa santé physique et mentale.

1.2.3.4 Un engagement sans précédent pour soutenir les artistes et favoriser l'accès à toutes les cultures

▪ Une mobilisation exceptionnelle aux côtés du monde de la culture

Le 1er février 2021, France Télévisions a lancé Culturebox sur le canal 19, une chaîne éphémère dont la vocation était, dans le contexte de fermeture des lieux de culture, de soutenir les artistes et de maintenir le lien avec leur public. « Plus grande scène de France », la chaîne a accordé une large place au spectacle vivant (théâtre, concerts, opéras, ballets) et aux arts visuels en diffusant des captations issues de représentations et de festivals dans toute la France, y compris en Outre-mer. Le programme quotidien *Culturebox l'émission* permet de faire découvrir des artistes et des créateurs, en particulier de jeunes talents émergents peu visibles dans les médias. Plus de 1600 artistes y ont ainsi été invités depuis son lancement.

Pérennisée en soirée sur le canal 14 à partir du 3 mai 2021, Culturebox continue de porter la même ambition et propose une offre variée qui met à l'honneur tous les genres, des captations de concerts classiques aux magazines sur les arts urbains. 348 captations de spectacle vivant ont ainsi été diffusées, dont 48 coproductions originales Culturebox inédites. La chaîne a continué à valoriser les programmes et talents des régions (18 programmes en première partie de soirée et un magazine hebdomadaire) et des Outre-mer

(34 premières parties de soirée soit trois programmes par mois en moyenne). Près de 25 millions de Français regardent la chaîne au moins une fois chaque mois.

France Télévisions a également initié des collaborations avec ses partenaires de l'audiovisuel public sur Culturebox, notamment avec Radio France (diffusion de trois captations de concerts à la Maison de la radio, de masterclasses avec France Culture, du prix des talents avec France Bleu, le hip hop symphonique avec Mouv') et l'INA (soirée « Culturebox remonte le temps »).

Outre le lancement de cette nouvelle chaîne, France Télévisions a poursuivi sa mobilisation initiée dès le début de la crise sanitaire autour de la dynamique #OffensiveCulture qui a permis de nouer des liens forts avec le monde de la création. La case du vendredi en première partie de soirée sur France 5 a été maintenue pour proposer chaque semaine des spectacles inédits dans tous les genres (*La Cerisaie* en direct du festival d'Avignon, Mika à Versailles, *Noire*, *Cirkafrica*). Des « cartes blanches » ont été confiées à plusieurs créateurs des « cartes blanches » pour produire de véritables « films de théâtre » : Arnaud Desplechin a livré une version inédite d'*Angels in America* ; Jacques Weber a poursuivi ses « Ateliers Théâtre » avec notamment un « Atelier Cyrano » avec François Morel.

Au-delà des rendez-vous plébiscités chaque année par les téléspectateurs (*Le concert de Paris, Musiques en fête...*), de nouveaux rendez-vous ont été proposés pour ouvrir l'accès à la culture à tous les publics, y compris ceux qui en sont éloignés. *Génération Paname* sur France 2 donne la parole aux jeunes humoristes émergents, la nouvelle collection *Du son sur les toits* offre une carte blanche à des musiciens dans un format inédit qui met en valeur la ville dont ils sont issus.

L'offre numérique de Culturebox a également été enrichie, notamment dans les musiques urbaines, le théâtre, la danse hip hop et le nouveau cirque, tout en continuant son soutien aux festivals. Cette année, 333 programmes ont été mis en ligne sur le site dont 69 % de captations inédites exclusivement numériques. Culture Prime, média social culturel commun à l'ensemble de l'audiovisuel public, a également vu son offre s'enrichir (collection « Un musée, une expo ») et affiche de bonnes audiences sur les réseaux sociaux avec trente millions de vidéos vues en moyenne par mois en 2021.

▪ Une offre de cinéma renforcée, plus diversifiée et accessible à tous

L'éditorialisation de l'offre de cinéma du groupe a été renforcée afin qu'elle soit plus visible et puisse toucher un plus large public. Aux trois premières parties de soirée consacrées à ce genre chaque semaine (lundi sur France 5, jeudi sur France 3, dimanche sur France 2) se sont ajoutées des soirées événementielles à l'occasion du festival de Cannes (diffusion de *Parasite* de Bong Joon-ho, et d'*Everybody knows* d'Asghar Farhadi) ou lors de soirées consacrées à des sujets de société. En décembre 2021, France Télévisions associé à Brut a conclu un accord avec le Festival de Cannes, pour devenir le partenaire média du Festival à compter de sa prochaine édition de mai 2022, et pour trois années au moins.

En 2021, France Télévisions a renforcé son offre de cinéma à la demande avec la systématisation progressive du replay des films d'une part, et la publication de collections thématiques d'autre part. Plus de 200 films ont ainsi été diffusés en accès libre sur france.tv

en 2021, notamment dans le cadre du cycle Ken Loach, de la collection Festival de Cannes ou Jap'animation.

France Télévisions a également maintenu son soutien à la filière du court-métrage en réalisant une centaine d'acquisitions dont 67 % de préachats. Les deux cases consacrées à ce genre sur France 2 et France 3 ont valorisé une grande diversité de courts-métrages et accompagné les grands festivals qui ont joué un rôle d'autant plus essentiel pour les créateurs dans le contexte de crise sanitaire.

1.2.3.5 Une création diversifiée, audacieuse et engagée

▪ Une offre de fiction ambitieuse, ancrée dans la société française et performante

L'année 2021 a été marquée par la diffusion des premières séries ambitieuses coproduites par France Télévisions avec des partenaires internationaux, qui ont mis à l'honneur le patrimoine littéraire français : *Germinal*, coproduite avec la RAI, a rassemblé plus de quatre millions de téléspectateurs sur l'ensemble de sa diffusion ; *Le tour du monde en 80 jours*, coproduit avec la Rai et la ZDF avec la participation de la BBC et de PBS, a été proposé à l'occasion de la programmation de fin d'année.

L'offre de fiction nationale a maintenu sa puissance auprès des publics tout en poursuivant son constant renouvellement et la diversification de ses formats et de ses univers. Suivie en moyenne chaque semaine par 19 millions de téléspectateurs sur France 2 et France 3, la fiction de France Télévisions compte également 15 des 20 séries françaises les plus vues en 2021. Pilier de l'offre, largement plébiscité par le public, la fiction policière a conservé ses héros emblématiques (*Capitaine Marleau, Candice Renoir, Alex Hugo*) et étoffé ses collections régionales (*Meurtres à..., Crime en...*) en donnant de la visibilité aux territoires de l'hexagone et d'Outre-mer. Des séries inédites ont permis d'investir de nouveaux univers, en particulier l'école (*La faute à Rousseau, l'Ecole de la vie*) ou encore la religion (*Prière d'enquête*) et la médecine dans les territoires ruraux (*La doc et le véto*). Fictions littéraires et historiques (*Les aventures du jeune Voltaire, Emma Bovary*), comédies (*100% bio*) et thrillers (*L'Absente, J'ai menti*) ont assuré à l'offre de France Télévisions une diversité inédite.

Parmi les propositions marquantes du groupe figurent également les fictions unitaires qui ont contribué à mettre en lumière certains sujets de société et à ouvrir le débat, contribuant aux engagements portés par France Télévisions. Programmés dans le cadre de soirées continues, *L'enfant de personne* ou *Le bruit des trousseaux* ont sensibilisé le grand public aux questions entourant la protection de l'enfance et le système carcéral. Dans le cadre de cette stratégie, certains films de cinéma ont également bénéficié d'une programmation exceptionnelle : *Les Chataignes* d'Andréa Bescond dans le cadre d'une soirée continue « Brisons le silence », *Grâce à Dieu* de François Ozon a été suivi d'un débat consacré à la publication du rapport Sauvé sur la pédophilie dans l'Eglise.

La fiction joue un rôle particulièrement actif dans la représentation de la diversité de la société française, notamment dans ses feuilletons quotidiens *Plus belle la vie* et *Un si grand soleil*. En 2021, *Vestiaires* a fêté ses 10 ans : ce programme court, dont les personnages sont interprétés par des comédiens handicapés, partage avec humour leur vision du monde et du handicap. En 2021 le champion de natation handisport Théo Curin a rejoint le casting de

Plus belle la vie. D'autre part, France Télévisions s'est engagé à développer la place des femmes dans la réalisation de ses fictions pour atteindre un objectif de 30 %.

L'offre de fictions numériques à destination de publics adolescents ou rajeunis poursuit son développement et participe au renouvellement des visages et des formats. En 2021, les saisons 2 de *Stolk* (prix de la meilleure série de 26' au festival de la Rochelle), *Mental* ou *Carrément craignos* ont été proposées. *Or de lui*, incarné par Ramzy Bedia, a signé le meilleur démarrage d'une fiction sur France.tv avec un million de vidéos vues le premier mois de sa mise en ligne. Le succès de *Skam* se poursuit (6,4 millions de vidéos vues en 2021) avec les saisons 7 et 8 traitant du déni de grossesse et de la précarité, tandis que les saisons 9 et 10 ont été annoncées.

- **Une offre de documentaires qui rassemble, éclaire et questionne**

France Télévisions propose une offre documentaire sans égale dans le paysage audiovisuel français : en 2021, France Télévisions a consacré 11 000 heures au documentaire dont 800 heures en première partie de soirée. Du fait de la forte exposition accordée à ce genre sur l'ensemble des antennes du groupe (un documentaire est proposé chaque soir), 10,5 millions de téléspectateurs en moyenne regardent chaque semaine au moins un des documentaires de France Télévisions. Cette offre permet de rendre compte de la diversité de la société, dans toutes ses composantes et sa pluralité, d'ouvrir au monde pour mieux le découvrir et le décrypter, pour s'engager et porter ensemble les grands défis de demain.

En première partie de soirée sur France 2, des documentaires créent l'événement et rassemblent un large public, à l'image de *Nous paysans* qui a réuni 5,5 millions de téléspectateurs. A l'occasion de la fête de la science, *France le Fabuleux voyage* a embarqué plus de trois millions de téléspectateurs dans la découverte de l'histoire géologique du pays. La veille de la fête nationale, le docu-fiction *Révolution* a proposé à son public de vivre la révolution de l'intérieur. France 3 concentre son offre sur les documentaires historiques en première partie de soirée, avec notamment la diffusion de *11 septembre au cœur du chaos*, vingt ans après l'attaque terroriste, ou *Badinter, la vie avant tout* pour commémorer les 40 ans de la loi d'abolition de la peine de mort.

Sur France 5, les trois cases documentaires de première partie de soirée proposent une offre complémentaire orientée autour de la géopolitique, la consommation, la santé et les sciences. Parmi les propositions marquantes de 2021 figurent la série *Irak destruction d'une nation*, qui a remporté un beau succès numérique sur france.tv, *Lady Sapiens*, également décliné sous forme de jeu vidéo, ou *Opéra de Paris, une saison particulière* diffusé dans la case culturelle du vendredi. Les collections estivales de découvertes (*Nus et culottés* incarné par Nans et Mouts, *Des trains pas comme les autres* incarné par Philippe Gougler) ont par ailleurs confirmé leur succès.

En deuxième partie de soirée, les documentaires décryptent la société française dans toute sa diversité grâce aux cases « Infrarouge » sur France 2 (*La science a mauvais genre*, *Amour à mort*, *Alcool au féminin...*) et « La ligne bleue » sur France 3, ancrée dans les territoires. Durant l'été, la collection « l'enfance avant tout » a donné une nouvelle visibilité sur France 2 aux documentaires abordant ce thème diffusés au cours de l'année sur l'ensemble des antennes. Sur France 5, la « Case du siècle » a abordé divers épisodes historiques et a

notamment mis en valeur les territoires ultramarins (JO des îles en or, Frantz Fanon le révolté).

En 2021, l'ensemble de l'offre documentaire de France Télévisions a contribué à éclairer le public sur les enjeux liés à l'environnement et l'écologie. Sur France 5, *Sur le front* incarné par Hugo Clément et *Vert de rage* présenté par Martin Boudot ont mené l'enquête sur l'impact des activités humaines sur notre écosystème. France 2 a diffusé en première partie de soirée *Planète parfaite*, un documentaire en deux volets qui donne à voir la fragilité de la nature. Sur france.tv, les séries *Carbonisés* et *Au bord de la crise de vert* témoignent des combats menés pour protéger la planète.

1.2.3.6 Des rendez-vous renouvelés pour accompagner les Français chaque jour

En 2021, France Télévisions a largement renouvelé et modernisé son offre de magazines et divertissements en journée et créé de nouveaux rendez-vous, notamment le week-end, pour élargir son public et ainsi davantage s'adresser à tous grâce à une offre qui informe et divertit avec bienveillance et favorise le lien social avec la présence d'animateurs référents tout au long de la journée.

Dès le début de l'année 2021, de nouveaux magazines ont été lancés avec succès le week-end :

- *Bel et Bien*, consacré au bien-être, présenté par Agathe Lecaron et Ali Rebeih, diffusé le samedi matin après *Télématin* sur France 2 ;
- *Au bout de l'enquête*, présenté par Marie Drucker, fait le récit d'enquêtes judiciaires au long cours, le samedi en début d'après-midi sur France 2 ;
- *Cuisine ouverte*, émission culinaire animée par le jeune chef étoilé Mori Sacko qui revisite la gastronomie française, le samedi en début de soirée sur France 3.

En septembre 2021, les matinées de France 2 ont été largement remaniées. La refonte de *Télématin*, dont les incarnations, le décor et le déroulé ont été renouvelés, a permis de moderniser le programme. Avec une part d'audience en augmentation de deux points (26 %), *Télématin* a conforté son statut de première matinale de France. L'arrivée sur France 2 de *La Maison des maternelles* lui permet de rassembler largement autour des sujets relatifs à l'enfance et à la famille : son audience a été multipliée par dix par rapport à la saison précédente sur France 4. Deux nouveaux jeux de création originale française ont également été lancés à 11h20 : *Chacun son tour* la semaine et *Y'a pas d'erreur* le samedi. Tous deux se sont imposés sans difficulté auprès du public et complètent désormais l'offre de jeux propre au service public. Enfin, Laurence Boccolini a repris avec succès les commandes d'une version modernisée de *Tout le Monde veut prendre sa place* et réunit tous les jours plus de 1,6 million de téléspectateurs. Grâce au renouvellement de ses matinées, France 2 propose tout au long de la journée des programmes incarnés par des animateurs qui renforcent le lien avec le public.

Sur France 5, *C à vous* dispose désormais d'une formule rallongée jusqu'à 20h50. Alors que de nouveaux chroniqueurs ont rejoint la table de l'émission (Mohamed Bouhafsi, Mathieu Belliard), les téléspectateurs sont toujours plus nombreux à plébisciter cette émission, dont

les deux parties sont en progression constante sur toute la saison. En deuxième partie de soirée, *C ce soir* ouvre le débat du lundi au jeudi en écho avec l'actualité en donnant la parole à des acteurs engagés et des intellectuels. Cette émission complète l'offre de magazines d'analyse et de débat qui sont des piliers de la programmation de la chaîne.

1.2.3.7 Rassembler les Français autour de grands événements

▪ Une offre de divertissements qui réunit tous les publics

Parmi les temps forts qui rassemblent un large public, le concours de l'Eurovision a réalisé en 2021 un record d'audience en rassemblant 5,5 millions de téléspectateurs (31,4 % de part d'audience) autour de la performance de Barbara Pravi qui a remporté la deuxième place du concours. La soirée de sélection du candidat français *Eurovision France, c'est vous qui décidez*, qui a mis à l'honneur une grande diversité de styles musicaux, a été regardée par 2,4 millions de téléspectateurs.

Dans un contexte de crise sanitaire, les soirées musicales ont réalisé des performances particulièrement remarquables, comme les *Victoires de la musique* qui n'avaient pas réuni autant de spectateurs depuis 2014 ou la soirée spéciale en hommage à Johnny Hallyday en direct de l'Accor Arena (3,3 millions de téléspectateurs). *La Grande soirée du 31 à Chantilly* a rassemblé, au moment du passage à la nouvelle année 6,3 millions de téléspectateurs. Les émissions de variétés ont mis à l'honneur une grande diversité d'artistes et de styles musicaux dans *Taratata*, *Tous en Martinique*, *Africa le grand concert* ou *Chantons Aznavour*.

France Télévisions a également lancé des créations de spectacle vivant et d'humour comme *Un soir à Monaco avec Laurent Gerra*, venu rejoindre *Spectaculaire* ou *Les comiques préférés des Français*. Des divertissements engagés et solidaires comme *Secours Pop, la grande soirée*, *Merci Line* à l'occasion du Sidaction ou *Rire contre le Racisme* ont permis de mobiliser le public autour d'engagements portés par France Télévisions. France Télévisions s'est également à nouveau mobilisé à l'occasion du Téléthon.

Aux côtés de Fort Boyard, qui continue d'être un incontournable familial de l'été (45 % des enfants et plus d'un quart des parents devant France 2), les jeux sont venus renouveler avec succès l'offre de première partie de soirée. *Le club des invincibles* présenté par Nagui et *Le quiz des champions* animé par Cyril Féraud ont remporté un beau succès lors de leur lancement.

Par ailleurs, le lancement du nouveau jeu *Le quiz des champions* a remporté un beau succès. *Fort Boyard*, quant à lui, continue d'être un incontournable familial de l'été : cette année encore, il a rassemblé 45 % des enfants et plus d'un quart des parents devant France 2.

▪ Le sport : des performances et des valeurs particulièrement fédératrices

Présent sur les plus grands événements sportifs internationaux (Tournoi des VI Nations, Roland-Garros, Tour de France, etc.), diffuseur officiel des Jeux olympiques et paralympiques de Tokyo, France Télévisions a également confirmé en 2021 son

investissement en faveur du sport féminin et son soutien à la promotion de la pratique du parasport.

France Télévisions a diffusé plus de 1320 heures de sport sur ses antennes linéaires en 2021, ce qui lui a permis de fédérer un public très large : 54 millions de Français ont regardé au moins 15 minutes de sport sur les antennes de France Télévisions en 2021. En outre, 8400 heures de sport ont été proposées sur les plateformes numériques, dont 6300 heures en exclusivité numérique.

L'offre de retransmissions sportives a dû à nouveau, mais dans une moindre mesure qu'en 2020, s'adapter au bouleversement du calendrier sportif lié à la crise sanitaire (reports tardifs de certaines rencontres, reprogrammation du Marathon de Paris et du Paris-Roubaix à l'automne). Au total, plus de 1200 heures de retransmissions sportives ont été diffusées en direct, dans 42 disciplines sportives et 23 disciplines de parasport.

L'année a été notamment marquée par les Jeux olympiques de Tokyo 2020 : près de 600 heures d'antenne y ont été consacrées sur trois chaînes (France 2, France 3 et France 4), et l'intégralité des compétitions ont été retransmises en direct sur les plateformes numériques du groupe. 100 heures de direct ont été consacrées aux épreuves des Jeux paralympiques en septembre. Cet événement a été plébiscité par le public, tant à l'antenne que sur le numérique. 50,1 millions de téléspectateurs, soit près de neuf Français sur dix (87 %) ont regardé les Jeux olympiques en direct, 62 millions de vidéos ont été vues sur le numérique. 24 millions de Français ont regardé les paralympiques.

Dans la continuité de la politique mise en place depuis plusieurs années par France Télévisions en matière de promotion et d'exposition du sport féminin, la « course by le Tour » a été diffusée sur France 3, ainsi que la première édition du Paris-Roubaix féminin, ainsi que le Tour des Flandres et Grand Prix de Plouay féminins. Des matches du tournoi des VI nations féminin ont également été retransmis. Au global, 72 % des sports retransmis par France Télévisions en 2021 étaient mixtes.

France Télévisions assure également un traitement quotidien et complet de l'actualité sportive et donne la parole aux sportifs : dans *Tout le sport*, 122 disciplines sportives différentes ont été abordées, 70 dans *Stade 2* sur France 3. *Rencontres à XV*, magazine hebdomadaire consacré au rugby, est désormais diffusé sur France 3.

Les antennes 1^{ère} ont également été mobilisées pour permettre aux téléspectateurs d'Outre-mer d'assister à la retransmission de nombreux événements sportifs locaux, mais aussi de suivre en direct l'ensemble de l'offre de sport de France Télévisions. Les 1^{ères} (toutes ou certaines d'entre elles) ont ainsi diffusé en 2021 les plus grands événements sportifs : les Jeux olympiques et paralympiques, Roland-Garros, le Tournoi des VI Nations, le Tour de France, ainsi que toutes les autres grandes compétitions internationales et nationales proposées par les antennes nationales du groupe.

1.2.4 Audiences

Après une année 2020 très atypique bouleversée par un premier confinement strict, l'année 2021 demeure marquée par une crise sanitaire persistante, et le quotidien des Français reste

perturbé. Dans ce contexte, la télévision maintient son rôle fédérateur en 2021 : une puissance confirmée voire accentuée avec 44,5 millions de téléspectateurs quotidiens sur le poste de télévision (vs 44,3 millions en 2020 et 41,3 en 2019). Si la couverture du média est en progression par rapport à 2020, le temps passé devant la télévision est logiquement un peu moins important, retrouvant son niveau de 2019. Au global, quel que soit l'écran, les Français ont consacré 3h41 aux programmes de télévision en 2021 (vs 3h58 en 2020 et 3h40 en 2019).

Pour mémoire, depuis avril 2020, la mesure d'audience prend en compte la consommation hors domicile et en mobilité des programmes de télévision sur tous les écrans, permettant de couvrir la diversité des usages.

En parallèle, l'usage des services payants de vidéo à la demande (SVOD)¹¹ continue à progresser : 27,1 millions d'individus six ans et plus déclarent utiliser actuellement au moins une plateforme SVOD (+3,5 millions d'utilisateurs vs 2020), avec une montée en puissance auprès des publics plus âgés. Chaque jour, on compte 8,6 millions d'utilisateurs âgés de 15 ans et plus (vs 8 millions en 2020). Netflix reste net leader, et ce sont désormais Prime Vidéo et Disney+ qui dynamisent le marché.

La consommation globale de vidéo se développe également sur les réseaux sociaux et les plateformes vidéo gratuites : YouTube est en tête avec chaque jour près de 19 millions de vidéonautes 15 ans et plus¹², et l'application Tiktok¹³ – très ancrée chez les jeunes – compte désormais plus d'utilisateurs quotidiens que Twitter avec 5,1 millions d'utilisateurs 15 ans et plus.

1.2.4.1 Audiences TV

France Télévisions reste le premier média des Français : France Télévisions touche 81 % de la population en moyenne chaque semaine, quel que soit l'écran (télévision, ordinateur, mobile et tablette), soit près de 50 millions de personnes, ce qui représente un niveau stable comparé à 2020. Ce reach hebdomadaire s'élève à 54 % chez les 4-14 ans, à 65 % chez les 15-24 ans, à 83 % chez les actifs et à 97 % chez les jeunes retraités.

France Télévisions progresse aussi en part d'audience avec 29,1 % (vs 28,8 % en 2020, 28,9 % en 2019 et 28,5 % en 2018), au plus haut depuis 2015. Le groupe progresse également sur le public des 15-49 ans avec +0,7 point sur un an. Leader sur l'ensemble de la population 4+, le groupe conforte l'écart avec son concurrent direct, à deux points devant le groupe TF1 à 27,1 % (contre un écart de 1,9 point en 2019 et 2020, et 0,8 point en 2018).

France 2 continue de progresser à 14,7 % de part d'audience (soit +0,6 point sur un an, la plus forte hausse des chaînes généralistes), à son meilleur niveau depuis 2012. France 2 renforce sa position en matinée, leader grâce à Télématin. Dans un contexte de forte actualité, les journaux de 13 heures et de 20 heures maintiennent de hauts niveaux de performance (5,1 millions de téléspectateurs et 22,5 % de part d'audience pour le 20 heures, 2,7 millions et 21,2 % pour le 13 heures). Enfin, les téléspectateurs sont fidèles aux rendez-

¹¹ Source : Médiamétrie – baromètre des usages et comportements SVOD (janvier-novembre 2021)

¹² Source : Médiamétrie – Mesure Internet vidéo 3 écrans (janvier-novembre 2021)

¹³ Source : Médiamétrie – Mesure Internet Global (janvier-novembre 2021)

vous de l'après-midi et de l'access (*Ca commence aujourd'hui, Affaire conclue, N'oubliez pas les paroles*).

En première partie de soirée, France 2 rencontre le succès avec ses héroïnes de fiction (*Capitaine Marleau* désormais sur la chaîne à 7,1 millions en inédit, *Le crime lui va si bien, Astrid et Raphaëlle*...) et des coproductions prestigieuses (*Germinal, Le tour du monde en 80 jours*). France 2 demeure la chaîne de l'événementiel (*l'Eurovision* à 5,5 millions de téléspectateurs, au plus haut depuis 2009, le *31 décembre à Chantilly* s'est placé leader, *Rendez-vous en terre inconnue* en pays Afar à 6,4 millions...). France 2 s'engage avec des programmes impactants à forte résonance sociétale, en documentaires (*Nous paysans* à 5,5 millions de téléspectateurs) comme en fiction (*L'enfant de personne* à 3,4 millions).

France 3 maintient sa bonne dynamique à 9,4 % de part d'audience (stable vs 2020 et +0,1 point vs 2019) et reste troisième chaîne nationale devant M6. Pilier de la chaîne, l'information régionale et nationale de France 3 enregistre des audiences solides avec 12 % pour le *12/13 Régional*, et 1,5 million de téléspectateurs pour le *12/13 National* (13,6 %); en access, le *19/20 Régional* affiche 2,8 millions (15,6 %, deuxième chaîne sur le créneau) et 2,9 millions pour le *19/20 National* (14,5 %). En 2021, ce sont près de 17 millions de téléspectateurs touchés chaque semaine par l'offre régionale - information et programmes - avec une offre renforcée en matinée cette année. En soirée, la chaîne assoit la puissance de ses cases fictions, avec 42 soirées à plus de cinq millions de téléspectateurs cette année.

France 4 affiche 0,8 % de part d'audience 4+ sur l'ensemble de la journée, en retrait de 0,4 point sur un an. La chaîne est notamment impactée par le repositionnement de ses soirées sur l'offre Culturebox à partir de mai : la tranche horaire 21h-22h30 affiche 0,5 % de part d'audience 4+ en moyenne de septembre à décembre, contre 1,2 % entre janvier et avril et 1,5 % en 2020. Entre septembre et décembre, Culturebox a touché en moyenne 2,8 millions de téléspectateurs par jour et 11,5 millions chaque semaine. Par ailleurs, l'offre jeunesse s'affiche en retrait sur son cœur de cible des 4-14 ans, avec 6,3 % de part d'audience entre 6h30 et 20h (-1,3 point sur un an), mais reste stable sur la population globale à 1 % de part d'audience 4+. L'attractivité de la chaîne auprès des enfants a été affectée par le maintien d'une programmation éducative lors des « vacances apprenantes ».

France 5, cinquième chaîne nationale, s'affiche à 3,3 % (vs 3,5 % en 2020). Référence du décryptage, France 5 renforce et varie ses éclairages avec une formule allongée de *C à vous* (1,2 million pour la première partie), mais aussi du débat dans *C ce soir* en deuxième partie de soirée, et toujours *C dans l'air* (1,2 million). Une offre de décryptage déployée aussi en Prime avec *Sur le front* (0,8 million en moyenne), *La fabrique du mensonge* (0,9 million en moyenne) et toujours *Le monde en face*. Et toujours des marques emblématiques en magazines et documentaires, qui dépassent régulièrement le million de téléspectateurs : *Echappées belles, Science grand format, La guerre des trônes, Les routes de l'impossible, Des trains pas comme les autres, Nus et culottés*...

franceinfo tv réalise sa meilleure année avec une audience de 5,1 millions de téléspectateurs quotidiens en hausse de 5 % par rapport à 2020 et de 40 % par rapport à 2019 pour une part d'audience de 0,7 %, stable par rapport à 2020 et en progrès de 0,2 point par rapport à 2019. Une bonne dynamique en cours d'année : la chaîne se situe à 0,8 % de part d'audience sur le dernier quadrimestre. franceinfo reste en troisième position des chaînes d'information sur les 15-49 ans avec une part d'audience de 0,6 %.

La 1^{ère} demeure la marque média de référence sur l'information et la proximité en Outre-mer. Sur un jour moyen de semaine, près de 46 % des habitants d'Outre-mer regardent une 1^{ère} au moins une fois, soit près de 978 000 téléspectateurs¹⁴.

En 2021, toutes les chaînes se sont maintenues ou ont progressé. Plusieurs antennes enregistrent des performances marquantes¹⁵ :

- Avec une progression de 6,8 points pour atteindre 34,8 % de part d'audience en pleine crise sanitaire et à l'approche du référendum, Nouvelle Calédonie La 1^{ère} prend la tête du classement des stations du réseau d'Outre-mer ;
- En Polynésie, La 1^{ère} poursuit en 2021 sa reconquête d'audience et reprend 3,7 points sur la dernière mesure de 2019 avec 33,5 % de part d'audience.
- Mayotte La 1^{ère} obtient 34 % de part d'audience, et consolide de 0,3 point son score de l'an passé.
- En Guyane, la chaîne publique touche un niveau record de 32,4 % de part d'audience (+0,3 point sur un an, l'année 2020 atteignait déjà un niveau record).
- Guadeloupe La 1^{ère} opère une année solide, même pendant le conflit social avec 27,4 % de part d'audience en moyenne annuelle, à 0,7 point au-dessus de son niveau de l'an dernier.
- Réunion La 1^{ère} poursuit sa reconquête avec 12,8 % de part d'audience (contre 10,5 % de part d'audience en 2019 et 12,4 % en 2020).
- En Martinique, face à une concurrence agressive qui se renforce, La 1^{ère} affiche une belle stabilité en 2021 avec 17,3 % de part d'audience.

Au total, les journaux télévisés du soir sont suivis par 35 % de la population d'Outre-mer, soit 742 000 ultramarins. Un pic historique a été enregistré à 78 % en Guadeloupe, un record à 77,1 % en Guyane, 76 % pour le journal en français de Mayotte. En Martinique, le journal de 19h atteint son record historique avec 52,7 % de part d'audience. Huit éditions sur neuf occupent la tête des chaînes de leurs territoires.

L'ensemble des radios du réseau ultramarin de France Télévisions rassemble 492 000 auditeurs en Outre-mer, soit 23 % de couverture quotidienne. Les 1^{ères} poursuivent ainsi la consolidation de leurs audiences. Mayotte la 1^{ère} est toujours en tête sur son territoire avec 55,8 % de part d'audience et reste la plus performante des radios du réseau. En 2021, toutes les autres radios ont une part d'audience en progression, notamment en Nouvelle Calédonie (+ 13,8 points). Quant aux flux digitaux des radios des 1^{ères}, l'audience certifiée par l'ACPM atteint un niveau record depuis 2018, dépassant régulièrement les 1,5 millions d'écoute

¹⁴ Audience cumulée des sept stations mesurées par Médiamétrie, dernières mesures disponibles sur 2021.

¹⁵ Parts d'audience consolidées sur l'année 2021.

active « monde » par mois et plaçant ainsi le réseau en 17ème position des 127 marques radio comptabilisées en novembre.

Après la refonte de l'offre de ses sites et le lancement du portail de l'Outre-mer en 2020, l'offre digitale des 1^{ère} a également conforté son audience, se positionnant ainsi comme le média de référence sur l'Outre-mer. L'année 2021 totalise 185,6 millions de visites¹⁶. L'impact sur les réseaux sociaux est aussi de plus en plus marqué.

1.2.4.2 Audiences numériques

Sur les trois écrans (ordinateur, smartphone et tablette), France Télévisions attire près de 27 millions de visiteurs uniques âgés de deux ans et plus, soit près de 50 % de la population connectée.¹⁷

En lien avec la transformation des usages numériques, le trafic mobile de France Télévisions est en croissance continue ces dernières années. Ainsi, 80 % du trafic global est réalisé sur un support mobile en 2021, soit une progression d'un point en un an (contre 79 % en 2020, 77 % en 2019, 71 % en 2018, 64 % en 2017 et 55 % en 2016).

La plateforme france.tv s'affiche à un niveau toujours très élevé. Sur les quatre écrans (télévision, ordinateur, smartphone et tablette), france.tv attire chaque mois près de 21 millions de visiteurs uniques âgés de quatre ans et plus, soit près de 34 % de la population¹⁸. Avec 132 millions de vidéos vues en moyenne par mois sur ordinateur, smartphone, tablette et télévision¹⁹, très proche des audiences 2020, année record avec les confinements, et en progression de 27 % par rapport à 2019.

Si la plateforme franceinfo affiche logiquement une baisse par rapport à ses niveaux record de 2020, à l'image de la plupart des acteurs et du marché en général, elle se place toujours au premier rang des plateformes d'information avec trois millions de visiteurs uniques quotidiens, sensiblement au-dessus des niveaux de 2019 (+11 %, +300 000 visiteurs uniques quotidiens).

Okoo fête cette année ses deux ans, et la consommation sur les applications mobiles et TV Okoo progresse pour atteindre 15,8 millions de vidéos vues mensuelles en moyenne. Pour sa deuxième année également, le site Lumni.fr attire en moyenne 1,2 millions de visiteurs uniques par mois²⁰.

¹⁶ Source des audiences du web : ATInternet et SocialBakers

¹⁷ Médiamétrie - Internet Global 2021 (france.tv, franceinfo, France 3 Régions, la 1ere, Okoo, francetv sport)

¹⁸ Médiamétrie, TV 4 écrans.

¹⁹ eStat-Médiamétrie

²⁰ eStat-Médiamétrie

1.2.4.3 Baromètre de satisfaction / Quali TV²¹

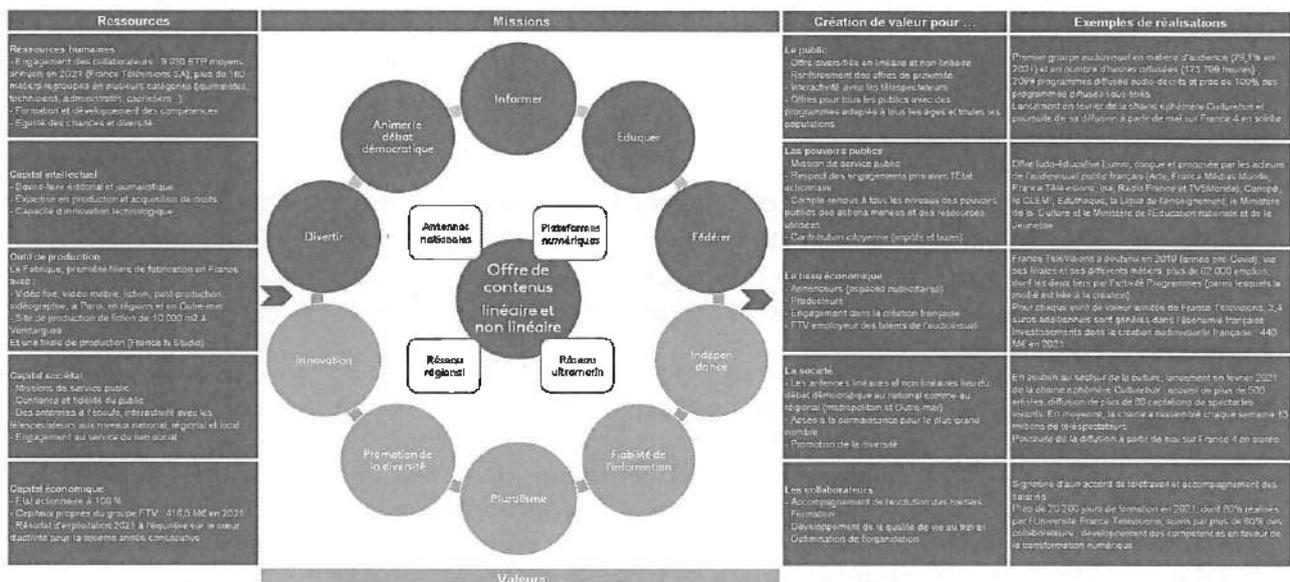
France Télévisions a mis en place depuis 2003 un outil de mesure de la satisfaction des téléspectateurs à l'égard des programmes : le Quali TV. Piloté par l'institut Harris Interactive, cet outil permet de mesurer l'impact, les qualités éducatives et l'originalité des contenus.

59 des 100 programmes les mieux notés en 2021 au Quali TV ont été diffusés sur France Télévisions, parmi lesquels :

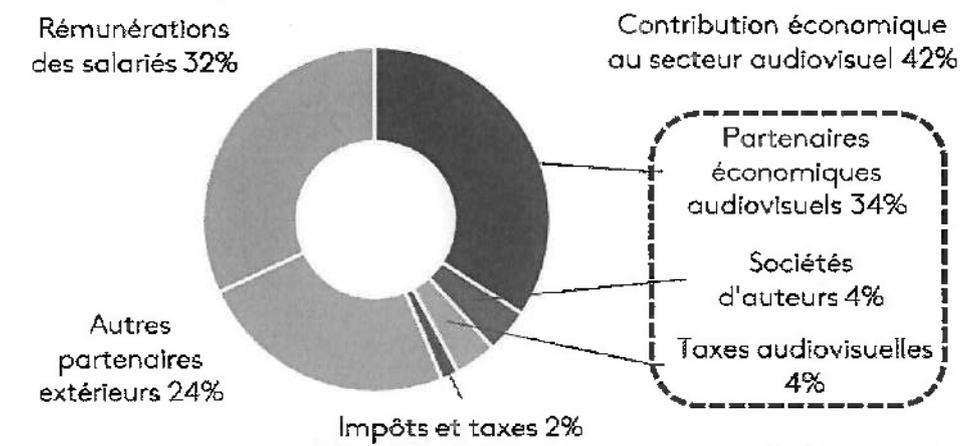
- huit programmes parmi les dix programmes les plus éducatifs de l'année (*Nous paysans, Cash investigation, Envoyé Spécial, La ligne de démarcation - Une France coupée en deux...*),
- les dix programmes les plus originaux de l'année (*Secrets d'histoire, L'enfant que je n'attendais pas, La fugue, Intraitable, Nous paysans, Les routes de l'impossible...*).

²¹ Source : Harris Interactive – Quali TV

1.3 Modèle d'affaires



Contribution économique du Groupe en 2021 (en % des charges d'exploitation consolidées)



Le poids socio-économique de France Télévisions ne se limite pas aux impacts « directs » en emplois ou en valeur ajoutée générée, mais s'entend aussi de manière « indirecte » dans toute la chaîne de fournisseurs et de manière « induite » par la consommation des ménages et la dépense des administrations publiques consécutives à l'activité économique des salariés et fournisseurs.

L'étude d'impact du cabinet Utopies menée sur le périmètre national (métropole et Outre-mer) pour 2019 (année pré-Covid) montre que France Télévisions a soutenu, via ses filiales et ses différents métiers, plus de 62 000 emplois, dont les deux tiers par l'activité Programmes (parmi lesquels la moitié est liée à la création), avec une contribution au PIB estimée à 4,4 milliards d'euros. Pour chaque euro de valeur ajoutée de France Télévisions, 2,4 euros additionnels sont générés dans l'économie française.

1.4 Axes stratégiques, enjeux et opportunités

Face au poids croissant d'acteurs audiovisuels internationaux nativement numériques, à la démultiplication de l'offre et au développement des usages non linéaires, le groupe France Télévisions a engagé, dès 2018, un vaste plan de transformation de ses structures et de son offre. L'objectif est de s'adapter à la révolution numérique pour s'adresser à tous les publics, de remettre le citoyen au cœur du projet de la télévision publique et de renforcer la valeur ajoutée de ses contenus et son utilité sociale.

En 2020, le renouvellement pour cinq ans du mandat de la Présidente de France Télévisions a permis d'ancrer encore davantage l'engagement du groupe à accompagner les transformations de la société française.

Le Conseil d'administration du 8 juillet 2021 a validé l'inscription de la « Raison d'être » de France Télévisions dans les statuts de l'entreprise (cf. paragraphe 1.1.4 ci-dessus). Tournée vers la société et vers les publics du groupe, la « Raison d'être » de France Télévisions traduit le sens fondamental de sa responsabilité de média public, au service de tous et de chacun. Elle constitue une boussole stratégique qui permet à l'entreprise d'orienter ses choix d'avenir en restant fidèles à ce qu'elle est.

La stratégie de France Télévisions s'inscrit en cohérence avec les orientations et la trajectoire économique définies par les pouvoirs publics dans le cadre de la transformation de l'ensemble de l'audiovisuel public à l'horizon 2022.

Pour rappel, en 2020, le contexte de crise sanitaire et de fragilisation du tissu économique, social et culturel a permis de confirmer la pertinence de ces orientations à travers la mobilisation de l'entreprise, sa capacité à adapter très rapidement l'ensemble de son offre (renforcement des rendez-vous d'information, programmation de contenus pédagogiques à destination des jeunes publics, diffusion d'une offre culturelle enrichie et renforcement du lien avec les territoires) ainsi que la mise en œuvre de dispositifs de soutien en direction des personnels non permanents, des entreprises de production audiovisuelle et des salles de spectacle.

La feuille de route de France Télévisions repose sur quatre priorités :

- **Culture et éducation**

France Télévisions souhaite partager toutes les cultures, en portant une ambition culturelle forte et accessible à tous, qui favorise tous les talents, au travers d'une exposition renforcée notamment du cinéma, de la fiction, de la musique, de la littérature et du spectacle vivant. Le groupe entend poursuivre le développement de Culture Prime (en coopération avec les autres entreprises de l'audiovisuel public français) qui propose des contenus numériques invitant à la découverte des sujets culturels.

Dans le cadre de l'engagement du groupe auprès de la jeunesse, l'objectif est d'enrichir l'offre destinée aux publics adolescents et jeunes adultes, qui tendent à se détourner des canaux traditionnels de diffusion, en leur proposant des contenus innovants adaptés à leurs attentes et à leurs usages (en particulier en mobilité), notamment via France.tv slash et les nouveaux supports de diffusion.

France Télévisions continue également sa mission d'accompagnement des apprentissages et de l'éducation aux médias et à l'image, en proposant aux enfants des offres ludo-éducatives de référence, adaptées à tous les âges et à tous les médias, tout particulièrement via l'offre Lumni, portée par les principaux acteurs de l'audiovisuel public.

- **Information**

France Télévisions a l'ambition de renforcer la confiance dans l'information, en défendant l'indépendance et une conception exigeante du journalisme et en s'engageant dans la lutte contre les fausses informations et l'éducation aux médias.

Le groupe entend également favoriser l'accessibilité à l'information sur tous les supports, notamment en poursuivant le développement de l'offre linéaire et numérique franceinfo, fruit de la coopération de France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA.

- Proximité

L'ambition est de créer du lien et de s'adresser à tous les publics, en augmentant l'ancrage dans les territoires, qu'ils soient métropolitain ou ultramarins, au travers d'une offre de proximité portée par les directions régionales de France 3 (notamment avec des matinales communes avec France Bleu) et les Outre-mer La 1^{ère}.

France Télévisions s'est par ailleurs engagée à garantir durablement la présence des Outre-mer au centre de l'offre de l'audiovisuel public (via le Pacte pour la visibilité des Outre-mer signé en juillet 2019 avec les pouvoirs publics).

- Création française et européenne

France Télévisions a l'objectif de favoriser une création plus audacieuse, originale, innovante, exigeante, ambitieuse, tant en matière de thématiques que d'écritures et de formats.

Premier soutien à la création audiovisuelle avec 50 % des investissements dans la création française, le groupe finance, à hauteur de 440,1 M€²² en 2021, les œuvres patrimoniales de fiction, documentaire, animation et spectacle vivant. France Télévisions apporte également son soutien au cinéma, à hauteur de 60,2 M€²³ en 2021. Le groupe entend poursuivre sa contribution à la diversité culturelle et à la préservation et la valorisation du patrimoine audiovisuel français et également développer les coproductions avec des partenaires européens et internationaux.

La mise en œuvre de la transformation de France Télévisions s'inscrit dans une trajectoire budgétaire pluriannuelle contrainte, avec des concours publics réduits de 160 M€ à l'horizon 2022 (par référence à 2018) et un objectif de préservation de l'équilibre des comptes annuels.

La transformation en cours des organisations et structures de l'entreprise va permettre de recentrer l'allocation des moyens sur les contenus et l'innovation technologique et d'affecter 100 M€ au profit du rayonnement numérique de l'offre. Plusieurs chantiers ont été menés par l'entreprise ou sont en cours de déploiement pour parvenir à gagner en agilité : une vaste réorganisation du secteur des antennes et programmes a été réalisée en 2020 afin de permettre une alimentation plus pertinente et plus diversifiée des différents canaux de diffusion ; des accords structurants ont été conclus avec le monde de la production audiovisuelle et cinématographique, afin d'accompagner la transformation numérique des contenus ; un accord sur le déploiement du projet d'entreprise a été conclu en mai 2019, permettant l'adaptation du cadre social et de la méthode de transformation aux défis du

²² Sous réserve de la validation des déclarations par l'ARCOM

²³ Sous réserve de la validation des déclarations par l'ARCOM

numérique, en assurant à la fois une diminution de la masse salariale à l'horizon 2022 et un rééquilibrage de la structure socio-générationnelle des compétences internes ; enfin, la dématérialisation des processus internes et l'évolution des métiers sont en cours de déploiement.

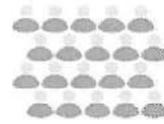
1.5 Performance

Chiffres clés 2021

France Télévisions, premier dans le quotidien des français

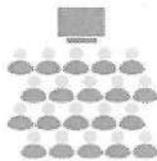


groupe du paysage audiovisuel français
29,1% de part d'audience 4+



50 MILLIONS
de téléspectateurs

France Télévisions touche 81% de la population en moyenne chaque semaine, quel que soit l'écran (couverture 4 écrans : télévision, ordinateur, mobile et tablette)



15 MILLIONS
de téléspectateurs suivent chaque jour
les JT de France 2 et France 3
3 FRANÇAIS SUR 4

ont confiance dans l'information de France Télévisions



19 MILLIONS
de téléspectateurs suivent chaque semaines
les fictions de France 2 et France 3
15 DES 20 SERIES FRANCAISES

les plus vues ont été diffusées sur France Télévisions



+27 MILLIONS

de visiteurs uniques par mois (2 ans et plus)
sur 3 écrans (ordinateur, smartphone et tablette)
soit près de 50 % de la population connectée

France Télévisions, premier dans le coeur des français



59 PROGRAMMES
dans le Top 100 du QualityTV



165 PRIX
obtenus par les programmes
de France Télévisions
dans 65 festivals

France Télévisions, premier contributeur de la création audiovisuelle

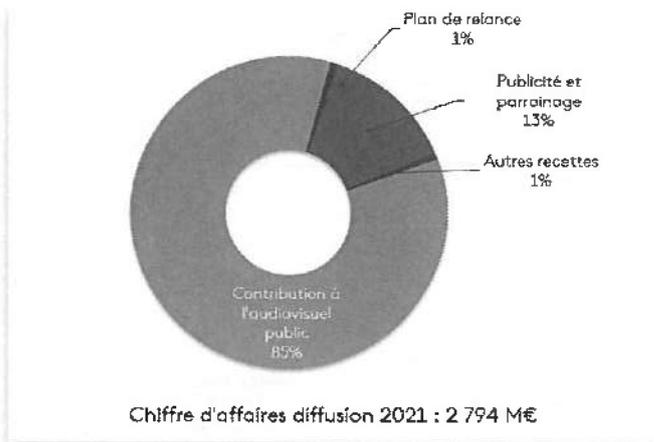


Investis dans la création audiovisuelle en 2021 *

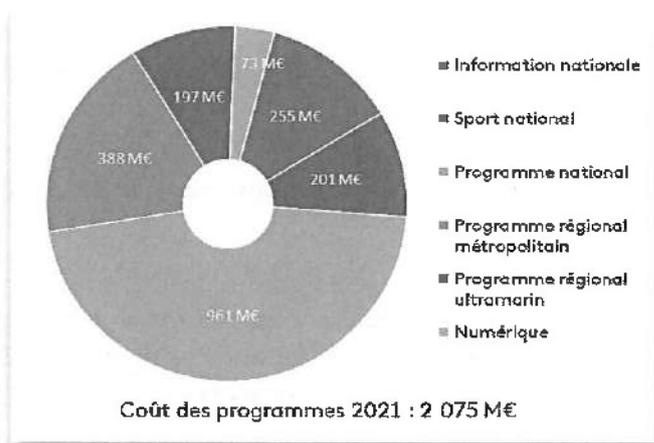


Investis dans le cinéma en 2021 *

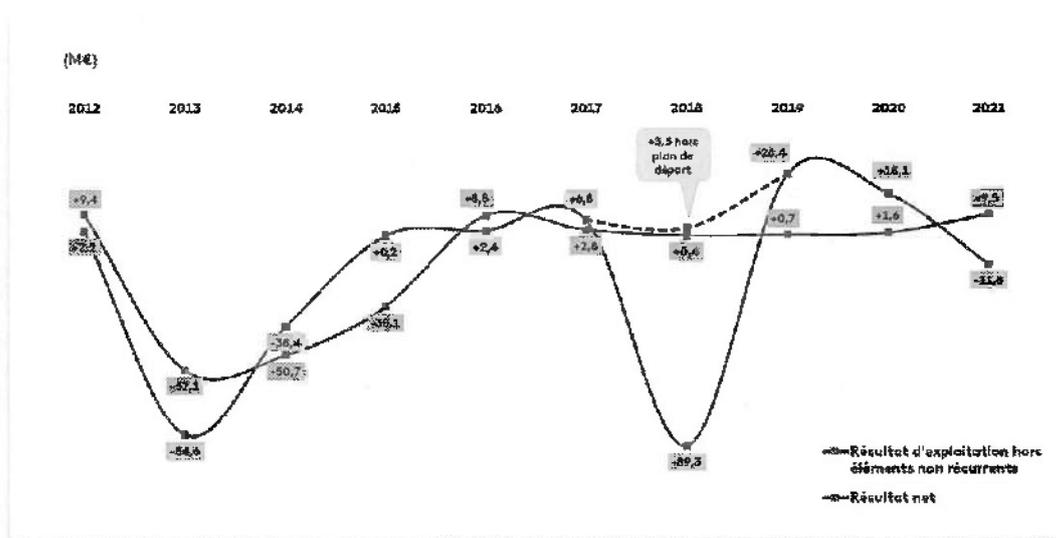
* Sous réserve de la validation des déclarations par l'ARCOM



24



²⁴ Présentation indicateur métier



1.6 Evènements marquants de l'exercice écoulé

Groupe et organisation

La crise sanitaire a perduré en 2021 et a impacté, dans une mesure moindre qu'en 2020, l'ensemble des activités de France Télévisions.

Dans l'objectif d'apporter des réponses adaptables et concrètes aux nouvelles situations d'organisation du travail générées par la crise sanitaire, l'accord « Le télétravail à France Télévisions : une démarche fondée sur un pacte de confiance » a été signé le 18 mars 2021 par la Direction et les quatre organisations syndicales représentatives au niveau national.

Dans le cadre d'une démarche conduite au premier semestre 2021, associant les salariés du groupe, France Télévisions a défini sa « Raison d'être », traduisant le sens de sa responsabilité de média public. Son inscription dans les statuts de l'entreprise a été validée par le Conseil d'administration du 8 juillet.

Dans le cadre de la stratégie de développement de ses activités flux et documentaires, France.tv studio, filiale de production du groupe France Télévisions, a créé, début 2021, son agence de presse, France.tv presse. Cette création complète l'offre de production et coproduction à contenu journalistique de France.tv studio, notamment au travers d'enquêtes, de reportages et de magazines, en particulier à destination de France Télévisions.

Engagée pour faire émerger une nouvelle génération de talents et favoriser la représentation de la diversité, France Télévisions s'est associée au dispositif inédit d'insertion professionnelle créé par l'INA, la « Classe Alpha », accessible à des jeunes de 17 à 25 ans, dont la première promotion date de 2021.

Stratégie et offre

La plateforme de streaming (SVOD) SALTO, commune aux trois groupes audiovisuels français, France Télévisions, M6 et TF1, lancée le 20 octobre 2020, a pris son essor en 2021.

En avril 2021, France Télévisions a lancé « La Collection européenne » en collaboration avec quatre chaînes publiques européennes : la chaîne culturelle européenne ARTE, les chaînes publiques allemandes ARD et ZDF ainsi que la Société suisse de radiodiffusion et télévision SSR SRG. Cette sélection commune de documentaires, reportages et magazines européens est disponible gratuitement et en cinq langues (français, allemand, anglais, espagnol, italien) à travers l'Europe, sur chacune des offres numériques des partenaires.

Face à la crise sanitaire imposant la fermeture des lieux culturels et l'annulation des spectacles, France Télévisions a lancé, le 1^{er} février 2021, une nouvelle chaîne de télévision éphémère, Culturebox, accessible sur tous les écrans, notamment sur le bouquet TNT (canal 19), grâce au soutien du Ministère de la Culture et du CSA. Cette chaîne a accueilli pendant trois mois plus de 500 artistes de tous horizons, diffusé 60 captations de spectacles vivants et proposé une très grande variété de programmes culturels. Afin de continuer à soutenir l'exposition de la culture et son accès à tous les Français, Culturebox poursuit sa diffusion en soirée sur France 4 depuis le 1^{er} mai 2021, avec toujours une programmation éclectique ouverte à tous les arts.

Le décret du 20 août 2021 a acté le maintien de la diffusion de France 4 (remplaçant ainsi le décret du 14 août 2020 prévoyant l'arrêt au 20 août 2021) et la pérennisation de la diffusion de Culturebox dans le cadre d'un service unique. Le maintien du canal 14 de la TNT dans le bouquet France Télévisions au-delà du mois d'août 2021 conforte ainsi le rôle essentiel que joue la télévision publique pour d'une part s'adresser à tous les publics, en particulier les plus jeunes en proposant une offre ludo-éducative de référence, et d'autre part soutenir la création et rendre la culture accessible à tous en accueillant Culturebox en soirée.

France Télévisions a mis en place, fin mai 2021, un nouveau dispositif, nosSources, accessible sur la plateforme franceinfo.fr, qui propose aux téléspectateurs et internautes un accès facile aux sources des journaux télévisés et des magazines d'information diffusés sur France 2, France 3 et franceinfo canal 27. Ce dispositif s'inscrit dans la stratégie de transparence de France Télévisions et a pour vocation de renforcer le contrat de confiance du groupe avec ses publics.

France Télévisions et son partenaire allemand WDR ont lancé pendant l'été 2021, NowU, une nouvelle offre digitale interactive pour permettre aux jeunes Européens de devenir des acteurs face à l'urgence environnementale. L'offre se décline sur un site web accessible en France et en Allemagne et sur les réseaux sociaux (Instagram), et propose une grande majorité de contenus communs aux deux pays.

Le média global franceinfo a fêté son cinquième anniversaire le 1er septembre 2021. Offre multi-supports d'information en continu de service public, franceinfo est le fruit de la coopération entre France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA. En seulement cinq ans, portée par la forte progression du canal 27 qui réunit désormais plus de 5 millions de Français chaque jour (+65% depuis 2017-2018) et des audiences radio records

(troisième radio de France avec 4,8 millions d'auditeur quotidiens), franceinfo est devenue la première plateforme française d'actualité en ligne (3,3 millions de visiteurs uniques chaque jour).

2. RAPPORT SUR LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

En application de l'article L225-37-4 du Code de commerce, nous relatons les informations sur le gouvernement d'entreprise dans la présente section.

2.1 Modalité d'exercice de la Direction générale

En application des dispositions de la loi 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication et du décret n° 2009-1263 du 19 octobre 2009 portant approbation des statuts de la société nationale de programme France Télévisions aux termes desquelles « Le président de la société assume, sous sa responsabilité, la direction générale de la société et la représente dans ses rapports avec les tiers », la direction générale de la société est assumée par la Présidente du Conseil d'administration, Madame Delphine ERNOTTE CUNCI.

2.2 Situation des mandats des administrateurs

Aux termes de l'article 47-1 de la loi 86-1067 modifiée du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Léotard), le Conseil d'administration de la société France Télévisions comprend, outre le Président, quatorze membres dont le mandat est de cinq ans :

- 1) Un député et un sénateur désignés par la commission permanente chargée des affaires culturelles de leur assemblée respective ;
- 2) Cinq représentants de l'Etat ;
- 3) Cinq personnalités indépendantes nommées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel à raison de leur compétence, dont une représente les associations de défense des consommateurs agréées au niveau national conformément à l'article L. 411-1 du Code de la consommation ;
- 4) Deux représentants du personnel élus conformément au titre II de la loi n° 83-675 du 26 juillet 1983 relative à la démocratisation du secteur public.

Pour les nominations effectuées en application des 2) et 3), l'écart entre le nombre de membres de chaque sexe n'est pas supérieur à un.

Au 31 décembre 2021, le Conseil est constitué comme suit :

Delphine ERNOTTE CUNCI	Présidente
Jean-Baptiste GOURDIN	Etat
Mélanie JODER	Etat
Charles SARRAZIN	Etat
Frédérique BREDIN	Etat
Sophie BROCAS	Etat
Alexandre de PALMAS	CSA
Chantal JANNET	CSA
Laurent BAYLE	CSA
Marc-Henri DESPORTES	CSA
Valérie BERNIS	CSA
Bruno STUDER	Assemblée nationale
Laurent LAFON	Sénat
Nathanaël de RINCQUESEN	Salarié
Karine BASTE-REGIS	Salariée

Au cours de l'exercice 2021, les mandats des administrateurs suivants ont pris fin :

Amélie VERDIER a été remplacée par Mélanie JODER.

Christophe BEAUX a été remplacé par Laurent BAYLE.

Les mandats des administrateurs salariés Sophie BAIVIER et Laurent BIGNOLAS ont pris fin. Karine BASTE-REGIS et Nathanaël de RINCQUESEN ont été élus.

Assistent par ailleurs au Conseil d'administration :

- Jean-Marie BRINON, Contrôleur général, économique et financier
- Pierre MOUCHEL, secrétaire du Comité social et économique central (CSEC)

2.3 Comités spécialisés

Le Conseil d'administration de France Télévisions dispose d'un règlement intérieur qui encadre le fonctionnement et les pouvoirs de cette instance et instaure des comités spécialisés :

- Comité d'audit et des comptes
- Comité stratégique
- Comité des rémunérations
- Comité des engagements
- Comité RSE créé par décision du Conseil d'administration du 14/12/2021

2.4 Information concernant les mandataires sociaux

Nous communiquons en annexe au présent rapport la liste de l'ensemble des mandats et fonctions exercés dans toute société par chacun des mandataires sociaux de France Télévisions.

2.5 Délégations

Il n'y a aucune délégation (de compétence et de pouvoir) en cours de validité accordée par l'Assemblée générale des actionnaires dans le domaine des augmentations de capital (C.com. art. L 225-129-1 et L.225-129-2).

2.6 Autorisations de cautions, avals et autres garanties

Conformément aux dispositions des articles L 225-35 et R 225-28 du Code de commerce, le Conseil d'administration a autorisé la Présidente directrice générale le 14/12/2020 à consentir, au nom et pour le compte de la société France Télévisions, avec faculté de délégation :

(i) à consentir avec faculté de délégation toute caution et garantie, ainsi que tout aval au profit de tiers autres qu'une société contrôlée par la société France Télévisions au sens de l'article L 233-16, II, dans la limite globale d'un montant d'un (1) million d'euros.

(ii) à consentir avec faculté de délégation, à l'égard des administrations fiscales et douanières, des cautions, avals ou garanties, sans limite de montant.

(iii) à consentir des garanties relatives à la continuité d'activité de chaque filiale de France Télévisions dans la limite d'un montant de 31 millions d'euros.

Cette autorisation est consentie pour l'année civile 2021.

2.7 Contrôle des commissaires aux comptes

Conformément aux dispositions législatives et réglementaires, nous tenons à votre disposition les rapports de nos commissaires aux comptes.

2.8 Situation des mandats des commissaires aux comptes

Prenant acte de l'échéance des mandats des commissaires aux comptes titulaires Ernst & Young et Autres et de PricewaterhouseCoopers Audit et des mandats des commissaires aux comptes suppléant Auditex et Yves Nicolas, l'Assemblée générale du 19/06/2018 a décidé de nommer pour une période de six exercices, soit jusqu'à l'issue de l'Assemblée qui statuera en 2024 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2023,

- Ernst & Young Audit, SIREN 344 366 315 RCS Nanterre, 1-2 Place des Saisons, 92400 Courbevoie.
- KPMG S.A., SIREN 775 726 417 RCS Nanterre, Tour Eqho, 2 Avenue Gambetta, 92066 Paris La Défense.

2.9 Conventions conclues par un dirigeant ou un actionnaire significatif de la société mère avec une filiale

Il est précisé qu'aucune convention n'est intervenue, directement ou par personne interposée, entre un mandataire social ou un actionnaire disposant d'une fraction des droits de vote supérieure à 10 % et une filiale dont France Télévisions possède directement ou indirectement, plus de la moitié du capital.

2.10 Jetons de présence

Le montant global annuel des jetons de présence de 50.000 euros alloués au Conseil d'administration lors de l'assemblée générale ordinaire tenue en 2011 est reconductible automatiquement, sans nouvelle décision de l'Assemblée générale. Ce montant serait donc reconduit pour l'exercice en cours en l'absence de proposition d'une nouvelle délibération.

Pour mémoire, la somme globale annuelle attribuée à titre de jetons de présence à compter de l'exercice ouvert le 1^{er} janvier 2011 est répartie entre les administrateurs suivants sauf renonciation, selon les modalités suivantes :

- 400 euros attribués par présence à une réunion du Conseil d'administration,
- 200 euros attribués par présence à une réunion d'un comité ou d'un sous-comité du Conseil d'administration (s'il se réunit indépendamment, à une date différente du comité dont il émane) dont il est membre, cette somme étant portée à 400 euros pour la présidence d'une réunion d'un tel comité ou sous-comité.

Par décision du 2 avril 2020, le Conseil d'administration a décidé que la participation aux séances du Conseil ou de comités par des moyens de télécommunication sera décomptée comme valant présence pour l'attribution de jetons de présence dans les limites suivantes :

	Plafonnement des jetons en cas de participation à <u>distance</u> (hors circonstances exceptionnelles) : au-delà, pas de rémunération de la présence par le versement de jetons de présence Pas d'appréciation cumulative, s'apprécie par organe
Conseil d'administration	2 participations
Comité d'audit et des comptes	2 participations
Comité stratégique	1 participation
Comité des engagements	Pas de limite
Comité des rémunérations	1 participation

Les sommes qui ne sont pas réparties en fin d'exercice reviennent au budget général de France Télévisions.

3. DECLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIERE

La déclaration est réalisée selon les dispositions de l'article L 225-102-1 du Code du commerce, à partir des informations mentionnées dans la liste prévue à l'article R-225-105-1 de ce même code et conformément aux dispositions du décret 2017-1265 du 9 août 2017.

La performance extra-financière de France Télévisions a été évaluée en 2017 par l'agence de notation Vigeo Eiris dans le cadre d'une étude comparative sectorielle européenne.

France Télévisions a affiché un score de 57/100, qualifié de robuste, et s'est positionnée en quatrième position sur 17.

3.1 Présentation des principaux risques

France Télévisions exerce sa mission dans un environnement concurrentiel, technologique et réglementaire en constante évolution qui l'expose à un ensemble d'aléas susceptible d'avoir des conséquences sur ses missions, ses activités, sa situation financière et ses actifs.

France Télévisions a mis en place un exercice annuel de cartographie des risques, visant à identifier d'une part les risques (stratégiques et environnementaux, opérationnels, financiers et juridiques) et d'autre part les dispositifs de gestion de ces risques.

Le cadre réglementaire de la déclaration de performance extra-financière définit une approche des activités de l'entreprise par les risques sous les quatre angles suivants : conséquences environnementales, conséquences sociétales, lutte contre la corruption et l'évasion fiscale et respect des droits humains. Dans ce cadre, France Télévisions présente dans le paragraphe 3.2 ci-dessous les principaux risques, les politiques et plans d'actions déployés ainsi que les indicateurs de pilotage et d'évaluation.

Compte tenu de la nature des activités du groupe, les thèmes suivants n'ont pas été considérés comme pertinents et ne font pas l'objet de développements dans le présent rapport de gestion : lutte contre l'évasion fiscale ; lutte contre le gaspillage alimentaire ; lutte contre la précarité alimentaire ; respect du bien-être animal ; alimentation responsable, équitable et durable.

Catégories	Enjeux de France Télévisions	Risques associés	Chapitres
Social	Dialogue social	Risques sociaux liés à la transformation de l'entreprise	§ 3.2.2
	Attraction et fidélisation des collaborateurs	Risques sociaux liés à la transformation de l'entreprise	§ 3.2.2 § 3.3.1
	Développement des compétences	Risques sociaux liés à la transformation de l'entreprise	§ 3.2.2
	Santé et sécurité des collaborateurs	Risques sociaux liés à la transformation de l'entreprise Risques liés à la sûreté des sites, du personnel et du public	§ 3.2.2 § 3.3.1 § 3.2.5
	Santé et sécurité du public	Risques liés à la sûreté des sites, du personnel et du public	§ 3.2.5
	Harcèlement		§ 3.3.1
	Mixité et diversité		§ 3.3.1
	Qualité et conformité des programmes : déontologie, pluralisme, indépendance éditoriale, accessibilité, diversité, protection de la jeunesse, lutte contre les fausses informations	Risques liés à la qualité et à la conformité de l'information et des programmes	§ 3.2.3
Environnemental	Impact environnemental des activités		§ 3.2.6
Lutte contre la corruption et l'évasion fiscale	Ethique et conformité	Risques liés à l'éthique et à la déontologie	§ 3.2.1 § 3.4
	Lutte contre la corruption	Risques liés à l'éthique et à la déontologie	§ 3.2.1 § 3.4
Droits humains	Protection des données personnelles	Risques liés à la mise en conformité RGPD	§ 3.2.4
	Cybersécurité	Risques liés à la sûreté des sites, du personnel et du public	§ 3.2.5
	Enjeux liés à la chaîne d'approvisionnement		§ 3.3.3 § 3.4

En synthèse, principaux risques traités dans la présente déclaration de performance extra-financière :

Risques	Politiques et plans d'action	Indicateurs de performance (valeurs)	Tendance
Risques liés à la conformité et à l'éthique	Mise en œuvre d'actions en matière de lutte contre les conflits	Nombre d'alertes déposées en 2021 : 23	En progression vs 2020

	<p>d'intérêts (formation, communication, plateforme de déclaration en ligne, ...)</p> <p>En cours de déploiement : procédures de contrôles comptables, procédures d'évaluation et de situation des clients et fournisseurs, dispositif de formation, dispositif de contrôle et évaluation interne</p> <p>Actualisation de la cartographie des risques de corruption</p>	<p>Nombre de formulaires de déclaration de liens d'intérêts complétés lors de la campagne annuelle 2021 : 3412 collaborateurs en CDI ont signé le formulaire</p> <p>Nombre de collaborateurs ayant réalisé le e-learning sur le code de conduite anticorruption à fin 2020 : 2611 collaborateurs</p>	<p>En diminution vs 2020</p> <p>En progression vs 2020</p>
Risques sociaux liés à la transformation de l'entreprise	<p>Pérennisation d'un certain nombre de métiers spécifiques</p> <p>Conclusion d'un accord sur certaines compétences</p> <p>Signature d'un accord en faveur du renforcement de l'inclusion et de la diversité</p> <p>Poursuite de la mise en œuvre du plan de développement des compétences en accélérant la démarche de transformation numérique pour tous</p> <p>Poursuite de l'accompagnement du télétravail</p> <p>Poursuite de la démarche en faveur de la mobilité interne et du développement des parcours professionnels</p> <p>Transformation des outils</p>	<p>Avancement du référentiel des emplois et des compétences : 21 nouveaux emplois</p> <p>Taux de turnover : 3,6 %</p> <p>Nombre de jours de grève sur l'année : 62 jours de grève pour 2308 jours non payés sur ce motif</p> <p>% de seniors dans l'entreprise (55 ans et plus) : 33,2 %</p> <p>% de collaborateurs permanent ayant connu une absence pour maladies, accident de travail, accident de trajet, affections longue durée et maladie professionnelle inférieures ou égales à trois jours rapportés à l'ETP moyen annuel : 12,7 %</p>	<p>+6 par rapport à 2020</p> <p>-2 point par rapport à 2020</p> <p>+1 jour de grève par rapport à 2020 et -61 jours non payés sur ce motif par rapport à 2020</p> <p>+0,9 point par rapport à 2020</p> <p>- 7,3 points par rapport à 2020</p>
Risques liés à la qualité et conformité de l'information et des programmes	<p>Mise en place de l'accès aux sources des journalistes pour le public</p> <p>Création d'une équipe de vérificateurs de l'origine des images et</p>	<p>Confiance du public dans l'information (étude annuelle IFOP février 2021) :</p> <p>JT régionaux de France 3 : 80 %</p>	<p>En progression vs 2020</p>

	<p>vidéos sur les réseaux sociaux</p> <p>Renforcement de l'interactivité avec le public</p> <p>Poursuite des formats pédagogiques de décryptage de l'information</p> <p>Renforcement de l'investigation</p> <p>Poursuite des actions d'éducation aux médias destinées aux jeunes générations</p> <p>Vigilance pour assurer la représentation des français dans leur diversité</p>	<p>JT nationaux de France 3 : 75 %</p> <p>JT de France 2 : 72 %</p> <p>Notation franceinfo sur son univers : 70 %</p> <p>franceinfo.fr : première au sein des offres numériques avec 72 %</p> <p>Indicateurs de suivi de la représentation de la diversité dans les éditions nationales de France 2 et France 3 National</p>	
Risques liés à la mise en conformité RGPD	<p>Phase d'inventaire des principaux traitements en cours de finalisation</p> <p>Analyse du niveau de conformité</p> <p>Proposition de mesures de remédiation</p> <p>Etude au cas par cas des problématiques présentant un risque élevé</p>	<p>Présence de procédures internes</p> <p>Positionnement stratégique du DPO</p> <p>Budget annuel dédié au DPO</p> <p>Recommandations suite à l'analyse des traitements de données</p> <p>Procédure de gestion des demandes d'exercice de droit</p>	
Risques liés à la sûreté des sites, du personnel et du public	<p>Uniformisation des niveaux de sûreté sur l'ensemble des sites</p> <p>Poursuite de la formalisation du plan de continuité d'activité</p> <p>Accompagnement sûreté des opérations spéciales et enregistrements sensibles en direct</p> <p>Renforcement de la sécurité informatique</p>	<p>Sites sensibles inspectés par les équipes de la Direction de la sûreté et de la sécurité : 13</p> <p>Nombre d'incidents de sécurité informatique détectés et traités : 1553 alertes traitées</p> <p>Nombre d'incidents de sécurité informatique critique : 0</p> <p>Dispositifs de sécurité opérations spéciales : 15</p> <p>Rédaction de dossiers de sécurité : 12</p> <p>Nombre de plans locaux élaborés et déposés en préfecture : 12</p>	<p>+2 par rapport à 2020</p> <p>+1062 par rapport à 2020</p> <p>Non applicable (nouvel indicateur)</p> <p>+1 par rapport à 2020</p> <p>+6 par rapport à 2020</p> <p>+3 par rapport à 2020</p>

Risques liés aux atteintes à l'environnement et à la transition écologique	Réduction de l'empreinte liée à la gestion des sites	Energie :	
	Réduction de l'empreinte liée à la fabrication des contenus	Electricité : 57,2 Mkwh	-1 % vs 2020
	Responsabilité éditoriale du groupe dans la compréhension, la maîtrise et la prévention du public	Gaz : 9,3 Mkwh	+15 % vs 2020
	Contribution du groupe à la transition écologique du secteur	Chaleur : 2,7 Mkwh	+22 % vs 2020
		Fioul : 0,6 Mkwh	-14 % vs 2020
		Changement climatique :	
		Volume des émissions de gaz à effet de serre : 13 924 tonnes CO2e	+1 % vs 2020

En complément, sont présentés en partie 5.2 du présent document l'ensemble des risques ayant fait l'objet de l'exercice annuel de cartographie.

3.2 Enjeux et risques principaux de France Télévisions

3.2.1 Risques liés à la conformité et à l'éthique

L'évolution législative renforce les obligations des groupes en matière d'éthique, de déontologie et lutte contre la corruption, et de détournement d'argent public, avec notamment la loi dite SAPIN2 n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 et la loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative aux droits et devoir de vigilance. De lourdes sanctions ont déjà été prononcées à l'encontre d'entreprises françaises et internationales. France Télévisions, en tant que société financée par des fonds publics, a un devoir d'exemplarité.

3.2.1.1 Mise en place d'un programme éthique et conformité

France Télévisions déploie depuis fin 2016 un plan d'exemplarité en matière de lutte contre la corruption, les conflits d'intérêts et la fraude, et de respect de la commande publique notamment. Une charte éthique datant de 2018, pierre angulaire de ce plan d'exemplarité rappelle les valeurs et engagements de France Télévisions en matière d'éthique. Elle précise les comportements attendus de chaque collaborateur ainsi que les comportements proscrits. Cette démarche a pour objectif de rassembler les collaborateurs autour de valeurs communes, notamment en matière : de respect des personnes et de l'environnement ; d'éthique et de déontologie relatives aux contenus et aux produits diffusés ; de santé-hygiène et de sécurité ; de lutte anti-corruption ; de prévention des conflits d'intérêt et de respect du droit de la concurrence.

Sur le volet anticorruption et lutte contre les conflits d'intérêts, un code de conduite anticorruption a été déployé en 2018. Il traite des cinq thématiques suivantes : les conflits

d'intérêts, la politique « cadeaux et invitations », les paiements de facilitation, les partenariats et les relations avec les partenaires d'affaires.

En matière de conformité aux pratiques concurrentielles, les achats hors programmes respectent le droit de la commande publique (référentiel de textes et circulaires/procédures internes disponibles sur l'intranet) et un guide de conformité au droit de la concurrence a été publié.

Une Direction de la conformité, de l'éthique et de la déontologie a été créée en mars 2019. Elle a pour mission principale la mise en conformité du groupe avec la Loi Sapin II et la Loi sur le Devoir de vigilance des entreprises. Des référents conformité sont présents dans chacune des principales filiales pour décliner la politique groupe en matière de conformité et d'éthique.

Ce programme de mise en conformité se poursuit au sein de France Télévisions et de ses principales filiales.

3.2.1.2 Déploiement des plans d'actions et outils mis en place

Point d'avancement de la mise en œuvre des huit piliers de la loi Sapin II :

- **Le code de conduite anticorruption** : France Télévisions et chacune de ses filiales ont adopté un code de conduite anticorruption annexé au règlement intérieur de la société. Ce code est disponible sur l'intranet et le site institutionnel et a fait l'objet d'une communication en interne.

Plusieurs actions ont été menées en 2021 en matière de prévention des conflits d'intérêts, notamment le déploiement de la plateforme de déclaration en ligne des liens d'intérêts ouverte aux CDI et CDD d'une durée égale ou supérieure à 6 mois. Cette déclaration doit être faite au moment du recrutement, tous les ans lors des campagnes annuelles et à chaque fois que la situation personnelle et/ou professionnelle du collaborateur évolue. En 2021, les collaborateurs avaient toujours à leur disposition le e-learning sur le code de conduite anticorruption déployé fin 2019, et l'entreprise a adopté un guide des principes professionnels applicables aux collaborateurs candidats/élus à un mandat électoral. Une plateforme de demande dématérialisée des collaborations extérieures est en cours de développement et devrait être lancée au premier semestre 2022. Cette plateforme est la dernière des plateformes éthiques déployées à l'appui de la politique de lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts (plateforme « cadeaux et invitations », plateforme « liens d'intérêts » et « plateforme collaborations extérieures »).

En matière de politique « cadeaux et invitations », une campagne de communication interne a été menée fin 2021 pour rappeler les règles applicables. La plateforme de déclaration et de gestion des cadeaux et invitations reçus et offerts est par ailleurs toujours accessible à tous les collaborateurs.

- **Le dispositif d'alerte interne** est déployé dans le groupe :

Ce dispositif permet le signalement des violations des lois et réglementations ou des menaces ou préjudices graves pour l'intérêt général, mais aussi les signalements relatifs à l'existence de conduites ou de situations contraires au Code de conduite anticorruption et à la charte éthique de France Télévisions.

Le dispositif d'alerte éthique et conformité du groupe France Télévisions est mis à disposition des salariés et collaborateurs extérieurs (personnel intérimaire, salarié d'un prestataire de services...) ou occasionnels (CDD, apprentis, stagiaires...) du groupe, ainsi que des tiers.

Une procédure de lancement d'alerte est annexée au code de conduite anticorruption et a été diffusée dans le groupe.

Une campagne de communication et de sensibilisation au dispositif a été lancée en novembre 2020 avec un petit film explicatif, un flyer rappelant la procédure, des bandeaux et un écran de veille auprès de l'ensemble des collaborateurs. Cette campagne rappelle les principes de confidentialité et de protection du lanceur d'alerte que s'engage à respecter le groupe France Télévisions. Une communication à destination des tiers est prévue pour début 2022 via la diffusion d'une courte vidéo.

Le dispositif d'alerte a été élargi aux thématiques du devoir de vigilance avec une modification de la procédure de lancement présentée aux instances représentatives du personnel.

- **La cartographie des risques de corruption, réalisée en 2020** pour France Télévisions et chacune de ses filiales a fait l'objet d'une première mise à jour en 2021. Les plans d'actions définis en 2020 sont en cours de déploiement.
- **Le régime disciplinaire** est prévu au règlement intérieur et permet de sanctionner les collaborateurs en cas de violation du code de conduite anticorruption et de la charte éthique.
- **Les procédures d'évaluation de la situation des clients, fournisseurs de premier rang et intermédiaires** ont été formalisées pour le groupe. Le niveau 1 d'évaluation qui est internalisé va être mis en œuvre dès le premier semestre 2022. Pour les évaluations des tiers les plus à risque, le groupe a fait le choix de l'externalisation. La consultation, selon les règles de la commande publique, pour le choix du prestataire, est en cours de lancement.
- **Les procédures de contrôles comptables** sont en cours de déploiement. France Télévisions a lancé en 2021 un appel d'offres pour l'acquisition d'une solution automatisée de contrôles comptables associant la Direction financière, la Direction du contrôle interne et la Direction de la conformité, de l'éthique et de la déontologie. La procédure d'attribution est en cours et devrait aboutir à la fin du premier semestre 2022. Les premiers contrôles automatisés et documentés via cette plateforme devraient être mis en place dès le second semestre 2022.
- **Le dispositif de formation** est en cours de déploiement : le e-learning de formation obligatoire au code de conduite anticorruption déployé en 2019 auprès des

collaborateurs de France Télévisions SA a été décliné dans les filiales en 2021. Afin de compléter ce module, France Télévisions a mis en place en 2021 une formation en présentielle déployée par l'Université France Télévisions et un e-learning disponible sur e-université, à destination des populations les plus exposées, basé sur les résultats de l'exercice de cartographie des risques. Cette journée de formation va s'accompagner de modules de formation digitale sur des thématiques à risque identifiées. Une vingtaine de sessions de formation est prévue pour 2022, à destination en priorité des managers du groupe. Le déploiement de ce plan de formation est envisagé sur une durée de quatre ans pour 2000 collaborateurs.

- **Le dispositif de contrôle et d'évaluation interne** des mesures mises en œuvre est en place avec une Direction du contrôle interne et une Direction de la conformité, de l'éthique et de la déontologie pour le deuxième niveau et avec une Direction de l'audit interne pour le troisième niveau. La Direction de la conformité, de l'éthique et de la déontologie a mené ses premiers contrôles « éthiques et conformité » en 2021. Chaque audit interne intègre par ailleurs les problématiques « éthiques et conformité ».

2021 a aussi été l'occasion d'une refonte totale de l'espace « éthique et conformité » du site institutionnel de France Télévisions, à destination des partenaires du groupe et du site intranet à destination des collaborateurs.

3.2.1.3 Compte rendu de mise en œuvre du devoir de vigilance

Les actions visant à la mise en conformité de France Télévisions avec la loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance sont en cours. Une plateforme d'alerte est à disposition des salariés et des tiers extérieurs et une communication à destination des tiers est prévue en 2022 via une vidéo qui sera mise en ligne sur le site institutionnel de France Télévisions.

Le travail de cartographie des risques « vigilance » a été mené en parallèle du travail de cartographie des risques de corruption et de fraude en 2020. Il a donné lieu à l'élaboration de plans d'actions qui sont en cours de mise en œuvre notamment la diffusion d'un code de conduite des partenaires commerciaux et la prise en compte des problématiques RSE dans les procédures d'évaluation des tiers qui ont été définies en 2021. La cartographie des risques a fait l'objet d'une mise à jour en 2021.

Le plan de vigilance du groupe est publié ci-dessous (paragraphe 3.4).

3.2.1.4 Indicateurs de performance

Nombre d'alertes déposées en 2021 : 22 via la plateforme et 1 par un autre canal (vs 10 en 2020)

Nombre de formulaires de déclaration de liens d'intérêts complétés lors de la campagne annuelle 2021 : 3412 collaborateurs ont signé le formulaire sur la plateforme

Nombre de collaborateurs ayant réalisé le e-learning sur le code de conduite anticorruption à fin 2021 : 2611 collaborateurs (vs 1916 à fin 2020)

3.2.2 Risques sociaux liés à la transformation de l'entreprise

Les politiques, plans d'actions et indicateurs de performance présentés couvrent uniquement France Télévisions SA, soit environ 91 % des effectifs.

Dans un contexte de crise sanitaire liée à la Covid-19, de profondes mutations du secteur audiovisuel marqué par une évolution rapide des technologies et des usages des publics, France Télévisions poursuit sa transformation, tout en maintenant une présence forte sur le linéaire.

L'enjeu économique de cette étape de la transformation et notamment le financement du dispositif de départ est un élément majeur de l'équilibre de l'entreprise pour la période 2019-2022.

En 2021, l'accord-cadre du projet d'entreprise du 7 mai 2019 a poursuivi son déploiement autour de trois grandes thématiques :

- Le renforcement d'une gestion prévisionnelle des emplois et des compétences de progrès (GPEPP), pour anticiper et accompagner les changements qui impactent les pratiques professionnelles et les modes de management. Une négociation dite de GPEPP s'est déroulée sur plusieurs réunions cette année et un texte a été présenté pour signature aux organisations syndicales en décembre 2021.
- Le recrutement de nouveaux collaborateurs, porteurs de nouvelles compétences techniques et numériques, ou de collaborateurs historiquement liés à France Télévisions (CDD collaborant depuis de nombreuses années avec l'entreprise). L'effort, dans le contexte sanitaire de cet exercice est resté soutenu, en ligne avec les engagements de l'accord.
- La possibilité pour les collaborateurs qui le souhaitent, de quitter l'entreprise dans des conditions améliorées de départ. Pour ces derniers, et pour rappel, l'accord prévoit un dispositif de mobilité externe sécurisée incluant un dispositif de fin de carrière permettant aux collaborateurs, soit de partir à la retraite, soit de quitter l'entreprise dans le cadre d'un projet professionnel externe au groupe France Télévisions. Les départs ne peuvent s'effectuer que sur la base du volontariat. La période d'application prend fin le 31 décembre 2022. Une commission de suivi organise un point mensuel avec les partenaires sociaux sur le nombre et la nature de ces départs.

En outre, afin d'anticiper la période post-crise sanitaire, la mise en place d'un accord télétravail a été réalisée après la signature d'un accord prévoyant pour celles et ceux qui le peuvent la possibilité de travailler 2,5 jours en moyenne hors de l'entreprise. Il est à souligner que le déploiement de ce dernier s'appuie sur un pacte de confiance entre le salarié et son manager.

De plus, en 2021, France Télévisions a adapté sa stratégie d'entreprise et son déploiement opérationnel à chaque étape de la pandémie en recherchant la construction d'un dialogue social permanent.

Une vigilance toute particulière en matière de climat social, de fragilisation des secteurs dans le cadre de départs de l'entreprise, d'évolution des métiers et d'intégration de nouvelles compétences est demeurée un enjeu important de l'entreprise. La communication interne, un nombre important de réunions, de CSEC (Comité Social et Economique Central), des commissions de suivi associées à des projets structurants (NRCS (News Room Computer System qui est l'outil éditorial des équipes de l'information) par exemple) ont été mobilisés à ce titre.

Sur un plan de politique sociale d'ensemble et dans le contexte particulier de 2021, l'entreprise s'est efforcée de poursuivre l'enrichissement des sujets qui définissent ses principaux enjeux :

- Adapter et partager en permanence chacune des mesures prises,
- Rester à l'écoute de chacun des partenaires sociaux, des problématiques organisationnelles ou temporelles propres à chaque secteur d'activité,
- Renégocier les accords et avenants arrivant à échéance d'application (égalité professionnelle, handicap, moyens des IRP, télétravail, rémunérations, GPEPP),
- Continuer à suivre les sujets de l'entreprise, parfois de manière innovante, donnant lieu à une information et consultation ou une évolution des accords. On peut, pour exemple, citer la création originale d'une instance dédiée (dite CASAR) au suivi du projet de régionalisation.

En outre, afin de poursuivre ses missions de service public, France Télévisions a maintenu le Comité de Pilotage Transversal assuré par la Direction de la Sûreté et de la Sécurité. Cet organe, essentiel à la gestion de l'entreprise, veille à l'application et au développement des mesures indispensables de prévention, notamment via le développement du travail en distanciel. Par ailleurs, cet organe délivre, quotidiennement, une information régulière à l'ensemble des collaborateurs. Il poursuivra cette communication jusqu'à la fin de l'épidémie.

3.2.2.1 Stratégie et politiques

La politique des Ressources Humaines s'est construite en réponse à la stratégie de l'entreprise, à ses ambitions éditoriales, technologiques et ses contraintes budgétaires.

La mise en place de cette politique a pour but d'améliorer la qualité de service envers les managers et les collaborateurs avec un binôme manager/RH renforcé.

La politique de l'emploi et des compétences s'est attachée à :

- Favoriser la recomposition des effectifs dans le cadre de la rupture conventionnelle collective
- Mettre en valeur les possibilités d'évolutions professionnelles au sein de l'entreprise via une politique de mobilité interne et de reconversion renforcée
- Améliorer la mixité des métiers et du management

- Poursuivre l'intégration de nouvelles compétences rares
- Contribuer à l'intégration de jeunes via un recours plus important à l'alternance
- Elargir et renforcer les compétences des collaborateurs

L'année 2021 a été marquée par le début des négociations de l'accord GPEPP (Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences et des Parcours Professionnels).

Il s'articule autour de deux grands volets :

- La gestion des emplois et des compétences avec la volonté de se doter d'outils de diagnostic et de prospective, de benchmark dans le cadre d'un dialogue social fourni.
- La gestion des parcours professionnels en renforçant à chacune de ses étapes les outils à disposition des collaborateurs et des managers. Cette partie consacre l'importance des entretiens professionnels et des entretiens annuels comme des outils de diagnostic et d'aide à la décision pour le binôme RH/Manager. L'accord prévoit également une revue des compétences avec les partenaires sociaux afin d'alimenter le développement des compétences et de nourrir les réflexions sur la rémunération et la progression de carrière.

Le projet d'accord a repris l'intégralité des dispositions négociées sur le volet formation dans l'accord du 5 mars 2020.

➤ **Optimiser les ressources internes pour plus de performance et d'efficacité**

- **Ajuster les ressources aux besoins de l'entreprise**

Dès 2017, France Télévisions a mis en place un dispositif de pilotage ciblé de l'emploi à travers trois démarches complémentaires :

- Un pilotage mensuel de l'évolution des effectifs par direction ;
- Un plan d'accompagnement RH/Manager pour la mise en œuvre opérationnelle de la trajectoire 2020 ;
- L'élaboration d'un diagnostic de l'emploi permettant d'identifier au sein de chaque grand périmètre de l'entreprise (Siège – France 3 – Outre-mer) les emplois en décroissance, en mutation, en déséquilibre générationnel, en tension, ou stabilisés. Ce diagnostic doit permettre de mieux cibler les politiques RH à mettre en place en matière de recrutement, formation, mobilité et pilotage des effectifs.

- **Accompagner l'optimisation des ressources : accord cadre 2019-2022**

L'accord cadre du 7 mai 2019 relatif au déploiement du projet d'entreprise intègre un dispositif de départ volontaire sous la forme d'une rupture conventionnelle collective. Cet accord prévoit un potentiel de 2 000 départs maximum et de 1 100 recrutements maximum sur la période 2019/2022, lesquels doivent contribuer à la maîtrise de la masse salariale (900 suppressions de poste maximum à fin 2022), au développement des compétences et au renouvellement générationnel nécessaires à l'accélération de la transition vers le numérique.

Le devenir des postes libérés et les évolutions d'effectifs correspondantes devront notamment être précisés projet par projet, au fur et à mesure du déploiement des différents projets de transformation, lesquels devront être mis en œuvre dans le respect d'une méthodologie définie par l'accord dit de « GPEC de progrès » conclu le 11 octobre 2019 et qui vient compléter l'accord du 7 mai 2019.

- **Optimiser l'organisation interne**

En 2021, la direction des ressources humaines s'est réorganisée. Dans le droit fil de cette réorganisation, a été engagée l'évolution de l'organisation de la filière RH du pôle Outre-mer. Jusqu'alors rattachée aux directeurs opérationnels des stations ultramarines, ces équipes seront, à partir du 1er janvier 2022 rattachée au DRH du pôle Outremer, lui-même étant rattaché à la DRH de France Télévisions. Les ambitions de cette évolution sont les suivantes :

- Assurer une déclinaison homogène de la politique ressources humaines de France Télévisions sur l'ensemble des périmètres de l'entreprise.
- Harmoniser et fluidifier l'organisation et les pratiques RH des neuf stations et du site de Malakoff avec l'ensemble de l'entreprise.
- Faciliter les interactions des équipes RH Outre-mer avec leurs homologues et avec les services supports afin de favoriser l'appropriation des enjeux et des objectifs communs, en particulier en matière d'accompagnement des salariés et des managers (transformations, développement des compétences et des parcours professionnels des salariés).

Un plan d'accompagnement prévoit, notamment en fonction des situations de chaque station, un ajustement en effectifs, un renforcement d'expertise le cas échéant et un soutien à la prise de fonction dans ce nouveau contexte.

- **Refonte des institutions représentatives du personnel**

L'objectif visé était de concentrer le dialogue social sur un nombre d'acteurs limité mais disposant de moyens et d'attribution étendus pour faciliter les échanges, y compris en proximité. Ainsi depuis 2018, dix CSE ont été créés, les COM (Polynésie, Nouvelle-Calédonie et Wallis et Futuna) conservant leur instance actuelle.

Compte tenu du nombre de sites du réseau régional France 3, de la diversité et du volume des effectifs du siège parisien, des représentants de proximité sont mis en place dans chacune des antennes du réseau France 3 et pour chacune des quatre grandes familles professionnelles du siège. Ainsi, par délégation du CSE du siège et du réseau France 3, ils assurent un lien de proximité avec le personnel qu'ils accompagneront au quotidien dans la gestion des problématiques opérationnelles individuelles et collectives.

3.2.2.2 Plans d'actions

➤ Transformation des métiers, GPEC de progrès, méthodologie

L'année 2021 a été marquée par un dialogue social nourri autour de plusieurs thèmes : les métiers, les compétences et les actions pour renforcer l'inclusion et la diversité.

Sur les métiers, 2021 a permis de :

- Pérenniser les métiers spécifiques à la chaîne NoA : responsable de suivi et de conduite d'antenne, chargé de conception et de fabrication de contenu, le 23 mars.
- Pérenniser les métiers spécifiques à la chaîne France Info : journaliste spécialisé deskeur, technicien(e) vision et de prise de vue, le 3 juin.
- Initié un cycle d'espace métier sur le numérique avec un séminaire d'acculturation et d'ouverture sur l'expérience de chaînes européenne les 2 et 3 juin et un premier volet sur les métiers techniques et les métiers spécifiques au numérique le 3 décembre.

Sur les compétences, 2021 a été marqué par la conclusion d'un accord

- Sur l'utilisation de l'unité de tournage avec smartphone le 24 février
- Sur l'usage des Unités de Compétences Complémentaires au siège et sur les réseaux France 3 et Outre-mer le 3 juin.

Sur la diversité, deux accords majeurs ont été conclus :

- Pour la promotion de l'insertion, du maintien dans l'emploi et de l'évolution de carrière des personnes en situation de handicap, le 24 février, à l'échelle du Groupe France Télévisions
- En faveur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, le 7 juillet

➤ Le plan de développement des compétences (ex. plan de formation)

France.tv université a élaboré en 2021, comme chaque année, le plan de développement de compétences en lien avec les directions de France Télévisions afin d'accompagner la stratégie de groupe et en lien étroit avec les directions de France Télévisions pour concevoir des formations sur-mesure au plus près de la réalité du terrain.

Au titre du plan de développement des compétences, 12 409 stagiaires formés (dont e-learning) soit 5 550 salariés permanents et non permanents formés pour un total de 20 182 jours de formation.

80 % de ces jours ont été dispensés par france.tv université. Elle a ainsi réalisé 16 107 jours de formation en 2021.

Par ailleurs, elle a eu recours à des formateurs internes à hauteur de 1 890 jours de formation (dont préparation), soit l'équivalent de 6,3 ETP.

L'Université a mis à jour son offre « catalogue » avec plus de 300 formations accessibles à tous les salariés quels que soient leur métier, leur secteur d'activité, leur lieu de travail (Paris, régions, Outre-mer). La grande variété de cette offre réside à la fois dans les contenus pédagogiques (cours théoriques ; mises en situations ; jeux de rôles...) que dans les thématiques abordées (questions sociétales telles que *Les enjeux environnementaux* ; *La transidentité : de l'état des connaissances à la préparation d'un reportage* ; efficacité professionnelle ; pratiques managériales ; gestion d'entreprise ; développement personnel ; diversité et égalité des chances...).

L'offre *digitale learning*, e-université a continué à s'étoffer avec par exemple des modules sur les questions d'inclusion, le passeport télétravail...

tous.learn l'appli de *mobile learning* propose depuis 2021 un parcours dédié à l'intégration des nouveaux recrutés quel que soit leur statut : six capsules de moins de dix minutes sur l'histoire de l'entreprise et de la télévision ; le groupe France Télévisions : ses implantations, sa gouvernance, ses outils et applicatifs ; ses offres à ses différents publics ; enfin des auto-évaluations pour mesurer son niveau en matière de digital et d'usages numériques.

Autre volet de son offre : l'accompagnement des collectifs de travail. france.tv université conçoit des programmes de formation dédiés à l'accompagnement des transformations technologiques - en 2021 le déploiement du projet NRCS, outil éditorial des équipes de l'information -, à l'évolution de ses politiques RH - cursus RH et cursus managérial ; à l'évolution du rapport au travail (formation être efficace en télétravail, conduire et animer des réunions à distance ; gestion des tensions professionnelles...).

france.tv université contribue à l'agilité dans les parcours professionnels. Elle œuvre, en lien avec ses partenaires RH, pour la meilleure reconnaissance de l'acquisition des compétences et pour les reconversions. Elle conçoit des cursus individuels et collectifs au service de la mobilité et offre des aires de mobilité vers certains métiers : en 2021, validation de compétences complémentaires Rédaction ou Image pour les journalistes ; parcours pour devenir scripte...

En 2021, france.tv université a innové avec :

- Des contenus pédagogiques sur-mesure au plus près des ambitions du groupe et des évolutions sociétales :
 - Intégrant les avancées technologiques : data ; intelligence artificielle ; outil de conducteur et de gestion des médias d'information NRCS... ;
 - Prenant en compte l'évolution de la logique de distribution multiplateformes (contenus pour différents usages ; nouveaux modes de narration) ;
 - Favorisant l'agilité : cursus managérial ; cursus RH... ;

- En miroir de l'évolution de la société : enjeux climatiques ; question des genres ; connaissance de la société française et des outre-mers.
- Une approche multi-modale renforcée :
 - Des supports facilitant l'appropriation des nouveaux enjeux : passeport télétravail ; sensibilisation à des problématiques (harcèlement moral et sexuel par exemple) ;
 - Des parcours mixtes, tirant ainsi profit de l'accélération de la digitalisation de ses formations liées à la crise sanitaire ;
 - Le recours au jeu (serious game sur la diversité ou la cyber-sécurité par exemple) ;
 - Des émissions teams favorisant l'interactivité.

➤ **Une transformation numérique accentuée par le contexte de crise sanitaire**

Le contexte de crise sanitaire qui a marqué 2020 et 2021 et la mise en place quasi généralisée du télétravail ont permis de développer l'agilité numérique des salariés dans la pratique de leurs métiers au quotidien. Les équipes RH se sont inscrites dans ce mode de travail et ont accompagné la mise en place du télétravail :

- Dématérialisation des transactions administratives du quotidien ;
- Adaptation « distancielle » des relations de travail : réunions, gestion des projets, entretiens individuels, etc. ;
- Accompagnement de la prise en main des outils Office 365 ;
- Mise en avant des ressources de l'Université en matière numérique : relance du Passeport numérique.

La fermeture des portes de l'Université pendant les périodes de crise sanitaire a conduit à une digitalisation massive des parcours de formation via des classes virtuelles pour toutes les formations hors techniques (management, RH, nouveaux outils numériques de gestion, développement personnel, etc.).

➤ **Identifier les compétences de demain et ajuster les ressources aux besoins de l'entreprise**

Dans un contexte de crise sanitaire persistant, les démarches en faveur de la mobilité interne et le développement des parcours professionnels ont été poursuivies en 2021 notamment via :

- Le Comité carrière mensuel qui a permis la mobilité de 227 collaborateurs ;
- L'intégration de 150 collaborateurs CDD & intermittents ;
- L'accompagnement de 64 collaborateurs dans la préparation et la mise en œuvre de leur projet professionnel ;
- L'accompagnement au départ à la retraite de 141 collaborateurs.

➤ Transformation des outils

L'année 2021 a été marquée par le déploiement de la nouvelle version Pléiade E5 du SI Paie, Gestion administrative et Gestion des temps ainsi que par le déploiement du nouveau portail collaboratif MonKiosque 2. De nouvelles démarches dématérialisées ont été ouvertes à destination des salariés et des managers (déclaration d'un changement d'adresse, de coordonnées bancaires ou de modification de situation familiale, signalement d'une absence santé, ...), sur tous types de supports (ordinateur, tablette, smartphone). En fin d'année, dans le cadre de l'entrée en vigueur du nouvel accord portant sur le télétravail, une nouvelle démarche dématérialisée a été mise à disposition des salariés signataires d'un avenant télétravail leur permettant de déclarer leurs journées de télétravail fixe, variable ou bien occasionnelles.

Par ailleurs, le projet Marguerite consistant en la mise en place d'un nouvel SIRH Talent a été lancé sur le second semestre de l'année dans un objectif d'optimisation des processus RH, de facilitation du reporting et d'amélioration de l'expérience utilisateur à la fois pour les collaborateurs RH et pour les managers et salariés. La nouvelle suite applicative permettra notamment de réaliser le recrutement du personnel (embauche, mobilité), la gestion des postes et organisations, la réalisation des entretiens annuels et professionnels, la gestion du plan de formation avec en sus la mise à disposition d'une plateforme de Learning Management System, ainsi que la dématérialisation du processus de révision annuelle des salaires. Le déploiement de la solution est prévu progressivement sur les exercices 2022 et 2023 avec une conduite du changement importante à destination de la filière RH. Enfin, un projet de mise en œuvre d'un chatbot RH a été initié également en 2022 (agent conversationnel permettant aux salariés de poser des questions sur différentes thématiques RH et obtenir des réponses personnalisées en temps réel). Ce projet vise à faciliter l'accès pour les salariés et managers aux multiples informations RH dans un contexte réglementaire et conventionnel en constante évolution.

Le NRCS²⁵, nouveau système d'information des rédactions, a été déployé en 2021 sur l'ensemble des rédactions de France Télévisions, avec une finalisation début 2022 pour franceinfo et les Outre-mer 1^{ère}. Il s'agit d'un projet s'inscrivant dans le cadre de la transformation de l'entreprise au travers de deux axes structurants :

- La transformation de l'information avec le besoin de faire évoluer les pratiques de fabrication des contenus d'informations et de valoriser le travail des rédactions ;
- La transformation technologique nécessaire pour faire évoluer nos outils et mieux répondre aux nouveaux enjeux et besoins en matière d'information.

Le projet a consisté à mettre en place un système d'information rédactionnel, commun à l'ensemble des rédactions de France Télévisions quel que soit le support, TV, radio ou numérique. Le dispositif est destiné à servir toutes les éditions, nationales, régionales et ultra-marines, linéaires et non linéaires, à faciliter les échanges et améliorer la réactivité. Il répond ainsi à l'impératif de mieux travailler ensemble pour mieux valoriser les contenus.

²⁵ Newsroom Computer Service

Le projet NRCS a été déployé en deux phases :

- En phase 1, l'outil Newsboard permet de gérer les sources et les prévisions. Il met à disposition de tous les journalistes du groupe un socle commun de sources d'information, qu'elles soient issues de sources externes ou de sources internes existantes ou à créer. L'outil permet d'échanger des informations, et suivant les droits attribués, de travailler ensemble sur des prévisions autour d'un même évènement ;
- En phase 2, l'outil Open Media permet de gérer les conducteurs et de remplacer les quatre outils de conducteurs différents précédemment utilisés au sein du groupe.

Les outils de gestion des antennes et des programmes sont, en 2021, en cours de renouvellement avec le projet Sherlock, qui intervient sur l'ensemble du cycle de vie d'un programme, pour le linéaire et le non-linéaire, pour le national, les régions et l'Outre-mer. Cette solution est déployée avec les objectifs suivants :

- Bénéficier d'un outil unique et mutualisé pour tout le groupe ;
- Bénéficier d'une solution orientée contenu ;
- Harmoniser les processus tout au long du cycle de vie d'un programme ;
- Faciliter le partage d'informations liées aux programmes.

Le projet a démarré au second semestre 2020 pour un déploiement de la nouvelle solution prévu au second semestre 2022 pour le national et le numérique et en 2023 pour les régions et l'Outre-mer.

3.2.2.3 Indicateurs de performance

Avancement du référentiel des emplois et des compétences (part d'emplois cartographiés) :
Depuis 2013, 21 nouveaux emplois ont été ajoutés pour tenir compte de la réalité des activités, en plus des unités de compétences complémentaires mises en œuvre. De plus, nous avons créé une famille d'emplois artistiques composée de huit emplois.

Taux de turnover²⁶ : 3,6 % (vs 5,6 % en 2020 et 3,9 % en 2019)

Nombre de jours de grève sur l'année²⁷ : 62 jours de grève pour 2 308 jours non payés au motif « grève » (vs 61 jours de grève pour 2 369 non payés au motif « grève » en 2020 et 52 jours de grève pour 4 289 non payés au motif « grève » en 2019)

% de seniors dans l'entreprise²⁸ (55 ans et plus) : 33,2 % (vs 31,3 % en 2020 et 31,8 % en 2019)

²⁶ Calculé sur le périmètre France Télévisions SA et sur l'effectif CDI : ((nombre d'entrées + nombre de sorties) / 2) / ETP du premier mois de l'année

²⁷ Calculé sur le périmètre France Télévisions SA

²⁸ Calculé sur l'effectif CDI présent fin de mois de décembre, France Télévisions SA

% de collaborateurs permanent ayant connu une absence pour maladies, accident de travail, accident de trajet, affections longue durée et maladie professionnelle inférieures ou égales à trois jours rapportés à l'ETP moyen annuel²⁹ : 12,7 % (vs 21 % en 2020 et 29 % en 2019)

3.2.3 Risques liés à la qualité et à la conformité de l'information et des programmes

Dans le cadre de sa mission de service public, France Télévisions a une responsabilité sur la qualité des contenus mis à l'antenne, ainsi que sur les conditions dans lesquelles ils sont présentés au public. L'exposition de ces contenus doit se faire dans le respect des obligations réglementaires, mais également des valeurs et des principes de déontologie de l'entreprise.

Dans le prolongement de la crise sanitaire débutée en 2020 et des mouvements sociaux apparus dès la fin 2019 (notamment via le mouvement des gilets jaunes), est apparue une remise en question de la confiance dans les institutions traditionnelles, et notamment dans les médias. La puissance des réseaux sociaux a rendu possible l'accès à tout type d'informations et la circulation de fausses informations. Par ailleurs, l'émergence de médias engagés, notamment télévisuels, accentue la nécessité d'un média de service public indépendant et de confiance, offrant une information fiable et de qualité, et qui représente la société dans sa diversité.

3.2.3.1 Stratégie et politiques

France Télévisions a confirmé la place stratégique de l'information dans son offre de programmes. Son ambition réaffirmée est d'être le média de référence et le média de confiance sur tous les écrans et pour tous les citoyens. Ainsi, France Télévisions a désigné comme prioritaires la lutte contre les fausses nouvelles et la place de l'investigation. Cela passe par le décryptage et la certification de l'information.

Les équipes de France Télévisions respectent la Charte des antennes³⁰. La chaîne de validation des contenus mis à l'antenne constitue un élément fort de sécurisation, qui implique le contrôle éditorial, artistique et technique.

Dans le cadre de ses missions d'intérêt général, France Télévisions développe également une démarche d'éducation aux médias destinée aux jeunes générations.

²⁹ Calculé sur le périmètre France Télévisions SA et sur l'effectif CDI

³⁰ Établie en 2011, la Charte des antennes constitue un texte de référence sur des thématiques liées au droit à l'image, à l'utilisation des réseaux sociaux ou encore aux missions du service public. Elle formalise ces principes et traduit la responsabilité et l'adhésion des collaborateurs de toutes les antennes du groupe à des valeurs partagées, centrées sur le respect des personnes et des libertés fondamentales : l'honnêteté, la transparence, l'indépendance et le pluralisme de l'information ; l'expression des courants de pensée et d'opinion ; la représentation de la diversité de la population française...

3.2.3.2 Plans d'actions

▪ Direction de la réglementation, de la déontologie et du pluralisme des antennes

En 2021, la Direction de la réglementation, de la déontologie et du pluralisme des antennes a poursuivi ses missions en lien, d'une part, avec les directions de l'information et des programmes de France Télévisions et, d'autre part, avec le CSA :

- Conseil avant diffusion à l'attention des équipes opérationnelles (journalistes, conseillers de programmes, producteurs), sur la bonne application en interne de l'ensemble des règles liées à la déontologie des antennes (textes législatifs, réglementaires et conventionnels applicables aux contenus diffusés sur les différentes antennes TV, radio et numériques de France Télévisions) ;
- Analyse des programmes pour y apposer la signalétique adéquate ;
- Vigilance quant à l'application de l'ensemble des règles liées au pluralisme politique ;
- Coordination des obligations d'antenne de France Télévisions (campagnes sur la signalétique, de lutte contre l'obésité, contre les discriminations ...) ;
- Conseil à la Direction de l'information et à la Direction des programmes et des antennes, sur les invitations de personnalités politiques en périodes hors électorale et électorale. Suivi et déclaration au CSA des temps de parole et d'antenne ;
- Coordination avec le CSA de la mise à l'antenne des campagnes officielles nationales et locales et des émissions d'expression directe des formations politiques et des syndicats ;
- Conseil sur l'application concrète de la réglementation légale, réglementaire et conventionnelle applicable aux antennes TV, radios et numériques comme, notamment, la protection des mineurs et la classification des programmes, la réglementation publicitaire (publicité clandestine, exposition de produits alcoolisés ou tabagiques, placement de produit...) et du parrainage, le droit à l'information sportive (droit de citation, événements d'importance majeure...) ;
- Gestion / coordination de l'intégralité des problématiques liées à la réglementation antenne, que ce soit en lien avec le CSA (procédures de sanction, demandes d'observations ...) ou lors de recours devant les tribunaux, émanant par exemple de candidats à des élections qui ne sont pas invités lors de débats.

▪ Direction de l'information

- Donner accès aux sources des journalistes (études, sondages, livres, références liées aux experts interviewés, etc...) au public via un renvoi dans les sujets des journaux télévisés vers le site franceinfo.fr.
- Création d'une équipe en septembre 2021, les Révélateurs, qui vérifient l'origine des images et vidéos qui circulent sur les réseaux sociaux, notamment les images amateurs. Cette équipe fait aussi de la veille sur les informations qui circulent sur les réseaux sociaux afin d'alerter la rédaction.

- Renforcer l'interactivité avec le public : poursuite du #OnVousRépond qui permet au public de poser des questions aux journalistes. Délocalisation tous les mois du journal télévisé de 13h de France 2 en province pour aller à la rencontre des habitants d'une région, pour mieux comprendre leurs préoccupations et leurs attentes à quelques mois de l'élection présidentielle. Opération sur twitch menée par Samuel Etienne pour montrer en direct l'envers du décor d'un journal pendant sa tranche d'information sur franceinfo canal 27 de 6h à 8h30, et répondre aux interrogations des followers.
- Décryptage de l'information : poursuite des formats pédagogiques à l'antenne pour donner des clés aux téléspectateurs, pour déceler le vrai du faux dans toutes les informations qui circulent sur les réseaux sociaux et via internet : le magazine *Vrai ou fake* sur franceinfo canal 27 et repris sur franceinfo.fr ; la rubrique *Vrai ou fake* sur francinfo.fr qui reprend tous les sujets produits par France Télévisions, Radio France et Arte sur la désinformation.
- Renforcer l'investigation : garder la confiance des téléspectateurs passe aussi par la proposition d'enquêtes, que ce soit via la rubrique *L'œil du 20 heures* dans l'édition du 20 heures de France 2, ou dans les magazines de France 2, *Envoyé Spécial*, *Complément d'enquête* ou de France 3 *Pièces à conviction*.
- Education aux médias : sur la plateforme éducative Lumni, à destination des jeunes publics, des actions sont menées par l'Unité éducation de France Télévisions : le décryptage de l'actualité (*1 jour, 1 question* pour les 6-12 ans, *Déco d'actu* et *Décod'Eco* pour les 13-17 ans) ; l'éducation aux médias (*Journaliste ? pas si simple*, pour les 9-13 ans) ; l'éducation à l'image (*3 regards pour voir*, pour les lycéens).
- Représentativité et diversité : la signature du pacte pour la visibilité des Outre-Mer en juillet 2019 se traduit par l'ambition de couvrir l'ensemble de l'actualité des territoires français à travers le monde. L'objectif est aussi de traiter de manière plus transverse certaines thématiques (par exemple comment est vécue la rentrée des classes sur l'ensemble des territoires français y compris ultramarins). Par ailleurs, France Télévisions est aussi très vigilant pour assurer la représentation de l'ensemble des français dans leur diversité à l'antenne et dans les reportages (présence d'expertes sur les plateaux des journaux télévisés, diversité des incarnations, parité femmes/hommes...).

3.2.3.3 Indicateurs de performance

Etude annuelle IFOP de l'image de l'information (février 2021) : le terrain de cette étude d'image des offres d'information de France Télévisions et de ses concurrents a été mené par l'IFOP du 12 au 19 février 2021. Sur la confiance, l'information du service public reste largement devant ses concurrents :

- Les JT régionaux de France 3 se placent en tête avec 80 % (vs 78 % en 2020)
- Les JT nationaux de France 3 à 75 % (vs 74 % en 2020)

- Ceux de France 2 à 72 % (vs 71 % en 2020)
 - France Info est la chaîne d'information la mieux notée de son univers (70 %) (vs 70 % en 2020)
 - Au sein des offres numériques, franceinfo.fr est en première position avec 72 % (vs 70 % en 2020)
- Au global, le niveau d'appréciation (note moyenne) des journaux télévisés toutes chaînes confondues est stable en 2021, auprès du grand public mais aussi auprès des téléspectateurs réguliers de chaque chaîne.
 - L'image des JT de France Télévisions est restée stable cette année (sur les critères confiance, indépendance des pouvoirs politiques, ne prend pas parti), seule France 2 est perçue plus indépendante des pouvoirs économiques. Pas de modification notable de leur image mais une consolidation des progrès enregistrés les années précédentes en particulier sur la forme : la dimension « plaisir à regarder » augmentant de quatre à cinq points selon les éditions depuis 2017, « présentation innovante » gagnant de sept à huit points sur cette même période
 - Auprès du grand public, les JT de France Télévisions disposent d'une image plus positive que ses concurrents, excepté sur le caractère innovant de la présentation.
 - franceinfo conserve une image beaucoup plus positive et plus construite que les autres chaînes d'information sur l'ensemble des dimensions évaluées (confiance, indépendance des pouvoirs politiques, ne prend pas parti, approfondi, proche...) et particulièrement sur la diversité de l'information délivrée et sa capacité à créer du lien entre les citoyens.

Par ailleurs, d'une façon générale, d'après le rapport du 34^e Baromètre Kantar-La Croix sur la confiance des Français dans les médias, publié le 27 janvier 2021 :

> **La crise du Covid qui a dominé l'année 2020 a suscité un regain d'intérêt pour l'information** : 67% des Français déclarent s'intéresser à l'actualité, soit une hausse de 8 points par rapport au point bas atteint en janvier 2020 et au même niveau qu'il y a deux ans.

> En revanche, **pas de progression sur les 18-24 ans** : 51 % s'intéressent à l'actualité, au même niveau qu'en 2020 et globalement stable depuis quatre ans.

> **Crédibilité des médias : un léger regain pour l'ensemble des médias**

- la radio reste le premier média sur la crédibilité (52 %, +2 points).

- internet demeure de loin le média le moins « crédible » mais affiche la meilleure progression (28 %, +5 points)

- la télévision est à 42 % (+2 points vs 2020 et +4 points vs 2020), un niveau qui reste tout de même bas par rapport aux standards historiques

> **La télévision reste le premier média pour s'informer** : 46 %, en retrait de 2 points vs 2020. Une légère baisse qui s'explique par un recul des chaînes info (-3 points), tandis que l'information des chaînes généralistes est stable.

Pour les moins de 35 ans, en revanche, internet est toujours de loin le média principal pour s'informer et progresse de 5 points à 66 %. La TV est deuxième avec 26 % (stable).

Indicateurs de suivi de la représentation de la diversité dans les éditions nationales de France 2 et France 3 sur les grandes thématiques suivantes : le handicap, la diversité sociale, la diversité LGBT, la mixité parité (plus le suivi des invités plateau hommes/femmes et la place des expert-es), la diversité d'origine et le suivi du nombre de sujets Outre-mer dans les éditions nationales :

Information	2020		2021	
	France 2	France 3	France 2	France 3
% de sujets dans les éditions nationales				
Diversité handicap	0,4	0,6	0,3	1
Diversité sociale	1,9	2,1	1,4	1,8
Diversité LGBT	0,1	0,1	0	0,1
Diversité Ethno culturelle	0,5	0,5	0,1	0,2
Diversité mixité parité	0,2	0,3	0,3	0,2
Diversité origine	7,7	6,4	6,4	6,4
Femmes intervenant dans les sujets	64,2	60,7	64,6	63,9
Expert(e)s	Experts hommes	70,5	65	74,2
	Experts femmes	29,5	35	25,8
Invité(e)s plateau	Invités hommes	76,8	72,4	74,1
	Invités femmes	23,2	27,6	25,9

Information	2020		2021	
	France 2	France 3	France 2	France 3
Nombre de sujets Outre-mer dans les éditions nationales				
13h	83		105	
20h	60		138	
Total éditions France 2	143		243	
Edition 1213		110		147
1920		86		130
Total éditions France 3		196		277

3.2.3.4 Déontologie publicitaire

➤ France Télévisions Publicité exerce son activité dans un cadre législatif et réglementaire dense

La loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, dite loi Léotard, modifiée à 25 reprises depuis son adoption, définit notamment les missions et pouvoirs de l'autorité indépendante de contrôle (le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel - CSA) et le cadre de fonctionnement des sociétés nationales de programme (dont France Télévisions).

Le décret n° 92-280 du 27 mars 1992 pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relatif à la publicité, au parrainage et au téléachat décrit les règles applicables à la publicité et au parrainage pour les éditeurs de services de télévision.

Ces textes sont complétés par d'autres, notamment :

- Le Cahier des charges de France Télévisions (décret) Vu le décret n° 2009-796 du 23 juin 2009 fixant le cahier des charges de la société nationale de programme France Télévisions ;
- La Charte des antennes de France Télévisions ;
- La Charte visant à promouvoir une alimentation et des comportements favorables à la santé dans les programmes audiovisuels et les publicités (2020- 2024), sous l'égide du CSA.

D'une manière générale, les contraintes applicables à France Télévisions sont plus importantes que celles qui s'imposent aux éditeurs privés :

- Un volume de publicité qui ne doit pas dépasser 8 minutes par heure (vs 12 pour les chaînes privées) ;
- L'interdiction de toute coupure publicitaire des œuvres audiovisuelles ;
- L'interdiction de la publicité commerciale après 20h depuis 2009 ;
- L'interdiction de publicité dans les programmes jeunesse depuis 2017.

➤ Les process destinés à veiller au respect de la réglementation

A. Le contrôle a priori des messages publicitaires : l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP)

L'ARPP est l'organisme de régulation professionnelle de la publicité. Il allie la création des règles d'éthique (recommandations), leur application et le contrôle de l'application.

Les recommandations de l'ARPP constituent le cadre déontologique de l'expression publicitaire.

Elles sont fondées sur le Code ICC (International Chamber of Commerce) sur la publicité et les communications commerciales, renforcées, selon leurs thématiques, par les Chartes d'engagements signées par les représentants des professionnels, l'ARPP et les pouvoirs publics.

Exemples de recommandations :

- Recommandation Développement durable v3 (en vigueur depuis 1er août 2020) ;

- Recommandation Image et respect de la personne ;
- Recommandation Automobile ;

L'ARPP vérifie la conformité de tous les messages publicitaires destinés à être diffusés à la télévision ou sur les services de médias audiovisuels à la demande, avant diffusion, en application de la convention de partenariat signée avec le CSA en 1990 par les représentants des professions concernées (AACC – Association des Agences-Conseil en Communication, SNPTV – Syndicat National de la Publicité Télévisée, UDA – Union des Marques).

L'ARPP émet un avis « favorable » ou « à modifier » ou « à ne pas diffuser ».

Le contrôle des billboards de parrainage³¹ est effectué par France Télévisions Publicité.

B. Les contrôles internes

En complément des contrôles effectués par l'ARPP, le service Diffusion de France Télévisions Publicité exerce une vérification supplémentaire, en faisant appel le cas échéant au service Juridique de la régie.

C. Le contrôle a posteriori : le rôle du JDP et du CSA

Le Jury de Déontologie Publicitaire (JDP) peut être saisi par toute personne morale ou physique (particuliers, associations, administration, ...) concernant une publicité. Pour être recevable, une plainte doit toutefois porter sur une publicité clairement identifiée, effectivement diffusée au cours des deux mois précédant la réception de la plainte, sur le territoire français, et n'être liée qu'au contenu de la publicité (son message, les images, les sons, l'ambiance, ...). Le JDP se prononce exclusivement sur la conformité de la publicité avec les règles déontologiques de la profession.

Le JDP ne traite pas du non-respect des règles de droit, qui est du seul ressort des tribunaux et de l'administration.

Lorsque le CSA constate un manquement lié à des obligations législatives, réglementaires ou à des engagements conventionnels, il peut sanctionner les éditeurs. Toute sanction éventuelle est systématiquement précédée d'une mise en demeure qui a valeur d'avertissement. La plupart des mises en demeure sont elles-mêmes précédées d'une lettre de mise en garde ou d'une lettre de rappel ferme à la réglementation.

Si la personne ayant fait l'objet d'une mise en demeure ne se conforme pas à celle-ci, un rapporteur nommé par le vice-président du Conseil d'Etat est informé par le Directeur général. Le rapporteur décide si les faits portés à sa connaissance justifient l'ouverture d'une procédure de sanction. Dans l'affirmative, au terme de son instruction, il propose au CSA le cas échéant l'adoption de l'une des sanctions prévues par la loi ou sa convention. Il appartient ensuite au CSA de décider s'il y a lieu de prononcer une sanction. Celle-ci tiendra compte de la gravité du manquement.

³¹ Spot court ou animation graphique présentant le parrain d'une émission télévisée

3.2.4 Risques liés à la mise en conformité RGPD

Le règlement général européen concernant la protection des données personnelles (RGPD) est entré en application en mai 2018. Ce règlement oblige les entreprises opérant sur le territoire européen ou visant des citoyens européens à garantir la protection et le bon usage des données personnelles collectées dans le cadre de leurs activités pour assurer leur offre de biens ou services et les améliorer. L'imprudence et la négligence des entreprises et organismes publics ou privés lors du traitement de données sont désormais directement et lourdement sanctionnées par des amendes administratives prononcées par la CNIL, des sanctions pénales et le paiement de dommages-intérêts aux personnes concernées.

L'entreprise doit garantir la protection et le bon usage des données collectées et traitées. Cela implique une connaissance fine des données collectées par l'entreprise, les traitements réalisés, leurs finalités, les modalités de stockage des données, les échanges effectués, les conditions de sécurité qui les entourent, etc.

Les enjeux sont multiples pour le groupe : enjeux juridiques tout d'abord, renforcés par le devoir d'exemplarité du service public ; financiers, avec le risque de sanctions pécuniaires considérables (les sanctions administratives prononcées par la CNIL peuvent aller jusqu'à 4% du chiffre d'affaires, et les sanctions pénales jusqu'à 300 K€ d'amendes (et cinq ans d'emprisonnement pour les infractions les plus graves).

Les enjeux en termes d'image ne peuvent être négligés pour le groupe public, dont les usagers téléspectateurs et internautes attendent rigueur et exemplarité. Les récents scandales relatifs à des traitements de données illégaux par certains réseaux sociaux (en particulier le scandale *Facebook Cambridge Analytica*), la médiatisation donnée aux récentes jurisprudences de la CNIL pour information insuffisante des personnes concernées (par exemple la sanction de 50 M€ prononcée à l'encontre de Google), pour défaut de sécurité (*Sergic immo*, 400 K€), etc. ou, depuis son entrée en application, celle donnée au RGPD ont exacerbé la sensibilité des personnes à la protection de leurs données personnelles.

Enfin, la mise en conformité tend à devenir un enjeu économique et commercial : afin de se prémunir contre tout manquement ou de s'en prévaloir auprès de leur clientèle, les partenaires commerciaux sont de plus en plus attentifs à la conformité au RGPD, pour les mêmes raisons. Certaines négociations commerciales peuvent ainsi achopper sur la question de la conformité au RGPD.

3.2.4.1 Stratégie et politiques

Un délégué à la protection des données (« DPO » selon l'acronyme en anglais) a été désigné en mai 2018, et rattaché au Secrétaire général de France Télévisions. Les missions du DPO sont d'« *informer et conseiller le responsable du traitement ou le sous-traitant ainsi que les employés qui procèdent au traitement sur les obligations qui leur incombent (...); contrôler le respect du présent règlement (...) et des règles internes de l'entreprise en matière de protection des données (...); de dispenser des conseils, sur demande, en ce qui concerne l'analyse d'impact relative à la protection des données et vérifier l'exécution de celle-ci (...)* » (article 39 du RGPD).

Le délégué à la protection des données s'appuie actuellement sur une juriste spécialisée en données personnelles et sur plusieurs ressources externes, qui composent le service DPO. Leur rôle consiste notamment à accompagner les directions opérationnelles dans les travaux d'analyse des traitements recensés.

Un réseau de 38 référents (directions de la maison mère et filiales) a été formé au sein des différentes directions du groupe, désignés par leur hiérarchie, assurant un rôle de relai en tant qu'interlocuteur principal entre les équipes de sa direction et le service DPO, et veillant au respect de l'application de la procédure.

La formation de l'ensemble des référents a été élargie aux juristes de l'entreprise (Direction juridique, DGRH, Direction des sports, Direction des achats), ainsi qu'à tout autre acteur particulièrement impliqué dans le traitement des données personnelles. Un e-learning à destination de l'ensemble des collaborateurs, lancé en janvier 2020, était accessible jusqu'en juin 2021.

Les supports de formation, de présentation de la stratégie, la documentation à visée pédagogique (tels qu'un « guide d'accompagnement à la mise en conformité au RGPD », rédigé en interne) ainsi que les outils de mise en conformité (modèle de « fiche inventaire », modèle d'« annexe RGPD » jointe au contrat d'acquisition/de prestation) sont mis à disposition sur l'intranet à destination de l'ensemble des collaborateurs, dans un espace partagé « RGPD ». Les documents sont régulièrement actualisés.

Tous les nouveaux appels d'offres portant sur un marché d'un montant supérieur à 100 K€ et tout nouveau projet portant sur les systèmes d'informations ou le numérique intègrent la protection des données personnelles (limitation de la collecte au strict nécessaire, responsabilisation du sous-traitant en cas de manquement, exigence de documents à fournir par le fournisseur, évolution des contrats). Une procédure de mise en conformité des marchés a été intégrée à la direction des achats avec laquelle le service DPO collabore quotidiennement.

3.2.4.2 Plans d'actions

Les traitements identifiés dans le cadre de l'inventaire ont été inscrits au registre des traitements de données.

La première phase du plan d'action a consisté en la désignation du délégué à la protection des données personnelles, la constitution de son équipe et la mise en place d'une politique de mise en conformité, qui a permis d'inventorier les principaux traitements mis en œuvre par l'entreprise afin de les inscrire au registre des traitements.

Le plan d'action a été préparé et lancé en parallèle de l'assistance apportée aux équipes opérationnelles pour le lancement de leurs nouveaux projets (analyse du contexte ; conseils de mise en conformité ; rédaction de mentions d'informations ; rédaction de clauses contractuelles, etc.), ainsi qu'au lancement du processus de mise en conformité des services en ligne de France Télévisions.

La deuxième phase du plan de mise en conformité a débuté avec la désignation des « référents données personnelles » au sein des différentes directions (soit 38 référents à ce

stade), réunis en un séminaire d'information en juin 2019, au cours duquel le plan d'action leur a été présenté. Tous ont pu bénéficier d'une formation d'une journée à l'Université France Télévisions. De nouveaux documents d'accompagnement à la mise en conformité ont été rédigés (guide d'accompagnement, fiche inventaire, etc.). Les mentions obligatoires d'information ont été harmonisées.

La phase d'inventaire, qui a pour objectif de compléter de manière exhaustive les traitements principaux déjà identifiés, est en cours de finalisation. Elle prend la forme d'un premier entretien avec chaque référent de chaque direction, qui suit une trame de questions, puis de l'établissement de diverses fiches inventaires, réalisées avec l'assistance de l'équipe du DPO.

De manière plus détaillée, la phase d'inventaire consiste à réaliser des premiers entretiens avec les référents : rappel de la méthodologie ; recherche sur les traitements effectués ; établissement d'une liste de traitements qui devraient potentiellement faire l'objet d'une « fiche inventaire » ; rédaction d'un compte rendu, partagé avec le référent concerné, comprenant la liste des traitements de données devant faire l'objet d'une fiche inventaire, avec en copie des échanges les collaborateurs concernés de la direction, pour relecture et modification ; réalisation d'un second entretien avec les collaborateurs impliqués dans les traitements de données listés afin de remplir avec le service DPO la première fiche inventaire. Enfin, une analyse de la fiche inventaire est effectuée par le service DPO et donne lieu par la suite à l'établissement d'une fiche analyse remédiation.

La phase d'inventaire est suivie d'une phase d'analyse du niveau de conformité, à partir des fiches inventaires, et d'une proposition de mesures de remédiation si nécessaire.

En parallèle, les nouveaux dossiers ou les problématiques qui présentent un risque élevé sont étudiés au cas par cas. Le service DPO est intégré dans les principaux comités projets des directions (suivi hebdomadaire et intégration dans le cadre d'un plan d'action dédié) et chaque direction dispose d'un plan d'action avec les problématiques dédiées.

Le service du DPO a vocation à accompagner la mise en place des mesures de mise en conformité et au maintien de la conformité dans le temps, conformément aux évolutions réglementaires ou jurisprudentielles si nécessaire.

Dans le cadre de l'évolution de la réglementation relative aux traceurs, le service du DPO a accompagné, en 2020, la Direction du numérique dans le choix d'une plateforme de gestion du consentement et en délivrant des préconisations régulières, validations de maquettes et accompagnement dans le paramétrage (notamment dans la réalisation de mise en balance des intérêts de l'entreprise et des intérêts des utilisateurs).

Le service du DPO a mis en place les procédures régulièrement mises à jour, relatives à l'obligation de documentation (accountability). L'accès des collaborateurs à cette documentation sera rendu plus aisé en janvier 2022 par la mise en place d'un espace dédié sur l'intranet.

3.2.4.3 Résultats du déploiement des politiques et plans d'actions

Présence de procédures internes : les procédures internes sont rédigées, mises à jour et disponibles via l'intranet.

Positionnement stratégique du délégué à la protection des données et document spécifiant ses missions : le DPO de France Télévisions est au Secrétariat général de France Télévisions, il dispose d'une lettre de mission et sa nomination a fait l'objet d'une communication interne.

Budget annuel dédié au délégué à la protection des données : le DPO dispose d'un budget annuel lui permettant de faire appel à des expertises externes (conseil, documentations, frais d'avocats).

Mise en place d'actions de sensibilisation régulières : des actions de sensibilisation ont été mises en place en 2021, elles seront poursuivies en 2022 :

- Formation des référents RGPD : formation individuelle en cas de remplacement d'un référent RGPD entre deux sessions de formation globale ;
- Mise à disposition d'une formation RGPD en e-learning et rappels réguliers aux collaborateurs de sa disponibilité ;
- Interventions RGPD dans les séminaires des directions.

Recommandations suite à l'analyse des traitements de données : les recommandations sont formulées de différentes manières selon qu'elles font suite à analyse d'un nouveau traitement de données ou à un projet structurant et/ou stratégique (évolution de la réglementation ou évolutions opérationnelles France Télévisions, utilisation de nouvelles technologies, etc...) :

- Les recommandations sont faites via la fourniture d'une « Fiche Analyse Remédiation (FAR) » pour les traitements de données faisant l'objet d'une fiche inventaire ;
- Pour les projets structurants, les recommandations sont faites via un email de recommandations du DPO aux directions opérationnelles pour mise en œuvre ;

Une procédure de gestion des demandes d'exercice de droit est mise en place et fait l'objet d'une Fiche Procédure.

3.2.4.4 Risques liés à la mise en conformité RGPD de France Télévisions Publicité

France Télévisions Publicité, depuis l'entrée en vigueur du RGPD, a entrepris un important travail de mise en conformité. Elle a fait le choix d'être assistée dans cette tâche par un Délégué à la Protection des Données extérieur (DPO), en la personne d'un cabinet d'avocats, qui s'appuie lui-même sur un collège constitué de plusieurs salariés de l'entreprise.

Elle s'est également dotée d'une application de gestion de la mise en conformité au RGPD, permettant un suivi optimisé des actions entreprises.

Enfin, elle a procédé à une auto-évaluation de son niveau de maturité en gestion de la protection des données, sur la base du modèle publié par la CNIL en septembre 2021, qui a abouti à un score moyen de 4/5.

➤ **Gestion des données liées aux salariés et aux fournisseurs**

Les contrats de travail des salariés comportent tous une clause Protection des données personnelles, qui renvoie notamment à la politique de confidentialité RH, dédiée aux salariés, établie par l'entreprise après validation par son DPO.

Par ailleurs, dans le cadre de l'accountability³², une procédure de sécurisation des moyens informatiques a été mise en place, afin de renforcer l'information et les droits des salariés, élément d'autant plus important en cette période de télétravail généralisé.

Les fournisseurs, clients, prospects et toute personne amenée à se présenter dans les locaux de l'entreprise, sont informés de l'existence d'une politique Vie privée externe, et de la façon dont leurs données personnelles sont traitées. Elle est accessible via le site internet de France Télévisions Publicité.

➤ **Gestion des données dans le cadre de l'activité de vente d'espace publicitaires**

L'année 2021 a été marquée par l'entrée en vigueur des nouvelles lignes directrices relatives aux cookies et autres traceurs, accompagnées de recommandations pratiques liées à leur mise en œuvre, publiées par la CNIL (Commission nationale de l'informatique et des libertés) en septembre 2020. Il s'agit d'une modification majeure du cadre applicable à l'activité publicitaire.

L'entreprise a engagé en conséquence un important chantier de mise en conformité, en premier lieu avec les éditeurs qu'elle représente, à travers la négociation de conventions venant encadrer précisément les rôles et les responsabilités respectives, et notamment la mise en œuvre de solutions de gestion du consentement et de politiques de confidentialité adaptées, mais également côté clients, à travers l'adaptation de ses Conditions Générales de Vente et des contrats conclus avec ses différents prestataires techniques, ainsi que l'intégration de la solution de transfert du consentement développée par l'IAB (Interactive Advertising Bureau).

3.2.5 Risques liés à la sûreté des sites, du personnel et du public

Pour la deuxième année consécutive, la gestion de la crise sanitaire liée à la pandémie de Covid-19 a largement mobilisé la Direction de la Sécurité et de la Sûreté. Au gré des vagues de contamination et des dispositions prises par les pouvoirs publics, les protocoles mis en place au sein de l'entreprise ont fait l'objet d'adaptations permanentes, le pilotage de leur

³² L'accountability désigne l'obligation pour les entreprises de mettre en œuvre des mécanismes et des procédures internes permettant de démontrer le respect des règles relatives à la protection des données

mise en œuvre opérationnelle incombant en majeure partie à cette direction au titre de la gestion de crise dont elle a la charge. Tant au quotidien dans les conditions d'accès et de travail au sein de nos emprises qu'à l'occasion de tournages en dehors des sites de France Télévisions, la direction a été garante de la politique sanitaire élaborée.

Les réunions des cellules de crise (aux deux niveaux : opérationnel et stratégique) se sont poursuivies, bien que s'éspaçant, car le socle des mesures adoptées en 2020 constitue désormais un solide référentiel et nécessite seulement des ajustements en fonction de l'évolution de la situation.

Bien qu'il puisse sembler délicat de tirer des conclusions en matière d'efficacité de la stratégie adoptée (le principe de précaution étant demeuré le fil pilote de notre action), au 31 décembre 2021, l'entreprise comptabilisait 825 personnels contaminés, soit moins de 10 % de son effectif global.

Cette activité constante n'a toutefois pas occulté les autres domaines de la sûreté que la direction a continué à investir en y déployant ses directives et en s'attachant à leur suivi : audits et plans de sécurité des bâtiments, accompagnement opérationnel des tournages en zone sensible et des opérations spéciales, partenariat avec les autorités étatiques en charge de la sécurité intérieure, veille et analyse des risques liés à notre activité, conseil et assistance aux salariés suite aux signalements d'infractions ou d'incidents de sûreté, actions de sensibilisation...

En matière de sécurité (incendie), le long travail de mise en conformité du siège de France Télévisions entrepris depuis 2019 a porté ses fruits en aboutissant en octobre 2021 à l'obtention d'un avis favorable de la Commission de sécurité de la Préfecture de police. Ses services ont souligné la qualité et le volume des améliorations apportées à l'ensemble du site en la matière.

3.2.5.1 Stratégie et politiques

La Direction de la Sécurité et de la Sûreté s'est efforcée d'accroître son rôle central de prescription dans le sens d'une définition de standards de sécurité.

De la même manière que la crise du Covid-19 a imposé une régulation sanitaire applicable à l'ensemble du groupe, filiales comprises, un travail d'uniformisation des niveaux de sûreté dans l'ensemble de nos sites a été initié à la faveur tant des audits de sûreté réalisés sur place que du renouvellement de certains marchés spécifiques. Cette volonté de « standardiser » nos dispositifs de sûreté s'articule, d'une part, autour d'un référentiel de sécurité bâtementaire (en cours de finalisation mais dont les préceptes relatifs aux procédures comme aux équipements sont d'ores et déjà partagés et appliqués par la Direction de l'Immobilier et des Moyens Généraux et par leurs référents en régions ou en Outre-mer) ainsi que, d'autre part, autour de la mutualisation des appels d'offre relatifs aux principaux marchés de sécurité (à commencer par la prestation de sécurité et de gardiennage et par la maintenance du contrôle d'accès). Pour tous ces marchés, le cahier des clauses techniques repose sur les lignes directrices de sécurité et de sûreté émises par l'échelon central. Le contrôle de la mise en œuvre effective de ces diverses règles a également été initié et devrait, à terme, être complété d'une évaluation.

Cette standardisation se prolonge également au domaine de la sécurité incendie depuis qu'une procédure type d'analyse préalable des demandes de travaux a été imposée pour les entreprises franciliennes (pour commencer).

En outre, le travail partenarial engagé avec l'Etat a permis d'actualiser la convention d'alertes aux populations qui lie France Télévisions au Ministère de l'Intérieur : une nouvelle version devrait en être signée avant l'été 2022. En parallèle, la procédure interne de déclenchement de l'alerte enlèvement (des enfants mineurs en danger) qui nous lie au Ministère de la Justice a fait l'objet d'une refonte pour plus d'efficacité (un vade-mecum a été rédigé pour la compréhension des multiples intervenants au sein des différentes directions concernées).

Par ailleurs, France Télévisions poursuit son travail de formalisation de ses process de continuité d'activité. Après le plan sanitaire, c'est désormais à la rédaction du plan lié aux risques naturels, en premier lieu d'inondations, que la Direction de la Sécurité et de la Sûreté s'attelle.

Sécurité informatique

Un directeur de la cyber sécurité a été recruté au printemps 2021 afin de renforcer l'action de l'entreprise en la matière.

Au cours de cette année, France Télévisions a poursuivi son partenariat avec les sociétés de l'audiovisuel public en matière de sécurité informatique.

Le Centre opérationnel de sécurité (COS), issu d'un appel d'offre commun à France Télévisions, Radio France, ARTE France, TV5 Monde et France Médias Monde est pleinement opérationnel pour l'ensemble des membres du groupement. La prestation est pilotée au niveau du groupement pour s'assurer que toutes les synergies possibles sont bien mises en œuvre par l'opérateur du COS.

Un groupe de travail rassemblant France Télévisions et les autres entreprises de l'audiovisuel public se réunit sur une base semestrielle pour partager les retours d'expérience de chaque membre et coordonner les futurs projets.

Durant cette année, France Télévisions a poursuivi ses actions de sécurisation de ses infrastructures informatiques critiques, en lien avec l'Agence Nationale de la Sécurité des Systèmes d'Information (ANSSI). Un projet de refonte des infrastructures de diffusion a également été lancé suite à l'incident de juin 2020.

France Télévisions a également :

- Renforcé son plan de sensibilisation / formation à la sécurité informatique ;
- Poursuivi ses actions d'évaluation de la sécurité de ses fournisseurs dans le cadre de sa stratégie d'intégration de la sécurité dans les projets informatiques et techniques.

3.2.5.2 Plans d'actions

Les principales actions réalisées en 2021 ont porté sur :

- Le recrutement d'un nouveau chef de la Sécurité générale, véritable référent sécurité incendie pour l'ensemble de France Télévisions
- La reprise des audits de sécurité des sites sensibles avec production systématique d'un compte-rendu
- La commission de sécurité (incendie) du siège de France Télévisions
- La validation de reprise des travaux au siège de France Télévisions et la formalisation d'une procédure idoine
- Le lancement d'un chantier sur la rénovation de la technologie de contrôle d'accès de l'entreprise
- La définition d'un protocole d'utilisation de masques et d'auto-tests dans le cadre de la gestion de la crise sanitaire (incluant la centralisation de leur achat, de leur stockage et de leur distribution)
- L'expertise sûreté (analyse préparatoire et conception du dispositif opérationnel) des opérations spéciales et enregistrements sensibles :
 - o A l'occasion des élections régionales et départementales ainsi que dans la perspective des élections présidentielle et législatives
 - o Pour tous les événements particuliers : dont l'Eurovision Junior – cinq mois de travail en lien avec France.tv Studio et l'UER³³ et, notamment, un personnel ressource à temps plein
 - o Des grands événements sportifs internationaux : Jeux olympiques et paralympiques de Tokyo, DAKAR (en Arabie Saoudite), Tour de France, Roland-Garros
- Le renforcement de la sécurité informatique :
 - o Définition d'une nouvelle organisation cybersécurité
 - o Organisation de deux exercices de crise cyber et d'un test d'intrusion
 - o Dispositif renforcé de veille à l'occasion des élections
 - o Poursuite des dispositifs de veille active de messageries sensibles
 - o Tests de phishing

3.2.5.3 Indicateurs de performance

Sites sensibles inspectés par les équipes de la Direction de la sûreté et de la sécurité : 13 (vs 11 en 2020 et 7 en 2019)

Nombre d'incidents de sécurité informatique détectés et traités : 1553 alertes traitées (vs 2615 en 2020)³⁴

Nombre d'incidents de sécurité informatique critiques (nouvel indicateur) : 0

Dispositifs de sécurité opérations spéciales : 15 (vs 14 en 2020)

³³ Union européenne de radio-télévision

³⁴ La diminution est liée à un changement de périmètre des informations remontées par le prestataire externe

Nombre de plans locaux élaborés et déposés en préfecture : 12 (+7 depuis 2019 sur 35 au total)

Rédaction de dossiers de sécurité : 12

3.2.6 Risques liés aux atteintes à l'environnement et à la transition écologique

France Télévisions répond à une double responsabilité, celle d'une entreprise et d'un média de service public. Cette dualité structure également la gestion et la maîtrise de son impact environnemental et climatique : l'impact lié à son fonctionnement et celui qui le lie à son public.

Ces deux principaux impacts permettent d'établir quatre grands types d'enjeux qui sont les fondements de la politique environnementale et climatique du groupe :

- La réduction de son empreinte liée à la gestion de ses sites ;
- La réduction de son empreinte liée à la fabrication de ses contenus ;
- La responsabilité éditoriale du groupe dans la compréhension, la maîtrise et la prévention du public ;
- La contribution du groupe à la transition écologique du secteur.

3.2.6.1 Impact et gestion de l'empreinte liée à l'activité des sites

La matérialité des enjeux environnementaux pour la gestion des sites reste inchangée. Il va s'agir de prévenir et réduire les impacts liés à la consommation de ressources énergétiques et non énergétiques, les volumes d'émission de gaz à effet de serre, la gestion et le traitement des déchets, des bâtiments comme des activités liées à la mobilité.

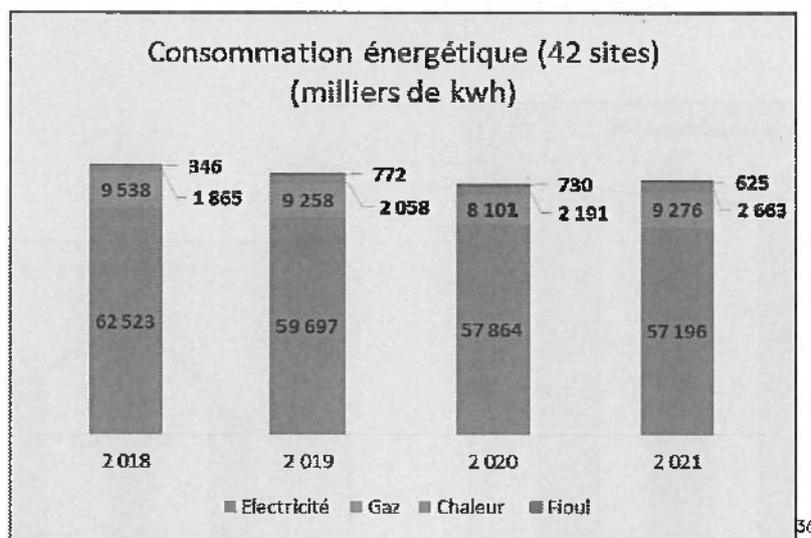
Bien que le nombre de sites soit constant (42 sites³⁵ opérés par le groupe), il y a cependant eu une évolution du périmètre organisationnel en 2021, avec le remplacement du site de Lambersart par le site de Lomme, suite à une réorganisation des activités de la Fabrique de France Télévisions.

▪ **Energie**

On relève une baisse constante de certaines consommations énergétiques depuis 2013, avec des variations allant jusqu'à -82 % pour les consommations de fioul, -25 % et -13 %, respectivement pour les consommations d'électricité et de gaz. Pour la même période, on enregistre au sein du groupe une hausse des consommations de chaleur de plus de 543 %. Cette hausse s'explique par le recours préférentiel des sites à la consommation de chaleurs moins émissives, au détriment des autres, gaz, fuel et électricité (en baisse). Ces trajectoires sont la conséquence de plusieurs actions mises en place en matière de gestion

³⁵ Représentant 77 % des m2

immobilière: relamping, travaux d'isolation thermique, meilleure qualité des équipements, préférence pour un fournisseur de chaleur affichant un faible taux d'émissions (ex : un nouveau raccordement pour le site de Limoges pour l'année 2021).



▪ Mobilité

Trajets domicile - travail

Le déploiement des mesures et actions du plan vélo s'est poursuivi en 2021 :

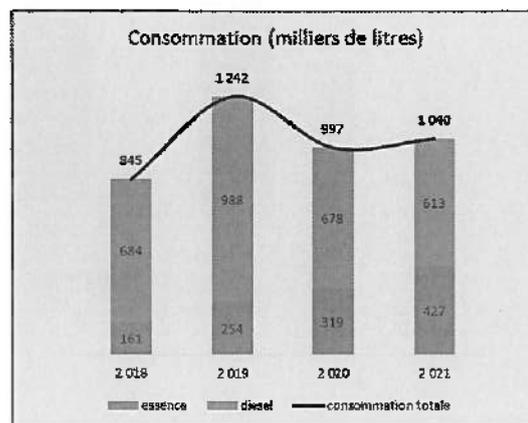
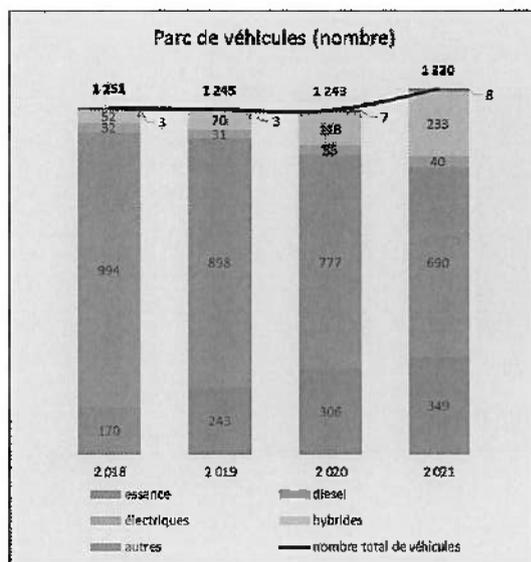
- Création de 150 nouvelles places de stationnement au sein du bâtiment Valin ;
- Mise en place d'une étude pour la création d'un parking vélo au siège de France Télévisions ;
- 733 collaborateurs ont bénéficié du forfait mobilité pour assurer leurs trajets domicile travail à vélo ;
- Mise à disposition d'une offre location longue durée (LLD) préférentielle pour l'équipement des collaborateurs ;
- Réalisation de modules sécurité et fourniture d'accessoires de sécurité à tous les bénéficiaires du forfait mobilité.

Gestion des parcs de véhicules

Depuis plusieurs années, le groupe accorde une part croissante aux véhicules hybrides et électriques et adapte les types de motorisations aux différents usages (déplacements urbains, routes et autoroutes). En 2021, on enregistre une hausse du nombre de véhicules hybrides de 97 % et une hausse de 78,4 % du nombre de véhicules alternatifs. Une tendance régulière à la baisse du nombre de véhicules à moteurs thermiques s'observe depuis 2013, affichant une variation aujourd'hui de -10,7 %. Durant les huit dernières années, la part des

³⁶ 42 sites représentant 77 % des m2

véhicules alternatifs dans le total des véhicules est passée de 0,5 % (en 2013) à 21,3 % (en 2021³⁷). Pour ce qui est des consommations de carburant (essence et diesel), celles-ci ont, depuis 2018, baissé de 10,4 % pour le diesel, tandis qu'on enregistre une hausse de 165,2 % pour les consommations d'essence durant la même période.



▪ Gestion climat

Le Groupe s'est doté d'un objectif de réduction annuelle de 3,5% (scopes 1 et 2) pour la période 2020-2022, soit *a minima* une réduction de 10,5%, pour ces trois ans. Cet objectif est rattaché à la prime d'intéressement et succède à un précédent objectif de réduction pour la période 2015-2020.

Durant l'année 2021, le volume de GES (scopes 1 et 2) s'est élevé à 13924,20 TCO2E ; une augmentation de 1,1 % par rapport à 2020, dont le volume de GES était alors de 13772,67 TCO2E. Ceci s'explique par une hausse, en 2021, des postes d'émission P1 (fuel), P2 (carburants), P4 (fuites frigorigènes) et P7 (chaleur) lié principalement à la comparaison avec l'année 2020 qui s'établissait à un niveau particulièrement bas du fait de la crise sanitaire et des confinements générateurs d'une forte baisse d'activité. Une évaluation complète de l'empreinte GES (scope 3) du Groupe est prévue pour 2022. Elle sera complétée du calcul d'une trajectoire de réduction SBT (Science Based Target).

La filiale publicité du groupe a réalisé en 2019 son bilan carbone scope 3 et mis en place un plan de réduction SBT. Elle travaille également au développement d'un calculateur carbone pour ses campagnes TV et numériques.

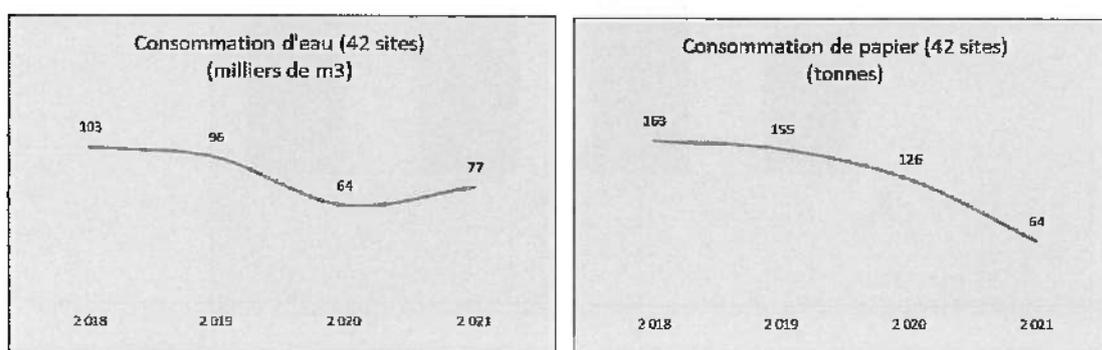
³⁷ En 2013, le total des véhicules alternatifs (hybrides + électriques) était de 7 ; en 2021, il est de 273.

▪ Gestion des ressources non énergétiques

Réduction et sensibilisation à l'utilisation des plastiques à usage unique : En complément de la délivrance de mugs et du fléchage de gobelets à haute qualité environnementale, des gourdes ont été fournies aux collaborateurs des sites parisiens en 2021.

Les politiques de dématérialisation se poursuivent au sein des principales directions support (Finance, Ressources Humaines, Communication interne) mais également dans le cœur de métier, la gestion des programmes et des contenus d'information.

Sur les trois dernières années, les consommations d'eau et de papier ont connu une baisse, respectivement de 21 % et 59 %. Cette réduction continue est le fruit des mesures et actions durables prises notamment par le site de Vendargues et France Télévisions publicité.



▪ Sobriété numérique

Le lancement de la plateforme NowU (cf paragraphe 3.2.6.3 Impact éditorial) a donné lieu à la réalisation d'un site selon une approche de sobriété numérique et de slow web, suivant la démarche suivante :

- Limitation volontaire des contenus (absence de newsletters, choix d'une publication par jour), fond noir, absence de vidéos, limitation dans la collecte des données ainsi que dans l'utilisation du script et du code.
- Déploiement d'une solution d'évaluation carbone du site.

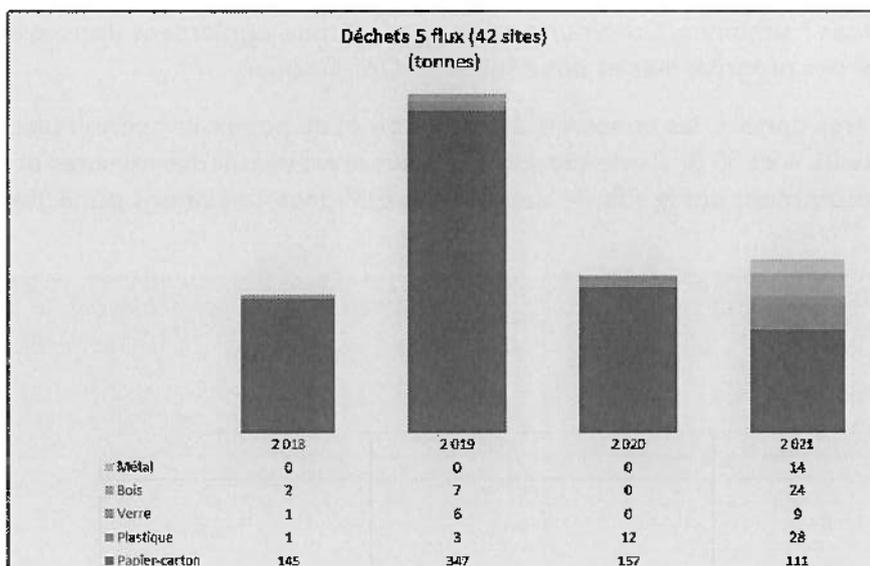
▪ Gestion des déchets

- **Déchets 5 flux (papier-carton, plastique, verre, bois et métal)**

A l'exception des déchets 5 flux papier-carton, dont la collecte enregistre une baisse de 23 % depuis 2018, le restant de la typologie des déchets 5 flux (plastique, verre, bois et métal) connaît une forte hausse pour la même période. Le cas des déchets 5 flux métal est assez marquant à ce sujet car, depuis 2018, où, le résultat de la collecte n'était que de 0,03 tonnes, il est passé à 14,483 tonnes, en 2021.

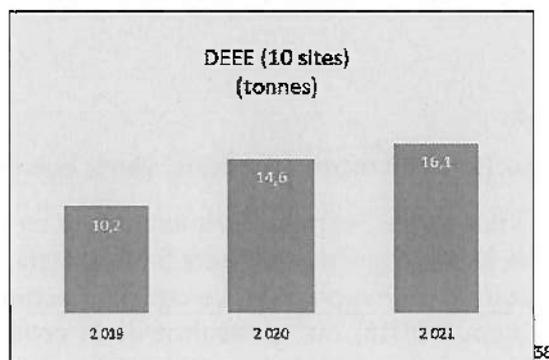
Ces résultats sont le fruit d'une riche contribution des sites opérés par France Télévisions, principalement ceux des territoires (ex : Auvergne-Rhône-Alpes, Occitanie, Nouvelle Aquitaine, PACA, Normandie, Bretagne et Pays de Loire).

Toutefois, des améliorations dans la collecte des déchets 5 flux (dès 2022) sont mises en place par d'autres sites du groupe, aussi bien en métropole, qu'en Outre-mer (ex : Grand Est, Hauts de France, Bourgogne Franche Comté, Corse, Guadeloupe, Mayotte, Polynésie, Réunion et Nouvelle Calédonie).



- DEEE (déchets d'équipements électriques et électroniques)

Depuis 2013, on constate une hausse de la collecte de ce type de déchet, à hauteur de 3,5 %. Concomitamment, le taux de réemploi interne du matériel informatique se consolide en tant que bonne pratique au sein de France Télévisions (précisément sur les sites des filiales France Télévisions Studio et France Télévisions Publicité). Par ailleurs, une réflexion (entamée les années antérieures) se poursuit sur la durabilité des équipements informatiques.



⁵⁸ Correspondant à un tiers des mètres carrés du groupe

Les informations relatives à la collecte des DEEE sont en cours de fiabilisation.

3.2.6.2 Gestion de l'impact lié à la fabrication des contenus

L'adoption d'une politique d'écoproduction est un enjeu prioritaire pour le groupe. France Télévisions a créé un Comité de pilotage dédié et travaille à la mise en place de mesures globales, liées à la formation des collaborateurs, au transport et déplacements (principaux postes émissifs du secteur), à l'utilisation de plastiques à usage unique et à l'énergie. De là, des actions de prévention et de réduction de l'empreinte sont prises localement, tant par la filiale de production du groupe (France.tv studio), que, en interne, par la direction de la Fabrique, chargée de la réalisation des contenus mais également des partenaires producteurs.

En 2021, on enregistre une adhésion de la filiale publicité du groupe, France Télévisions Publicité, à la charte Ecoprod, et la mise en place de mesures d'écoproduction dans la fabrication des contenus publicitaires réalisés en interne.

Les studios du groupe installés à Vendargues et gérés par France.tv studio poursuivent, eux aussi, la mise en place de pratiques écoresponsables, selon une démarche d'amélioration continue, notamment grâce à la création d'un poste d'éco-manager en 2020 et à l'embauche d'une nouvelle référente écoproduction en 2021.

Le site est à ce jour le premier site de production écoresponsable de France. On note notamment que :

- La totalité du bâtiment est équipé en matériel d'éclairage LED ;
- Le bâtiment est construit en bois, contribuant à la réduction des gaz à effet de serre ;
- Les voitures de production sont essentiellement des voitures hybrides ;

Les actions durables implémentées en 2021 ont permis de poursuivre les initiatives entamées depuis 2020. Il s'agit notamment de :

- La réduction des plastiques à usage unique ;
- L'atteinte de l'objectif « 100% tri » par le tri, le recyclage et la gestion performante des biodéchets ;
- La mise en place d'un partenariat avec l'association « Les bouchons d'amour » (installation de bornes destinées à la récupération et au recyclage des bouchons afin de créer des poubelles dont la vente permet l'acquisition de matériel pour les personnes en situation de handicap) ;
- L'atteinte de l'objectif « réduction de la consommation énergétique » ;
- La poursuite de l'objectif « 100% électrique », avec le maintien de l'investissement dans des projecteurs LED basse consommation ;
- Le choix des nouveaux studios en fonction de leur performance énergétique ;
- La récupération, le recyclage et la revalorisation des décors et accessoires.

Dans le cadre des futurs travaux d'aménagement qui auront lieu sur le site, d'autres solutions alternatives sont en cours de déploiement et verront le jour prochainement, notamment :

- Le positionnement de bornes de recharge électrique sur le parking ;

- La récupération de 100% des biodéchets dans le nouveau restaurant d'entreprise (installation d'un composteur écobroyeur) ;
- La distribution de repas aux « Restos du cœur », mise en place en collaboration avec la société de catering ;
- La mise en place de panneaux solaires sur le toit du hangar ;
- La récupération des eaux de pluie.

Au niveau de l'habillement et du stylisme, l'entreprise prestataire de nombreuses productions du groupe met en place une démarche d'écoresponsabilité fondée sur la traçabilité des lieux de fabrication, l'upcycling des pièces grâce à une équipe de retoucheurs dédiés et le choix de marques responsables.

3.2.6.3 Impact éditorial : la responsabilité du groupe dans la compréhension, la maîtrise et la sensibilisation du public

Enjeu majeur pour France Télévisions, la responsabilité éditoriale est celle que lui confèrent son rôle de médiateur et son impact sur le public.

Une mobilisation et un engagement concernant les différentes formes de médiation: des antennes linéaires aux nombreuses plateformes du groupe et tous les types de contenus, qu'il s'agisse des rendez-vous d'actualité ou des programmes (magazines, fictions, documentaires, programmes courts).

En 2020, d'après l'INA, le 20h de France 2 a été le journal télévisé ayant accordé le plus de place aux sujets sur l'environnement avec plus de 400 sujets.

Entre janvier et mai 2021, franceinfo.fr a publié 19 833 contenus sous le tag environnement.

Débattre, décrypter, éduquer, découvrir, relayer, France Télévisions accompagne le téléspectateur citoyen dans la compréhension et la maîtrise de ces enjeux.

Des semaines thématiques spéciales, une mobilisation de l'information et des programmes lors de la COP 26, des opérations exceptionnelles, des prime-time consacrés.

Quelques grands rendez-vous en 2021 :

- **Lancement de la plateforme NowU**

Projet phare du groupe France Télévisions en collaboration avec le média allemand WDR, « NowU, ta planète, ton média » est une plateforme européenne et une application développée pour mobiliser et engager les jeunes dans la lutte contre le dérèglement climatique et la préservation de la planète. NowU a été développée selon une approche slow web (cf la sobriété numérique dans le paragraphe 3.2.6.1 ci-dessus) et propose chaque jour et de façon limitée des contenus d'information et de sensibilisation. Avec un objectif d'audience de 100 000 visiteurs uniques par mois en 2022 et une notoriété de 5 % pour les 15/25 ans en France, NowU ambitionne de devenir une référence dans la mobilisation et la sensibilisation des jeunes.

- **Rendez-vous d'information**

- Elargissement de la tranche d'information de France 3 afin de traiter au plus près et sur le terrain les enjeux et les initiatives citoyennes ;
- Le dispositif #Alertepollution s'est poursuivi en 2021 ;
- Opération spéciale COP 26 : en complément de la couverture de la conférence des parties sur le climat, les équipes de franceinfo ont lancé le dispositif #Montéedeseaux, un ensemble de sujets et de reportages sur les conséquences du dérèglement climatique ;
- Magazines d'investigation : des sujets nombreux et variés dans les grands magazines du groupe : Envoyé Spécial, Cash Investigation ;
- Un traitement régulier des sujets environnementaux salué par l'INA dans l'ensemble des journaux télévisés et magazines d'information des chaînes et plateformes du groupe.

- Programmes

- Diffusés en prime time : on notera des séries événements d'investigation : *Sur le Front*, *Vert de Rage*, *Planet killers : à la poursuite des criminels écocides*, *La fabrique du mensonge* consacrée au fake news de l'écologie, *Sale temps pour la planète*, *Frozen planet*, et enfin une opération exceptionnelle : *Nous paysans*.
- Magazines : des incontournables comme *Le monde de Jamy*, *Thalassa* ou *Silence ça pousse*.
- Fictions et feuilletons : des enjeux également traités en adoptant les codes de la dramaturgie notamment avec la série *Alex Hugo* ou l'intégration d'une arche environnementale au sein des feuilletons *Plus belle la Vie* et *Un si Grand Soleil* en collaboration avec le collectif On est prêts.
- Documentaires : l'offre est complétée par des documentaires événements unitaires, dont *Humans*, *Greta Thunberg*, *Le grenier du monde*, *L'île plastique*, *Aux arbres citoyens*, *L'odyssée des requins* ; ou la série d'investigation *le Too late Show*, *Les nouvelles technologies ennemies de la planète ?* de la plateforme France.tv slash. Également, le réseau d'enquête de l'offre régionale avec des sujets sur la coupe des forêts françaises et la série *Blue planet revisited* ou le retour de *L'Europe sauvage*, *Polynésie*, *le tourisme du monde d'après*.

- Offre éducative

L'enrichissement de la plateforme se poursuit pour les contenus pédagogiques traitant des enjeux climatiques et environnementaux : infographies, productions de vidéo, présentation d'extraits, jeux dont *Les métiers de l'environnement*, *Génération Climat* sur l'engagement des enfants pour l'environnement en Outre-mer.

- Offre publicitaire

France Télévisions Publicité a développé une offre commerciale spécifiquement dédiée à des produits proposant une haute qualité environnementale (fondée sur les critères de l'ADEME³⁹) ainsi qu'aux territoires responsables : mise à disposition d'écran publicitaires réservés et développement d'une plateforme dédiée aux territoires.

3.3 Autres enjeux de France Télévisions

3.3.1 Politique ressources humaines et informations sociales

Les politiques, plans d'actions et indicateurs de performance présentés couvrent uniquement France Télévisions SA, à savoir 91 % des effectifs.

La fonction Ressources humaines accompagne managers et collaborateurs dans leur propre transformation, au service de la transformation de toute l'entreprise. Elle a décidé de questionner son modèle, ses pratiques et ses façons de faire.

Pour cela, la fonction RH passe d'une RH de « gestion » à une RH « d'attention » et incarne quatre raisons d'être : une RH d'anticipation, une RH d'excellence opérationnelle, une RH développeuse de talents, une RH partenaire et facilitatrice.

Une démarche a été engagée auprès de toutes les équipes RH pour co-construire la vision RH et les différentes étapes de sa mise en œuvre d'ici à 2022.

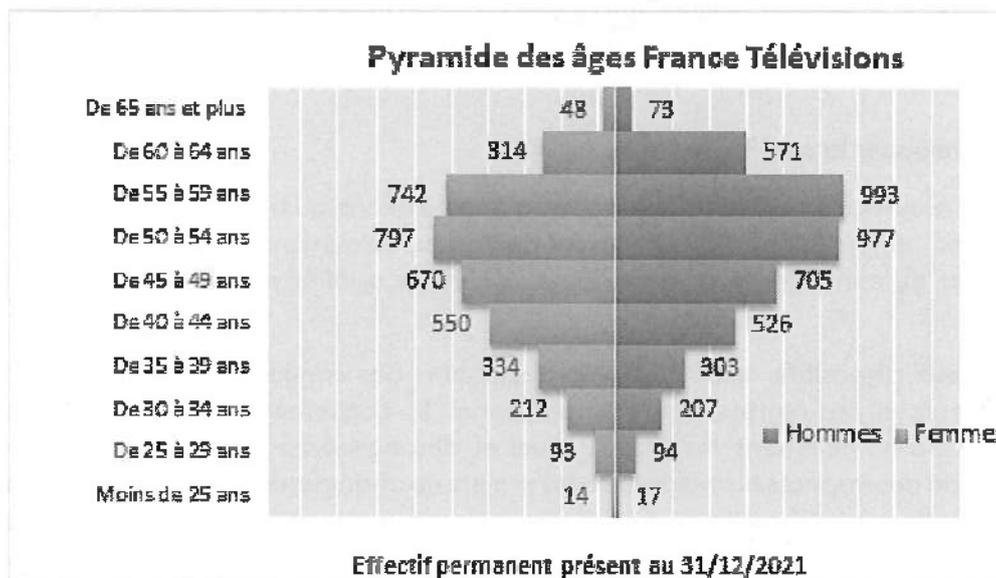
3.3.1.1 Emploi

Le niveau d'ETP moyens annuels constaté à fin 2021 (France Télévisions SA) s'établit à 9 050 ETP, en dépassement par rapport au budget, dans un contexte de reprise d'activité par rapport à l'année 2020 suite à la crise sanitaire. Le niveau d'ETP moyens annuels des effectifs non permanents s'établit quant à lui à 1 178,5 ETP moyens annuels. Le taux de recours aux collaborateurs non permanents s'établit ainsi à 13 % à fin 2021, en augmentation de 1,3 point par rapport à 2020. Cette augmentation traduit l'augmentation de l'activité par rapport à l'année 2020 marquée par la crise sanitaire. Dans ce contexte, la part de l'intermittence est en augmentation et s'établit à 7,3 % (vs 6,3 % en 2020 et 7,2 % en 2019).

³⁹ Agence de la transition écologique

Situation des effectifs permanents et non permanents répartis par genre et par zone géographique

ETP Moyen 2021 (FTV SA)	Permanent			Non Permanent			Total Effectif		
	Femme	Homme	Total	Femme	Homme	Total	Femme	Homme	Total
FTV Paris et Sites parisiens	1726,6	1845,4	3572,0	224,1	286,4	510,4	1950,7	2131,7	4082,4
FTV en Régions	1365,3	1765,5	3130,7	255,2	319,4	574,6	1620,4	2084,9	3705,3
RR outre-mer	462,2	706,4	1168,6	42,9	50,6	93,5	505,1	757,0	1262,1
Total général	3554,1	4317,2	7871,3	522,1	656,4	1178,5	4076,2	4973,6	9049,8



Embauches, licenciements et autres départs (France Télévisions SA)		
Nombre d'embauches	Nombre de licenciements	Nombre de départs autres (1)
213	59	304

(1) Les autres départs correspondent à des départs dans le cadre du plan de recomposition des effectifs, des départs en retraite, des démissions et des fins de contrat ou de période d'essai.

3.3.1.2 Politique ressources humaines

- Développer une culture managériale adaptée au contexte de l'entreprise et à ses évolutions afin d'inscrire les prises de décisions et la gestion des ressources humaines au plus près du terrain

Le travail de consolidation d'un socle de pratiques managériales de référence pour l'ensemble des managers de France Télévisions s'est poursuivi en 2021 tenant compte du contexte de travail à distance, qu'il soit lié à la crise sanitaire ou au développement du télétravail :

- o Développement de l'offre de formations managériales : mise en place d'un programme « 1^{er} pas dans le management », en complément du « cursus managérial » ;
- o Des groupes de co-développement et de partage de pratiques managériales ;
- o Des « webinaires » proposés chaque mois sur des thématiques variées en lien avec les pratiques managériales, permettant échanges et inspiration ;
- o Des sessions d'accompagnement de Comités de direction destinés à développer la cohésion d'équipe et la co-construction d'une feuille de route collective ;
- o L'organisation d'un salon du management digital, qui a permis de proposer sur un mode « distanciel » un programme de conférences, d'ateliers, de vidéos et des fiches pratiques, afin « d'outiller » les managers dans un contexte d'hybridation des modes de travail.

➤ Développer la qualité de vie au travail

La mise en œuvre de l'accord « Développer la qualité de vie au travail et la qualité du travail au quotidien, enjeu économique et social de France Télévisions » signé en 2017 a permis d'enrichir et de conforter la politique de santé et de qualité de vie au travail de France Télévisions.

De nombreux dispositifs sont mis à la disposition des managers, de la filière RH, des collaborateurs et des représentants du personnel. Ils concernent tout particulièrement la prévention du harcèlement moral ou sexuel et des agissements sexistes, l'évaluation et l'anticipation des impacts humains dans les projets de changement, l'accompagnement des expérimentations sur l'exercice du travail réel, la pratique des espaces et temps de discussion et de proposition, le droit à la déconnexion, le respect mutuel, la médiation, la prévention des conduites suicidaires, des violences externes ou encore de la consommation d'alcool ou de substances psychoactives.

Une négociation spécifique sur le télétravail à domicile a abouti à la signature unanime des quatre organisations syndicales représentatives le 18 mars 2021. L'accord dénommé « le télétravail à France Télévisions : une démarche fondée sur un pacte de confiance » renforce et complète les dispositions précédemment contenues dans l'accord sur la QVT. Il distingue le télétravail dans l'exercice normal de l'activité de France Télévisions et le télétravail en cas de circonstances exceptionnelles ou cas de force majeure.

Pour assurer la mise en œuvre optimale de cet accord, un guide pour les collaborateurs et un guide pour les managers ont été élaborés et diffusés, un e-learning dénommé « passeport télétravail » a été élaboré et mis en ligne le 13 décembre 2021 par l'université France Télévisions et une adresse mail générique permettant à tous les salariés de poser des questions et d'obtenir des réponses a été mise en place dès septembre 2021.

Une note d'orientation générale de la politique de santé et de prévention des risques de France Télévisions a été formalisée pour l'année 2022 à partir de l'analyse des documents uniques d'évaluation des risques professionnels (DUERP) mis à jour en 2021 et des programmes annuels de prévention des risques professionnels et d'amélioration des conditions de travail (PAPRIPACT) signés par chacune des directions opérationnelles de l'entreprise. Son principal enjeu est de promouvoir une prévention primaire opérationnelle au plus proche des réalités du terrain.

La poursuite de la crise sanitaire liée à la Covid-19 a marqué le début de l'année 2021. Face à cette situation inédite, l'entreprise s'est organisée pour poursuivre son activité dans le cadre de sa mission de service public et s'est appuyée sur les expertises internes pour accompagner l'ensemble des collaborateurs en veillant à protéger leur santé.

Le site intranet spécial Covid-19 a été mis à jour très régulièrement par les équipes de la Direction de la santé et de la qualité de vie au travail. Il comprend des fiches pratiques sur les mesures sanitaires à mettre en œuvre et sur les dispositions de prévention à intégrer dans les processus de travail pour les collaborateurs poursuivant leur activité sur site, une foire aux questions (FAQ) ainsi que diverses informations validées par les médecins du travail.

Différentes actions ont été menées, et des fiches pratiques diffusées, pour accompagner les managers dans l'exercice de leur mission à distance, pour veiller aux effets psychologiques du travail à distance total pour certains collaborateurs et pour maintenir le lien social, pour donner des conseils ergonomiques et faciliter l'exercice du télétravail à domicile, pour préserver la santé des collaborateurs des effets de la sédentarité, pour accompagner la reprise progressive d'activité...

Une importante action de préparation au retour sur site a été engagée, sur chaque emprise locale de France Télévisions, avec les partenaires sociaux et les managers, dès le mois de mai 2021, afin d'identifier les collaborateurs en difficulté après plusieurs mois de travail à distance et d'anticiper les conditions de la reprise d'activité en présentiel à partir du mois d'octobre.

➤ Rendre l'entreprise plus agile et bienveillante

- Dispositif intrapreneurial

L'année 2021 a marqué l'installation pérenne du dispositif « Accélérateur d'idées » au sein de France Télévisions et de ses structures partenaires (Radio France, RTBF et pour cette édition France Médias Monde).

Proposé une nouvelle fois dans un contexte sanitaire contraint, les collaborateurs ont malgré tout su saisir l'opportunité de proposer leurs idées pour contribuer à faire bouger les lignes sur une thématique commune et porteuse de sens au vu du contexte : comment (re)créer du lien avec nos publics (question des âges, des territoires, des usages, etc.) mais aussi en interne, au sein des collectifs de travail.

Pour cette édition, proposée de manière totalement digitale aux équipes, trente projets ont été déposés par plus d'une centaine de collaborateurs de France Télévisions. Des projets ambitieux, audacieux, qui ont su convaincre le jury interne.

Trois d'entre eux ont ainsi pu bénéficier d'un accompagnement spécifique au cours d'une phase d'accélération dense, donnant lieu à trois prototypes particulièrement réussis (validation par un jury de professionnels). Ces derniers ont par ailleurs été salués par les équipes internes et intégrés pour partie dans le scope de certaines directions.

Comme pour l'édition précédente, on notera l'impact positif de ce concours d'innovation interne, quel que soit le résultat pour chacun des projets. Les mécaniques de coopération,

d'engagement, de découverte, d'exploration, de dépassement de soi, d'apprentissages méthodologiques, etc. sont à l'œuvre.

Cette expérience aura, une nouvelle fois, permis de renforcer les synergies entre les équipes pilotes des structures médias partenaires mais également entre les équipes lauréates.

Fort de cette expérience partagée, la dynamique se poursuit avec une édition 2022 portant cette fois sur l'engagement auprès de la jeunesse (thématique retenue pour France Télévisions). Y seront abordés la question des usages, des incarnations, des engagements, etc. pour faire naître des projets éditoriaux ou techniques, voire de collaboration.

- Egalité de traitement

- o *Mesures prises en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes*

En 2021, le 6 juillet, un nouvel accord pour l'égalité professionnelle des femmes et des hommes a été signé entre la Direction et l'ensemble des organisations syndicales représentatives. Il est entré en application au 1er juillet 2021 pour une durée de trois ans.

Quatre avancées majeures marquent ce quatrième accord :

- Les rémunérations : dès la première année de l'accord, France Télévisions offre un rattrapage salarial et consacre une importante enveloppe financière dédiée à l'alignement du salaire des femmes. Celui-ci a été effectif sur la paye de septembre 2021.
- Les carrières : France Télévisions a créé un dispositif unique et innovant, « l'observatoire de l'évolution des carrières » pour supprimer les écarts entre les femmes et les hommes. L'entreprise poursuit aussi ses efforts sur les candidatures féminines. En complément, une attention significative est portée sur le rééquilibrage des genres en termes d'emploi et en fonction des métiers (objectifs de mixité, accès à l'encadrement, respect des procédures de recrutement, diversification du sourcing vers les métiers de la Tech' notamment, développement de l'alternance pour le renouvellement des profils...). La mobilité et les trajectoires professionnelles doivent être facilitées. A ce titre, la formation « Réussir au féminin » se poursuit après avoir été repensée en 2020 et de nouveaux ateliers vont prochainement être ouverts aux salariées.
- La parentalité : France Télévisions a doublé dès l'été 2021 (date d'effet de son nouvel accord) la prise en charge du congé paternité (soit 50 jours accordés) et offre désormais une meilleure reconnaissance de toutes les formes de parentalité (homoparentalité, famille monoparentale et condition des femmes chefs de famille, famille recomposée tous genres, ...). La recherche d'une meilleure articulation vie professionnelle/vie privée reste l'un des objectifs majeurs de cet accord qui s'accompagne de la charte pour l'équilibre des temps signée par l'ensemble des membres du COMEX de France Télévisions.
- Enfin, la lutte contre le harcèlement moral, sexuel et les agissements sexistes s'intensifie. L'entreprise s'engage à ne tolérer aucun cas, ni aucune impunité. C'est pourquoi France Télévisions renforce sa politique de prévention, de formation et de traitement de ces situations et s'engage à protéger, accompagner et aider les

victimes de violences conjugales ou intrafamiliales. Le 25 novembre 2021, la Présidente Delphine Ernotte Cunci signait avec d'autres entreprises et acteurs économiques français le manifeste pour la protection des femmes victimes de violences au Ministère chargé de l'égalité entre les femmes et les hommes.

o *Mesures prises en faveur de l'emploi et de l'insertion des personnes handicapées*

Dans le cadre du nouvel accord handicap signé le 24 février 2021 pour la promotion de l'insertion, du maintien de l'emploi et de l'évolution de carrière des personnes en situation de handicap, France Télévisions met l'accent notamment sur la qualité de travailleur handicapé. En effet, pour toute nouvelle RQTH (reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé), France Télévisions s'engage à reverser 1 000 € à une association agissant dans le handicap et choisie par le salarié. Autre mesure symbolique : la mise en œuvre d'une formation spécifique « Vivre et partager sa situation de handicap » notamment proposée aux salarié(e)s se questionnant sur les démarches de reconnaissance.

Par ailleurs, des mesures ont été actualisées en termes de recrutement (définition d'objectifs réalistes de recrutement, développement des partenariats déjà engagés, renforcement du sourcing pour aider au recrutement spécifique de personnes en situation de handicap, relations avec les écoles).

A ces mesures s'ajoutent une attention particulière au dispositif de gestion des carrières avec notamment la mise en place d'une réunion annuelle entre le manager, le collaborateur bénéficiaire de l'obligation d'emploi s'il le souhaite et l'IRH, pour faire le point. Des actions de coaching pourront également être proposées pour accompagner le salarié sur son projet professionnel.

L'accès à la formation se poursuit (notamment la vigilance sur le suivi des TH non formé(e)s) et s'enrichit avec la possibilité de formations certifiantes, diplômantes ou qualifiantes après un bilan pédagogique.

Le maintien dans l'emploi reste un investissement très important de l'accord, il est renforcé par de nouvelles mesures telles que le remboursement de nouveaux frais médicaux ou paramédicaux, l'aide au déménagement ou à l'aménagement du logement par exemple.

À noter, le renforcement de la communication pour promouvoir l'accord et ses mesures tout au long de l'année, sans compter la sensibilisation renforcée sur les dispositifs de l'accord et les actions mises en œuvre (Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées, Duoday, etc.).

Enfin, pour un meilleur suivi et une meilleure information des salariés la création d'un binôme égalité des chances a vu le jour : le correspondant diversité, égalité des chances et l'interlocuteur RH.

o *Politique de lutte contre les discriminations*

La politique de France Télévisions garantit l'égalité de traitement avec une application identique des process RH (recrutements/mobilités, gestion de carrière et formation). Les mesures en faveur de la résorption des écarts (dispositif AlloDiscrim, et ligne directe harcèlement avec la Direction de la Santé et de la Qualité de vie au travail) se poursuivent.

Par ailleurs, dès 2021 de nouvelles formations ont été proposées aux salarié(e)s et aux managers.

En 2021, poursuite des actions de sensibilisation à la diversité et à la discrimination inscrite dans le plan de développement des compétences et dans la continuité des engagements pris en la matière, en application des accords d'entreprise et du Label AFNOR.

Rappel des accords signés en 2021 :

- L'accord handicap du 24 février 2021 ;
- L'accord télétravail du 18 mars 2021 ;
- L'accord égalité professionnelle femmes/hommes du 7 juillet 2021

En 2021, 405 collaborateurs ont suivi une action de formation liée à la diversité / discrimination. Dans le cadre de la mise en œuvre de l'offre de formation :

- Management de la diversité pour l'encadrement : 30 collaborateurs ;
- Politiques non discriminatoires pour les IRP : 8 collaborateurs ;
- Ateliers de la diversité pour tous les salariés : 7 collaborateurs ;
- Recruter sans discriminer pour les acteurs de la filière RH : 42 collaborateurs ;
- Le handicap se compense, la personne s'accompagne : 9 collaborateurs ;
- Maintenir dans l'emploi les personnes handicapées : 31 collaborateurs ;
- Etre tuteur module 1: les fondamentaux + handicap et prévention : 278 collaborateurs.

Dans le cadre de l'offre e-learning en libre-service, des actions de sensibilisation dédiées :

- Modules e-learning diversité actualisés régulièrement tel que le e-learning « Vivre ensemble la diversité » (serious game) ou le nouveau module LGBTQI+ : l'inclusion au travail ;
- Sensibilisation au handicap ;
- Dans le cadre des actions de sensibilisation intégrées dans les cursus professionnels : cursus managérial, cursus RH.

En plus de ces formations, France Télévisions mène depuis 2020 une action de grande ampleur autour de la problématique du harcèlement et des comportements inappropriés au travail. Cette action e-learning « Reconnaître et prévenir les comportements inappropriés au travail » a touché 569 personnes en 2021.

Cf également chapitre 3.3.2.1 ci-dessous

3.3.2 Engagements sociétaux

3.3.2.1 Diversité et égalité des chances

En interne comme dans son offre de contenu, France Télévisions axe sa politique globale sur deux grandes problématiques que sont : le respect de la différence et un égal accès au groupe. Pour ce faire, France Télévisions s'appuie sur quatre grands engagements et réalisations à savoir : le respect de l'orientation sexuelle et l'identité de genre, la représentativité de la diversité ethnoculturelle, la promotion des personnes en situation de handicap, la promotion des jeunes et le respect de l'égalité hommes femmes.

- **Diversité ethnoculturelle**
 - France Télévisions réaffirme la place des Outre-mer dans le groupe en créant une nouvelle offre numérique (Outre-mer La 1^{ère}) qui valorise la diversité des Outre-mer et favorise la circulation de la parole ultramarine en France ;
 - Consolidation du « guide 1000 Talents » permettant de proposer aux unités de programmes et aux producteurs partenaires des comédiens et/ou animateurs d'origines, d'âge, d'univers sociaux et d'expériences multiples ;
 - Lancement du concours des scénaristes d'Outre-mer en septembre 2021.

- **Handicap**
 - Promotion de France TV AD, assistant vocal qui permet une écoute en direct des antennes nationales ;
 - Organisation d'une soirée continue, le 26 octobre 2020, sur le thème « Vivre avec un enfant autiste » ;
 - Tenue du Téléthon, malgré le contexte sanitaire (30 heures de direct pour faire avancer la recherche contre la myopathie) ;
 - Routinisation de la représentation du handicap sur les écrans ;
 - Accessibilité des établissements de France Télévisions⁴⁰.

- **Egalité Homme Femmes**
 - Plus de 35% de femmes expertes depuis cinq ans ;
 - En 2020, cette part atteint 49 % sur l'ensemble des chaînes du groupe, tout en diversifiant les secteurs d'expertise (économie, affaires internationales, technologies...);
 - La part totale des femmes journalistes à l'antenne est de 48 % ;
 - 45% de femmes sont présentes à l'antenne ;
 - Maintien de l'objectif de parité des femmes expertes à l'horizon 2022 ;
 - Poursuite de l'objectif de 30 % de femmes réalisatrices en 2021 ;
 - Signature de la charte « Pour les femmes dans les médias ».

⁴⁰ Sur les 144 implantations que compte France Télévisions dans l'hexagone et en Outre-mer, 79 % sont désormais accessibles depuis la rue, ce qui représente 114 sites. Seul 1 %, soit 11 sites, ont des étages inaccessibles, et 19 %, soit 22 sites, ont des toilettes dans le même cas.

- **Orientation sexuelle et identité de genre**
 - Consolidation d'une convention de partenariat avec l'Autre Cercle⁴¹ ;
 - Mise en place d'une plateforme de témoignages de discriminations homophobes sur Lumni.
- **Jeunes**
 - Poursuite du développement du média numérique France.tv slash consacré aux 18/35 ans ;
 - Recrutement de 89 jeunes (30 ans inclus) en CDI, représentant 30 % des embauches, dont 14 ex-alternants et 202 alternants (effectif annuel moyen) ;
 - Poursuite de la négociation d'un nouvel accord GPEC (volets 1 et 3), en intégration des volets 2 de la GPEPP (signé le 5 mars 2020) ;
 - Communication sur le concours « Filme ton quartier » pour les jeunes auteurs et réalisateurs ;
 - Partenariat avec le Fonds Images Diversité du CNC pour le concours Jeunes Talents ;
 - Création du Réseau citoyen de journalistes pour l'éducation aux médias.

Cf. également chapitre 3.3.1.2 ci-dessus (paragraphe Égalité de traitement)

3.3.2.2 Impact économique

La mesure d'impact concerne essentiellement les investissements programmes et hors programmes du groupe du point de vue du chiffres d'affaires et du nombre de contractants. La réalisation d'une étude sur l'impact socio-économique de France Télévisions a permis d'apprécier le nombre d'emplois supplémentaires liés par emploi direct.

- **Investissements programmes et création audiovisuelle**

2020	Nombre de contractants
National	769
Réseau régional métropolitain	243
Réseau Outre-mer	165
Investissement dans la création	422 M€

- **Etude d'impact socio-économique**

France Télévisions a commandité à l'agence Utopies une étude d'impact de son activité.

⁴¹ Association reconnue d'intérêt général qui œuvre pour l'inclusion et la gestion de la diversité LGBT+ au travail

Les principaux résultats sont les suivants (chiffres 2019) :

- Pour un emploi direct de France Télévisions, 5,1 emplois supplémentaires sont soutenus dans l'économie française.
- Au total ce sont 62 545 emplois soutenus par l'activité du Groupe (66 % pour les programmes, 34 % pour le hors programmes).
- PIB généré : pour 1 € de valeur ajoutée de France Télévisions, 2,4 € additionnels générés dans l'économie française.

3.3.2.3 Achats responsables

Intégration de critères environnementaux dans les actions de communication :

- Choix de cadeaux et d'objets écoresponsables ;
- Sélection de traiteurs proposant des buffets locavores⁴² ;
- Création de corners pour les festivals à partir de matériaux écologiques.

3.4 Plan de vigilance

France Télévisions répond pour la seconde année à la loi n°2017- 399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre. Cette loi impose désormais aux grandes entreprises, dont le groupe France Télévisions, d'établir et de mettre en œuvre un plan de vigilance. Ce plan doit exposer les mesures de vigilance raisonnables sur lesquelles s'engage l'entreprise pour identifier et atténuer les risques et les atteintes graves envers les droits humains et libertés fondamentales, la santé et sécurité des personnes ainsi que l'environnement. Ces enjeux sont une préoccupation grandissante au sein du groupe France Télévisions et de ses nombreuses parties prenantes.

Le présent plan a été construit sur la base des cinq obligations visées par la loi sur le Devoir de vigilance, à savoir :

- Une cartographie des risques destinée à leur identification, leur analyse et leur hiérarchisation ;
- Des procédures d'évaluation régulière des filiales, des sous-traitants ou fournisseurs avec lesquels est entretenue une relation commerciale établie ;
- Des actions adaptées d'atténuation des risques ou de la prévention des atteintes graves ;
- Un dispositif de suivi des mesures mises en œuvre et d'évaluation de leur efficacité.
- Un mécanisme d'alerte et de recueil des signalements relatifs à l'existence ou à la réalisation des risques ;

⁴² Buffets constitués de nourriture produite par des producteurs locaux et distribuée grâce à des circuits courts

Le présent plan de vigilance du groupe France Télévisions concerne l'ensemble de ses sites (Stations situées en France hexagonale et en Outre-mer) et de ses filiales⁴³. Le plan de vigilance envisage également les activités des fournisseurs et sous-traitants avec lesquels est entretenue une relation commerciale établie lorsque ces activités sont en lien avec le groupe France Télévisions.

Il reprend également les informations déjà présentes dans les politiques du groupe : Charte d'éthique, Politique Santé, sécurité et Qualité de vie au Travail, Politique diversité et égalité professionnelle. Il expose les informations pertinentes données par le reporting du groupe dans son rapport annuel notamment dans la Déclaration de Performance Extra financière (DPEF).

Par ailleurs, ce plan fait le bilan des actions menées au cours de l'année 2021 et expose pour la première fois les différents indicateurs déterminés lors des groupes de travail menés afin d'élaborer le premier Plan de vigilance du groupe.

Au-delà de l'obligation réglementaire, France Télévisions est pleinement consciente de sa responsabilité sociétale et environnementale. Le changement de paradigme imposé par la loi sur le Devoir de vigilance constitue un levier important pour renforcer la cohérence et l'impact de la démarche RSE du groupe.

A cet égard, le groupe France Télévisions va devoir mener deux chantiers méthodologiques dans les mois et années à venir qui viendront enrichir les prochains plans de vigilance :

- Renforcer le dialogue avec les parties prenantes sur la matérialité et sur le projet de plan de vigilance.
- Développer une méthodologie adaptée et lisible pour articuler matérialité et risques afin d'identifier plus clairement et lisiblement comment France Télévisions peut causer ou contribuer à causer des atteintes graves envers les parties prenantes, aux droits humains et libertés fondamentales, à la santé et à la sécurité des personnes et à l'environnement.

Ce plan de vigilance est rendu public et inclus dans le rapport de gestion de France Télévisions.

3.4.1 Cartographie des risques : identification et évaluation des risques générés par l'activité de France Télévisions

L'analyse des risques constitue une étape importante pour l'élaboration du plan de vigilance. Ces résultats vont influencer directement les politiques et les actions déployées par le groupe. La méthodologie appliquée pour cette cartographie s'inscrit dans une

⁴³ A savoir, au 31 août 2020, France Télévisions Publicité ; France télévisions Distribution ; France Télévisions SVOD ; France.tv studio ; GR1 ; ROM1 ; France 2 Cinéma ; France 3 Cinéma ; SCI France Télévisions ; SCI Valin ; France Télévisions Gestion Immobilière ; PAPANGUE IMMO

démarche d'amélioration continue qui peut être représentée schématiquement de la manière suivante :

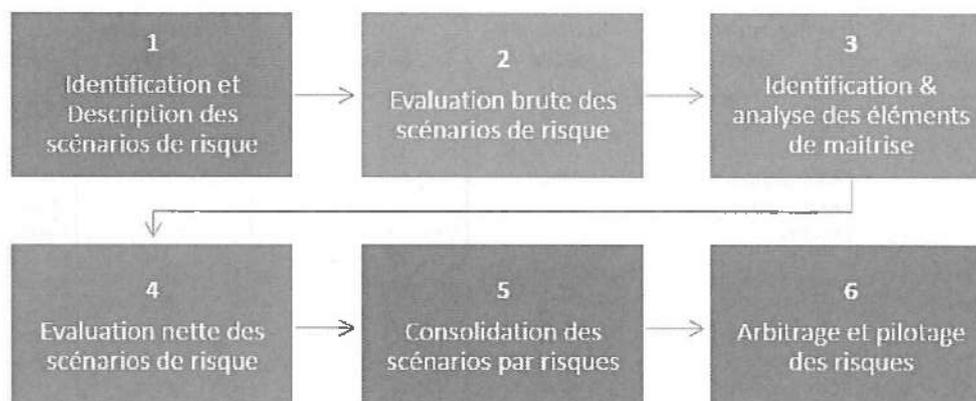


3.4.1.1 Méthodologie

Pour ce premier travail de cartographie, près d'une soixantaine d'entretiens ont été conduits auprès des différents métiers et entités du groupe afin d'identifier les différents scénarios de risques potentiels. Des ateliers de préparation ont été réalisés avec les directions suivantes : RSE, achats hors programmes, Ressources humaines, Contrôle interne, Juridique, Audit interne, Financière, conformité, éthique et déontologie, ainsi que chacune des filiales ayant du personnel en propre. Chaque entretien a donné lieu à l'envoi d'un guide d'entretien en amont et a été consolidé par un compte rendu. La cartographie a ensuite été relue et validée par les directions et acteurs concernés.

➤ Etapes clés

Cette cartographie a été réalisée conjointement avec la cartographie des risques de corruption et des autres manquements au devoir de probité prévue par la loi Sapin II. L'approche a été adaptée pour tenir compte des spécificités de chacune des thématiques. Les étapes clés sont les suivantes :



➤ Matrice de matérialité

Le groupe France Télévisions améliore encore sa démarche de matérialité. Pour ce premier exercice, France Télévisions a consulté en majeure partie ses parties prenantes internes, et s'est basée sur des référentiels internationaux pour déterminer les principaux enjeux des parties prenantes externes.

➤ Matrice de risques

Les scénarios de risque net consolidés ont ensuite été positionnés sur une matrice de priorisation. Cette matrice de priorisation fait ressortir cinq niveaux de risque, dont trois auxquels France Télévisions doit porter une vigilance renforcée.

3.4.1.2 Résultats de la cartographie des risques

Dans le présent plan de vigilance, les résultats de la cartographie ont été consolidés en quatre sections distinctes :

- Les risques en matière de droits humains
- Les risques en matière de santé et sécurité
- Les risques environnementaux
- Les risques en matière de contenu des programmes.

Les tableaux ci-après représentent les principaux risques identifiés liés aux thématiques du Devoir de vigilance. L'actualisation régulière de cette cartographie permettra d'assurer la pertinence des scénarios identifiés dans le temps. Pour simplifier la lecture de ce plan de vigilance, seuls les principaux risques sont exposés ci-dessous.

Les principaux risques d'atteinte aux droits humains

	FTVSA + Filiales			Sous-traitants + Fournisseurs		
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV
Droits humains	Veiller au respect des personnes et à la qualité du dialogue social	Climat Social (cohésion, mobilisation et risque psycho social) Transformation volet RH (intégration, recomposition du corps social, maîtrise des effectifs non permanents(NPE))	Harcèlement et discrimination	S'assurer d'exercer avec des parties prenantes externes éthiques et responsables	Ethique et conformité	Non-respect des normes internationales en matière de droit du travail (Conventions de l'organisation internationale du travail)

		et masse salariale (MS))				
	Veiller au respect des personnes et à la qualité du dialogue social	Transformation volet RH (intégration, recomposition du corps social, maîtrise des effectifs non permanents (NPE) et masse salariale (MS))	Isolément ou éloignement de l'environnement de travail	S'assurer d'exercer avec des parties prenantes externes éthiques et responsables	Ethique et conformité	Non-respect des droits humains fondamentaux (Conventions internationales : Pacte international aux droits civils et politiques et Pacte international relatif aux droits économiques, sociaux et culturels)
	Veiller au respect des personnes et à la qualité du dialogue social	Climat Social (cohésion, mobilisation et risque psycho social)	Non-respect des accords Qualité de vie au travail (QVT) et dégradation du climat social	S'assurer d'exercer avec des parties prenantes externes éthiques et responsables	Ethique et conformité	Non-respect de la législation interne en matière de droit du travail
	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Non-conformité/qualité des programmes et de l'information	Couverture d'événements portant atteintes aux droits humains			

Les principaux risques d'atteinte en matière de santé et sécurité

	FTVSA + Filiales			Sous-traitants + Fournisseurs		
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV
Santé et sécurité	Veiller à la santé et sécurité des collaborateurs	Non- Optimisation de la planification opérationnelle des équipes et de son suivi	Non-respect de conditions de travail équitables et sûres (heures supplémentaires, temps de trajet, rémunération, type de contrat etc...)	S'assurer d'exercer avec des parties prenantes externes éthiques et responsables	Ethique et conformité	Pratiques illégales mettant en danger la santé des employés
	Veiller à la santé et sécurité des collaborateurs	Sûreté (sites, personnel, public, cyber Sécurité)	Déplacement dans des zones à risque (départ à l'étranger,	S'assurer d'exercer avec des parties prenantes externes	Ethique et conformité	Pratiques illégales mettant en danger la

			zones de conflits etc...)	éthiques et responsables		sécurité des employés
	Veiller au respect des personnes et à qualité du dialogue social	Sûreté (sites, personnel, public, cyber Sécurité)	Non accessibilité des locaux aux personnes à mobilité réduite			
	Veiller à la santé et sécurité des collaborateurs	Sûreté (sites, personnel, public, cyber Sécurité)	Troubles musculo-squelettiques et risques psychosociaux			

Les principaux risques d'atteinte à l'environnement

	FTVSA + Filiales			Sous-traitants + Fournisseurs		
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV
Environnement	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement	Non prise en compte de la transition énergétique	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement	Non-respect des normes environnementales d'un prestataire lors d'achat de matériel
	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement	Pollution environnementale dans le cadre des tournages	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement	Pratiques de tournages d'une société de production non respectueuses de l'environnement
	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement	Couverture d'évènements à risque portant atteinte à l'environnementale			

Les principaux risques en matière de contenu des programmes

	FTVSA + Filiales			Publics		
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV
Contenu des programmes	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Non-conformité/qualité des programmes et de l'information	Incohérence entre l'engagement environnemental du groupe et le contenu de sa grille (émissions et publicités)	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Non-conformité/qualité des programmes et de l'information	Programmes non adaptés à un jeune public
	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Non-respect des obligations antennes	Manquements à l'égalité homme/femme et à la représentativité des minorités dans les spots publicitaires et dans les programmes	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Non-respect des obligations antennes	Non prise en charge des alertes remontées par les publics via les dispositifs en place
	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Non-respect des obligations antennes	Non-respect de la Charte des antennes du groupe (pluralisme, respect de la personne et de la dignité etc...)			

3.4.2 Actions adaptées d'atténuation des risques ou prévention des atteintes graves

France Télévisions doit établir en concertation avec ses parties prenantes des mesures d'atténuation et/ou de prévention en réponse aux principaux risques identifiés dans la cartographie. Pour ce deuxième plan de vigilance, le groupe a consulté un ensemble de parties prenantes internes afin de recenser les mesures déjà effectives et de réfléchir aux axes d'amélioration possibles.

	FTVSA + Filiales				Sous-traitants + Fournisseurs			
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	Actions atténuation effectives	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	Actions d'atténuation effectives
Droits humains	Veiller au respect des personnes et à qualité du dialogue social	<p>Climat Social (cohésion, mobilisation et risque psycho social)</p> <p>Transformation volet RH (Intégration, recomposition corps social, maîtrise des effectifs non permanents (NPE) et masse salariale (MS))</p>	Harcelement et discrimination	<ul style="list-style-type: none"> - Ligne Directe Harcelement + actions d'accompagnement par la Direction de santé et qualité de vie au travail - Plateforme d'alerte professionnelle et éthique et Allodiscrim - Sensibilisation et formation en ligne et présentiel des collaborateurs au harcèlement - Campagne d'affichage relative à la Ligne directe harcèlement (LDH) - Remontée hiérarchique multi-canal - Une enquête interne diligente même sans saisine de la ligne harcèlement - Présence d'un référent harcèlement - Sensibilisation et formation des managers à la non-discrimination - Label diversité délivré par l'AFNOR en 2021 - Label égalité professionnelle homme/femme délivré par l'AFNOR en 2021 	S'assurer d'exercer avec des parties prenantes externes éthiques et responsables	Ethique et conformité	Non-respect des normes internationales en matière de droit du travail (Conventions de l'Organisation internationale du travail)	<ul style="list-style-type: none"> - Dans les achats hors programmes: critères et clause d'exécution RSE dans tous les cas où c'est possible conformément au droit de la commande publique - Plateforme d'alerte disponible aux sous-traitants et fournisseurs en lien direct avec FTV (site institutionnel) - Plan d'actions en cours avec FTV Studio sur les lieux de tournage pour sensibiliser les collaborateurs et les prestataires et prévenir les comportements inappropriés (formation)

				<ul style="list-style-type: none"> - Accord en faveur de l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes (7 juillet 2021) - Politique parentalité - Charte d'engagements LGBT signée le 18 octobre 2016 - Accord groupe Handicap du 24 février 2021 - Charte de l'équilibre des temps (22 avril 2021) - e-learning « sensibilisation au handicap » - e-learning « égalité homme femme » - e-learning « reconnaître et prévenir les comportements inappropriés » - e-learning « les fondamentaux de la diversité » et « vivre ensemble la diversité » 				d'inspiration par le CNC, affiches....)
Veiller au respect des personnes et à la qualité du dialogue social	Transformation volet RH (intégration, recomposition corps social, maîtrise des effectifs non permanents (NPE) et masse salariale (MS))	Isolement ou éloignement de l'environnement de travail	<ul style="list-style-type: none"> - Action de vigilance des managers sur l'isolement des collaborateurs en télétravail, management à distance - Accord sur le télétravail (18 mars 2021) - Mise en place d'un e-learning passeport Télétravail à effectuer dans les 3 mois suivants la signature de l'avenant au contrat de travail 	S'assurer d'exercer avec des parties prenantes externes éthiques et responsables	Ethique et conformité	Non-respect des droits humains fondamentaux (Conventions internationales : Pacte international aux droits civils et politiques et Pacte international relatif aux droits économiques, sociaux et culturels)		

				<p>Proposition de formation des collaborateurs FTV aux outils office 365 avec mail de rappel tout au long de l'année.</p> <p>FTD : l'ensemble des collaborateurs a été formé pendant 2 jours aux outils office 365</p> <p>Diffusion de fiche télétravail sur les thèmes suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mon poste de travail • Hygiène et sédentarité • Je garde le contact • Zen et serein.e • Mes outils, mes usages • Je déconnecte • Mon sommeil • J'optimise mon activité • Je gère mes données • Je sécurise mes outils • Mes étirements <p>FTV Studio : Mise en œuvre d'une politique spécialisée pour les seniors depuis 2014.</p>				
--	--	--	--	---	--	--	--	--

	Veiller au respect des personnes et à qualité du dialogue social	Climat Social (cohésion, mobilisation et risque psycho social)	Non-respect des accords Qualité de vie au travail (QVT) et dégradation du climat social	- Suivi d'indicateurs de pilotage dans les métiers/régions (absentéisme et turnover) - Plateforme d'alerte en cas d'abus ou sein de FTV - Traduction des accords à travers une politique groupe dédiée en prenant en compte les différents droits applicables FTV Studio: Accord qualité de vie au travail depuis 2017	S'assurer d'exercer avec des parties prenantes externes éthiques et responsables	Ethique et conformité	Non-respect de la législation interne en matière de droit du travail	
	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Non-conformité/qualité des programmes et de l'information	Couverture d'événements portant atteintes aux droits humains					

Focus sur les plans d'action relatifs au risque d'isolement ou éloignement de l'environnement de travail :

L'accord contrat de génération est devenu obsolète. Cependant, les dispositions de l'accord-cadre sur le déploiement du projet d'entreprise du 7 mai 2019, prévoient de privilégier une approche sociale et inclusive des recrutements, destinée à favoriser l'accès à l'emploi des publics qui en sont le plus éloignés notamment en renforçant et en priorisant la politique d'alternance.

Par ailleurs, des moyens additionnels au budget de formation professionnelle de l'ordre de 12 millions d'euros sur la période 2019-2022 sont prévus.

	FTVSA + Filiales				Sous-traitants + Fournisseurs			
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	Actions atténuation effectives	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	Actions d'atténuation effectives
Santé et sécurité	Veiller à la santé et sécurité des collaborateurs	Non-optimisation de la planification opérationnelle des équipes et de son suivi	Non-respect de conditions de travail équitables et sûres (heures supplémentaires, temps de trajet, rémunération, type de contrat etc.)	<ul style="list-style-type: none"> - Les salariés doivent prendre des récupérations obligatoires, en lien direct avec leur hiérarchie - Lien entre qualité de vie au travail (QVT) et RH - Respect de la réglementation du travail en matière de recours au CDD, élargissement du sourcing - Politique de gestion de recours aux non permanents pour éviter les requalifications - Politique de rémunération et d'épargne salariale, notamment accord d'entreprise sur les RTT et CP - Politique de recours à l'intermittence 	S'assurer d'exercer avec des parties prenantes externes éthiques et responsables	Ethique et conformité	Pratiques illégales mettant en danger la santé des employés	<ul style="list-style-type: none"> - Dans les achats hors programmes: critère et clause d'exécution RSE dans tous les cas où c'est possible conformément au droit de la commande publique - Plateforme d'alerte disponible aux sous-traitants et fournisseurs en lien direct avec FTV (site institutionnel)
	Veiller à la santé et sécurité des collaborateurs	Sûreté (sites, personnel, public, cyber Sécurité)	Déplacement dans des zones à risque (départ à l'étranger, zones de conflits etc.)	<ul style="list-style-type: none"> - Référents et cellules existants - Echange continu sur la situation locale avec le siège et des référents, veille sur le site du Ministère des affaires étrangères et déclarations fil d'Ariane - Vérification des équipements avant les missions - Utilisation d'une messagerie instantanée pour tenir au courant en temps réel les référents sur ces missions 	S'assurer d'exercer avec des parties prenantes externes éthiques et responsables	Ethique et conformité	Pratiques illégales mettant en danger la sécurité des employés	

			<ul style="list-style-type: none"> - Possibilité pour les journalistes et salariés de FTV de refuser une mission - Procédure spéciale "zones à risques" - Formation des journalistes <p>FTD : Accompagnement des commerciaux en déplacement à l'étranger (Afrique notamment) via une politique de prévention et une couverture assurantielle ad hoc.</p>				
Veiller au respect des personnes et à qualité du dialogue social	Sûreté (sites, personnel, public, cyber Sécurité)	Non accessibilité des locaux aux personnes à mobilité réduite	<ul style="list-style-type: none"> - Recensement au sein de FTV de l'accessibilité des locaux anciens et/ou à risque pour les personnes à mobilité réduite dans le cadre de la commission de suivi du rapport handicap - Adaptation des postes de travail aux collaborateurs en situation de handicap dans le nouvel accord handicap (2021) 				
Veiller à la santé et sécurité des collaborateurs	Sûreté (sites, personnel, public, cyber Sécurité)	Troubles musculo-squelettiques et risques psychosociaux	<ul style="list-style-type: none"> - Intégration de l'ergonomie dans l'appel d'offre de renouvellement des caméscopes en 2015 - Accompagnement physiques des équipes de tournage : séances hebdomadaires de renforcement musculaire - Formation « Ergonomie et performances gestuelles » - Etude ergonomique sur l'activité des Journaliste reporter d'image (JRI) en 2017 - Formation « Comment s'installer à son poste informatique ? » en 				

				présente à l'Université FTV et sur sites, et via e-learning. - Formation « Maintenance & port de charge » - Politique santé et sécurité - Une personne (ergonome) de la DSQVT en charge de la problématique - FTV Studio : Visite annuelle d'une ergonome.				
--	--	--	--	---	--	--	--	--

Focus sur la Direction des reportages et des moyens de l'info :

Une procédure de sécurité est déroulée avant et pendant chaque départ en reportage dans une zone à risque.

Ainsi, à chaque demande de reportage, une commande détaillant le matériel référencé est établie. Le matériel est testé avant chaque départ et à chaque retour afin de s'assurer que ce dernier fonctionne parfaitement.

Avant le départ, des réunions préparatoires sont organisées à l'issue desquelles les documents relatifs aux risques encourus sont compilés.

En cas de crise, ces documents sont envoyés à la Direction de l'information et à la Direction de la sécurité et de la sûreté de France Télévisions.

Si des informations demandées pour préparer la mission sont manquantes, le départ du salarié est annulé.

De plus, les salariés amenés à partir en zone à risque sont formés aux gestes de premier secours ainsi qu'aux situations d'urgence.

Pour tout départ en zone à risque pour le groupe France Télévisions ou en cas de départ de personnel d'une entreprise de production en zone à risque pour le compte de France Télévisions, un groupe de discussion est créé et une roadmap établie.

Il est à noter que ces dernières années, avec l'apparition des ZAD et la crise des gilets jaunes, la définition de la zone à risque a connu une évolution. Cette expression ne concerne plus seulement les zones de guerre ou les pays dont la situation sociale, économique ou politique est instable. Suite aux attaques verbales et physiques subies par nos journalistes, les déplacements sur certaines manifestations sont considérés comme des déplacements sur des zones à risques.

	FTVSA + Filiales				Sous-traitants + Fournisseurs			
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	Actions atténuation effectives	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	Actions d'atténuation effectives
Environnement	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement	Non prise en compte de la transition énergétique	<ul style="list-style-type: none"> - Suivi des consommations d'énergie sur la base de la facturation - Formation des développeurs / concepteurs pour un codage plus respectueux de l'environnement - Objectifs chiffrés de réduction des GES Intégrés à l'accord d'intéressement: 3,5% réduction/an de 2020 à 2022 - Déploiement du plan vélo et mise en place d'un forfait mobilité durable - e-learning développement durable et RSE <p>FTD :</p> <p>Mise en place d'une offre LLD vélo avec versement d'une indemnité mensuelle</p> <p>Filiale dans un Immeuble HGE</p>	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement	Non-respect des normes environnementales d'un prestataire lors d'achat de matériel	<ul style="list-style-type: none"> - Dans les achats hors programmes: critère et clause d'exécution RSE dans tous les cas où c'est possible conformément au droit de la commande publique - Plateforme d'alerte disponible aux sous-traitants et fournisseurs en lien direct avec FTV (site institutionnel)

	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement	Pollution environnementale dans le cadre des tournages	<ul style="list-style-type: none"> - Elimination du plastique sur certains lieux de tournages (utilisation de gourdes, tasses etc) - élimination du plastique/gobelets du siège et sur les antennes en Outre-Mer - Tri des déchets sur les tournages, actions sur le gaspillage alimentaire - Sensibilisation du personnel au développement durable et à l'éco production sous forme de formation - Sensibilisation des équipes aux éco-gestes 	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement	Pratiques de tournages d'une société de production non respectueuses de l'environnement	
	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement	Couverture d'événements à risque portant atteinte à l'environnement					

Au cours de l'année 2021, plusieurs chantiers ou plans d'action ont été engagés afin de poursuivre la mise en conformité de l'entreprise avec la loi Sapin et la loi Devoir de Vigilance dont :

Evaluation des tiers :

Le chantier Evaluation des tiers, issu de la loi Sapin II, a débuté en janvier 2021 et devrait être finalisé au cours du deuxième semestre 2022 avec le déploiement d'une solution d'évaluation des tiers.

France Télévisions a fait le choix d'intégrer à cette évaluation le volet Devoir de Vigilance afin d'avoir une vision globale de la conformité de ses partenaires commerciaux au regard tant de la lutte contre la corruption que de leur engagement en matière de lutte contre les atteintes faites aux droits humains, à la santé et la sécurité ainsi qu'à l'environnement.

Ce dispositif d'évaluation des tiers est complété par un dispositif d'audit/intelligence économique.

Adoption d'un code de conduite des partenaires commerciaux :

La loi Devoir de Vigilance impose à France Télévisions de prévenir les risques d'atteinte à l'environnement, aux droits humains et à la santé et la sécurité des personnes causés par ses sous-traitants, fournisseurs et partenaires quand ils agissent pour son compte.

Afin d'apporter une réponse aux risques identifiés dans la cartographie des risques Devoir de vigilance découlant des activités des partenaires d'affaires pour le compte de France Télévisions, la société a rédigé un code de conduite des partenaires commerciaux afin de s'assurer que ces derniers s'engagent à respecter la même démarche éthique que la sienne.

Ce projet, actuellement en cours de validation finale, sera déployé au premier semestre 2022.

	FTVSA + Filiales				Publics			
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	Actions atténuation effectives	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	Actions d'atténuation effectives
Contenu des programmes	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Non-conformité/qualité des programmes et de l'information	Incohérence entre l'engagement environnemental du groupe et le contenu de sa grille (émissions et publicités)	<ul style="list-style-type: none"> - Contrôle et une validation avant chaque lancement de programme - Obligation de compte-rendu et de présentation des résultats aux organes de direction et au CA - Rapport sur l'activité de FTV et le respect de son cahier des charges au CSA, avis du CSA sur l'exécution - mobilisation des antennes de France Télévisions à l'occasion de la journée mondiale de l'environnement ou de la tenue des COP 	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Non-conformité/qualité des programmes et de l'information	Programmes non adaptés à un jeune public	<ul style="list-style-type: none"> - Obligation de compte-rendu et de présentation des résultats aux organes de direction et au CA - Respect des consignes et de la signalétique du CSA - Avenant au contrat d'objectifs et de moyens de France Télévisions - Charte des antennes, notamment la prise en compte de la signalétique et des engagements de diffusion du groupe

<p>Veiller à la qualité et à la conformité des programmes</p>	<p>Non-respect des obligations antennes</p>	<p>Manquements à l'égalité homme/femme et à la représentativité des minorités dans les spots publicitaires et dans les programmes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Contrat de régie qui lie FTV à FTP qui garantit FTV contre toute diffusion d'un message publicitaire qui ne serait pas conforme à la réglementation - Visionnage des spots publicitaires et consultation de référents sur le sexisme, discrimination, clichés et biais etc. - Obligation de compte-rendu et de présentation des résultats aux organes de direction, au CA et au CSA - Nécessité d'un avis favorable de l'Arpp avant diffusion des films publicitaires - Avenant au contrat d'objectifs et de moyens de France Télévisions - Partenaire de la plateforme le « guide des expertes » - «-learning « luttons contre les stéréotypes à l'antenne ». 	<p>Veiller à la qualité et à la conformité des programmes</p>	<p>Non-respect des obligations antennes</p>	<p>Non prise en charge des alertes remontées par les publics via les dispositifs en place</p>	<p>- Plusieurs canaux de remontées téléspectateurs : le service des relations téléspectateurs, les réseaux sociaux et directement les antennes elles-mêmes.</p>
<p>Veiller à la qualité et à la conformité des programmes</p>	<p>Non-respect des obligations antennes</p>	<p>Non-respect des obligations antennes (pluralisme, respect de la personne et de la dignité etc)</p>	<p>Les règles relatives à la conformité des programmes aux différentes réglementations applicables aux contenus diffusés par FTV sont au minimum mises en œuvre par :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la direction de la RSE, pour les règles relatives à la diversité / parité dans les programmes ; - la direction Juridique, pour le droit de la presse ; - la Direction de la réglementation, de la déontologie et du pluralisme des antennes, pour les règles de déontologie et de pluralisme. 				

				- Politique interne diversité et inclusion notamment dans les castings				
--	--	--	--	--	--	--	--	--

Focus sur la Direction de la réglementation, de la déontologie et du pluralisme des antennes :

La Direction de la réglementation, de la déontologie et du pluralisme des antennes (ci-après DRDP) est investie d'une mission de conseil au quotidien auprès de l'ensemble des journalistes, conseillers de programmes et autres collaborateurs de France Télévisions, sur l'ensemble des règles déontologiques applicables à France Télévisions : déontologie de l'information, protection de la personne humaine et notamment des mineurs, publicité clandestine, etc ... La DRDP est ainsi notamment en charge de la signalisation des programmes de France Télévisions.

La DRDP est également en charge de coordonner la mise en œuvre des règles relatives au pluralisme politique sur l'ensemble des antennes de France télévisions, que ce soit lors des périodes électorales, et hors périodes électorales.

Enfin, la DRDP est en charge de l'application de diverses réglementations d'antenne applicables à France Télévisions, telles que les engagements pris dans le cadre de « la charte alimentaire », les messages de lutte contre le dopage, les campagnes de protection des mineurs et notamment des enfants de moins de 3 ans, les alertes enlèvement ou encore les alertes sanitaires

La DRDP assure ces missions de coordination et de conseil avant diffusion. Elle coordonne la défense de France Télévisions après diffusion, que ce soit lors de simples demandes d'observations que lui adresse l'ARCOM, et dans le cadre de procédures contentieuses prévues par la réglementation.

Ainsi, la sensibilisation aux questions déontologiques ou aux droits humains et aux libertés fondamentales est faite quotidiennement par la DRDP dans le cadre de son activité.

Champs d'application : la Direction de la réglementation, de la déontologie et du Pluralisme intervient sur l'ensemble des supports édités par France Télévisions : chaînes de télévision, stations de radio en Outre-mer et antennes numériques.

3.4.3 Procédures d'évaluation régulière de la situation des filiales, des sous-traitants ou des fournisseurs

Cette section présente la manière dont France Télévisions répond à l'exigence d'évaluation de ses filiales, ses sous-traitants, ainsi que ses fournisseurs telle qu'édictee par la loi sur le devoir de vigilance.

3.4.3.1 Filiales

La majorité des mesures prises par France Télévisions SA sont également appliquées dans les filiales par les responsables des ressources humaines. Par ailleurs, un réseau de référents conformité a été déployé au sein des filiales avec pour mission de décliner la politique de mise en conformité pilotée par la Direction de la conformité, de l'éthique et de la déontologie du groupe.

Pour la rédaction du présent plan, les filiales ont été sensibilisées aux enjeux du devoir de vigilance et ont pleinement contribué à son élaboration.

Suivi et contrôle des enjeux environnementaux des filiales :

- Suivi régulier des consommations énergétiques à l'échelle du groupe ;
- En cours de déploiement : Objectif Green IT.

Suivi et contrôle des enjeux sociétaux des filiales :

- Accords d'entreprise sur l'égalité Homme/Femme ;
- Accords d'entreprise pour une meilleure prise en compte du handicap ;
- Politique de Santé & Sécurité ;
- Label diversité délivré par l'AFNOR en 2014 ;
- Les différents canaux de signalements sont accessibles à l'ensemble des filiales ;
- Suivi d'indicateurs RH (turnover / absentéisme) ;
- Clauses contractuelles de respect du droit du travail.

3.4.3.2 Fournisseurs et sous-traitants

Le groupe France Télévisions mesure l'importance d'évaluer régulièrement la situation de ses fournisseurs et de ses sous-traitants pour maîtriser au mieux l'impact de l'ensemble de sa chaîne de valeur.

France Télévisions et deux de ses filiales, France 2 Cinéma et France 3 Cinéma sont déjà soumises, pour leurs achats hors programmes, aux règles de la commande publique. L'évaluation des tiers en matière d'achat hors programmes se fait via le respect strict des procédures de mise en concurrence de la commande publique.

S'agissant des achats non soumis aux règles de la commande publique, le groupe France Télévisions a défini en 2021 ses procédures d'évaluation des tiers au regard de la loi Sapin II et de la loi Devoir de vigilance.

France Télévisions a ainsi souhaité avoir une vision globale de la conformité de ses partenaires commerciaux au regard tant de la lutte contre la corruption que de leur engagement en matière de lutte contre les atteintes faites aux droits humains, à la santé et la sécurité ainsi qu'à l'environnement.

Les phases d'évaluation structurant le dispositif sont les suivantes :

- **Priorisation** : phase d'évaluation quantitative, elle repose sur l'analyse du tiers, basée sur une série de critères intrinsèques, à l'issue de laquelle le calcul d'un score permet de catégoriser le tiers comme représentant un risque ou non,
- **Evaluation simple** : phase d'évaluation qualitative, elle permet l'identification de facteurs de risque sur des thématiques variées (réputation, litiges, personnes politiquement exposées etc.) ainsi que l'identification d'actionnaires et du dirigeant pour les tiers concernés,
- **Evaluation approfondie** : phase d'évaluation qualitative, elle comporte une démarche approfondie avec l'envoi d'un questionnaire directement au tiers, et l'élargissement des thématiques d'évaluation aux parties prenantes de ce dernier.

France Télévisions a fait le choix d'externaliser la réalisation des évaluations de ses tiers. Un appel d'offres pour choisir son partenaire est en cours de lancement. Les premières évaluations pourront ainsi être réalisées en 2022.

3.4.4 Dispositifs de suivi des mesures mises en œuvre et d'évaluation de leur efficacité

	FTVSA + Filiales				Sous-traitants + Fournisseurs			
	Enjeu RSE	Macrorisque DEF	Macrorisque DDV	KPI	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	KPI
Droits humains	Veiller au respect des personnes et à la qualité du dialogue social	Climat Social (cohésion, mobilisation et risque psycho social) Transformation volet RH (intégration, recomposition corps social, maîtrise des effectifs non permanents(NPE) et masse salariale (MS))	Harcèlement et discrimination	-% de turnover : 2020 : 5,6% 2021 : 3,6% Nombre de travailleurs handicapés embauchés en 2021 : 32 CDI : 9 CDD : 16 Alternants : 5 Stagiaires : 2 Nombre de collaborateurs formés aux enjeux de la diversité : 2020 : 209 2021 : 411	S'assurer d'exercer avec des parties prenantes externes éthiques et responsables	Ethique et conformité	Non-respect des normes internationales en matière de droit du travail (Conventions de l'Organisation internationale du travail)	-% de marchés hors programmes Intégrant une clause RSE : 2020 : 0,30% un critère social : 2020 : 5,47% un critère social et environnemental : 2020 : 1,82%

			<p>Nombre de collaborateurs ayant suivi le e-learning « Reconnaître et prévenir les comportements inappropriés au travail » : 559</p> <p>Nombre d'alertes au niveau du groupe remontées via le dispositif d'alerte éthique :</p> <p>2020 : 10</p> <p>2021 : 23</p>			
Veiller au respect des personnes et à la qualité du dialogue social	Transformation volet RH (intégration, recomposition corps social, maîtrise des effectifs permanents (NPE) et masse salariale (MS))	isolement ou éloignement de l'environnement de travail	<p>Nombre de salariés ayant réalisé un diagnostic individuel (bilan de compétences) à des fins d'amélioration des compétences :</p> <p>Depuis la réforme de la formation professionnelle et la création du CPF, tout salarié peut demander un bilan de compétence et le financer grâce aux droits acquis. Il n'a aucune obligation d'en informer l'employeur.</p> <p>L'indicateur fait remonter les bilans de compétence dont nous avons connaissance.</p> <p>FTV :</p> <p>2020 : 6</p> <p>FTD : 2021 : 1</p>	S'assurer d'exercer avec des parties prenantes externes éthiques et responsables	Ethique et conformité	Non-respect des droits humains fondamentaux (Conventions internationales : Pacte international aux droits civils et politiques et Pacte international relatif aux droits économiques, sociaux et culturels)

	Veiller au respect des personnes et à la qualité du dialogue social	Climat Social (cohésion, mobilisation et risque psycho social)	Non-respect des accords Qualité de vie au travail (QVT) et dégradation du climat social	<p>- % turnover 2020 : 5,6% 2021 : 5,6%</p> <p>- % de collaborateurs permanents ayant connu une absence pour maladies, accident de travail, accident de trajet, affections longue durée et maladie professionnelle inférieures ou égales à trois jours rapportés à l'ETP moyen annuel : 2020 : 21% 2021 : 12,7%</p> <p>- Index de l'égalité H/F : 2019 : 94/100 2020 : 94/100</p>	S'assurer d'exercer avec des parties prenantes externes éthiques et responsables	Éthique et conformité	Non-respect de la législation interne en matière de droit du travail	
	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Non-conformité/qualité des programmes et de l'information	Couverture d'événements portant atteintes aux droits humains					

	FTVSA + Filiales				Sous-traitants + Fournisseurs			
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	KPI	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	KPI
Santé et sécurité	Veiller à la santé et sécurité des collaborateurs	Non-optimisation de la planification opérationnelle des équipes et de son suivi	Non-respect de conditions de travail équitables et sûres (heures supplémentaires, temps de trajet, rémunération, type de contrat, etc...)	<p>% de collaborateurs permanent ayant connu une absence pour maladie, accident de travail, affections longue durée et maladie professionnelle inférieures ou égales à trois jours rapportés à l'ETP moyen annuel : 2020 : 21%</p> <p>2021 : 12,7%</p> <p>Nombre de déclaration d'accident (avant accord sécurité sociale) :</p> <p>Accident du travail : 2021</p> <p>FTV: 295</p> <p>FTD : 0</p>	S'assurer d'exercer avec des parties prenantes externes éthiques et responsables	Ethique et conformité	Pratiques illégales mettant en danger la santé des employés	<p>-% de marchés hors programmes intégrant une clause RSE : 2020 : 0,30%</p> <p>un critère social : 2020 : 5,47%</p> <p>un critère social et environnemental : 2020 : 1,82%</p>

				<p>% de collaborateurs permanent ayant connu une absence pour maladies, accident de travail, accident de trajet, affections longue durée et maladie professionnelle inférieures ou égales à trois jours rapportés à l'ETP moyen annuel : 2020 : 21%</p> <p>2021 : 12,7%</p>				
	Veiller à la santé et sécurité des collaborateurs	Sûreté (sites, personnel, public, cyber Sécurité)	Déplacement dans des zones à risque (départ à l'étranger, zones de conflits etc.)	<p>Nombre de déclaration d'accident (avant accord sécurité sociale) :</p> <p>Accident du travail :</p> <p>2021 :</p> <p>FTV : 295</p> <p>FTD : 0</p> <p>Accident de trajet :</p> <p>2021 :</p> <p>FTV : 126</p> <p>FTD : 0</p>	S'assurer d'exercer avec des parties prenantes externes éthiques et responsables	Ethique et conformité	Pratiques illégales mettant en danger la sécurité des employés	

	Veiller au respect des personnes et à la qualité du dialogue social	Sûreté (sites, personnel, public, cyber Sécurité)	Non accessibilité des locaux aux personnes à mobilité réduite	<p>FTV :</p> <p>2020 : 57,27% des bâtiments étaient partiellement inaccessibles (entrée principale ou accès aux étages ou sanitaire...) 19,87% des bâtiments étaient inaccessibles depuis la rue vers le bâtiment.</p> <p>2021 : 20,25% des bâtiments étaient partiellement inaccessibles (entrée principale ou accès aux étages ou sanitaire...) 19,87% des bâtiments étaient inaccessibles depuis la rue vers le bâtiment.</p> <p>FTD :</p> <p>2021 : 0%</p>				
	Veiller à la santé et sécurité des collaborateurs	Sûreté (sites, personnel, public, cyber Sécurité)	Troubles musculo-squelettiques et risques psychosociaux	<p>FTV :</p> <p>2019 : 7</p> <p>2020 : 1</p>				

				<p>- Emission de gaz à effet de serre des sites :</p> <p>2020 : SCOPE 1 : 4476,58 tonnes de Co2 SCOPE 2 : 9195,72 tonnes de Co2</p> <p>2021 : SCOPE 1 : 5478,66 tonnes de Co2 SCOPE 2 : 8757,03 tonnes de Co2</p> <p>- Consommation d'eau et de papier des sites : 59 milliers de m3 d'eau et 105 tonnes de papier en 2020</p>				
	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement	Couverture d'événements à risque portant atteinte à l'environnementale					

	FTVSA + Filiales				Publics			
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	KPI	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	KPI
Contenu des programmes	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Non-conformité/qualité des programmes et de l'information	Incohérence entre l'engagement environnemental du groupe et le contenu de sa grille (émissions et publicités)		Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Non-conformité/qualité des programmes et de l'information	Programmes non adaptés à un jeune public	Nombre de saisine du CSA en 2021 : 0

	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Non-respect des obligations antennes	Manquements à l'égalité homme/femme et à la représentativité des minorités dans les spots publicitaires et dans les programmes.	<p>Nombre d'expertes sur les antennes de FTV :</p> <p>2020 : 29,5 sur France 2 et 35 sur France 3</p> <p>2021 : 50%</p> <p>Premiers rôles féminins dans les fictions : 50%</p> <p>Baromètre CSA</p> <p>Personnes perçues comme étant en situation de handicap à l'antenne : 2021 : 0,7%</p> <p>Personnes perçues comme non blanches à l'antenne : 2021 : 17%</p>	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Non-respect des obligations antennes	Non prise en charge des alertes remontées par les publics via les dispositifs en place	
	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Non-respect des obligations antennes	Non-respect de la Charte des antennes du groupe (pluralisme, respect de la personne et de la dignité etc.)	Nombre de saisine du CSA en 2021 : 0				

3.4.5 Mécanisme d'alerte et de recueil des signalements

Le Groupe France Télévisions a déployé en septembre 2018 un dispositif d'alerte interne dans le cadre de la loi Sapin II. Ce dispositif d'alerte interne prévoyait déjà la possibilité de déposer des alertes pour des faits de harcèlement et de discrimination, et pour toute violation grave et manifeste d'une loi ou d'un règlement en matière d'hygiène, santé, sécurité au travail ou environnement.

En 2020, France télévisions, après consultation des organisations syndicales représentatives du personnel, a fait le choix d'élargir officiellement ce dispositif d'alerte à la loi sur le devoir de vigilance et donc de l'ouvrir aux parties prenantes extérieures.

L'objectif est de disposer d'un seul dispositif d'alerte pour le groupe.

La procédure d'alerte a été revue afin de tenir compte des dispositions de la loi sur le Devoir de vigilance.

Le dispositif d'alerte interne du groupe France Télévisions permet d'exprimer toute inquiétude concernant des faits ou des comportements :

- Violant des lois ou règlements ;
- Contraires au code de conduite anti-corruption du groupe ;
- Portant gravement atteinte aux droits humains et aux libertés fondamentales, à la santé et à la sécurité des personnes ainsi qu'à l'environnement et résultant des activités de France Télévisions et de ses filiales ainsi que des activités de leurs sous-traitants ou fournisseurs avec lesquels est entretenue une relation commerciale établie.

Le dispositif d'alerte de France Télévisions, la plateforme "*J'alerte*", la ligne éthique de *France Télévisions*, est un canal de signalement confidentiel et sécurisé.

Cette plateforme est accessible depuis :

- L'intranet de France Télévisions
- Le site institutionnel <https://www.francetelevisions.fr/et-vous>
- Directement via l'adresse : <https://alertefrancetelevisions.fr/>

Une procédure de lancement d'alerte spécifique à cette plateforme a été mise en place. Elle est accessible à tout moment sur l'intranet de France Télévisions ainsi que sur le site institutionnel. Une campagne de communication et de sensibilisation a été menée en 2020 à destination des collaborateurs internes du groupe, communication qui sera élargie à tous les partenaires d'affaires au premier semestre 2022.

Conformément à la loi Sapin II, France Télévisions prévoit dans son dispositif que les lanceurs d'alerte ne feront pas l'objet de sanctions ni de mesures discriminatoires pour avoir lancé une alerte. De plus France Télévisions met tous les moyens en œuvre pour assurer la protection des données à caractère personnel, la confidentialité des lanceurs d'alerte et des informations transmises.

Par ailleurs, d'autres canaux de signalement en matière de harcèlement et de comportements sexistes sont déjà en place dans l'entreprise et ont vocation à continuer d'exister en plus du dispositif d'alerte : Lignes Directes Harcèlement, référent harcèlement, référent harcèlement au sein du CSE.

4. PRESENTATION DES COMPTES ANNUELS ET EXPOSE SUR LES RESULTATS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DU GROUPE

Les comptes annuels de l'exercice clos le 31 décembre 2021 que nous soumettons à votre approbation ont été établis conformément aux règles de présentation et aux méthodes d'évaluation prévues par la réglementation en vigueur.

4.1 Comptes consolidés du groupe France Télévisions

Au 31 décembre 2021, le périmètre de consolidation du groupe France Télévisions comprenait les sociétés suivantes :

Nom	Forme sociale	Adresse	SIREN	Méthode de consolidation	% Intérêts 31/12/2021	31/12/2020
SOCIETE MERE						
France Télévisions	SA	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	432 766 947	Mère		
SOCIETES INTEGREES GLOBALEMENT						
Sociétés de production						
France 2 Cinéma	SAS	33, avenue de l'Opéra 75002 Paris	320 876 410	IG	100,00	100,00
France 3 Cinéma	SAS	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	329 824 983	IG	100,00	100,00
France.tvstudio	SA	26 rue d'Oradour sur Glane 75015 Paris	395 175 188	IG	100,00	100,00
Sociétés de régie publicitaires						
France Télévisions Publicité	SA	64-70 avenue Jean Baptiste Clément 92100 Boulogne Billancourt	332 050 038	IG	100,00	100,00
France Télévisions Publicité Inter Océan	SAS	64-70 avenue Jean Baptiste Clément 92100 Boulogne Billancourt	420 609 984	IG	100,00	100,00
Société de gestion de droits						
France Télévisions Distribution	SA	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	379 518 388	IG	100,00	100,00
Sociétés de services et autres activités						
Société Civile Immobilière France Télévisions	SCI	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	399 449 107	IG	100,00	100,00
France Télévisions Gestion Immobilière	SAS	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	413 989 841	IG	100,00	100,00
Société Civile Immobilière Valin	SCI	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	487 864 732	IG	100,00	100,00
France Télévisions SVOD	SAS	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	880 436 101	IG	100,00	100,00
France Télévisions Publicité Conseil	SAS	64-70 avenue Jean Baptiste Clément 92100 Boulogne Billancourt	382 258 822	IG	100,00	100,00
Réseau Outre Mer 1	SAS	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	520 574 359	IG	100,00	100,00
GR 1	SAS	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	478 720 295	IG	100,00	100,00
PAPANGUE IMMO	SAS	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	518 539 499	IG	100,00	100,00
France.tv presse	SASU	26 rue d'Oradour sur Glane 75015 Paris	894 512 276	IG	100,00	0,00
Les Tonkous Truqueurs	SAS	26 rue d'Oradour sur Glane 75015 Paris	817 839 891	IG	100,00	0,00
SOCIETES INTEGREES PROPORTIONNELLEMENT						
SALTO	SNC	18-34 quai du point du jour 92100 Boulogne Billancourt	853 309 856	IP	33,33	33,33
SALTO GESTION	SAS	18-34 quai du point du jour 92100 Boulogne Billancourt	853 251 494	IP	33,33	33,33
SOCIETES MISES EN EQUIVALENCE						
TVS Monde	SA	131 Avenue de Wagram 75017 Paris	381 982 612	MEE	50,48	50,48
Médiamétrie	SA	70, rue Rivay 92300 Levallois Perret	333 344 000	MEE	22,89	22,89
ARTE France	SA	8, rue Marceau 92785 Issy les Moulinaux	334 889 122	MEE	45,00	45,00
Planète + Crime Investigation	SA	1 Place du spectacle 92130 Issy les Moulinaux	443 957 618	MEE	34,00	34,00

Nous vous demandons, conformément aux articles L 225-100 et L 233-16 du Code de commerce, de bien vouloir approuver les comptes consolidés qui vous sont présentés.

Les ressources publiques représentent 80,2% du chiffre d'affaires au 31 décembre 2021.

Les recettes de publicité et de parrainage (426,5 M€) sont en augmentation de 53,2 M€ par rapport à l'exercice précédent (373,3 M€). Cette forte augmentation est liée à la reprise de l'activité économique suite à la crise du Covid-19 et à la bonne performance des régies publicitaires.

Le chiffre d'affaires relatif aux autres activités comprend principalement le chiffre d'affaires des activités de diversification (notamment les revenus liés à la distribution de droits audiovisuels aux sous-licences de droits sportifs ainsi que des prestations techniques), les activités de diversification des régies Outre-mer, et enfin des refacturations hors groupe au titre de la diffusion numérique (GR1 et ROM 1).

M€	2021	2020	Variation 2021/2020
Ressources publiques	2 394,2	2 431,3	-1,5%
Publicité et parrainage	426,5	373,3	+14,3%
Autres	164,3	150,9	+8,9%
Chiffre d'affaires	2 985,0	2 955,5	+1,0%
Chiffre d'affaires constaté d'avance	17,3	-17,8	-197,2%
Total chiffre d'affaires net	3 002,3	2 937,7	+2,2%

Au chiffre d'affaires s'ajoutent les autres produits d'exploitation qui, à 107,8 M€ au 31 décembre 2021 contre 109,7 M€ au 31 décembre 2020, comprennent en particulier des reprises de provisions, notamment sur les programmes et les litiges salariés.

Charges

Les charges d'exploitation s'établissent à 3 140 M€ pour 3 058,1 M€ en 2020, soit une augmentation de 81,9 M€. Cette augmentation est en grande partie liée à la reprise de l'activité suite à la crise sanitaire du Covid-19.

Le coût des programmes achetés s'élève à 1 026,3 M€, en augmentation de 53,4 M€, soit +5,49 %.

Les autres achats et charges externes sont égaux à 595,8 M€. Ils augmentent de 51 M€, soit +9,36 % par rapport à l'exercice précédent.

Les charges de personnel augmentent de 1,4 %.

Les dotations aux amortissements s'élèvent à 119,3 M€, en augmentation de 6,7 M€ par rapport à 2020 (soit +6 %).

Les dotations aux provisions (47,6 M€) sont en diminution de 48,1 M€ par rapport à l'année précédente. Cette baisse est principalement liée à un fort niveau de dotations constatées sur l'exercice précédent au niveau des provisions liées aux litiges d'exploitation et au niveau des provisions pour dépréciation des parts de coproduction des filiales cinéma en raison

4.1.3 Analyse de l'activité

M€	2021	2020	Variation 2021/2020	Variation en %
Ressources Publiques	2 394,2	2 431,3	-37,1	-1,5%
Recettes Publicitaires	293,1	311,3	-18,2	-5,9%
Autres	11,2	29,1	-18,0	-61,7%
Chiffre d'affaires "antennes"	2 698,4	2 771,7	-73,3	-2,6%
Télévision	4,3	3,6	+0,7	+20,1%
Cinéma	6,6	6,2	+0,4	+6,5%
Chiffre d'affaires "producteur"	10,9	9,7	+1,1	+11,5%
France Télévisions Distribution	48,3	41,2	+7,1	+17,2%
France Télévisions Publicité et régies	115,5	46,1	+69,4	+150,5%
Autres	112,0	86,8	+25,2	+29,0%
Chiffre d'affaires "autres activités"	275,8	174,1	+101,7	+58,4%
Total chiffre d'affaires brut	2 985,0	2 955,5	+29,5	+1,0%
Chiffre d'affaires constaté d'avance	17,3	-17,8	+35,1	-197,2%
Total chiffre d'affaires net	3 002,3	2 937,7	+64,6	+2,2%

L'analyse par secteur d'activité fait apparaître des résultats correspondant à un traitement consolidé des comptes.

Coût de grille - M€	2021	2020	Variation 2021/2020	Variation en %
Information nationale	255,0	242,8	+12,2	+5,0%
Sport national	201,4	179,0	+22,4	+12,5%
Programme national	960,6	988,3	-27,7	-2,8%
Programme régional métropolitain	388,4	370,1	+18,3	+4,9%
Programme régional ultramarin	196,6	188,0	+8,5	+4,5%
Numérique	73,3	67,2	+6,1	+9,0%
France Télévisions	2 075,2	2 035,5	+39,8	+2,0%

Le coût de grille consolidé du groupe s'élève à 2 075,2 M€, net des reprises de provisions et produits constatés d'avance sur les droits sportifs, en augmentation de 2 % par rapport à l'exercice 2020.

4.1.4 Bilan, trésorerie et financement

Compte tenu du niveau de résultat, les capitaux propres du groupe s'établissent à 416,5 M€ au 31 décembre 2021.

La capacité d'autofinancement (+81,5 M€), en diminution de 31 M€ par rapport au 31 décembre 2020, n'a pas contribué entièrement au financement des flux d'investissements réalisés en 2021 (116,6 M€ en 2021 soit un montant égal au montant de l'exercice précédent).

La variation du besoin en fonds de roulement entraîne une faible génération de trésorerie de 2,3 M€ sur l'exercice 2021.

La variation conjoncturelle du besoin en fonds de roulement (constatant au 31 décembre 2021 une génération de trésorerie de +2,3 M€), la variation des droits de diffusion acquis (+ 50,1 M€) et l'augmentation du financement du groupe (+15,2 M€) permettent au groupe France Télévisions d'assurer les remboursements d'emprunts prévus sur l'exercice 2021 (23,6 M€). La variation de trésorerie nette est de +8,7 M€ au 31 décembre 2021 (contre +88,6 M€ au 31 décembre 2020).

M€	2021	2020
.....		
Capacité d'autofinancement	81,5	112,5
Variation du besoin en fonds de roulement	52,4	14,6
Investissements Programmes (hors Télévisions)	-24,6	-19,6
Investissements Autres	-92,0	-97,2
Cash flow libre	17,2	10,2
Variation de Trésorerie	8,7	88,6

4.2 Comptes sociaux de France Télévisions SA

4.2.1 Synthèse des comptes sociaux

Les principaux indicateurs financiers de France Télévisions SA concernant l'exercice 2021, résumés ci-dessous, sont mis en regard des éléments de l'exercice 2020.

M€	2021	2020
Ressources publiques	2 394,2	2 431,3
Recettes Publicitaires	324,7	336,7
Autres ventes et prestations de services	117,8	125,8
Chiffre d'affaires	2 836,7	2 893,8
Chiffre d'affaires constaté d'avance	17,3	-17,8
Chiffre d'affaires net	2 853,9	2 876,0
Résultat d'exploitation	-60,9	-31,9
Résultat financier	-13,7	-4,1
Résultat courant	-74,7	-36,0
Résultat exceptionnel	-20,9	43,2
Résultat avant impôts	-95,6	7,2
Résultat net	-80,3	11,2
Capacité d'autofinancement	41,8	65,7

Le tableau suivant fait apparaître des résultats correspondant à un traitement consolidé des comptes de la société France Télévisions S.A.

M€	2021	2020
Chiffre d'affaires	2 488,3	2 492,5
Résultat d'exploitation	-47,6	-32,4
Résultat financier	-1,8	0,4
Résultat courant	-49,4	-32,0
Résultat exceptionnel	3,9	27,7
Résultat avant impôts	-45,5	-4,3
Résultat net	-32,4	-6,5
Capacité d'autofinancement	25,6	54,5

4.2.2 Analyse du compte de résultat

Produits

Par rapport à l'année précédente, le chiffre d'affaires est en diminution de 57,2 M€. L'exercice 2021 est marqué par une diminution de 37,1 M€ des ressources publiques (soit -1,5 %) et par une diminution des recettes de publicité et de parrainage de 12,0 M€ par rapport à l'exercice 2020 (-3,6 %).

Cette diminution des recettes de publicité et de parrainage est pour partie liée au changement de méthode de comptabilisation de ces dernières. Elles sont dorénavant comptabilisées nettes des commissions de régies. Ces dernières représentaient 53,1 M€.

Le chiffre d'affaires relatif aux autres activités comprend les facturations liées aux prestations réalisées dans le cadre des contrats de coproduction, les prestations techniques, ainsi que les sous-licences sur les événements sportifs.

Au 31 décembre 2021, les ressources publiques représentent 84,4 % du chiffre d'affaires.

Au chiffre d'affaires s'ajoutent les autres produits d'exploitation qui, à 1 086,6 M€ au 31 décembre 2021 (contre 1 069,8 M€ au 31 décembre 2020), comprennent en particulier des reprises de provisions sur les programmes et les litiges salariés, ainsi que la production immobilisée.

En conséquence, le total des produits d'exploitation est en diminution de 5,2 M€ entre les deux exercices, soit une quasi-stabilité (-0,1%).

M€	2021	2020	Variation 2021/2020
Ressources publiques	2 394,2	2 431,3	-1,5%
Publicité et parrainage	324,7	336,7	-3,6%
Autres	117,8	125,8	-6,4%
Chiffre d'affaires	2 836,7	2 893,8	-2,0%
Chiffre d'affaires constaté d'avance	17,3	-17,8	-196,8%
Chiffre d'affaires net	2 853,9	2 876,0	-0,8%
Production immobilisée	994,6	993,9	0,1%
Autres Produits	92,0	75,9	21,3%
Total des produits d'exploitation	3 940,6	3 945,8	-0,1%

Charges

Les charges d'exploitation s'établissent à 4 001,5 M€ (contre 3 977,7 M€ en 2020), en augmentation de 23,8 M€.

Le coût des programmes achetés s'élève à 1 032,2 M€ sur l'exercice 2021, montant en diminution de 12,9 M€ par rapport à l'exercice précédent.

Les autres achats et charges externes se montent à 524,3 M€ contre 533,0 M€ sur l'exercice 2020, soit -1,6 %.

Les charges de personnel s'élèvent à 904,3 M€ sur l'exercice 2021 contre 878,4 M€ sur l'exercice 2020, soit une augmentation de 3 %.

Les dotations aux amortissements se décomposent entre amortissements des programmes (1 077,1 M€), en augmentation de 68,7 M€ par rapport à l'exercice 2020 et amortissement des autres immobilisations (86,3 M€), en augmentation de 7 M€ par rapport à l'exercice 2020.

M€	2021	2020
Coûts des programmes achetés	1 032,2	1 045,1
Autres achats et charges externes	524,3	533,0
Impôts et taxes	165,8	173,4
Charges de personnel	904,3	878,4
Dotations aux amortissements	1 163,3	1 087,7
Dotations aux provisions	36,7	97,4
Autres charges d'exploitation	175,0	162,7
Total charges d'exploitation	4 001,5	3 977,7

Résultat

Le résultat d'exploitation de l'exercice 2021 est négatif de 60,9 M€ contre une perte de 31,9 M€ sur l'exercice 2020.

Le résultat financier s'établit à -13,7 M€. Il comprend principalement 15,4 M€ de dividendes reçus des filiales, contre 9,7 M€ en 2020, une dotation aux provisions pour quote-part de situation nette négative de la société France Télévisions SVOD pour un montant de -27,3 M€ et les produits et charges liés à la gestion de la trésorerie.

Le résultat exceptionnel est négatif de 20,9 M€. Il intègre principalement une dotation nette aux amortissements dérogatoires à hauteur de 31,1 M€, des plus-values de cessions sur éléments d'actifs pour un montant de 13,9 M€, des dotations aux provisions pour risques exceptionnel pour un montant de 11,8 M€, une reprise pour utilisation de la provision relative à la reconstitution des effectifs de 18,3 M€ compensée par des coûts de départs pour un montant identique et une reprise de cette même provision pour 8 M€.

Le produit d'impôts sur les sociétés de 15,3 M€ sur l'exercice 2021 correspond principalement au produit d'impôt résultant de l'intégration fiscale.

Compte tenu de ces éléments, le résultat net ressort en déficit de 80,3 M€ contre un bénéfice de 11,2 M€ en 2020.

Résultats et autres éléments caractéristiques de France Télévisions SA relatifs aux cinq dernières années

K€	2017	2018	2019	2020	2021
Capital en fin d'exercice					
Capital social	346 140	346 140	346 140	363 140	378 340
Nombre d'actions ordinaires existantes	17 307 000	17 307 000	17 307 000	18 157 000	18 917 000
Opérations et résultats de l'exercice					
Chiffre d'affaires hors taxes	3 004 429	3 005 530	2 945 665	2 875 977	2 853 929
Résultat avant impôts, participation des salariés et dotations aux amortissements et provisions	1 137 660	1 162 189	1 105 247	1 061 156	1 082 478
Impôts sur les bénéfices	-8 219	-9 050	-12 443	-9 935	-15 297
Participation des salariés due au titre de l'exercice	0	0	0	0	0
Résultat après impôts, participation des salariés et dotations aux amortissements et provisions	-20 980	-127 831	20 919	11 155	-80 256
Résultats par action					
Résultat après impôts, participation des salariés mais avant dotations aux amortissements et provisions	0,0662	0,0677	0,0646	0,0590	0,0580
Résultat après impôts, participation des salariés et dotations aux amortissements et provisions	-0,0012	-0,0074	0,0012	0,0006	-0,0042
Personnel					
Effectif moyen des salariés employés pendant l'exercice	9 842	9 618	9 456	9 021	9 050
Montant de la masse salariale de l'exercice	937 663	952 163	934 151	878 351	904 274

4.2.3 Bilan, trésorerie et financement

Les capitaux propres de France Télévisions SA s'établissent à 170 M€ au 31 décembre 2021.

La capacité d'autofinancement s'élève à 41,8 M€, la variation conjoncturelle du besoin en fonds de roulement entraîne une génération de trésorerie de 8,7 M€ et la diminution du stock de programmes une génération de trésorerie de 67,2, soit une génération de ressources de 117,7 M€.

Les investissements s'établissent à 80,7 M€ en 2021, contre 88,6 M€ l'année précédente, et sont financés par la capacité d'autofinancement et la variation du besoin en fonds de roulement.

Par ailleurs, les cessions des éléments d'actif ont représenté une ressource totale de 5,2 M€.

Au 31 décembre 2021, la trésorerie nette de France Télévisions SA est positive de 141,2 M€.

Enfin, il est précisé que le montant des factures fournisseurs au 31 décembre 2021 non réglées alors que leur date d'émission est antérieure aux conditions groupe – 45 jours fin de mois – et qui correspondent principalement soit à des factures émises en avance de phase par les fournisseurs par rapport au calendrier contractuel, soit à des litiges, s'élève à 50,4 M€.

4.2.4 Information sur les délais de paiement

Conformément à l'article L441-14 du code de commerce, informations sur les délais de paiement des fournisseurs et clients de France Télévisions SA :

Factures reçues et émises non réglées à la date de clôture de l'exercice dont le terme est échu

Article D. 441 I, 1 ^o du Code de commerce: Factures reçues non réglées à la date de clôture de l'exercice dont le terme est échu					
(A) Tranche de retard de paiement	1 à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	91 jours et plus	Total (1 jour et plus)
Nombres de factures concernées	905	404	458	1599	3366
Montant total TTC des factures concernées	19 489 469,00	6 373 454,00	4 242 041,00	20 320 790,00	50 425 754,00
(B) Factures exclues du (A) relatives à des dettes et créances litigieuses non comptabilisées					
Nombres de factures exclues	0				
Montant total des factures exclues	0 €				
(C) Délais de paiement de référence utilisés (contractuel article L 441-6 ou article L 441-3 du Code de commerce ou délai légal - article R.2192-11 2 ^o de la commande publique)					
Délai de paiement utilisé pour le calcul des retards de paiements Délais contractuels : 45 jours fin de mois Délais légaux : 60 jours					

Les factures reçues et non réglées pour cause de compensation ultérieure avec des créances clients (4 082 666 €) et les retenues sur garanties (299 €) ont été retirées des factures.

Article D. 441 I, 2 ^o du Code de commerce: Factures émises non réglées à la date de clôture de l'exercice dont le terme est échu					
(A) Tranche de retard de paiement	1 à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	91 jours et plus	Total (1 jour et plus)
Nombres de factures concernées	0	159	150	228	537
Montant total TTC des factures concernées	0,00	2 386 957,00	4 377 026,00	2 485 634,00	9 247 617,00
(B) Factures exclues du (A) relatives à des dettes et créances litigieuses non comptabilisées					
Nombres de factures exclues	0				
Montant total des factures exclues	0 €				
(C) Délais de paiement de référence utilisés (contractuel ou délai légal - article L 441-6 ou article L 441-3 du Code de commerce)					
Délai de paiement utilisé pour le calcul des retards de paiements Délais contractuels : 45 jours Délais légaux : 45 jours fin de mois					

4.2.5 Utilisation des instruments financiers

France Télévisions SA assume et gère seule les risques de marché du groupe. A ce titre, elle initie des opérations pour couvrir les risques financiers (change, taux) résultant de son activité et de celles de ses filiales.

➤ Instruments et couverture de change

Certains contrats de diffusion, achats de droits sportifs ou de programmes annuels ainsi que certaines dépenses courantes libellés en devises exposent le groupe aux variations défavorables du dollar américain (USD), du franc suisse (CHF), de la livre sterling (GBP), du rouble (RUB) et du yuan (CNY).

France Télévisions SA se prémunit contre son risque de change et éventuellement contre ceux auxquels peuvent être exposées ses filiales.

Ces couvertures sont contractées uniquement par France Télévisions SA. Elles sont réalisées afin de protéger le groupe des variations défavorables des devises en visant à garantir un cours d'acquisition des devises sur des échéances de 12 à 24 mois.

➤ Instruments et couverture de taux d'intérêt

L'endettement net du groupe France Télévisions provient de différents financements immobiliers et d'une avance à long terme consentie par l'Agence France Trésor destinée à financer son plan de transformation.

La construction de l'immeuble Valin, achevée en février 2010, a été financée par un crédit-bail d'une durée de 23 ans porté par la SCI Valin dont le capital restant dû au 31 décembre 2021 est de 21,8 M€.

La majorité du risque de taux réside dans ces crédits-baux immobiliers conclus à taux variable.

France Télévisions a par ailleurs financé l'acquisition des studios de Vendargues réalisée en mars 2020 par un prêt immobilier à taux fixe d'une durée de 15 ans dont le capital restant dû au 31 décembre 2021 est de 9,2 M€.

Enfin, en 2020, France Télévisions s'est également vue octroyer par l'état français via l'Agence France Trésor une avance à long terme de 70 M€ portant intérêt à taux fixe et remboursable au plus tard le 31 décembre 2024, dont le capital restant dû au 31 décembre 2021 est de 50 M€.

France Télévisions gère son risque de taux sur un horizon pluriannuel glissant. Les instruments de couverture de taux mis en place se répartissent entre des opérations fermes (swaps de taux et FRA) et optionnelles (achat de caps, vente de floors) et sont conclues avec des contreparties de premier rang.

Dans le cadre de la couverture de ces natures de risque financier, France Télévisions suit les dispositions prévues au titre de la comptabilité de couverture.

➤ Risque de liquidité

Le service trésorerie groupe est chargé de veiller à ce que le groupe dispose de sources de financement pérennes, en quantité suffisante, et adaptées à son besoin de financement :

- Par une centralisation quotidienne de la trésorerie disponible de l'ensemble des entités du groupe, destinée à minimiser le besoin de financements externes ;
- Par une analyse et une réactualisation périodique des prévisions de trésorerie de l'ensemble des sociétés du groupe ;
- Par la négociation et le maintien permanent d'un encours suffisant de lignes de crédit confirmées avec son pool bancaire.

Le groupe apprécie le risque de liquidité au travers de l'utilisation globale de ses financements confirmés, nette de la trésorerie disponible. Au 31 décembre 2021, le groupe disposait de 220 M€ de lignes de crédit bilatérales confirmées à échéance au 30 juin 2022, par ailleurs tirées à hauteur de 28,8 M€ au 31 décembre 2021.

4.2.6 Prêts interentreprises

Néant

4.2.7 Activité en matière de recherche et développement

Dans un contexte d'évolution des usages et des modes de consommation de contenus audiovisuels, France Télévisions adapte son offre en s'appuyant sur des technologies innovantes générant des dépenses de recherche et de développement. Celles-ci permettent d'obtenir, sur l'exercice 2021, un crédit d'impôts recherche de 124 K€.

4.2.8 Affectation du résultat

Nous vous proposons d'affecter le résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2021 de France Télévisions SA qui se traduit par un déficit de 80 256 473 € en totalité en report à nouveau.

Le compte Report à nouveau débiteur serait ainsi porté de moins 299 135 468 € à moins 379 391 941 €.

Conformément aux dispositions de l'article 243 bis du Code général des impôts, nous vous rappelons qu'il n'a pas été procédé à une distribution de dividendes au titre des trois précédents exercices.

Conformément aux dispositions des articles 223 quater et 223 quinquies du Code général des impôts, nous vous signalons que les comptes de l'exercice écoulé prennent en charge une somme de 54 803 €, correspondant à des dépenses non déductibles fiscalement.

4.2.9 Niveau des capitaux propres

Compte tenu des résultats de l'exercice, les capitaux propres de la société sont devenus inférieurs à la moitié du capital social.

En conséquence, le Conseil d'administration, conformément aux dispositions de l'article L. 225-248 du Code de commerce, devra convoquer l'Assemblée générale extraordinaire des actionnaires dans les quatre mois de la réunion d'approbation des comptes à l'effet de décider s'il y a lieu à dissolution anticipée ou non de la société. Il sera proposé à l'Assemblée générale de décider qu'il n'y a pas lieu à dissolution de la société.

Il est rappelée que si la dissolution n'est pas prononcée, la société est tenue, au plus tard à la clôture du deuxième exercice suivant celui au cours duquel la constatation des pertes est intervenue et sous réserve des dispositions de l'article L. 224-2 de réduire son capital d'un montant au moins égal à celui des pertes qui n'ont pas pu être imputées sur les réserves, si, dans ce délai, les capitaux propres n'ont pas été reconstitués à concurrence d'une valeur au moins égale à la moitié du capital social.

4.2.10 Augmentation de capital

Le capital social de 378 340 000 euros est divisé en 18 917 000 actions dont la valeur nominale est de 20 euros chacune.

Il est proposé à l'Assemblée Générale Extraordinaire de procéder à une augmentation de capital de 14 941 000 d'euros qui permettrait de renforcer les capacités financières de

France Télévisions et contribuerait au déploiement des orientations stratégiques de la société dans le cadre de sa transformation.

Cette augmentation de capital de 14 941 000 d'euros serait réalisée par l'émission de 747 050 actions nouvelles de 20 euros chacune qui pourraient être souscrites en numéraire ou par compensation avec des créances liquides et exigibles détenues sur la Société. Elle viserait à financer les investissements de transformation.

Cette augmentation de capital aurait pour effet de porter le capital social entièrement libéré de 378 340 000 euros à 393 281 000 euros.

Ces actions nouvelles seraient émises au pair et seraient libérées en totalité lors de leur souscription.

Les actions nouvelles porteraient jouissance à compter de la réalisation définitive de l'augmentation de capital.

La souscription des actions nouvelles serait soumise à autorisation par arrêté du Ministre chargé de l'économie en application de l'article 24 de l'Ordonnance n° 2014-948 du 20 août 2014 relative à la gouvernance et aux opérations sur le capital des sociétés à participation publique.

Les statuts modifiés devront être approuvés par décret conformément aux dispositions des articles 47 de la loi 86-1067 modifiée susvisée et des articles 17 et 20 du Décret n° 2009-1263 du 19 octobre 2009 portant approbation des statuts de la société nationale de programme France Télévisions aux termes desquelles les Statuts de France Télévisions sont approuvés par décret et n'entrent en vigueur qu'après approbation par décret.

4.3 Résultats des filiales et participations du groupe

4.3.1 Cinéma et production

4.3.1.1 France 2 Cinéma

En 2021, France 2 Cinéma, poursuivant sa politique de qualité et de diversité, a comptabilisé 8,8 millions d'entrées, avec 26 films sortis, dont trois films dépassant le million d'entrées : *Bac Nord* (plus de 2 218 300 entrées), *Adieu les cons* (près de 2 001 300 entrées dont plus de 1 281 900 entrées en 2021) et *Boîte noire* (plus de 1 182 700 entrées).

Les films coproduits par France 2 Cinéma ont été nominés 30 fois à la 46ème Cérémonie des César et ont reçu sept prix pour *Adieu les cons* d'Albert Dupontel dont le César du Meilleur film, de la Meilleure réalisation et du Meilleur scénario original.

Les films soutenus par France 2 Cinéma ont également été sélectionnés au Festival de Cannes avec six films en Sélection officielle, un à la Semaine de la critique et un à la Quinzaine des réalisateurs.

Parmi les vingt meilleures audiences réalisées par les films français sur France 2, quatorze films, dont neuf inédits, sont des coproductions France 2 Cinéma. La diffusion inédite d'*ibiza*

d'Arnaud Lemort réalise la meilleure audience cinéma de la chaîne en 2021, tous films confondus, avec plus de 5,1 millions de téléspectateurs (23,7 % de part d'audience).

L'obligation d'investissements de France 2 Cinéma s'est élevée en 2021 à 35,5 M€, répartis à hauteur de 16,6 M€ en part producteur et de 18,9 M€ en part antenne, permettant ainsi à la filiale de coproduire 39 films (pour 42 diffusions) dont cinq premiers films, huit seconds films, treize films de réalisatrices et deux documentaires.

Le portefeuille de la société comprend à ce jour 1 135 longs métrages.

Les recettes d'exploitation des films s'établissent en 2021 à 4,4 M€.

4.3.1.2 France 3 Cinéma

Dans un contexte toujours très particulier de crise sanitaire et de baisse de la fréquentation des salles, les 25 films coproduits par France 3 Cinéma sortis en salles en 2021 ont totalisé 5,1 millions d'entrées.

Dix films ont réalisé plus de 200 000 entrées : *Illusions perdues* (837 700 entrées), *Pil* (plus de 460 200 entrées), *On est fait pour s'entendre* (plus de 371 900 entrées), *Délicieux* (plus de 348 700 entrées), *Benedetta* (plus de 338 500 entrées), *La fracture* (plus de 265 200 entrées), *Le tour du monde en 80 jours* (près de 258 800 entrées), *Amants* (plus de 252 100 entrées), *Le sommet des dieux* (plus de 204 400 entrées), *La fine fleur* (plus de 201 900 entrées).

Cette année encore, les coproductions France 3 Cinéma ont été largement remarquées en festival avec cinq César (dont meilleur film d'animation pour *Josep* et meilleure actrice pour Laure Calamy dans *Antoinette dans les Cévennes*) ainsi qu'un Lion d'Or et le Prix Fipresci à la Mostra de Venise pour *L'événement*. Trois films en compétition à Cannes (*Tre Piani*, *Benedetta*, *La fracture* qui obtient la Queer Palm), un film sélectionné à La Quinzaine des réalisateurs (*Quistrehorn*), deux films sélectionnés à la Semaine de la critique (*Petite nature* et *Une jeune fille qui va bien*) et deux films en compétition à Berlin (*Albatros* et *Petite maman*). *Josep* s'est également vu décerner le prix Louis Delluc du meilleur premier film et le Prix Lumière du meilleur film d'animation, et *Mignonnes* a obtenu le Prix Alice Guy.

Diffusé en prime sur France 3, *Les vieux fourneaux* de Christophe Duthuron réalise la meilleure audience de l'année pour un film sur la chaîne toutes cases confondues et le meilleur score depuis juin 2020 avec 14,2 % de part d'audience.

En matière d'investissement en coproduction, le volume des engagements 2021 est de 24,7 M€, répartis à hauteur de 11,3 M€ en part coproducteur et de 13,4 M€ en part antenne, permettant ainsi à la filiale de coproduire 27 films. Toujours dans un objectif de diversité, France 3 Cinéma a soutenu, en 2021, onze premiers et seconds films (soit plus d'un tiers de ses engagements), un documentaire, deux films d'animation et s'est engagée auprès de 36 producteurs et 19 distributeurs différents.

Le portefeuille de la société comprend 966 films à fin 2021.

Les recettes d'exploitation des films s'établissent à 2,2 M€ sur l'année.

4.3.1.3 France.tv studio

Le chiffre d'affaires global de la société s'élève en 2021 à 112,7 M€ contre 99,6 M€ sur l'exercice précédent, soit une augmentation de 13 % principalement due à l'activité de production avec une année de pleine activité qui n'a pas subi d'arrêt tel qu'en 2020 ou de nouveaux programmes comme *Culture box*, *L'Eurovision France*, *L'Eurovision junior*, et à moindre échelle grâce à l'activité de sous-titrage pour sourds et malentendants notamment via le sous-titrage en direct des Jeux olympiques de Tokyo.

Le résultat d'exploitation s'élève à -4,8 M€ en contributif au résultat consolidé groupe (contre -0,3 M€ en 2020).

Le résultat net social atteint 4,3 M€ en 2021 contre 6,9 M€ en 2020. En lien avec l'activité fictions, les crédits d'impôt audiovisuels contribuent au résultat net à hauteur de 9 M€ en 2021 (contre 7,2 M€ en 2020).

En 2021 l'activité de la société France.tv studio se décompose de la façon suivante :

- Production audiovisuelle (87 % du chiffre d'affaires) : France.tv studio intervient, selon les cas, en production déléguée ou en production exécutive. En 2021, France.tv studio a produit principalement des fictions dont le feuilleton quotidien *Un Si Grand Soleil*, des documentaires (*Le monde de Jamy*, *Dans les yeux d'Olivier*, *Affaires sensibles*, ...), des magazines dont le programme quotidien *Télématin*, *Culture box*, *C'est toujours pas sorcier*, *Passages des arts* (passé en hebdo depuis septembre 2021), ... ou encore des événements tels que *L'Eurovision France* et *L'Eurovision junior*, et ainsi que des plateaux et des habillages totalisant un peu plus de 1 455 heures de programmes (en diminution par rapport à 2020 qui totalisait 1 812 heures, ce qui est lié pour l'essentiel aux programmes de flux diffusés durant le premier confinement et non reconduits tels que *Profs*, *Jouons à la maison*, *Restons en forme...*).
- Sous-titrage pour sourds et malentendants (11 % du chiffre d'affaires) : à fin 2021, France.tv studio sous-titre l'intégralité des programmes nationaux de France 2, France 3, France 4 et France 5, environ six heures par jour pour la chaîne franceinfo et différents contenus TV et web hors groupe.
Le chiffre d'affaires et le nombre d'heures livrées augmentent par rapport à 2020, ce qui est notamment dû au sous-titrage en direct des Jeux olympiques de Tokyo, à l'augmentation du sous-titrage sur franceinfo (impact année pleine sur 2021 après le passage de 2h15 à 6h/jour fin août 2020) et à la poursuite de la diffusion de la chaîne France 4, qui font plus que compenser l'arrêt de la chaîne France Ô au cours de l'été 2020. Cette activité représente environ 20 000 heures sous-titrées en 2021 (dont 5 300 heures hors groupe) contre 18 500 heures en 2020 (dont 5 400 heures hors groupe).
- Multilingue (2 % du chiffre d'affaires) : cette activité regroupant le doublage, l'audio-description et le sous-titrage multilingue (en langue étrangère ou en français) est constituée à environ 73 % de clients hors groupe.
La forte augmentation du chiffre d'affaires 2021 (+41 % par rapport à 2020), est principalement due aux doublages initialement prévus sur 2020 mais reportés sur

2021 du fait de l'arrêt total de l'activité durant les deux mois du premier confinement, mais aussi grâce à la reprise de l'activité d'audio-description groupe.

4.3.1.4 France.tv presse

France.tv presse, filiale à 100 % de France.tv studio, a vocation à produire des programmes d'informations ayant fait l'objet d'un traitement journalistique préalable.

Sa création fin février 2021 a permis de démarrer une activité au cours du trimestre suivant et de livrer ses premiers programmes au dernier trimestre 2021, parmi lesquels les magazines *Envoyé spécial* et *Feuilleton 13h15*.

La société France.tv presse affiche en 2021 un résultat d'exploitation et un résultat net proches de l'équilibre.

4.3.1.5 Les Tontons Truqueurs

La société Les Tontons Truqueurs, créée en janvier 2016, a pour principale activité la prestation de service pour le cinéma et l'audiovisuel, et plus particulièrement la conception d'effets spéciaux qu'elle a notamment mis en œuvre sur le feuilleton quotidien *Un si grand soleil* depuis la première saison qui a vu le jour en 2018.

En avril 2021, la société Les Tontons Truqueurs devient une filiale de France.tv studio grâce à une prise de participation au capital à hauteur de 85 %.

Le résultat d'exploitation et le résultat net sont à l'équilibre en 2021.

4.3.2 Publicité

4.3.2.1 France Télévisions Publicité

France Télévisions Publicité commercialise les espaces publicitaires de France 2, France 3, France 4, France 5, de chaînes thématiques extérieures à France Télévisions, de chaînes internationales et de sites internet.

Depuis août 2021, France 4 ne diffuse plus de publicité classique.

En 2021, le remplissage des écrans publicitaires des chaînes France 2, France 3 et France 5 est resté à un niveau élevé malgré la crise du Covid-19. L'absence d'écrans publicitaires après 20 heures constitue toujours un réel handicap pour France Télévisions Publicité. Les annonceurs continuent à concentrer leurs investissements, non seulement sur une ou deux régies pour favoriser la négociation et générer des économies, mais également, essentiellement après 20 heures, pour rechercher la puissance des écrans. Ainsi en 2019, la part des investissements après 20h était de 57 % contre 52% en 2012. Ce mouvement a continué en 2021 et impacte défavorablement les recettes publicitaires du groupe.

La forte reprise économique ainsi que la diffusion des Jeux olympiques d'été de Tokyo ont permis de largement dépasser les objectifs de recettes de publicité et de parrainage des chaînes et services numériques de France Télévisions en 2021.

La régie a déployé une politique volontariste de reprise de valeur qui s'est traduite par une hausse de son prix net seconde (PNS) de 13 %. Elle a su attirer de nouveaux annonceurs en particulier grâce à ses innovations (plateforme d'achat, première régie publicitaire à diffuser des campagnes en TV adressée) et à sa capacité à valoriser les événements sportifs et les nouvelles opportunités (publicité pour le cinéma).

Le chiffre d'affaires des services de télévision de France Télévisions a progressé d'environ 13 % par rapport à 2020. Le chiffre d'affaires des sites et plateformes numériques de France Télévisions a quant à lui augmenté de 30 % vs 2020, notamment grâce au développement des ventes programmatiques et une monétisation record des événements sportifs tant en volume de CA qu'en valeur (CPM).

Les recettes publicitaires globales de France Télévisions Publicité ont fortement augmenté en 2021 (+15 % vs 2020) mais un changement de comptabilisation (net de commissions de régie) ne permet pas d'afficher cette croissance dans le compte de résultat par rapport à l'année dernière. Le chiffre d'affaires social 2021 s'élève à 424,9 M€ (vs 419,9 M€ en 2020) et le résultat d'exploitation contributif au résultat consolidé groupe s'établit à 15 M€ (vs 7,9 M€ en 2020).

Le résultat net social est bénéficiaire de 10,7 M€ (vs 5,7 M€ en 2020).

4.3.2.2 France Télévisions Publicité Conseil

N'étant pas gérée directement par France Télévisions Publicité, compte tenu du cadre réglementaire spécifique applicable aux activités d'achat d'espaces publicitaires, l'activité de production relève de la société France Télévisions Conseil.

Le chiffre d'affaires social de France Télévisions Conseil s'élève à 4,3 M€ en 2021 (vs 4,1 M€ en 2020), provenant essentiellement des ventes de billboards et de refacturations.

Le résultat d'exploitation contributif au résultat consolidé groupe est bénéficiaire de 0,8 M€ (vs 0,6 M€ en 2020).

4.3.2.3 France Télévisions Publicité Inter-Océans

France Télévisions Publicité Inter-Océans assure notamment, en tant que régie exclusive, la commercialisation des espaces publicitaires et de parrainage d'Outre-mer 1^{ère} sur les sites de Guadeloupe, Martinique, Guyane, Réunion, Mayotte, Polynésie Française, Nouvelle Calédonie et Wallis et Futuna. France Télévisions Publicité Inter-Océans commercialise également les espaces publicitaires de différents autres supports (radio, télévision, numérique ...) dans certains sites d'Outre-mer. Le nom commercial utilisé pour regrouper ces différentes activités est France Télévisions Publicité Outre-mer.

L'activité de France Télévisions Publicité Inter-Océans a également fortement progressé de près de 18 %, malgré un contexte sanitaire et social difficile.

Le chiffre d'affaires social 2021 de France Télévisions Publicité Inter-Océans, également impacté par un changement de méthode comptable (net de commissions de régie), s'est élevé à 18,7 M€ vs 21,3 M€ en 2020.

France Télévisions Publicité Inter-Océans affiche un résultat d'exploitation contributif au résultat consolidé groupe en bénéfice de 0,8 M€ (vs -0,1 M€ en 2020).

4.3.3 Chaînes thématiques

4.3.3.1 Partenariat avec le groupe Canal+ : Planète+ Crime Investigation

La société Planète+ Crime Investigation, détenue à 66 % par le groupe Canal+ et à 34 % par France Télévisions, produisait le signal des chaînes Planète+ Thalassa et Planète+ Crime Investigation éditées et commercialisées par la SAS Planète Câble.

Canal+ et France Télévisions ont choisi d'un commun accord d'arrêter la chaîne Planète+ Thalassa à compter du 31 décembre 2015, chaque groupe souhaitant reprendre possession de son univers éditorial et de marque.

Lancée en 2007, Planète+ Crime Investigation compte 5,5 millions d'abonnés en France fin 2021 (satellite, câble et ADSL).

La chaîne Planète+ Crime Investigation est, à compter du 1^{er} janvier 2016, la seule chaîne dont la société Planète+ Crime Investigation assure la production du signal pour le compte de la SAS Planète Câble.

Au cours de l'exercice 2021, le résultat net de Planète+ Crime Investigation a légèrement décru, passant de 0,4 M€ en 2020 à 0,6 M€ en 2021, et ce, malgré la croissance de 0,2 M€ du chiffre d'affaires.

Aucun fait significatif n'est à relever au cours de cet exercice.

4.3.3.2 Euronews

Euronews est un média d'information internationale en continu, reçu dans environ 400 millions de foyers dans 160 pays, par câble, satellite, télévision terrestre et offre IPTV. Par ailleurs, elle dispose d'une gamme complète d'applications pour mobiles et tablettes.

Euronews couvre l'information internationale avec une perspective européenne, en 15 langues. En Europe⁴⁴, la marque Euronews s'est imposée et est connue de 51 % des européens. Chaque mois, elle est suivie par 145 millions d'individus dans le monde (TV + digital).

Euronews a lancé Africanews en avril 2016, le premier média panafricain indépendant et multilingue, désormais distribué dans 50 pays en Afrique et au-delà.

Euronews a lancé en 2018 de nouveaux journaux présentés. Depuis deux ans, Euronews a investi dans le digital et a notamment développé quatre verticales thématiques, attirant

⁴⁴ Source audience : Global Web Index (2021)

ainsi de nouvelles audiences et de nouveaux revenus : Euronews Green, Euronews Travel, Euronews Next et Euronews Culture. Distribuée dans près de 70 % des foyers européens, Euronews continue de renforcer sa couverture des affaires européennes, avec le lancement prévu en 2022 de « My Europe », une offre éditoriale digitale disponible en six langues permettant à ses audiences d’approfondir leur connaissance des questions européennes. Euronews a également continué à développer son offre de contenu original avec de nouveaux programmes, comme « Euronews Witness », qui donne la parole aux femmes et aux hommes qui vivent dans des situations de crises mondiales, en Europe et au-delà.

Au 31 décembre 2021, le capital d’Euronews SA est détenu à 88 % par Media Globe Networks. Le reste de l’actionnariat se répartit principalement entre 20 chaînes de télévision européennes et du bassin méditerranéen et par des collectivités locales ou assimilées dont La Métropole de Lyon, Département du Rhône et Région Auvergne Rhône-Alpes. Parmi les groupes audiovisuels publics, les principaux sont (par ordre alphabétique) : France Télévisions (France), RAI (Italie), RTR (Russie), SSR (Suisse) et SNRT (Maroc).

4.3.3.3 Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure l’audience des médias et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Médiamétrie développe ses activités en France et à l’international sur la télévision, la radio, l’internet, le cinéma et le cross média.

Médiamétrie SA a terminé l’année 2021, deuxième année consécutive marquée par la crise sanitaire liée à la Covid-19, avec un chiffre d’affaires de 104,8 M€.

Le résultat d’exploitation après intéressement est supérieur à celui de 2020 en raison de la maîtrise des charges opérationnelles fixes et variables.

Parmi les faits marquants de l’année 2021, on note plusieurs évolutions de services et notamment :

- Le nouveau dispositif de mesure de la Radio « EAR » avec :
 - o Une enquête téléphonique optimisée pour la mesure d’audience de référence au niveau national et au niveau local (100 000 interviews) ;
 - o La préparation du panel automatique permanent (AIP) pour la mesure des comportements d’écoute radio sur plusieurs jours en remplacement du panel radio actuel ;
- Les premiers développements de la mesure de l’audience de la télévision sur les écrans digitaux ;
- Les premières mesures de la TV segmentée.

4.3.4 Développements et divers

4.3.4.1 France Télévisions Distribution

L’unité de diversification du Groupe France Télévisions propose une offre de programmes, de partenariats et de produits dérivés dans les domaines de l’audiovisuel, de la musique,

du cinéma et des spectacles. France Télévisions Distribution travaille avec les producteurs et avec France télévisions afin de maximiser les revenus de leurs programmes dans l'hexagone et partout dans le monde.

La filiale a réalisé en 2021 un chiffre d'affaires de 51,2 M€, un résultat d'exploitation de 6,1 M€ en contributif groupe (vs 2,1 M€ en 2020) et un résultat net de 4,4 M€, en hausse de 2,8 M€ par rapport à celui de 2020.

Son activité 2021 a été marquée par un environnement en forte mutation :

- L'environnement réglementaire, avec l'adoption en 2021 de nouveaux décrets (TNT, SMAD, etc...)
- L'environnement de marchés, dont la mutation a encore été accélérée par la pandémie : l'explosion des streamers SVOD et AVOD, la digitalisation des marchés (chute des ventes physiques de DVD et de CD), la chute de fréquentation des spectacles vivants, les problèmes de frets influant sur la licence, etc...
- Et en matière d'organisation interne, afin de faire face aux problématiques liées à la crise sanitaire.

Dans ce contexte, la filiale s'est adaptée afin de profiter de chaque opportunité et a réalisé une forte croissance de son activité sur pratiquement tous ses métiers :

- La Distribution de droits à l'international, devenu le cœur de métier de France Télévisions Distribution, progresse de 20 %. Pour rappel, ce pôle rassemble les activités de commercialisation des droits linéaires et non linéaires sur les marchés français et internationaux, en s'appuyant particulièrement sur le savoir-faire de la création française dans tous ses genres, mais avec un accent particulier sur la fiction. En 2021, France Télévisions Distribution a réalisé la première vente européenne d'une série à HBO aux Etats-Unis avec *Laetitia* et le format de *Dix Pour Cent* a été vendu dans plus d'une dizaine de pays. Malgré la pandémie, les ventes de long-métrages ont été conséquentes, entraînées par le succès de *Quistreham* vendu dans le monde entier.
- Le pôle des Droits Dérivés continue de faire rayonner les marques à travers plus d'une trentaine de propriétés, que sont *Peppa Pig*, *Pyjamasques*, *Monsieur Madame*, ou encore *Silence ça pousse*, et progresse de 30 %.
- Le pôle Divertissement a connu un ralentissement sur son activité des partenariats Musique & Spectacle en raison du contexte sanitaire (fermeture des salles puis forte baisse de fréquentation) mais les recettes des coéditions musicales ont battu un nouveau record grâce à la nouvelle librairie musicale, *France.tv Synchro*.
- Le pôle de Vidéo (physique et numérique), ancien cœur de métier de France Télévisions Distribution, a progressé tant sur le segment physique, à contre-courant de la baisse du marché, que sur le numérique (AVOD).
- Une croissance à nouveau significative des revenus des parts de coproductions et droits à recettes de France Télévisions.

4.3.4.2 France Télévisions SVOD

En août 2019, France Télévisions a pris une participation dans SALTO GESTION (gérant de SALTO) et dans SALTO conformément aux accords entre TF1, M6 et France Télévisions.

Le projet SALTO a reçu l'autorisation de l'Autorité de la concurrence le 12 août 2019.

L'offre SALTO est officiellement lancée le 20 octobre 2020. S'agissant de sa distribution, SALTO est proposée à ce jour dans différents environnements OTT (web, app, dongles Chromecast et Amazon Fire TV stick), sur les box OTT de Free et sur un parc croissant de téléviseurs connectés (« smart TV »). Dans l'environnement des opérateurs FAI, SALTO n'est présente - depuis le premier semestre 2021 - que chez Bouygues Telecom, faute d'accord de distribution avec les trois autres opérateurs.

Enfin, depuis avril 2021 et dans le cadre d'une expérimentation autorisée par le CSA pour une durée de six mois, SALTO a été accessible sur le canal 51 de la TNT sur certaines gammes de téléviseurs compatibles HbbTV.

Le résultat d'exploitation contributif de France Télévisions SVOD au résultat consolidé du groupe s'élève à 1,1 M€ pour 2021 (vs -0,3 M€ en 2020).

4.3.4.3 SALTO et SALTO Gestion

Suite à l'avis favorable du CSA en date du 17 juillet 2019 et à l'autorisation rendue par l'Autorité de la Concurrence le 12 août 2019, les groupes France Télévisions, TF1 et M6 ont créé le 13 août les sociétés SALTO et SALTO Gestion détenues à parts égales par chacun des groupes.

Après la réussite du lancement commercial du service en octobre 2020, SALTO a accéléré en 2021 sa stratégie de conquête de parts de marché en initialisant son offre sur les box Bouygues Telecom à compter du mois de mai 2021 et en développant notamment sa présence sur de nombreuses marques de téléviseurs connectés (Samsung, LG, Sony, Hisense).

SALTO propose une offre de télévision enrichie, destinée au public français, qui réunit le meilleur de la création française et des plus grandes marques de programmes :

- De grands événements incontournables, des saisons intégrales, des avant premières, des US+24, des séries inédites et « originals »,
- Tous types de programmes : information, fiction, animation, documentaire, magazines, jeux, spectacle vivant, cinéma, divertissements, musique,
- Le direct des chaînes de TV et leur *replay* allongé,
- Un catalogue avec des nouveautés audiovisuelles et cinéma chaque mois en version française ou version originale sous-titrée.

Le recrutement à fin décembre est inférieur au plan d'affaires du fait du retard du lancement commercial sur le parc Bouygues Telecom (prévu initialement en février) et d'un taux de désabonnement plus élevé qu'attendu du fait d'un profil client majoritairement jeune (moins de 35 ans).

Les profils actifs consomment en moyenne 118 minutes par jour.

Le résultat d'exploitation contributif de SALTO SNC au résultat consolidé du groupe France Télévisions s'élève à -27,8 M€ pour 2021 (vs -10,9 M€ en 2020).

SALTO Gestion, gérante de la société SALTO SNC, affiche un résultat d'exploitation contributif au résultat consolidé du groupe à l'équilibre, équivalent à 2020.

4.3.4.4 Société de gestion du réseau R1 (GR1)

La société GR1 a pour objet d'assurer ou de faire assurer, pour le compte des éditeurs titulaires du droit d'usage du réseau de fréquences R1 (notamment les chaînes de France Télévisions à l'exception de France 5), l'ensemble des opérations techniques nécessaires au multiplexage, à la transmission et à la diffusion auprès du public de leurs programmes par voie hertzienne terrestre en mode numérique. Les chaînes diffusées par GR1 sont France 2, France 3 (qui décroche sur les parties régionales ou locales en fonction des zones et selon les horaires de décrochages programmés), France 4, Culturebox et franceinfo. Selon les zones, GR1 diffuse également les chaînes locales autorisées par l'ARCOM.

Les événements majeurs dans la vie de GR1 de la TNT sont, en 2021 :

- La mise en œuvre d'une chaîne temporaire dédiée à la Culture, au 1^{er} février 2021 : Culture Box. La ressource nécessaire à cette nouvelle chaîne HD a été rendue disponible en repassant France Info et France 4 en SD ;
- La pérennisation de France 4 comme chaîne dédiée aux enfants et de Culture Box en septembre 2021. Ces deux chaînes sont diffusées en HD et partagent la même ressource. France 4 diffuse ses programmes entre 6h et 20h30 et Culture Box prend ensuite le relais ;
- Le passage de France Info en HD à la suite de l'opération précédente ;
- Les mises en concurrence: plus de 750 émetteurs ont été remis en concurrence en 2021 ;
- La poursuite des adaptations du réseau de diffusion pour faciliter la diffusion des matinales France 3 / France Bleu ;
- La liquidation judiciaire des télévisions locales du groupe ViàGroupe (anciennement Médias du Sud (Montpellier, Nîmes, Toulouse, Perpignan) dont l'activité a été reprise par le groupe de presse La Dépêche du Midi.

En 2021, le chiffre d'affaires social s'élève 35,1 M€ et le résultat d'exploitation contributif au résultat consolidé groupe s'élève à 1,5 M€ (vs 0,5 M€ en 2020).

4.3.4.5 Réseau Outre-mer 1 (ROM1)

La société ROM1 a pour objet de faire assurer les opérations techniques nécessaires à la transmission et à la diffusion auprès du public des programmes des éditeurs de services de télévision par voie hertzienne terrestre en mode numérique, titulaires du droit d'usage de la même ressource radioélectrique sur chacun des départements et territoires d'Outre-mer ainsi qu'en Nouvelle Calédonie. Les chaînes diffusées par ROM1 sont : la télévision locale propre à la collectivité territoriale de France Télévisions, par exemple Guadeloupe la Première en Guadeloupe, France 2, France 3, France 4, Culture Box, France 5, Arte, et selon les collectivités entre zéro et deux chaînes locales privées autorisées par l'ARCOM.

Les évènements majeurs dans la vie du réseau ROM1 à l'Outre-mer en 2021 sont :

- Le maintien de France 4 associée à Culture Box qui se partagent une ressource en SD dans le multiplex ROM1 (selon les mêmes modalités temporelles que dans l'hexagone) ;
- Des actions judiciaires ont été engagées par ROM1 contre les télévisions locales privées afin d'obtenir le recouvrement des créances ;
- La prolongation d'un an du marché de diffusion sur l'ensemble des lots. Ce marché sera remis en concurrence en 2022 ;
- Le dispositif d'occultation des émissions politiques pendant la période réserve du référendum d'autodétermination en Nouvelle Calédonie de décembre 2021 conformément au code électoral.

En 2021, le chiffre d'affaires social est de 18,8 M€. Le résultat d'exploitation contributif au résultat consolidé groupe est bénéficiaire de 0,8 M€ (vs 0,4 M€ en 2020).

4.3.5 Immobilier et services

4.3.5.1 Société Civile Immobilière France Télévisions (SCI)

En 2021, la SCI France Télévisions a exercé l'option du crédit-bail qui lui a permis de devenir propriétaire de la Maison France télévisions le 29 janvier 2021. L'activité de la société consiste toujours en la gérance de la Maison de France Télévisions, dont la SCI est propriétaire depuis le 29 janvier 2021 et qu'elle loue à France Télévisions.

Le chiffre d'affaires social s'élève à 24,6 M€. Un nouveau bail commercial de neuf ans a pris effet le 1^{er} avril 2021 sur la base des prix du marché.

4.3.5.2 Société Civile Immobilière Valin (SCI)

La SCI Valin est crédit-preneur de l'immeuble Valin loué à France Télévisions depuis 2011.

Le chiffre d'affaires social s'élève à 3,7 M€. Un nouveau bail de neuf ans a pris effet le 1^{er} avril 2019 sur la base des prix du marché. Les loyers de crédit-bail sont conformes aux prévisions, le niveau des taux de crédit demeurant stable et peu élevé.

4.3.5.3 France Télévisions Gestion Immobilière (SAS)

L'activité de la société consiste en la gérance de l'immeuble Jean-Baptiste Clément dont elle est propriétaire à Boulogne-Billancourt, qui est loué à France Télévisions Publicité.

Le chiffre d'affaires social de 1,7 M€, constitué des loyers de l'immeuble Jean Baptiste Clément, demeure conforme aux prévisions, tandis que les charges d'exploitation sont restées stables.

4.3.5.4 Papangue Immo (SASU)

Papangue Immo est entrée dans le périmètre de consolidation globale de France Télévisions en janvier 2017. Depuis cette date France Télévisions en est l'actionnaire unique.

Papangue Immo est crédit bailleur envers France Télévisions du terrain et du bâtiment qu'occupe Réunion 1^{ère} à Saint Denis, le crédit-bail s'achevant en juin 2023.

Le chiffre d'affaires social de 0,8 M€ est constitué des loyers de crédit-bail facturés à France Télévisions. Les charges d'exploitation sont essentiellement constituées des amortissements de l'immeuble et des taxes, le tout pour un montant de 0,9 M€. Un résultat exceptionnel de 5,4 M€ est constaté suite à l'abandon par le créancier fiscal de sa créance selon les modalités de l'opération de défiscalisation Girardin.

4.3.6 Sociétés audiovisuelles publiques détenues à la demande de l'Etat

4.3.6.1 Arte France

ARTE, groupe culturel à vocation européenne, a enregistré en 2021 de très bons résultats, preuve de l'adhésion du public à sa stratégie de développement d'un bouquet européen : antenne, numérique, réseaux sociaux ; au plus près des usages et des territoires et dans les langues maternelles tant que cela est possible.

En 2021 :

- ARTE France a obtenu une contribution à l'audiovisuel public (CAP) en baisse de 2 M€ par rapport à 2019, à 273,3 M€ HT, dans le cadre de la trajectoire de réduction des dépenses publiques fixée en 2018. S'y ajoute une contribution exceptionnelle de 5 M€ issue des crédits budgétaires affectés au plan « France relance ». Le total de la ressource publique atteint donc 278,3 M€.
- Les programmes demeurent un axe stratégique prioritaire et les investissements s'établissent à 151,3 M€ (plan de production et d'achats), ce qui représente une baisse de 0,3 M€ par rapport à 2020. ARTE France continue de privilégier la production d'œuvres de création originale européenne cinéma, fictions, documentaires et spectacles.
- Les audiences antenne et numérique sont en croissance significative grâce à l'effort constant en faveur de l'éditorial. L'audience antenne établit un nouveau record à 2,9 % en France et 1,3 % en Allemagne. Le numérique continue d'attirer un public de plus en plus nombreux avec un résultat de 153 millions de vidéos vues en moyenne sur l'année 2021 soit +12 % par rapport au niveau de l'année 2020 et +70 % par rapport à 2019.
- Ces résultats s'appuient également sur une politique de communication efficace, permettant d'assurer les actions indispensables de promotion éditoriale des programmes d'ARTE à la fois sur les médias classiques et sur les réseaux numériques. Les nombreux prix obtenus dans les festivals audiovisuel, cinéma, numérique, jeux vidéo et radio en France, en Europe et à l'international confortent cet élan éditorial et l'image de qualité des programmes d'ARTE auprès du public.

- ARTE maintient par ailleurs une certaine agilité numérique pour innover au sein de ses offres et sur les plateformes tierces, dont la capacité de diffusion ne cesse de croître :
 - o En étant présent sur tous les supports, auprès de tous et dans tous les territoires grâce à une stratégie de distribution large mais raisonnée et en innovant en matière d'usages (droits longs, replay anticipé, visionnage des programmes hors connexion) ;
 - o En investissant 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.
- L'ancrage européen de la chaîne culturelle ARTE se matérialise en outre par la forte progression de l'audience captée hors de la France et de l'Allemagne et qui atteint en 2021 une moyenne de 31 millions de vidéos vues.

4.3.6.2 TV5 Monde

A la demande de l'Etat, France Télévisions est redevenue, depuis le 23 mai 2013, l'actionnaire principal de TV5MONDE, avec 49 % des actions en lieu et place de France Médias Monde, qui conserve 12,64 % du capital de la société.

TV5MONDE est l'un des plus grands réseaux mondiaux de télévision. Ses chaînes francophones sont distribuées dans plus de 200 pays et territoires dans le monde auprès de 404 millions de foyers effectivement raccordés, et portées dans des offres spécifiques d'opérateurs au travers de 440 millions d'abonnements mobiles dans le monde, majoritairement en Asie.

L'offre de TV5MONDE se compose de :

- Huit chaînes généralistes continentales ou sous continentales ;
- Deux chaînes thématiques accessibles à 80 millions de foyers : Tivi5 Monde, la chaîne jeunesse présente aux Etats-Unis et sur le continent africain, TV5MONDE Style HD, la chaîne d'art de vivre à la française à destination des régions Asie/Pacifique, Afrique, Maghreb/Moyen-Orient/Golfe arabique et aux Etats-Unis ;
- Les programmes de TV5MONDE sont sous-titrés en 13 langues ;
- D'éditions et de services numériques (520 millions de vidéos vues en 2021) dont une offre langue française avec une application dédiée à l'apprentissage du français ;
- D'une plateforme gratuite, francophone et mondiale : TV5MONDEplus, lancée en septembre 2020.

2021 est la première année du plan stratégique quadri-annuel (2021-2024) qui contient deux nouveaux axes de développement prioritaires : favoriser la découvrabilité des programmes francophones grâce au développement et à l'enrichissement de l'offre TV5MONDEplus et sensibiliser les publics aux enjeux environnementaux avec TV5MONDE chaîne de la planète.

TV5MONDEplus, avec un catalogue de plus de 6 600 heures à fin 2021, propose une offre régionalisée, accessible depuis plus de 200 pays et territoires (hors Chine et Pays-Bas à ce jour pour des raisons de marchés). En 2021, la plateforme comptabilise 18 millions de visites et 7,5 millions de vidéos démarrées.

Valeur fondamentale de TV5MONDE, le développement durable passe par la sensibilisation des publics aux enjeux environnementaux avec plusieurs initiatives en 2021 : création d'un label « chaîne de la planète » pour tous les programmes dont le sujet principal est lié au développement durable et mise en place, depuis février 2021, d'une nouvelle case hebdomadaire de 52 minutes dans les grilles de programmes, baptisée Oxygène, qui propose des documentaires et magazines historiques, culturels ou sociétaux en lien avec les thèmes environnementaux majeurs.

En 2021, la chaîne poursuit sa coopération avec l'Afrique et notamment son accompagnement de la production africaine en intervenant en préachat et en coproduction, en particulier s'agissant de séries et de fictions, et plus seulement en achat. Elle accompagne également, sur le linéaire et le non-linéaire, les programmes financés par le fonds OIF TV5MONDEplus.

Les audiences cumulées hebdomadaires (mesurées seulement sur 24 pays, soit plus de 40 % de la distribution) s'établissent, pour les huit chaînes généralistes et la chaîne jeunesse à 59,2 millions de téléspectateurs contre 59,1 millions lors de la précédente mesure.

En 2021, TV5MONDE a réalisé des records d'audience historiques sur le numérique avec plus de 109 millions de visites. TV5MONDE rassemble sur les réseaux sociaux une communauté de plus de 17 millions de membres.

L'équilibre budgétaire est de nouveau atteint en 2021.

4.4 Participation des salariés au capital

Conformément aux dispositions de l'article 47 de la loi 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, l'Etat détient directement la totalité du capital des sociétés France Télévisions. En application de l'article L 225-102 du Code de commerce, il est précisé que les salariés ne détiennent aucune participation au capital de la Société.

4.5 Evénements intervenus depuis la clôture de l'exercice

Le début de l'année 2022 a été marqué par une cinquième vague de crise sanitaire (Covid-19). Elle a, à nouveau, généré la mise en place d'une organisation adaptée pour nos journaux d'information au siège et en régions, et la réalisation des activités en télétravail d'une partie importante des équipes de France Télévisions, en particulier des équipes support. Cette cinquième vague n'a pas eu de conséquence pouvant avoir un impact sur les comptes 2021.

Dans le contexte de la réforme de la contribution à l'audiovisuel public, des travaux sont en cours entre l'entreprise et l'Etat pour définir les objectifs et les moyens de France Télévisions

au-delà du 31 décembre 2022, et assurer ainsi les conditions de sa continuité d'exploitation. Les nouvelles modalités de financement associé seront précisées dans les prochains mois.

En mai 2021, les groupes TF1 et M6 ont annoncé leur entrée en négociations exclusives en vue de fusionner à l'horizon fin 2022. Cette opération est soumise à l'avis de l'ARCOM et à l'autorisation de l'Autorité de la concurrence, qui devrait rendre sa décision à l'automne 2022.

La perspective d'une fusion entre les deux associés de France Télévisions au sein de Salto modifierait très substantiellement l'équilibre de gouvernance paritaire qui avait présidé au lancement de Salto.

Compte tenu des incertitudes que ce contexte fait peser sur la gouvernance future de Salto, des discussions ont été engagées entre France Télévisions, TF1 et M6 en vue de définir les nouveaux contours de l'actionnariat de Salto en cas de réalisation de la fusion ainsi que les modalités de contribution de France Télévisions au financement du projet dans cette perspective. Ces discussions sont toujours en cours au moment de l'arrêté de comptes 2021.

Dans le cadre de la guerre en Ukraine, il est prématuré d'en apprécier l'impact dans les comptes de France Télévisions.

Nous n'avons pas connaissance d'autres faits exceptionnels et litiges en cours à ce jour susceptibles d'avoir d'incidence significative sur les comptes consolidés du groupe France Télévisions au-delà des provisions constituées et des informations déjà données au sein de ce document.

4.6 Evolution prévisible de la situation du groupe et perspectives d'avenir

Le Conseil d'Administration de France Télévisions a approuvé, le 14 décembre 2021, un budget prévisionnel 2022 à l'équilibre sur son exploitation, pour la septième année consécutive.

Ce budget traduit les priorités stratégiques et la poursuite de la modernisation de l'entreprise dans le contexte nouveau généré par deux années de crise sanitaire :

- Accélération de la transformation numérique, pour améliorer l'expérience utilisateur et développer les offres de contenus de la plateforme france.tv notamment. Depuis 2018, les dépenses numériques auront été multipliées par deux, pour atteindre 200 M€ en 2022 ;
- Renforcement de la place de l'information de service public dans le débat démocratique, en année d'élection présidentielle ;
- Consolidation de la qualité des contenus et renouvellement de l'offre culturelle, avec notamment le maintien du canal 14 et des investissements dans la création audiovisuelle et cinématographique à hauteur d'environ 500 M€ par an ;

- Développement de l'offre de proximité avec une hausse du budget 2022 pour accélérer la régionalisation de France 3 et la visibilité des Outre-mer ;
- Enrichissement des offres à destination des enfants et des jeunes adultes.

En parallèle, le groupe poursuit ses efforts de gestion pour absorber, pour la cinquième année consécutive, une baisse des concours publics (-14 M€ en 2022 et -191 M€ sur cinq ans) et les dépenses dues au maintien de France 4 et Culturebox. Cette gestion rigoureuse s'articulera en 2022 autour de trois axes :

- Un objectif ambitieux en matière de ressources propres, notamment les ressources publicitaires et le développement de la production interne au sein de la filiale France.tv studio ;
- Une diminution des coûts de structure ;
- La poursuite des efforts de productivité ;
- Une optimisation de la programmation et de la production des programmes afin de financer le maintien du canal 14 en année pleine et de maintenir les investissements dans la création audiovisuelle et cinématographique à un niveau élevé.

Outre la poursuite de ces efforts structurels de gestion, la situation économique de l'entreprise est équilibrée grâce au dynamisme de ses activités commerciales et à la dotation exceptionnelle accordée dans le cadre du Plan de relance (45 M€, répartis sur 2021 et 2022) permettant à l'entreprise de faire face aux impacts de la crise sanitaire sur son activité.

France Télévisions poursuit par ailleurs ses investissements pour accompagner la transformation stratégique de l'entreprise, en particulier le plan de recomposition des effectifs mis en place en 2019, et assurer la formation et la mobilité de ses collaborateurs.

5. CONTRÔLE INTERNE ET GESTION DES RISQUES

Le contrôle interne vise à apporter aux administrateurs et aux dirigeants de l'entreprise une assurance raisonnable quant à la fiabilité de l'information financière, au bon usage des ressources de l'entreprise, au respect des réglementations légales ou internes, à la sauvegarde des actifs et au fonctionnement efficace des principaux processus de France Télévisions.

La gestion des risques et le contrôle interne ont pour objet d'identifier les risques auxquels l'entreprise est confrontée et de déterminer les dispositifs ainsi que les plans d'actions et de prévention appropriés pour en limiter la probabilité de survenance et/ou l'impact.

Comme tout système de maîtrise interne, il ne peut cependant apporter une garantie absolue quant à la parfaite maîtrise de ces risques.

5.1 Contrôle interne

5.1.1 Organisation du contrôle interne

5.1.1.1 Environnement général

L'environnement général de contrôle interne est constitué par les principes de gouvernance de l'entreprise, les principes d'éthique et de déontologie, de transparence, d'intégrité et d'indépendance des médias qui se traduisent notamment au travers du plan d'exemplarité de France Télévisions SA.

L'organisation et le fonctionnement du Conseil d'administration et de ses comités spécialisés (comité stratégique incluant le sous-comité des engagements, comité des rémunérations, comité d'audit et des comptes) sont formalisés, comme le prévoient les statuts, dans le règlement intérieur du Conseil d'administration.

Le Conseil détermine les orientations de l'activité de la société et veille à leur mise en œuvre ; il s'appuie sur le Comité d'audit et des comptes qui, notamment, évalue et s'assure de la qualité et fiabilité de l'information financière ainsi que des dispositifs de contrôle interne en place.

Les délégations de pouvoirs et de signatures sont mises en place, elles veillent à responsabiliser les opérationnels dans les rôles et missions qui leur sont confiés et à maîtriser les engagements de l'entreprise au niveau de décision nécessaire. Les procédures internes veillent à respecter le principe de séparation des tâches. Enfin, l'organigramme et les fiches emplois définissent les périmètres, rôles, missions et responsabilités de chacun dans le dispositif de maîtrise des opérations.

5.1.1.2 Acteurs du contrôle interne

➤ Les directions opérationnelles et support

En matière de dispositif de contrôle interne, les deux premières lignes en charge de la maîtrise des risques sont constituées :

- d'une part par le management opérationnel et les collaborateurs, dans le cadre de leurs activités quotidiennes par le respect des procédures et de la réglementation en vigueur, le suivi des opérations, l'identification des dysfonctionnements et la mise en place des actions correctives ;
- d'autre part par les activités de supervision et de contrôle exercées par les fonctions supports qui ont également pour rôle de définir et déployer les politiques, réglementation et procédures.

Une troisième ligne de contrôle vise à s'assurer de l'efficacité des dispositifs de contrôle et de maîtrise des risques. Il s'agit principalement de la Direction de l'audit interne, qui travaille étroitement avec la Direction du contrôle et la Direction de la conformité, de l'éthique et de la déontologie et des comités spécialisés mis en place auprès de la Présidence et du conseil d'administration.

➤ La Direction du contrôle interne

France Télévisions a initié fin 2016 un Plan d'exemplarité destiné à renforcer l'environnement de contrôle au sein de l'entreprise autour de cinq axes (éthique et déontologie, commande publique, transparence, indépendance des médias et contrôle interne).

La Direction du contrôle interne a été créée dans ce cadre, avec les objectifs prioritaires de structurer le processus d'identification des risques liés aux activités de l'entreprise et d'assurer de façon permanente leur maîtrise, en développant la culture du contrôle interne et de la gestion des risques, et en accompagnant les responsables de processus dans la structuration de leur dispositif.

Rattachée à la Direction Générale Déléguée à la gestion, à la production et aux moyens (DGDGPM), cette direction est composée d'une équipe centrale resserrée, appuyée par des prestations extérieures ou des renforts ponctuels. Elle porte essentiellement l'expertise et la méthode, afin de favoriser une prise en charge proactive par les directions opérationnelles.

Elle s'appuie sur un réseau de référents contrôle interne, désignés au sein des comités de direction de chaque grande entité de l'entreprise.

L'équipe centrale a suivi un cursus de formation au contrôle interne dispensé par l'Institut Français d'Audit et de Contrôle Interne (IFACI), qui s'est ponctué par l'obtention de la certification COSO en janvier 2020. Elle assure la formation des référents contrôle interne à la gestion des risques et au contrôle interne.

➤ La Direction de l'audit interne

La direction de l'audit interne est une structure directement rattachée à la Présidence qui permet l'analyse et le contrôle en toute indépendance des activités de l'entreprise. Elle apporte une information à la Direction générale, au Comité d'audit et des comptes et au management sur l'identification, la maîtrise et l'amélioration des dispositifs de maîtrise des risques liés aux opérations de l'entreprise.

La Direction de l'audit interne conduit des audits de production ainsi que des audits sur les fonctionnements internes de nos processus. Elle participe aux travaux d'élaboration de la cartographie des risques pilotée par les Directions du contrôle interne et de la conformité. Ces directions partagent régulièrement leurs travaux pour conduire des actions coordonnées de renforcement des dispositifs.

Elle assure enfin la bonne information du Comité d'audit et des comptes du Conseil d'administration de France Télévisions auquel elle rend compte régulièrement de l'ensemble de ses travaux.

➤ La Direction de la conformité, de l'éthique et de la déontologie

Créée en juillet 2016, la Direction de l'éthique et de la déontologie, rattachée au Secrétariat général, a construit et déployé un plan éthique validé par le Conseil d'administration qui comprend :

- une charte d'éthique et un code de conduite anticorruption, qui rappellent les valeurs et engagements de France Télévisions en matière d'éthique : respect des personnes et de l'environnement, éthique et déontologie relative aux contenus et aux produits diffusés, santé-hygiène et de sécurité, lutte anti-corruption, prévention des conflits d'intérêt et respect du droit de la concurrence. Ils précisent les comportements attendus de chaque collaborateur ainsi que les comportements proscrits ;
- un dispositif d'alerte interne destiné à recueillir les signalements relatifs à l'existence de situations contraires aux lois et règlements ainsi qu'au code de conduite anticorruption. Ce dispositif est ouvert aux parties prenantes depuis 2020 dans le cadre de la mise en conformité avec la loi Potier (Devoir de vigilance).

Son périmètre s'est élargi en 2019 pour centraliser et structurer la mise en conformité avec la loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique ainsi que la loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés.

Cette Direction de la conformité, de l'éthique et de la déontologie est ainsi spécifiquement en charge de la cartographie des risques associés à ces champs d'intervention.

➤ **Le Comité de management des risques**

Le comité de management des risques est une émanation du comité de direction de France Télévisions, composé des membres porteurs des principaux risques et/ou de leur maîtrise : Présidente, Secrétaire général, Directeur des antennes et des programmes, Directeur général adjoint à la gestion, à la production et aux moyens, Directrice des ressources humaines et de l'organisation, Directrice de la stratégie et du pilotage de la transformation, Président directeur général des filiales commerciales de production et distribution, Directeur de l'audit interne.

Il a pour rôle de procéder à la revue et à la cotation des risques issus des travaux menés ou coordonnés par la Direction du contrôle interne. Il finalise le rapport annuel d'analyse des risques et valide la synthèse présentée au Comité d'audit et des comptes du Conseil d'administration.

➤ **Le Comité d'audit et des comptes**

Le Comité d'audit et des comptes, émanation du Conseil d'administration composé de six administrateurs, choisis par lui parmi ses membres non mandataires sociaux, est un acteur majeur de l'évaluation et du suivi des dispositifs de contrôle interne et de gestion des risques de l'entreprise.

Il assure en premier lieu le suivi des questions relatives à l'élaboration et au contrôle des informations comptables et financières. Il évalue la qualité et la fiabilité de l'information financière produite par le groupe au travers de :

- l'examen du budget et des comptes annuels et semestriels
- l'évaluation méthodes comptables

- l'appréciation du programme de travail, des conclusions et recommandations des commissaires aux comptes
- l'examen des frais des dirigeants

Il évalue par ailleurs la qualité et les résultats des dispositifs de contrôle interne en :

- appréciant la politique de maîtrise des risques financiers par le groupe
- analysant les risques majeurs identifiés dans le cadre de la cartographie des risques et les dispositifs de limitation de ceux-ci mis en place
- évaluant l'adéquation et l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques
- examinant les résultats des audits et validant leur programme annuel

5.1.2 Dispositif et méthode

La mise en œuvre fin 2016 d'un plan d'action complet en matière de contrôle interne et de management des risques dans le cadre du déploiement du Plan d'exemplarité s'est concrétisée en premier lieu par la création d'une Direction du contrôle interne et performance.

Celle-ci s'est attachée en priorité à :

- établir un diagnostic de maturité de France Télévisions au regard du référentiel COSO (référentiel contrôle interne retenu pour le groupe)
- formaliser la cartographie des principaux processus et objectifs associés
- formaliser et structurer la méthodologie de cartographie des risques
- définir la méthodologie d'élaboration des référentiels de contrôles et élaborer, sur les processus prioritaires, avec les métiers les référentiels de maîtrise.

➤ **Maturité du contrôle interne et démarche d'auto-évaluation**

Un dispositif d'autoévaluation a été développé, sur les processus prioritaires, pour permettre d'atteindre le niveau de maturité de contrôle interne nécessaire pour une entreprise de la dimension de France Télévisions.

La démarche d'autoévaluation vise à développer une culture commune sur les éléments essentiels à la maîtrise des opérations propres à chaque secteur d'activité, à mieux connaître et partager les différents niveaux de maîtrise des processus, dans une volonté d'amélioration continue des dispositifs.

La démarche s'inscrit dans une logique de co-construction avec les équipes opérationnelles afin d'assurer une meilleure infusion des fondements et principes du contrôle interne dans leurs pratiques courantes.

➤ **Elaboration d'une cartographie des risques**

L'élaboration d'une cartographie des risques a pour objectif de permettre aux dirigeants et aux directions opérationnelles d'avoir un référentiel homogène en matière de risques

(identification et définition des risques, modalités d'évaluation et de cotation, appréciation du niveau de maîtrise).

Depuis 2017, l'évaluation des risques est réalisée par le Comité de management des risques, selon deux axes : vraisemblance/fréquence et impact probable du risque.

La cartographie est réalisée sur la base d'entretiens impliquant les dirigeants de l'entreprise ainsi que les directeurs des principales activités, en lien avec les macros processus et objectifs associés de l'entreprise.

Les risques identifiés sont classés en grandes familles : stratégiques & environnementaux, opérationnels & éditoriaux, RH & organisationnels, technique & IT, financiers, juridiques & conformité.

Le degré de maîtrise actuel des risques est évalué avec l'appui de la Direction de l'audit interne.

➤ **Modalités de contrôle**

Le contrôle de l'efficacité des dispositifs de contrôle et de maîtrise des risques existants est assuré de façon centralisée par la Direction de l'audit interne, la Direction du contrôle interne, et/ou la Direction de la conformité, de l'éthique et de la déontologie.

Chaque grand secteur d'activité de l'entreprise fait ensuite l'objet de dispositifs de contrôle interne qui leur sont propres. Ils s'appuient sur un ensemble de politiques, de règles et de procédures de fonctionnement définies par chaque métier fonctionnel pour chacune de ses activités opérationnelles.

➤ **Dispositifs de surveillance transverse**

Le plan d'audit annuel établi par la Direction de l'audit interne intègre :

- les audits d'assurance spécifiquement destinés à apporter une assurance raisonnable de maîtrise des macro-risques
- les audits demandés par la Présidente, ou par une direction opérationnelle, à l'occasion desquels la maîtrise des risques identifiés sur le domaine d'activité concerné, le respect des procédures et la fiabilité des processus prioritaires, sont contrôlés.

Le dispositif de contrôle des procédures de lutte contre la corruption est quant à lui porté par la Direction de la conformité, de l'éthique et de la déontologie.

Les travaux de ces deux directions sont partagés mensuellement avec la Direction du contrôle interne pour coordonner les activités de renforcement des dispositifs de maîtrise avec les directions métiers.

5.1.3 Description des processus de contrôle

➤ **Processus de contrôle des principales activités opérationnelles**

Investissements de programmes et achats de droit

Les projets d'investissement de programmes font l'objet d'une procédure d'autorisation d'engagement qui prévoit, en fonction du montant :

- un examen par un Comité d'investissement de programmes au-delà d'un seuil fixé ;
- une soumission au Contrôle général économique et financier de l'Etat (CGEFI) et une autorisation d'engagement de la Présidence pour les engagements les plus significatifs de même que ceux conclus avec une société de production employant un ex-collaborateur de France Télévisions parti depuis moins de 12 mois ou ayant employé un collaborateur qui a rejoint l'entreprise depuis moins de 12 mois ;
- une validation par le sous-comité des engagements du Conseil d'administration pour les engagements majeurs en matière de programmes et d'acquisition de droits sportifs.

Qualité et conformité des programmes et de l'information

La qualité et la conformité des programmes diffusés sont appréciées au regard :

- du respect de la réglementation en vigueur et de la Charte des antennes interne qui constitue un texte de référence sur des thématiques comme le droit à l'image, l'utilisation des réseaux sociaux ou encore les missions du service public. Elle formalise ces principes et traduit la responsabilité et l'adhésion des collaborateurs de toutes les antennes de France Télévisions. En 2020 cette charte a été actualisée pour prendre en compte les évolutions liées à l'exercice de l'activité dans un univers numérique ;
- de la qualité technique de diffusion ;
- du respect de la promesse éditoriale et de sa conformité artistique.

Les contenus des éditions et émissions d'information sont préalablement validés par les rédactions en chef responsables de la diffusion. Elles peuvent par ailleurs s'appuyer sur la cellule de fact-checking constituée au sein de la rédaction nationale pour lutter contre les fausses informations. Les journalistes des rédactions sont régulièrement sensibilisés et formés sur ces sujets. Ces contrôles veillent à s'assurer de la conformité éditoriale et technique des sujets et à garantir le respect des règles en vigueur.

La Direction de la réglementation, de la déontologie et du pluralisme des antennes ainsi que le pôle édition de la Direction juridique peuvent être saisis en amont des diffusions afin d'éviter tout risque juridique ou de non-conformité des programmes.

Concernant la maîtrise éditoriale des émissions au cours desquelles des invités ou des téléspectateurs peuvent avoir accès à l'antenne, notamment émissions en direct et débats, une vigilance particulière s'exerce. Ainsi, le journaliste ou l'animateur doit veiller à conserver la maîtrise de l'antenne et réagir de manière éventuellement critique aux

propos d'un téléspectateur, d'un auditeur, voire d'un invité. Les propos de provocations notamment à la haine raciale, ne sont pas tolérés et les présentateurs, journalistes ou animateurs ont une obligation d'y mettre fin, de rappeler leur illégalité et de s'en dissocier clairement.

Sur les sites internet de France Télévisions, une modération est exercée dans les espaces d'échanges et les contenus générant des interactions et des discussions afin de veiller à l'animation des débats et au respect des règles en vigueur.

France Télévisions veille à ce que son offre de programmes et d'information témoigne de la richesse et de la diversité des cultures, notamment ultramarines, constitutives de la société française, à travers tous ceux qui y interviennent : journalistes, animateurs, comédiens, invités et experts.

France Télévisions assure le pluralisme de l'information et l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion dans l'ensemble des contenus des services qu'elle édite, dans le respect de la réglementation et des principes déontologiques en vigueur. Ce pluralisme est assuré dans un cadre d'indépendance absolue, sans que ni des intérêts privés ni les pouvoirs publics ne puissent y porter atteinte.

France Télévisions traite avec équité et dignité les personnes, les institutions et les événements. Les présentateurs, animateurs, journalistes ou collaborateurs d'antenne appelés à intervenir dans les émissions respectent le principe du traitement équitable des invités ou des personnes interrogées, ainsi que des points de vue et des opinions exposés. Cette exigence s'applique particulièrement à l'expression des courants de pensée et d'opinion politiques. Que ce soit hors période électorale ou à l'approche des échéances électorales, France Télévisions fait vivre le débat démocratique dans le cadre de la réglementation, et notamment le principe d'équité, énoncé par le Conseil supérieur de l'audiovisuel et à compter de janvier 2022 par l'ARCOM⁴⁵. Les temps de paroles sont décomptés par la Direction de la réglementation, de la déontologie et du pluralisme des antennes. Elle travaille en coordination avec les antennes afin de respecter le principe d'égalité de traitement.

Enfin, plusieurs dispositifs sont en place pour vérifier l'adéquation des offres de France Télévisions avec les attentes du public au travers du Conseil consultatif des programmes, du Service des relations avec les téléspectateurs, le Club francetv. Depuis 2016, des rencontres sont par ailleurs régulièrement organisées avec les téléspectateurs sur l'ensemble du territoire et des enquêtes citoyennes sur les attentes du public sont régulièrement conduites avec les acteurs de l'audiovisuel public. Ces outils permettent d'adapter en permanence l'offre aux attentes des publics et de la société française et complètent les actions de la Direction de la stratégie éditoriale intégrée à la Direction des antennes et des programmes.

⁴⁵ ARCOM : l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique est issue de la fusion du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) et de la Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet (Hadopi) fixée par la loi n° 2021-1382 du 25 octobre 2021

France Télévisions s'est également dotée de médiateurs dont le rôle est d'être l'intermédiaire entre le public et les offres ; nommés pour trois ans et rattachés à la Présidence, leur statut garantit l'indépendance nécessaire à l'exercice de leurs missions.

Maîtrise et continuité de l'antenne

La Direction des technologies veille à la protection des systèmes nationaux et régionaux, contribue à l'élaboration des plans de continuité de la diffusion et des outils et applicatifs informatiques.

La Direction de la sécurité et de la sûreté veille à la mise en place des politiques en matière de sécurité des sites, des personnes, et de cyber-sécurité ainsi qu'à la mise en œuvre du plan de sauvegarde opérateur. Dans ce cadre, un plan de continuité d'activité est défini avec notamment la Direction des technologies et les parties prenantes internes.

La continuité de la fabrication des journaux télévisés nationaux et leur diffusion est assurée par un plateau de secours interne sur un site excentré de diffusion. Une banque de programmes permet également au centre de diffusion et d'échange de pouvoir assurer une reprise d'antenne immédiate en cas d'interruption. Le dispositif est complété par un site secours externe et protégé. Le site opérationnel est testé, il permet une reprise d'activité sur les processus suivants : diffusion des programmes, fabrication d'édition de journal télévisé, diffusion publicitaire. Par ailleurs un exercice de crue centennale est régulièrement opéré.

Investissements et achats hors programmes

Un comité d'investissements hors programmes (CIHP) valide la stratégie d'investissement et décide des grandes orientations à donner au portefeuille de projets d'investissements hors programmes de l'entreprise, instruit et priorise les projets.

Il valide, au-delà d'un certain seuil, le lancement opérationnel d'un projet et toute modification substantielle de celui-ci, et suit le déroulement des procédures de mises en concurrence qui peuvent nécessiter en outre l'approbation de la Commission d'appel d'offres (CAO). Les engagements significatifs sont soumis au Contrôle Général Economique et Financier de l'Etat (CGEFI), ainsi qu'au Conseil d'administration au-delà de seuils fixés dans le règlement intérieur de celui-ci.

Les investissements et achats hors programmes relèvent de la réglementation de la commande publique. Les procédures d'achats sont intégralement pilotées par la Direction des achats hors programmes pour les marchés d'un montant égal ou supérieur à 100 K€ ainsi que certaines prestations de conseil. Des référents achats sont en appui opérationnel des acheteurs décentralisés pour veiller à la diffusion des procédures et des bonnes pratiques.

Les situations de captivité pouvant exister, font l'objet d'une analyse de marché et de secteur par la Direction des achats hors programmes, elles sont soumises à la CAO. Les

situations de captivité sont régulièrement réexaminées pour tenir compte des évolutions du marché et d'ouverture à la concurrence.

Les documents de référence de publication des marchés et de contractualisation font l'objet d'un maintien et d'une validation des juristes de la Direction des achats hors programmes.

➤ **Processus de contrôle de l'information comptable et financière publiée**

Systèmes d'information financiers

La Direction IT⁴⁶ transverse, rattachée à la Direction des technologies, assure, en lien avec la maîtrise d'ouvrage de la Direction financière, le déploiement et la supervision des systèmes d'information financiers. Il en est de même pour les systèmes d'information RH, en lien avec la maîtrise d'ouvrage de la Direction des ressources humaines.

Les systèmes d'information de gestion (SIG) et des ressources humaines (SIRH) font l'objet d'une supervision par la Direction IT transverse et des deux directions concernées qui vise à s'assurer de la disponibilité des applications et de leur intégrité, sauvegarde, sécurité et conformité aux lois et aux règlements en vigueur.

Une revue régulière des accès au SIG et au SIRH permet de contrôler les accès à l'applicatif, l'affectation des fonctionnalités et des autorisations d'engagement, et les accès aux bases de production.

Des contrôles embarqués sont en place dans le SIG. Ils permettent de garantir la maîtrise des engagements et des paiements, et pour les opérations sensibles, de limiter les erreurs de saisies (ex : IBAN, RIB...). La sécurisation des engagements et des paiements financiers est complétée par plusieurs dispositifs de validation des engagements, de centralisation de certaines opérations, encadrés par des procédures garantissant la séparation des tâches.

Production et consolidation des comptes

Les processus comptables sont définis pour garantir une traduction sincère des opérations engagées par l'entreprise dans le cadre de ses activités selon les principes de réalité, d'exhaustivité et de correct rattachement comptable à l'exercice.

Le service comptable de la Direction financière s'assure de la fiabilité des processus de collecte et de traitement des informations financières, notamment via le SIG.

Le service de comptabilité centralisé de France Télévisions SA coordonne les opérations de clôtures mensuelles pour le périmètre maison mère, semestrielles et annuelles pour le périmètre groupe. Les états financiers du groupe sont réalisés au travers d'un outil

⁴⁶ IT = Technologie de l'Information

dédié de consolidation. Pour France Télévisions SA, une revue des opérations est effectuée conjointement par les services comptabilité et de contrôle de gestion.

La consolidation des comptes est réalisée trimestriellement. Mensuellement, une consolidation de gestion présente, sous forme d'un tableau de bord, un arrêté des comptes et des indicateurs clés commentés.

Les comptes annuels et consolidés de France Télévisions, ainsi que les liasses fiscales, sont contrôlés et certifiés annuellement. Des contrôles intermédiaires des comptes consolidés sont effectués au cours du second semestre pour sécuriser les opérations annuelles de clôture.

Le Comité d'audit et des comptes examine deux fois par an les révisions budgétaires, et une fois par an les comptes arrêtés. Il peut, en fonction de l'actualité, revoir les comptes infra-annuels.

Information financière publiée

La communication financière destinée à être communiquée vers l'extérieur fait l'objet d'un processus rigoureux de validation.

Les informations sont ensuite communiquées et diffusées, notamment au travers du rapport annuel d'activités établi à partir du rapport de gestion du Conseil d'administration, publié en toute transparence sur les sites interne et externe de France Télévisions.

➤ Rôles des directions fonctionnelles

Les procédures internes destinées à être appliquées transversalement à l'ensemble de l'entreprise sont définies par les directions fonctionnelles.

La Direction Générale Déléguée à la gestion, à la production et aux moyens (DGDGPM)

En appui des activités cœur de métier, la DGDGPM apporte son soutien en particulier à la Direction des antennes et des programmes, aux deux réseaux métropolitain et ultra-marin, et à la Direction de l'information.

Lui sont ainsi rattachées :

- la Direction de moyens des antennes, qui couvre les activités de contrôle liées aux processus financiers des antennes et des programmes (budgets d'approvisionnement et de diffusion, stocks de programmes et droits, suivi des obligations issues du cahier des missions et des charges ou des accords interprofessionnels conclus).
- la Direction de la production, qui couvre les activités de contrôle liées aux processus d'approvisionnement des antennes et des offres (acquisition des programmes, gestion de la production en interne) et exploite les recommandations des audits de production ;
- la Direction des technologies, qui couvre les activités de contrôle liées aux processus de déploiement et de sécurisation des moyens techniques et systèmes

- d'information, de transport et de distribution des signaux, de protection des systèmes et de maîtrise de la continuité des activités et informatique ;
- la Direction financière, qui couvre les activités de contrôle en matière budgétaire, de contrôle de gestion, d'analyse et d'optimisation des coûts, de comptabilité, de trésorerie et de fiscalité ;
- la Direction des achats hors programmes, qui couvre les activités de contrôle des processus d'achats hors programmes et de respect de la réglementation en matière de commande publique et d'achats responsables ;
- la Direction immobilière et moyens généraux, qui couvre les activités de contrôle des processus liés aux opérations immobilières pour l'ensemble de l'entreprise et aux services généraux pour l'ensemble des emprises parisiennes. Elle contrôle en particulier le respect des normes de constructions immobilières, les dispositifs de maintenance des équipements, supervision et sécurisation des installations énergie et climatisation, des parcs véhicules et des équipements de communication sur les sites parisiens ;
- la Direction du contrôle interne, dont les missions et les activités de contrôle ont été présentées à différents endroits du présent document.

La Direction des ressources humaines et de l'organisation (DRHO)

Pour répondre aux enjeux de transformation de l'entreprise et donner l'opportunité à chacun des collaborateurs de s'épanouir au sein de l'entreprise, la DRHO anticipe et prépare l'évolution des métiers et des emplois pour développer l'employabilité à l'ère du numérique. Elle veille à l'optimisation des ressources internes pour plus de performance et d'efficacité. Elle structure les dispositifs permettant de rendre l'entreprise plus agile et bienveillante.

Elle couvre les activités de contrôle liées en particulier aux processus et dispositifs :

- de sécurisation de la sélection et du parcours d'intégration des nouveaux embauchés, et de développement des parcours professionnels des collaborateurs, pour faire face au fort renouvellement des effectifs sur les prochaines années du fait du glissement naturel de la pyramide des âges et aux besoins de transformations majeures des activités ;
- de professionnalisation, d'harmonisation et d'évolution des process métiers pour garantir leur efficacité, en s'inscrivant notamment dans le cadre des accords collectifs relatifs à la gestion prévisionnelle de emplois, des compétences et des parcours professionnels (GPEC) ;
- de respect de l'égalité de traitement, de confiance, de qualité de vie au travail et de bienveillance au quotidien. Ces contrôles s'appuient notamment sur le suivi des différents accords signés avec les partenaires sociaux en matière de qualité de vie au travail ;
- de pilotage des effectifs, assuré par la DRHO en lien avec les directions opérationnelles mais aussi par la Direction financière, en s'appuyant sur des tableaux de bord régulièrement communiqués à la Présidence et partagés au sein du Comité de Direction de France Télévisions ;
- de paie, et plus généralement de gestion et d'administration des ressources humaines, enjeu majeur dès lors que la masse salariale représente près d'un tiers des charges d'exploitation de l'entreprise.

Le Secrétariat Général

Parmi les directions qui lui sont rattachées, celles qui exercent des activités de contrôle sont principalement :

- la Direction de la conformité, de l'éthique et de la déontologie, dont les missions et les activités de contrôle ont été évoquées à différents endroits du présent document ;
- la Direction de la sûreté et de la sécurité, en charge des activités de contrôle liées aux dispositifs de coordination et de supervision des actions en matière de sécurité, de cyber-sécurité, de défense et de sécurité civile, en lien fonctionnel avec les équipes de sécurité informatique, rattachée à la Direction des technologies, pour ce qui relève de la cyber-sécurité. Elle est chargée dans ce cadre de l'actualisation et du contrôle du plan de continuité et de reprise d'activités permettant de faire face à des crises majeures (pandémie, crue décennale, ...)
- la Direction des affaires juridiques, qui couvre les activités de contrôle liées au respect des lois et règlements en vigueur, en particulier en matière de conduite des affaires, de droit des sociétés et du secteur audiovisuel, de protection des données personnelles. Elle pilote le processus de délégations des pouvoirs et suit également les risques précontentieux et contentieux ;
- la Direction des relations avec les pouvoirs publics qui couvre les activités de contrôle liées à la bonne marche des relations avec les différents organismes et autorités extérieures (CSA⁴⁷, Parlement, Commission européenne, Direction générale des médias et des industries culturelles...) en lien avec la Direction juridique et européenne.

La Direction de la communication

La direction de la communication couvre les activités de contrôle liées aux processus d'élaboration, de validation et diffusion des informations communiquées en interne et en externe et qui concernent l'entreprise, ses collaborateurs ou ses offres.

5.2 Facteurs de risques

France Télévisions exerce sa mission dans un environnement concurrentiel, technologique et réglementaire en constante évolution qui l'expose à un ensemble d'aléas susceptible d'avoir des conséquences sur ses missions, ses activités, sa situation financière et ses actifs.

Depuis 2020, les organisations sont confrontées à une crise sanitaire de grande ampleur qui se poursuivra vraisemblablement sur tout ou partie de l'année 2022. Cette situation inédite a globalement fragilisé au niveau mondial les opérations, les organisations du travail et la main-d'œuvre, perturbé l'offre et la demande et « sapé » des modèles commerciaux auparavant solides. Elle aura des conséquences profondes et durables pour l'ensemble des sociétés, dont la société française. Les chaînes d'approvisionnement sont perturbées (fret, crise des semi-conducteurs...), le coût des matières premières et de l'énergie sont en hausse

⁴⁷ A compter de 2022 ARCOM

et s'accompagnent d'une progression de l'inflation qui a des conséquences sur la société française et son climat social. L'année 2022 sera également marquée par une double séquence électorale au sein du territoire, propice à l'essor de la désinformation dans un contexte où les cyber-menaces et la cybercriminalité demeurent à un niveau élevé. Enfin, le secteur, après l'arrivée des plateformes internationales, poursuit son évolution en termes de structuration de la concurrence, avec l'annonce de la potentielle fusion TF1/M6.

Ainsi cette crise sanitaire persistante, couplée aux autres événements marquants, a exacerbé les risques existants, les mettant sous un nouveau jour et forçant les organisations à les percevoir sous des angles différents ou à leur attribuer de nouveaux niveaux de priorités. C'est dans ce contexte particulier que les principaux facteurs de risques et les mesures existantes pour en limiter les éventuels impacts sont précisés ci-après.

5.2.1 Risques stratégiques et environnementaux

➤ **Risques liés à la Fusion TF1/M6**

Descriptif du risque

TF1 et M6 ont annoncé au cours de l'année 2021, leur intention de fusionner, suite à la mise en vente du groupe M6 par RTL Group. Ce projet de fusion est en cours d'instruction par les autorités compétentes. La structuration de grands groupes médias s'accroît face à la concurrence internationale notamment des plateformes. Cette fusion conduira à la constitution d'un acteur privé puissant sur la diffusion en clair de contenus gratuits et en termes d'audience, de parts de marché publicitaire, de capacité d'investissement et d'acquisition de droits notamment sportifs. Au-delà de ces aspects, France Télévisions, TF1 et M6 sont associées dans le projet Salto, plateforme française de diffusion de contenus alternative aux offres américaines. Cette fusion potentielle a de fait un impact sur Salto.

Gestion du risque

France Télévisions prend en compte ce nouvel élément pour organiser ses réponses à cette évolution du secteur qui - pour garantir le pluralisme en matière de représentation de la société, d'exposition des différents points de vue et de traitement de l'information - implique un acteur public fort disposant des moyens requis pour maintenir une offre de qualité répondant aux exigences et missions qui lui sont fixées dans son cahier des charges. Concernant l'offre Salto, les échanges entre associés permettront d'envisager les réponses appropriées.

➤ **Risques liés aux droits numériques**

Descriptif du risque

Le modèle d'acquisition des droits audiovisuels était basé jusqu'à fin 2021 sur le principe dominant de diffusion et d'exploitation linéaire des contenus. Les nouvelles ambitions stratégiques définies avec l'actionnaire courant 2018 et visant à accélérer la bascule vers le numérique pour faire face aux nouvelles formes de concurrence et aux évolutions des

usages, impliquent de détenir des droits d'exploitation élargis, plus souples et d'exclusivité pour leur mise en œuvre. Les droits associés aux programmes en stock relèvent du modèle linéaire et permettaient une exploitation en non linéaire limitée.

Gestion du risque

Sur cette base, des négociations avec les organisations professionnelles représentatives des producteurs ont été engagées par France Télévisions. Elles ont abouti à la conclusion en 2019 d'un accord favorable à une exploitation numérique des contenus adaptée, plus souple et plus large. Cet accord s'applique jusqu'à fin 2022.

Parallèlement, au niveau du secteur audiovisuel, des négociations se sont déroulées sur 2021 portant sur l'accord dit « TNT ». Elles ont abouti à une évolution du cadre réglementaire, dont l'entrée en vigueur est prévue pour 2022. La loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication est ainsi adaptée à l'ère du numérique et à l'évolution des acteurs économiques du secteur. Elle permet ainsi un cadre plus adapté pour les éditeurs en termes d'acquisition et d'exploitation des droits audiovisuels.

➤ **Risques liés au marché : renforcement de la concurrence et approvisionnement**

Descriptif du risque

Le secteur audiovisuel français est fortement impacté par l'arrivée de nouveaux acteurs internationaux et par la multiplication des offres de services vidéo numériques. Ces nouveaux acteurs disposent de catalogues puissants, de capacité d'investissement importante dans la production et l'achat de droits monde. La concentration du secteur s'est ainsi accélérée pour permettre la structuration de grands groupes médias permettant l'atteinte d'une taille pertinente face aux acteurs internationaux.

Les plateformes sont à présent soumises à des obligations de soutien à la création française. Ces obligations garantissent pour la production française un accès à de nouvelles sources de revenus et conduisent mécaniquement à une augmentation des besoins en contenus dans un contexte où le tissu des acteurs de la création française s'est fortement concentré ces dernières années. Ainsi, une concurrence accrue pour accéder à des inédits de qualité ainsi qu'aux talents de la scène de la création est plus que vraisemblable et a d'ores et déjà débuté⁴⁸. Elle se traduit également par des hausses des coûts d'approvisionnement.

Gestion du risque

France Télévisions bénéficie de la confiance du secteur, en tant qu'acteur historique et premier soutien à la création audiovisuelle française avec 53 % des investissements dans la création française en 2020.

L'accord conclu en 2019 avec les organisations professionnelles de producteurs, annexé au cahier des missions et des charges de France Télévisions lui confère ainsi valeur réglementaire et encadre à moyen terme les approvisionnements.

⁴⁸ Pour exemple signature par Netflix dès 2021 de contrats d'exclusivité avec des acteurs ou producteurs français.

La part d'approvisionnement pouvant être réalisée par France.tv studio, filiale de production de l'entreprise, a été augmentée, sécurisant ainsi la source d'approvisionnement interne du groupe.

France Télévisions poursuit par ailleurs sa stratégie en faveur du développement du tissu économique de la création française en soutenant une politique de diversification des producteurs avec lesquels elle travaille et en développant l'émergence de nouveaux talents⁴⁹. Son projet stratégique renforce son soutien résolu aux jeunes talents de la scène française de la création.

Au cours de la crise sanitaire de 2020, l'activité de production a été fortement impactée (arrêt des tournages, adaptation des conditions d'exercice...), fragilisant les producteurs et la chaîne d'approvisionnement en programmes. France Télévisions a accompagné ses partenaires par la mise en place d'un programme de soutien au tissu économique avec lequel elle était en relation.

Enfin, France Télévisions poursuit sa politique d'alliances européennes notamment avec ses homologues du secteur audiovisuel public pour le développement d'œuvres.

➤ Risques liés aux difficultés de recrutement de nouveaux publics

Descriptif du risque

France Télévisions doit s'adresser à tous les publics. L'érosion de son audience auprès des jeunes publics et de certaines classes sociaux-professionnelles, qui délaissent les médias traditionnels au profit des plateformes vidéo et des réseaux sociaux, constitue un risque pour France Télévisions de s'éloigner de certaines franges de la population, et à terme de voir sa légitimité et son utilité sociale impactées.

Ce risque est accru par la multiplication des nouvelles offres portées par des plateformes puissantes et des réseaux sociaux qui correspondent à des usages plus courants.

Gestion du risque

En tant que service public, France Télévisions est un bien commun, qui se doit d'être utile à l'ensemble des français. France Télévisions a fait de la reconquête des publics et du développement de ses offres numériques, ses priorités stratégiques majeures.

La refonte de ses offres pour adresser tous les publics et tous les usages s'inscrit dans un plan de transformation profonde et globale du groupe - technologique, organisationnelle, éditoriale - afin d'engager l'entreprise dans la mutation numérique qui lui permettra de conserver ses publics et de reconquérir les populations qui s'en éloignent.

Ainsi, France Télévisions renforce sa compréhension des attentes et besoins des publics et des citoyens français par différentes actions lui permettant de définir sa stratégie éditoriale et de la décliner dans ses choix d'approvisionnement, de programmation et de mise en valeur de ses offres. France Télévisions se veut innovante à la fois dans ses offres de contenus, dans l'expérience et les services qu'elle propose.

⁴⁹ Pour exemples convention avec la cité européenne des scénaristes, lancement de la classe Alpa avec l'INA

➤ **Risques liés à la qualité de relation client : visibilité, référencement, distribution de l'offre et entretien de la relation**

Les éditeurs d'offres de services audiovisuels sont à la fois confrontés :

- à une multiplication des canaux et supports de diffusion (TNT, internet, 5G, box, app's, ... ; téléviseurs, ordinateurs, smartphones, tablettes, ...)
- à une relation de plus en plus intermédiée et fragmentée avec leur utilisateur final (moteurs de recherche, réseaux sociaux, opérateurs économiques ayant signé des accords de distribution ...)
- à une évolution permanente des univers de distribution (Métavers, objets connectés, téléviseurs connectés, ...) qui offrent aux utilisateurs finaux de nouveaux espaces de consommation et le développement de nouveaux usages ; mais qui impliquent pour les éditeurs de s'adapter en permanence à ces usages, à de nouvelles technologies ; et qui peuvent nécessiter la mise en place d'accords commerciaux pour être distribué et être visible ;
- à une offre de contenus pléthorique qui implique de mieux connaître ses destinataires finaux pour assurer la performance en termes d'audience des contenus et de mettre en place des actions de fidélisation ou d'échanges réguliers.

Ainsi, les éditeurs ne maîtrisent plus de bout en bout leur distribution et la qualité de leur diffusion. Ils font face à de multiples intermédiaires qui développent leurs propres technologies, collectent et sont propriétaires des datas d'usages. Par ailleurs certains acteurs internationaux disposent de moyens leur permettant de « privatiser » des accès et de garantir leur mise en avant (ex : enjeux sur les boutons de la télécommande ou sur le portail d'accès des téléviseurs connectés...)

Dans ce contexte, les éditeurs de contenus doivent en permanence s'adapter à ces univers pour s'assurer que leur offre est visible, accessible facilement, offre une fluidité d'usage et une bonne qualité de diffusion. Ils doivent également améliorer leur relation client par une relation plus personnalisée.

De ce fait, en complément des analyses d'audiences, les datas portant sur les contenus et sur la connaissance client sont un enjeu central. Leur qualité et exploitation efficace sont essentielles pour améliorer le référencement des contenus, mieux adresser chaque groupe de publics, établir une relation client de qualité, pérenne, personnalisée et renforcée (newsletters, éditorialisation personnalisée, club téléspectateurs, ...).

En complément, des accords commerciaux, des achats de mots clés ... peuvent constituer des leviers pour améliorer la visibilité et la mise en avant de nos contenus.

Au-delà de la qualité des programmes, toute fragilité dans la qualité de diffusion de nos offres et services associés, dans la connaissance des canaux-support-univers de distribution, dans le référencement des contenus, dans la connaissance des groupes clients, dans l'expérience utilisateur et dans la relation client peut impacter la visibilité des offres de France Télévisions parmi la multitude des contenus disponibles, et donc sa performance auprès des publics.

Gestion du risque

Concernant le référencement des contenus, le plan de transformation numérique de l'entreprise intègre le développement de la data, dans ses aspects technologiques (IA) comme humains (organisation et évolution des compétences). La meilleure prise en compte des exploitations numériques des contenus dès leur conception contribue à l'amélioration des données éditoriales disponibles qui sont indispensables à un bon référencement et aux algorithmes de recommandation. Ces données nourrissent également la Direction de la stratégie éditoriale, en complément des études conduites, pour permettre d'orienter les choix d'approvisionnement, la performance de nos programmations éditoriales tous supports et développer une expérience et une relation utilisateur de qualité. Parallèlement, l'entreprise poursuit, dans la mesure de ses moyens, sa politique en matière de partenariats, conventions et accords de distribution pour élargir sa présence et permettre une mise en avant suffisante de ses services garantissant sa visibilité. Convaincu de l'enjeu pour l'ensemble des acteurs de l'audiovisuel public, le secteur public rassemble ses efforts sur ce sujet de visibilité des offres publiques.

5.2.2 Risques opérationnels

- **Risques liés à la qualité et à la conformité de l'information et des programmes (cf paragraphe 3.2.3 *supra*)**

Descriptif du risque

La montée des régimes autoritaires en Europe et dans le monde, accompagnée d'attaques constantes et de toutes parts à l'endroit des médias, génère un climat de défiance vis-à-vis de ceux-ci. Dans le même temps, de nouveaux circuits d'information, via l'internet et les réseaux sociaux, se sont développés et avec eux la prolifération des fake news et deep fake, voire des cyber-menaces/déstabilisation. Dans ce contexte où l'espace public se fait de plus en plus agité et trouble, l'attente des citoyens pour une information indépendante, de confiance qui décode et décrypte est forte.

Dans le cadre de sa mission de service public, France Télévisions a une responsabilité sur la qualité des contenus mis à l'antenne, ainsi que sur les conditions dans lesquelles ils sont présentés au public. L'exploitation de ces contenus doit se faire dans le respect des valeurs, des engagements et des principes de déontologie de l'entreprise.

Gestion du risque

France Télévisions, en tant que média du secteur public, attache une importance particulière à la qualité de son information et de ses programmes. Les décisions et comportements de nos équipes de journalistes et de programmes découlent de la charte des antennes. La chaîne de validation des contenus mis à l'antenne constitue un élément fort de sécurisation, elle implique le contrôle éditorial, artistique et technique. Dans le contexte actuel, France Télévisions s'attache à tout mettre en œuvre pour préserver une information indépendante à l'égard de tous les pouvoirs, une information pluraliste et vérifiée. Dans le même temps, France Télévisions, s'engage dans la lutte contre la

désinformation et, dans le cadre de ses missions d'intérêt général, développe une démarche d'éducation aux médias destinée aux jeunes générations.

➤ **Risques liés à la diffusion des programmes – interruption de la continuité des antennes linéaires / numériques**

Descriptif du risque

L'interruption partielle ou totale d'une de nos antennes linéaires ou numériques peut engendrer des préjudices financiers ou d'image pour France Télévisions et la mettre dans l'incapacité d'assurer pleinement son rôle de service public.

Gestion du risque

Les personnels du centre de diffusion et d'échanges procèdent à des tests réguliers pour faire face à des situations d'incidents d'antenne. Un stock de programmes secours est en place pour palier à une éventuelle interruption d'antenne. Le centre de diffusion et d'échanges de France Télévisions est par ailleurs secouru par un site externe.

Concernant le mode de transport, par voie hertzienne TNT, TDF est le principal opérateur national de diffusion et il n'existe pas d'offres réellement alternatives, dans un contexte par ailleurs de décroissance de l'offre TNT. France Télévisions est ainsi placée dans une situation de dépendance pour la diffusion de ses signaux. Des contrats de service sont en place pour permettre de maîtriser les risques de distribution et garantir la qualité du signal. Le niveau de service est adapté au bassin de diffusion (nombre de foyers couverts). Les zones de distribution importantes disposent de contrats de service plus exigeants en matière de supervision, sécurisation de site et de l'énergie.

Concernant les autres opérateurs, les contrats de distribution prévoient la garantie d'une qualité de service. Les signalements effectués à travers le service relations téléspectateurs font l'objet du suivi des équipes en charge des relations avec les opérateurs de diffusion. Une structure de supervision viendra compléter le dispositif afin que France Télévisions puisse s'assurer de la qualité finale de distribution de ses services par ces intermédiaires tant pour les contenus linéaires que pour les services connexes délinéaires.

➤ **Risques liés à l'indisponibilité des moyens contribuant à l'activité métier**

Descriptif du risque

L'indisponibilité de nos installations ou moyens techniques (panne, dysfonctionnement, cyberattaque, ...) ou leur obsolescence entraîne une diminution de nos capacités de fabrication, de production, d'exploitation de l'ensemble de nos opérations métiers (cœur de métier et tertiaire) et met en risque notre performance opérationnelle dans le cadre d'une activité qui doit être assurée 365 jours par an sur l'ensemble des territoires métropolitains et ultra-marins sur lesquels opère France Télévisions. Le plan de transformation engagé par l'entreprise se traduit par le renouvellement et la refonte de moyens techniques clés pour l'entreprise. Ces opérations délicates impliquent une vigilance accrue pour garantir le maintien de l'activité ainsi qu'une bonne coordination entre les équipes pour anticiper les risques potentiels associés.

Gestion du risque

La Direction des technologies est en charge de la gouvernance sur les moyens et les solutions technologiques. Une évolution vers des solutions cloud, performantes, sécurisées offrant une disponibilité importante, est une orientation majeure. Un programme d'investissement est en place pour assurer le renouvellement régulier des matériels. Les phases projets intègrent les bascules d'outils et la sécurisation des dispositifs. Opérationnellement les services de maintenance des implantations assurent un maintien en conditions opérationnelles des moyens, et assurent les interventions de premier niveau. Les dispositifs d'escalade sont définis. Les procédures secours pour les dispositifs clés sont en place. Enfin, pour les incidents majeurs ou d'ampleur, des plans de continuité sont structurés et revus pour s'adapter aux nouvelles situations.

➤ **Risques liés aux cyber-attaques (cf paragraphe 3.2.5 *supra*)**

Descriptif du risque

Les attaques conduites contre TV5 Monde, Sony Pictures, M6, Altran et France Télévisions confirment la réalité de la menace cyber. Les menaces sont à la fois protéiformes et massives. Les tentatives d'intrusion sont récurrentes sur les installations. Ces attaques peuvent ralentir l'exploitation voire la stopper. Elles peuvent aussi altérer les données de l'entreprise et les rendre inutilisables.

Le passage rapide et généralisé au télétravail en raison des mesures de confinement pose un défi sans précédent en matière de cyber-sécurité et de protection des données.

Les menaces ne proviennent pas exclusivement de malveillances externes ou internes, mais également des pratiques internes « à risques » vis à vis des moyens informatiques et de production. Les bons gestes et l'adoption de bonnes pratiques d'utilisation des matériels mis à disposition constituent des axes permanents d'amélioration de la sécurité des installations de France Télévisions.

Gestion du risque

Le dispositif SOCSIEM⁵⁰, en partenariat avec plusieurs acteurs de l'audiovisuel public, est opérationnel depuis fin 2018. Il renforce la capacité de France Télévisions à identifier les signaux d'attaques et à mettre en place rapidement les actions de remédiation. Parallèlement, la charte informatique, annexée au règlement intérieur, a été communiquée à l'ensemble des collaborateurs. Elle vise à rappeler les bons usages à adopter en matière informatique, des tests sont également opérés. Des formations à la cyber-sécurité sont dispensées aux collaborateurs, ainsi qu'aux équipes techniques. En complément, dans le cadre de la pratique du télétravail, les campagnes de sensibilisation, de rappel des bons réflexes sont renforcées. Enfin une politique informatique est déployée.

⁵⁰ Security Operation Center et Security Information Management System

➤ **Risques liés à la sûreté des sites, du personnel et du public (cf paragraphe 3.2.5 *supra*)**

Descriptif du risque

Les activités de France Télévisions peuvent exposer ses personnels à intervenir sur des terrains dangereux pouvant compromettre leur sécurité (guerre, manifestations...).

Dans le cadre de ses activités, France Télévisions reçoit sur ses sites ou sur des sites d'opérations de production, des personnes externes invitées et du public dont la sécurité dans ses enceintes doit être assurée, et ce dans un contexte où le risque d'attentats reste élevé.

Cette année, la pandémie a conduit l'ensemble des entreprises à prendre des mesures sanitaires particulières pour protéger la santé des collaborateurs ainsi que des personnes extérieures pouvant intervenir au sein des structures.

Par ailleurs, les risques naturels et sismiques en augmentation ces dernières années (sur les territoires ultra-marins et sur le Sud-Est de la France notamment) augmentent le risque de perte et de dégradations de nos implantations (ressources humaines / bâtiments / moyens).

Gestion du risque

France Télévisions a placé la sûreté des biens et des personnes dans les axes prioritaires à sécuriser, d'une part pour assurer sa mission d'intérêt général, d'autre part pour sécuriser ses actifs afin de remplir ses missions et sécuriser les personnels en opération ainsi que le public accueilli. La Direction de la sûreté, mise en place en 2018, vise à renforcer nos opérations dans ce registre. Ainsi, pour faire face à la crise liée à la pandémie Covid-19, des mesures exceptionnelles ont été prises afin de garantir la sécurité des personnels et en particulier des personnels assurant la continuité d'activité sur le terrain ou sur site. Les équipements de protections individuelles et les gestes barrières font l'objet d'une attention particulière. Le télétravail massif s'est développé. Des mesures adaptées ont été prises pour sécuriser les activités de production et les personnes qui y concourent. Les émissions habituellement en public ont été adaptées.

Le schéma directeur immobilier mis en œuvre par France Télévisions vise à limiter les risques afférents à l'ensemble de ses implantations. Enfin, le plan de sauvegarde opérateur est revu et des tests de reprise d'activité sont régulièrement organisés.

➤ **Risques social lié à la transformation de l'entreprise (cf paragraphe 3.2.2 *supra*)**

Descriptif du risque

Pour accélérer sa transformation vers le numérique, un plan de recomposition du corps social est déployé depuis 2019. Il vise à faire évoluer les métiers, à attirer de nouveaux talents nécessaires aux évolutions d'activités et à ajuster le niveau des effectifs dans le cadre d'un plan de départs volontaires. Ce contexte implique une vigilance en matière de climat social, de fragilisation des secteurs dans le cadre de départs massifs et d'intégration de nouvelles compétences. L'enjeu économique de cette étape de la transformation et notamment le financement du dispositif de départ sont un élément majeur de l'équilibre de l'entreprise pour la période 2019-2022.

Gestion du risque

Un accord soutenant le plan stratégique 2019-2022 a été signé avec les instances représentatives du personnel, il prévoit un plan de départs volontaires ainsi qu'un plan de recrutement permettant la recomposition du corps social. La correcte information des collaborateurs concernant les possibilités de départs volontaires et les impacts y afférents sont un point important du dispositif. La Direction des ressources humaines accompagne les directions dans cette démarche impactant l'organisation et les fonctionnements. Une attention particulière est portée sur le climat social général de l'entreprise, la cohésion des collectifs de travail, l'information et la transparence du dialogue. Quant à la stratégie, la nécessité de se transformer face aux nouvelles formes de concurrence est au cœur du dispositif d'accompagnement.

➤ **Risques liés à la hausse des coûts d'approvisionnement de droits sportifs**

Descriptif du risque

L'arrivée de nouveaux acteurs, disposant de moyens importants sur le marché des droits sportifs, a contribué à une inflation de certains coûts d'achats. La fusion potentielle de TF1/M6 est également facteur d'une concurrence plus vive sur les droits destinés à la diffusion en clair. Ces éléments constituent un risque pour l'approvisionnement de France Télévisions et sa capacité à préserver une offre multiple et abondante.

Gestion du risque

Le sport constitue un enjeu majeur pour maintenir un service public rassembleur et populaire. Au cours des dernières années, l'information sportive a été renouvelée et de nouvelles écritures ont été mises en place avec une rénovation des magazines. Dans un contexte d'inflation des droits sportifs à l'échelle mondiale, cet objectif s'inscrit dans une trajectoire budgétaire contrainte. Notre portefeuille de droits sportifs, malgré des économies nécessaires, a vocation à rester ambitieux. France Télévisions poursuit sa stratégie d'exposition des grandes compétitions qui fédèrent son public, tout en cherchant à diversifier son offre et en offrant une place importante aux sports féminins, au handisport et à des sports plus confidentiels.

➤ **Risques liés aux atteintes à l'environnement et à la transition écologique (cf paragraphe 3.3.2 et 3.3.3 *supra*)**

Descriptif du risque

Le risque environnemental est la possibilité de porter atteinte à l'environnement du fait des activités de l'entreprise ou de celles de ses sous-traitants et fournisseurs. Au-delà de l'environnement, ces atteintes peuvent avoir des répercussions négatives sur les personnes tierces, sur les collaborateurs de l'entreprise, sur ses objectifs ainsi que sur sa réputation. Cet impact sur l'environnement peut être direct ou indirect. L'entreprise doit veiller, dans le cadre de ses activités, à limiter son empreinte sur l'environnement et à accompagner la société dans la compréhension des enjeux environnementaux.

Gestion du risque

France Télévisions, dans le cadre de ses activités, s'engage dans une démarche de plus grande responsabilité sociale et environnementale s'ancrant pleinement dans les attentes des citoyens comme des salariés. En interne, des démarches sont en place pour réduire l'empreinte environnementale dans le cadre des activités. Au niveau des antennes, une place plus importante est accordée aux causes sociétales et environnementales dans tous les genres. L'entreprise a un rôle à la fois d'éveil des consciences et d'accompagnement de la société dans les démarches de transitions.

5.2.3 Risques financiers

➤ **Risques liés au financement public et au statut d'ODAC**

Descriptif du risque

Le risque de remise en cause des engagements pluriannuels par l'Etat en matière de financement ainsi que le statu quo sur les sources de financement public peuvent fragiliser l'entreprise, sa trajectoire et les engagements qu'elle prend pour répondre aux missions et aux obligations qui lui sont faites par son actionnaire. Depuis 2019, l'entreprise est classée ODAC⁵¹ en raison de son mode de financement public. Ce statut, de par la loi de programmation des finances publiques 2011-2014, limite les capacités de recours à l'emprunt privé pour ses opérations et instaure des relations avec l'AFT⁵².

France Télévisions est dépendante des décisions prises par l'Etat-actionnaire en la matière et des textes législatifs associés.

Gestion du risque

France Télévisions s'inscrit dans une trajectoire budgétaire en tension suite aux décisions de son actionnaire. Une gestion particulièrement rigoureuse est conduite par l'ensemble des équipes de France Télévisions. Des recherches d'économies se poursuivent pour permettre dans ce contexte le financement des transformations qui doivent s'opérer vers le numérique. La dématérialisation, la modernisation des moyens, la recherche d'automatisation et de simplification des modes de fonctionnements constituent notamment des axes de réduction et de maîtrise de coûts et doivent permettre de préserver les moyens dédiés aux offres de programmes. Une gestion rigoureuse de la Trésorerie à court et moyen termes est en place pour anticiper les besoins.

⁵¹ Organisme divers d'administration centrale, ou entité contrôlée et financée majoritairement par l'Etat

⁵² Agence France Trésor

➤ Risques liés aux recettes commerciales

Descriptif du risque

Les recettes commerciales constituent un enjeu important pour France Télévisions, dans un contexte de réduction des ressources publiques. En effet, la conservation des équilibres financiers est une priorité pour le groupe France Télévisions pour la période 2019-2022 et au-delà.

Malgré une reprise sur le marché publicitaire, la crise sanitaire a impacté le secteur. Les nouvelles mesures d'audiences, les évolutions réglementaires liées à la transition écologique impactent à court terme le secteur. Par ailleurs, la potentielle fusion TF1/M6 est également un facteur à prendre en compte sur ce marché.

Gestion du risque

Le contexte publicitaire reste tendu, cependant la régie publicitaire de France Télévisions maintient ses objectifs à court terme et développe des propositions adaptées. Ainsi, des solutions de publicité responsables sont avancées, et la possibilité de publicité segmentée exploitée. Dans ce cadre, des accords ont été trouvés avec les distributeurs (FAI⁵³) permettant le développement de cette activité porteuse de valeur et constituant un enjeu important pour le maintien des équilibres.

Parallèlement, sur le marché de la distribution, les œuvres françaises et européennes bénéficient d'un engouement favorable permettant la mise en avant du catalogue distribué par France Télévisions Distribution.

Enfin, la politique de négociation de droits sur les programmes financés par France Télévisions, la stratégie d'acquisition et d'investissement sont revues pour s'adapter aux enjeux actuels et maintenir les équilibres économiques. Les évolutions réglementaires liées aux négociations dites de « l'accord TNT », permettent quelques opportunités pour les éditeurs, en matière notamment de part dépendante et d'entrée en coproduction. Dans ce cadre, France Télévisions a poursuivi le développement de sa filiale de production France.tv studio.

5.2.4 Risques juridiques

➤ Risques liés à la mise en conformité RGPD (cf paragraphe 3.2.4 *supra*)

Descriptif du risque

Le règlement général européen concernant la protection des données personnelles (RGPD) est entré en vigueur en mai 2018. Ce règlement oblige les entreprises opérant sur le territoire européen à garantir la protection et le bon usage des données personnelles qui pourraient être collectées dans le cadre de leur activité pour assurer le service et l'améliorer (exemple :

⁵³ Fournisseurs d'accès internet

compte d'accès aux applications proposées...). La réglementation en matière de « tracers » et de consentement s'est depuis renforcée. L'imprudence et la négligence des entreprises et organismes publics ou privés lors du traitement de données sensibles sont désormais directement et lourdement sanctionnées par le RGPD au travers d'amendes administratives voire de sanctions pénales.

Gestion du risque

Les données constituent un actif important dans les activités de France Télévisions afin de proposer une meilleure qualité et expérience aux utilisateurs de ses services. Leur collecte, protection et bon usage limités aux objectifs de services sont des engagements forts de l'entreprise. Dans ce contexte, un délégué à la protection des données personnelles est en place et coordonne les activités de mise en conformité au niveau du groupe. La plateforme France.tv est en conformité pour recevoir le consentement de ses utilisateurs et évolue pour prendre en compte les aspects réglementaires. La formation des acteurs internes est renforcée pour traiter dès l'émergence des projets la problématique RGDP tant dans les process business qu'internes.

➤ Risques liés à la conformité et à l'éthique (cf paragraphe 3.2.1 *supra*)

Descriptif du risque

L'évolution législative renforce les obligations des groupes en matière d'éthique et de lutte contre la corruption, les conflits d'intérêts et autres manquements au devoir de probité avec notamment la loi dite SAPIN2 n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 et la loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative aux droits et devoir de vigilance. De lourdes sanctions ont déjà été prononcées à l'encontre d'entreprises françaises et internationales. France Télévisions, en tant que société financée par des fonds publics, a un devoir d'exemplarité.

Gestion du risque

Depuis fin 2016, France Télévisions a démarré la mise en place d'un plan d'exemplarité. Des structures dédiées à la conformité, éthique et déontologie ainsi qu'au développement et renforcement des dispositifs de contrôle interne sont en place. La charte éthique et le code de conduite anticorruption rappellent les valeurs et engagements de France Télévisions en matière d'éthique. Ils précisent les comportements attendus de chaque collaborateur ainsi que les comportements proscrits. Cette démarche a pour objectif de rassembler les collaborateurs autour de valeurs communes, notamment en matière : de respect des personnes et de l'environnement ; de relations avec les partenaires d'affaires ; d'éthique et de déontologie relatives aux contenus et aux produits diffusés ; de santé-hygiène et de sécurité ; de lutte anti-corruption ; de prévention des conflits d'intérêt et de respect du droit de la concurrence. Un dispositif d'alerte, également ouvert aux parties prenantes, est en place. Il est destiné à recueillir les signalements relatifs à l'existence de faits ou de comportements contraires aux lois et règlements, au code de conduite anticorruption mais également aux faits portant atteinte aux droits humains, à la santé et sécurité des personnes et à l'environnement. Ce programme de mise en conformité se poursuit au sein de France Télévisions et de ses principales filiales avec le déploiement prévu en 2022 de procédures

d'évaluation des tiers, la réalisation de contrôles comptables anticorruption et le déploiement d'un plan de formation sur le dispositif « éthique et conformité » du groupe.

6. CONVENTIONS REGLEMENTEES EN APPLICATION DES DISPOSITIONS DU CODE DE COMMERCE OU RELEVANT DE L'ARTICLE 47-6 DE LA LOI 86-1067 DU 30 SEPTEMBRE 1986

6.1 Conventions réglementées

Le rapport spécial établi par les Commissaires aux comptes de la société relate les conventions relevant de l'article L225-38 du Code de commerce conclues au cours d'exercices antérieurs dont l'exécution a été poursuivie au cours du dernier exercice.

Le Conseil d'administration a décidé de maintenir toutes les autorisations données, ces conventions répondant toujours aux critères qui avaient conduit le Conseil à donner initialement son accord à la conclusion de celles-ci.

Aucune nouvelle convention n'a été conclue au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2021.

6.2 Conventions relevant de l'article 47-6 de la loi 86-1067 du 30 septembre 1986

France Télévisions a approuvé le Contrat d'objectifs et de moyens avec l'Etat pour la période de 2020 à 2022.

Ce contrat relate les objectifs stratégiques de France Télévisions sur la période.

7. ANNEXES

7.1 Liste des établissements

LISTE ETABLISSEMENTS SECONDAIRES DE FRANCE TELEVISIONS au 31/12/2021	SIRET	
BORDEAUX (33)	432766947	00282
BAYONNE (64)	432766947	00274
MONT DE MARSAN (40)	432766947	00266
PAU (64)	432766947	00746
PERIGUEUX (24)	432766947	00258
AGEN (47)	432766947	00035
DAX (40)	432766947	00381
DIJON (21)	432766947	00985
BESANCON (25)	432766947	00860
NEVERS (58)	432766947	00050
MONTBELIARD (25)	432766947	00878
PONTARLIER (25)	432766947	01868
LONS LE SAUNIER (39)	432766947	00126
AUXERRE (89)	432766947	00811
MACON (71)	432766947	00076
VESOUL (70)	432766947	00621
TORCY (71)	432766947	01371
AJACCIO (20)	432766947	01595
BASTIA (20)	432766947	00068
LIMOGES (87)	432766947	00290
POITIERS (86)	432766947	00043
POITIERS (86)	432766947	01850
ANGOULEME (16)	432766947	00365
NIORT (79)	432766947	01652
BRIVE LA GAILLARDE (19)	432766947	00241
GUERET (23)	432766947	00118
VAUX SUR MER (17)	432766947	01785
LA ROCHELLE (17)	432766947	01322
VANDOEUVE LES NANCY (54)	432766947	00514
REIMS (51)	432766947	00308
METZ (57)	432766947	01611
CHAUMONT (52)	432766947	00316
CHARLEVILLE MEZIERES (08)	432766947	01660
EPINAL (88)	432766947	00423
BAR LE DUC (55)	432766947	00167
TROYES (10)	432766947	00480
CHALONS EN CHAMPAGNE (51)	432766947	00555
SARREGUEMINES (57)	432766947	00415
STRASBOURG (67)	432766947	00613
MULHOUSE (68)	432766947	00027
MARSEILLE (13) Siège	432766947	00449
MARSEILLE (13)	432766947	01843
ANTIBES (06)	432766947	00233
NICE (06)	432766947	01066
GAP (05)	432766947	00340
TOULON (83)	432766947	01819
AVIGNON (84)	432766947	00928
DIGNE LES BAINS (04)	432766947	00225
DRAGUIGNAN (83)	432766947	00464
ARLES (13)	432766947	01421
MENTON (06)	432766947	01413
ROUEN (76)	432766947	01686
CAEN (14)	432766947	00191
ALENCON (61)	432766947	01454
CHERBOURG OCTEVILLE (50)	432766947	01256

LISTE ETABLISSEMENTS SECONDAIRES DE FRANCE TELEVISIONS au 31/12/2021	SIRET	
LE HAVRE (76)	432766947	01082
AVRANCHES (50)	432766947	00837
EVREUX (27)	432766947	01058
DIEPPE (76)	432766947	00936
LILLE (59)	432766947	00894
LILLE (59)	432766947	01827
LOMME (59)	432766947	01777
AMIENS (80)	432766947	00498
SOISSONS (02)	432766947	01751
BEAUVAIS (60)	432766947	00159
BOULOGNE SUR MER (62)	432766947	00563
ARRAS (62)	432766947	00142
DUNKERQUE (59)	432766947	01512
VALENCIENNES (59)	432766947	01496
RENNES (35)	432766947	00332
NANTES (44)	432766947	00753
BREST (29)	432766947	00175
ANGERS (49)	432766947	01876
LORIENT (56)	432766947	01702
SAINT BRIEUC (22)	432766947	00084
LAVAL (53)	432766947	00399
LA ROCHE SUR YON (85)	432766947	01645
LE MANS (72)	432766947	01348
QUIMPER (29)	432766947	01637
ST NAZAIRE (44)	432766947	01363
BOURGES (18)	432766947	00803
CHARTRES (28)	432766947	00357
CHATEAUROUX (36)	432766947	01314
TOURS (37)	432766947	01793
BLOIS (41)	432766947	00092
ORLEANS (45)	432766947	00530
MONTARGIS (45)	432766947	01579
PARIS 15 (75)	432766947	00019
PARIS 15 (75)	432766947	01116
PARIS 15 (75)	432766947	01140
PARIS (75)	432766947	01165
MELUN (77)	432766947	00324
BOIS D'ARCY (78)	432766947	01769
VERSAILLES (78)	432766947	01587
ISSY LES MOULINEAUX (92)	432766947	01561
MALAKOFF (92)	432766947	01041
SAINT CLOUD (LE FRANAY) (92)	432766947	01736
VANVES (92)	432766947	01025
BOBIGNY (93)	432766947	01306
CERGY (95)	432766947	01009
LYON (69)	432766947	00654
LYON (69)	432766947	01397
GRENOBLE LA TRONCHE (38)	432766947	00977
CLERMONT FERRAND (63)	432766947	00548
AURILLAC (15)	432766947	00670
VALENCE (26)	432766947	01488
SAINT ETIENNE (42)	432766947	01462
LE PUY EN VELAY (43)	432766947	01470
ANNECY (74)	432766947	00696
MOULINS (03)	432766947	00506
ARCHAMPS (74)	432766947	00688
CHAMBERY (73)	432766947	00886
BOURG EN BRESSE (01)	432766947	01090
AUBENAS (07)	432766947	01728
CHAMONIX (74)	432766947	01538
TOULOUSE (31)	432766947	00704
PERPIGNAN (66)	432766947	01801

LISTE ETABLISSEMENTS SECONDAIRES DE FRANCE TELEVISIONS au 31/12/2021	SIRET	
MONTPELLIER (34)	432766947	00779
VENDARGUES (34)	432766947	01694
TERSSAC (81)	432766947	01603
CARCASSONNE (11)	432766947	00761
RODEZ (12)	432766947	00589
CAHORS (46)	432766947	00597
MILLAU (12)	432766947	00829
TARBES (65)	432766947	00795
FOIX (09)	432766947	00571
NIMES (30)	432766947	01439
MENDE (48)	432766947	01405
GUADELOUPE BAIE MAHAULT (97)	432766947	01181
GUADELOUPE BASSE TERRE (97)	432766947	01546
GUADELOUPE SAINT MARTIN (97)	432766947	01447
GUYANE REMIRE MONTJOLY (97)	432766947	01215
GUYANE KOUROU (97)	432766947	01710
GUYANE SAINT LAURENT DU MARONI (97)	432766947	01223
MARTINIQUE FORT DE FRANCE (97)	432766947	01678
MAYOTTE (97)	432766947	01298
MAYOTTE (97)	432766947	01744
NOUVELLE CALEDONIE NOUMEA (98)	n° RIDET: 0 984 138.001	
NOUVELLE CALEDONIE POINDEMIE (98)	n° RIDET: 0 984 138.002	
NOUVELLE CALEDONIE KONE (98)		
NOUVELLE CALEDONIE LIFOU (98)		
NOUVELLE CALEDONIE LA FOA (98)		
SAINT PIERRE ET MIQUELON (97)	432766947	01504
SAINT PIERRE ET MIQUELON (97)	432766947	01199
POLYNESIE FRANCAISE (98)	N° tahiti: 161661 Code Lbis 09 289 B	
REUNION SAINT PIERRE (97)	432766947	01280
REUNION SAINT CLOTILDE (97)	432766947	01389
WALLIS ET FUTUNA (98)	432766947	01041

7.2 Mandats et fonctions des mandataires sociaux de France Télévisions

Mandats et Fonctions des mandataires sociaux de France Télévisions au cours de l'exercice 2021

BATVIER Sophie Salariée France Télévisions	France Télévisions	SA	Administrateur représentant des salariés	jusqu'au 18/02/2021
BASTE-REGIS Karine Salariée France Télévisions	France Télévisions	SA	Administrateur représentant des salariés (+ Membre du comité stratégique)	à compter du 18/02/2021
BAYLE Laurent Directeur Général de la Cité de la musique - Philharmonie de Paris Jusqu'au 31/10/2021	France Télévisions	SA	Administrateur indépendant nommé par le CSA	à compter du 01/12/2021
	Festival Musica de Strasbourg (association du festival international des musiques d'aujourd'hui de Strasbourg)	Association Loi 1901	Président	
	Les musicales franco-russes de Toulouse		Président	
	C'est vous l'avenir	Fondation d'entreprise Société Générale	Membre	à compter de 11/2021
	Fondation Les Arts Florissants - William Christie	Fondation	Membre	
	Cité musicale de Metz		Membre du conseil d'administration	
BEAUX Christophe Conseiller Maître à la Cour des Comptes	Orchestre de Chambre de Paris	Association Loi 1901	Vice-Président	
	CARE France	Association	Administrateur	
	LES ETES DE LA DANSE	Association	Administrateur	
	France Télévisions	SA	Administrateur indépendant nommé par le CSA	jusqu'au 14/02/2021
BERNIS Valérie Administratrice indépendante	ATOS	Société européenne	Administrateur indépendant, Présidente du Comité RSE, Membre du comité des rémunérations	
	L'OCCITANE	SA	Administrateur indépendant, membre du comité des rémunérations, membre du comité RSE	
	AROP	SAS	Administrateur, secrétaire générale du conseil d'administration	
	Recherche contre Alzheimer	Fondation d'utilité publique	Administrateur indépendant	
	CHAUVEAU SA	SA	Administrateur	
	France Télévisions	SA	Administrateur indépendant nommé par le CSA (+ Membre du Comité Stratégique - Membre du Comité des engagements - Présidente du Comité des Rémunérations)	
	Lagardère	SA	Administrateur indépendant, membre du comité d'audit	
BIGNOLAS Laurent Salarié France Télévisions	SC Marins à Terre	SC	Associé Gérant	
	France Télévisions	SA	Administrateur représentant des salariés	jusqu'au 18/02/2021
BREDIN Frédérique Inspectrice générale des finances	France Télévisions	SA	Administrateur représentant l'Etat	
BROCAS Sophie Préfet, directeur général des outre- mer à l'administration centrale du ministère de l'Intérieur et du ministère des outre-mer	France Télévisions	SA	Administrateur représentant l'Etat	

DE PALMAS Alexandre Directeur exécutif de CARREFOUR Espagne	France Télévisions	SA	Administrateur indépendant nommé par le CSA (+ Président du comité d'audit et des comptes - Président du comité des engagements)	
de RINQUESEN Nathanaël Salarié France Télévisions	France Télévisions	SA	Administrateur représentant des salariés (+ Membre du comité stratégique)	à compter du 18/02/2021
DESPORTES Marc-Henri Directeur Général Délégué de Worldline	France Télévisions	SA	Administrateur indépendant nommé par le CSA (+ Président du comité stratégique)	
	Worldline	SA	Directeur Général Délégué	
	Ingenico Group	SA	Directeur Général	
	Twint	AG (société de droit suisse)	Administrateur	
	Worldline Schweiz (précédemment nommée SIX Payment Services)	AG (société de droit suisse)	Administrateur	jusqu'au 05/10/2021
	Worldline IT Services UK	Limited (société de droit britannique)	Administrateur	
	Worldline Chile	S.A (société de droit chilien)	Administrateur	
	Worldline	NV (société de droit belge)	Administrateur	
ERINOTTE CUNCI Delphine Présidente France Télévisions	France Télévisions	SA	Présidente Directrice Générale - Représentante légale	
	France 3 Cinéma	SASU	Présidente	
	Médiamétrie	SA	Représentante permanente de France Télévisions au Conseil d'administration	renouvelé le 29/06/2021
	Arte France	SA à directoire	Représentante permanente de France Télévisions au Conseil de surveillance	
	France 2 Cinéma	SASU	Présidente	
	Suez	SA	Administratrice et Présidente du Comité d'audit	
	SCI Valln France Télévisions	SCI	Représentante légale de France Télévisions, Garant	
	Centquatre	EP de coopération culturelle	Membre du Conseil d'administration	
	Centrale Supélec	EP à caractère scientifique, culturel et professionnel	Présidente et Membre du Conseil d'administration	
	PAPANGUE IMMO	SASU	Représentante de France Télévisions, Président	
	TV5 Monde	SA	Présidente du Conseil d'administration	renouvelé le 22/06/2021
	Union Européenne de Radio-Télévision (UER)	Association des Radiodiffuseurs nationaux	Vice-Présidente de l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER)	jusqu'au 01/01/2021
	Union Européenne de Radio-Télévision (UER)	Association des Radiodiffuseurs nationaux	Présidente de l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER)	à compter du 01/01/2021
	SALTO GESTION	SAS	Membre du Conseil de surveillance	jusqu'au 10/03/2021
	Fondation Engagement Médias pour les Jeunes	Fonds sous l'égide de la Fondation de France	Administratrice et Présidente du comité exécutif	
France Télévisions Publicité	SA	Administratrice et Présidente du Conseil d'administration		

GOURDIN Jean-Baptiste Directeur général des médias et des industries culturelles du ministère de la culture	France Télévisions	SA	Membre du conseil d'administration en qualité de représentant de l'Etat (+ Membre du comité stratégique - Membre du comité d'audit et des comptes - Membre du comité des rémunérations)	
	France Medias Monde (FMM)	SA	Membre du conseil d'administration en qualité de représentant de l'Etat	
	ARTE France	SA	Commissaire du gouvernement	
	Agence France Presse (AFP)	Société à statut spécifique (loi de 1957)	Membre du conseil d'administration en qualité de représentant des services publics usagers de l'agence	
	Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC)	SA	Membre du conseil d'administration en qualité de représentant de l'Etat	Jusqu'en 05/2021
	Bibliothèque nationale de France (BNF)	EPA	Membre de droit, en tant que directeur général des médias et des industries culturelles, (ou son représentant), du conseil d'administration	
	BNF- Partenariats	SAS	Membre de droit du Comité stratégique, en tant que directeur général des médias et des industries culturelles, du conseil d'administration	
	Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)	EPA	Membre de droit, en tant que directeur général des médias et des industries culturelles, du conseil d'administration	
	Centre National du Livre (CNL)	EPA	Membre de droit, en tant que directeur général des médias et des industries culturelles, du conseil d'administration	
	Centre National de la Musique (CNM)	EPIC	Membre de droit, en tant que directeur général des médias et des industries culturelles, du conseil d'administration	
	Bibliothèque publique d'Information (BPI)	EPA	Membre de droit, en tant que directeur général des médias et des industries culturelles, (ou son représentant), du conseil d'administration	
	Centre National des arts plastiques (CNAP)	EPA	Membre de droit, en tant que directeur général des médias et des industries culturelles, du conseil d'administration	
	Portail de la publicité légale des entreprises "PPLE.fr"	GIP (DILA - Infogreffe - APTE)	Commissaire du gouvernement	
JANNEY Chantal Représentante de l'UNAF - Union Nationale des Associations familiales	CERQUAL	SASU	Membre du conseil de surveillance	
	QIOS	SASU	Membre du conseil de surveillance	
	France Télévisions	SA	Administrateur indépendant nommé par le CSA (+ Membre du comité stratégique)	
	Qualitef formation	SASU	Membre du conseil de surveillance	
	Qualitef espace numérique du logement	SASU	Membre du conseil de surveillance	
JODER Mélanie Inspectrice générale des finances, directrice du budget à l'administration centrale du ministère de l'économie, des finances et de la relance	France Télévisions	SA	Administrateur représentant l'Etat (+ Membre du comité stratégique - Membre du comité d'audit et des comptes)	à compter du 20/09/2021
	BPI France	SA	Censeur	à compter du 24/09/2021
	SNCF SA	SA	Membre du conseil d'administration	à compter du 22/09/2021
	AFFPA (Etablissement public chargé de la formation professionnelle des adultes)	EPIC	Membre du conseil d'administration	à compter du 18/09/2021
	OFB (Office française de la biodiversité)	Etablissement public	Membre du conseil d'administration	à compter du 01/10/2021
	SOLIDEO (Société de livraison des ouvrages olympiques)	EPIC	Membre du conseil d'administration	à compter du 13/10/2021
	ANTAI (Agence nationale de traitement automatisé des infractions)	EPA	Membre de droit du conseil d'administration	à compter du 23/08/2021
	ANTS (Agence nationale des titres sécurisés)	EPA	Membre de droit du conseil d'administration	à compter du 23/08/2021

LAFON Laurent Sénateur du Val de Marne, Président de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication, Conseiller municipal de Vincennes, Maire honoraire de Vincennes, Conseiller métropolitain	France Télévisions	SA	Administrateur représentant le Sénat	
SARRAZIN Charles Directeur de participations Services & Finance, Ministère de l'Economie et des Finances	France Télévisions	SA	Administrateur représentant l'Etat (+ Membre du comité stratégique - Membre du comité d'audit et des comptes - Membre du comité des rémunérations - Membre du comité des engagements)	
	ARTE France	SA	Représentant de l'Etat au Conseil de surveillance	
	ARTE GEIE	GEIE	Membre représentant l'Etat à l'assemblée générale	
	Bpifrance Participations	SA	Représentant de l'Etat au Conseil d'administration	
	Bpifrance Investissement	SA	Représentant de l'Etat au Conseil d'administration	
	La Poste	SA	Représentant de l'Etat au Conseil d'administration	
	La Française des Jeux	SA	Représentant de l'Etat au Conseil d'administration	
STODER Bruno Président de la Commission des Affaires Culturelles et de l'Education à l'Assemblée nationale	France Télévisions	SA	Administrateur représentant l'assemblée nationale (+ Membre du comité stratégique)	
	OFAI - Office franco-allemand pour la Jeunesse	Organisation internationale autonome	(+ Membre du comité stratégique)	
	Association Française du Festival International du Film	Association	Administrateur	
VERDIER Amélie Inspectrice générale des finances	France Télévisions	SA	Administrateur représentant l'Etat (+ Membre du comité stratégique - Membre du comité d'audit et des comptes)	jusqu'au 20/09/2021
	BPI France	SA	Censeur	jusqu'au 24/09/2021
	Etablissement public chargé de la formation professionnelle des adultes (AFPA)	EPIC	Membre du Conseil d'administration	jusqu'au 17/09/2021
	OPERA NATIONAL DE PARIS (ONP)	EPIC	Membre titulaire du conseil d'administration	jusqu'au 09/08/2021
	SOLIDEO (société de livraison des ouvrages olympiques)	EPIC	Représentant de l'Etat au Conseil d'administration	jusqu'au 13/10/2021
	PHILARMONIE DE PARIS (Etablissement public de la cité de la musique)	EPIC	Membre du conseil d'administration	jusqu'au 09/08/2021
	SNCF SA	SA	Membre du Conseil d'administration	jusqu'au 22/09/2021
	Agence nationale de traitement automatisé des infractions (ANTAI)	EPA	Membre de droit du conseil d'administration	jusqu'au 23/08/2021
	Agence nationale des titres sécurisés (ANTS)	EPA	Membre de droit du conseil d'administration	jusqu'au 23/08/2021
	OFB (Office française de la biodiversité)	Etablissement public	Membre du conseil d'administration - 1er collège	jusqu'au 01/10/2021

KPMG Audit

Département de KPMG S.A.
Tour EQHO - 2, avenue Gambetta
92066 Paris-La Défense
S.A. au capital de € 5 497 100
775 726 417 R.C.S. Nanterre

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles et du Centre

ERNST & YOUNG Audit

Tour First
TSA 14444
92037 Paris-La Défense cedex
S.A.S. à capital variable
344 366 315 R.C.S. Nanterre

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles et du Centre

France Télévisions S.A.

***Rapport des commissaires aux comptes sur les
comptes annuels***

Exercice clos le 31 décembre 2021

France Télévisions S.A.

7, esplanade Henri de France - 75015 Paris

Ce rapport contient 46 pages

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.
Tour EQHO - 2, avenue Gambetta
92066 Paris-La Défense
S.A. au capital de € 5 497 100
775 726 417 R.C.S. Nanterre

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles et du Centre

ERNST & YOUNG Audit
Tour First
TSA 14444
92037 Paris-La Défense cedex
S.A.S. à capital variable
344 366 315 R.C.S. Nanterre

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
régionale de Versailles et du Centre

France Télévisions S.A.

Siège social : 7, esplanade Henri de France - 75015 Paris
Capital social : € 378 340 000

Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes annuels

Exercice clos le 31 décembre 2021

A l'Assemblée générale de la société France Télévisions S.A.,

Opinion

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre assemblée générale, nous avons effectué l'audit des comptes annuels de la société France Télévisions S.A. relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2021, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

Fondement de l'opinion

Référentiel d'audit

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont indiquées dans la partie « Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels » du présent rapport.

Indépendance

Nous avons réalisé notre mission d'audit dans le respect des règles d'indépendance prévues par le code de commerce et par le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes, sur la période du 1^{er} janvier 2021 à la date d'émission de notre rapport.

France Télévisions S.A.
Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes annuels

Observation

Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur le point exposé dans la note 2. « Comptes de Résultat » des comptes annuels concernant le changement de présentation des provisions pour indemnité de départ à la retraite, pour médaille du travail et de l'intéressement.

Justification des appréciations

La crise mondiale liée à la pandémie de Covid-19 crée des conditions particulières pour la préparation et l'audit des comptes de cet exercice. En effet, cette crise et les mesures exceptionnelles prises dans le cadre de l'état d'urgence sanitaire induisent de multiples conséquences pour les entreprises, particulièrement sur leur activité et leur financement, ainsi que des incertitudes accrues sur leurs perspectives d'avenir. Certaines de ces mesures, telles que les restrictions de déplacement et le travail à distance, ont également eu une incidence sur l'organisation interne des entreprises et sur les modalités de mise en œuvre des audits.

C'est dans ce contexte complexe et évolutif que, en application des dispositions des articles L.823-9 et R.823-7 du code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les appréciations suivantes qui, selon notre jugement professionnel, ont été les plus importantes pour l'audit des comptes annuels de l'exercice.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le contexte de l'audit des comptes annuels pris dans leur ensemble et de la formation de notre opinion exprimée ci-avant. Nous n'exprimons pas d'opinion sur des éléments de ces comptes annuels pris isolément.

La note 3.2.1 « Programmes et productions » de l'annexe aux comptes annuels expose notamment les règles et méthodes comptables relatives aux programmes et productions. Dans le cadre de notre appréciation des règles et principes comptables suivis par votre société, nous avons apprécié le caractère approprié des méthodes comptables visées ci-dessus, les informations fournies dans l'annexe et leur correcte application.

Votre société constitue des provisions pour couvrir certains risques, tels que décrits dans la note 3.3.3 de l'annexe aux comptes annuels. Nos travaux ont consisté à apprécier les données et les hypothèses sur lesquelles se fondent ces estimations et à revoir les calculs effectués par votre société. Dans le cadre de nos appréciations de ces estimations, nous avons apprécié le caractère raisonnable des hypothèses retenues et des évaluations qui en résultent. Nous avons par ailleurs vérifié le caractère approprié des informations fournies dans les notes de l'annexe sur le cadre de l'estimation de ces provisions notamment de la provision relative au plan de recomposition des effectifs et les incertitudes qui y sont attachées.

Vérifications spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par les textes légaux et réglementaires.

France Télévisions S.A.
Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes annuels

Informations données dans le rapport de gestion et dans les autres documents sur la situation financière et les comptes annuels adressés à l'actionnaire unique

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du conseil d'administration et dans les autres documents sur la situation financière et les comptes annuels adressés à l'actionnaire unique.

Nous attestons de la sincérité et de la concordance avec les comptes annuels des informations relatives aux délais de paiement mentionnées à l'article D.441-6 du code de commerce.

Informations relatives au gouvernement d'entreprise

Nous attestons de l'existence, dans le rapport du conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise, des informations requises par l'article L.225-37-4 du code de commerce.

Responsabilités de la direction et des personnes constituant le gouvernement d'entreprise relatives aux comptes annuels

Il appartient à la direction d'établir des comptes annuels présentant une image fidèle conformément aux règles et principes comptables français ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement de comptes annuels ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs. Lors de l'établissement des comptes annuels, il incombe à la direction d'évaluer la capacité de la société à poursuivre son exploitation, de présenter dans ces comptes, le cas échéant, les informations nécessaires relatives à la continuité d'exploitation et d'appliquer la convention comptable de continuité d'exploitation, sauf s'il est prévu de liquider la société ou de cesser son activité.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le conseil d'administration.

Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels

Il nous appartient d'établir un rapport sur les comptes annuels. Notre objectif est d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels pris dans leur ensemble ne comportent pas d'anomalies significatives. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, sans toutefois garantir qu'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel permet de systématiquement détecter toute anomalie significative. Les anomalies peuvent provenir de fraudes ou résulter d'erreurs et sont considérées comme significatives lorsque l'on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'elles puissent, prises individuellement ou en cumulé, influencer les décisions économiques que les utilisateurs des comptes prennent en se fondant sur ceux-ci.

Comme précisé par l'article L.823-10-1 du code de commerce, notre mission de certification des comptes ne consiste pas à garantir la viabilité ou la qualité de la gestion de votre société.

France Télévisions S.A.
Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes annuels

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, le commissaire aux comptes exerce son jugement professionnel tout au long de cet audit. En outre :

- il identifie et évalue les risques que les comptes annuels comportent des anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, définit et met en œuvre des procédures d'audit face à ces risques, et recueille des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour fonder son opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative provenant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne ;
- il prend connaissance du contrôle interne pertinent pour l'audit afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne ;
- il apprécie le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, ainsi que les informations les concernant fournies dans les comptes annuels ;
- il apprécie le caractère approprié de l'application par la direction de la convention comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments collectés, l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou à des circonstances susceptibles de mettre en cause la capacité de la société à poursuivre son exploitation. Cette appréciation s'appuie sur les éléments collectés jusqu'à la date de son rapport, étant toutefois rappelé que des circonstances ou événements ultérieurs pourraient mettre en cause la continuité d'exploitation. S'il conclut à l'existence d'une incertitude significative, il attire l'attention des lecteurs de son rapport sur les informations fournies dans les comptes annuels au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas fournies ou ne sont pas pertinentes, il formule une certification avec réserve ou un refus de certifier ;
- il apprécie la présentation d'ensemble des comptes annuels et évalue si les comptes annuels reflètent les opérations et événements sous-jacents de manière à en donner une image fidèle.

Paris-La Défense, le 24 mars 2022
KPMG Audit
Département de KPMG S.A.

Paris-La Défense, le 24 mars 2022
ERNST & YOUNG Audit

Nicolas Piofret
Associé

Christine Vitrac
Associée

france•tv

COMPTES ANNUELS

31 DECEMBRE 2021

Table des matières

1.	BILAN	3
2.	COMPTE DE RESULTAT	5
3.	ANNEXE.....	7
3.1	Faits caractéristiques de l'exercice	7
3.2	Principes, règles et méthodes comptables.....	8
3.2.1	Programmes et productions.....	8
3.2.1.1	<i>Programmes et productions autres que les droits audiovisuels pluriannuels.....</i>	<i>8</i>
3.2.1.2	<i>Droits audiovisuels pluriannuels.....</i>	<i>11</i>
3.2.2	Autres immobilisations incorporelles.....	12
3.2.3	Immobilisations corporelles.....	12
3.2.4	Immobilisations financières.....	13
3.2.5	Stocks.....	14
3.2.6	Créances d'exploitation.....	14
3.2.7	Opérations en devises.....	14
3.2.8	Valeurs Mobilières de Placement.....	14
3.2.9	Subventions d'équipement.....	15
3.2.10	Provisions réglementées.....	15
3.2.11	Indemnités de départs en retraite et provision pour médailles du travail.....	15
3.2.11.1	<i>Indemnités de départs en retraite.....</i>	<i>15</i>
3.2.11.2	<i>Provision pour médailles du travail.....</i>	<i>16</i>
3.2.12	Créances et dettes en monnaies étrangères.....	16
3.2.13	Redevance.....	16
3.2.14	Recettes publicitaires.....	17
3.2.15	Compte personnel de formation (CPF).....	17
3.2.16	Fondation.....	17
3.3	Notes sur le bilan.....	18
3.3.1	Actif immobilisé.....	18
3.3.2	Amortissements.....	19
3.3.3	Provisions.....	20
3.3.4	Etat des Créances et des Dettes d'exploitation.....	21
3.3.5	Trésorerie.....	22
3.3.6	Instruments financiers.....	22
3.3.6.1	<i>Instruments de couverture de change :.....</i>	<i>22</i>
3.3.6.2	<i>Instruments et couverture de taux d'intérêt.....</i>	<i>23</i>
3.3.7	Charges Constatées d'Avance.....	25
3.3.8	Capitaux Propres.....	25

3.3.9	Indemnités de départ en retraite	26
3.3.10	Charges à Payer	28
3.3.11	Produits à Recevoir.....	28
3.3.12	Produits Constatés d'Avance.....	29
3.4	Notes sur le compte de résultat	29
3.4.1	Variation du Chiffre d'Affaires Net.....	29
3.4.2	Résultat financier.....	30
3.4.3	Résultat exceptionnel.....	31
3.4.4	Situation Fiscale.....	33
3.4.5	Effectifs.....	34
3.5	Notes complémentaires.....	35
3.5.1	Engagements hors bilan	35
3.5.2	Éléments relatifs aux entreprises liées et relevant de plusieurs postes du bilan et du compte de résultat	37
3.5.3	Montant des rémunérations allouées aux mandataires sociaux	38
3.5.4	Honoraires des Commissaires aux Comptes (décret n° 2008-1487)	38
3.5.5	Événements postérieurs à la clôture de l'exercice.....	38
3.5.6	Filiales et participations.....	40

1. BILAN

Bilan Actif

FRANCE TELEVISIONS S.A. BILAN ACTIF AU 31 DECEMBRE 2021 MILLIERS D'€	Brut N	Amortissements et provisions N	Valeur nette comptable N	Valeur nette comptable N-1	Notes de renvoi
Logiciels	287 283	231 495	55 788	44 924	
Autres immobilisations incorporelles	381	150	231	231	
Immobilisations incorporelles hors program	287 664	231 645	56 019	45 155	4.2.2
Droits sportifs pluriannuels	135 000	-	135 000	200 000	
Programmes prêts à diffuser	417 267	38 498	378 769	365 976	
Programmes en cours	240 266	-	240 266	255 291	
Droits audiovisuels	792 533	38 498	754 035	821 267	4.2.1
Immobilisations incorporelles	1 080 197	270 143	810 054	866 422	
Terrains	16 552	70	16 482	16 495	
Constructions, agencements et aménagements	345 355	229 096	116 259	124 635	
Installations techniques, matériels et outillages	433 437	392 656	40 781	45 239	
Autres immobilisations corporelles	195 744	166 103	29 641	28 177	
Immobilisations corporelles en cours	57 286	-	57 286	60 797	
Immobilisations corporelles	1 048 374	787 925	260 449	275 343	4.2.3
Participations	20 459	1 000	19 459	19 465	
Créances rattachées à des participations	493	493	-	3 551	
Autres immobilisations financières	23 309	999	22 310	23 418	
Immobilisations financières	44 261	2 492	41 769	46 434	4.2.4
ACTIF IMMOBILISE	2 172 832	1 060 560	1 112 272	1 188 199	4.3.1, 4.3.2 et 4.3.3
En cours de productions	10 433	-	10 433	9 352	4.2.5
Créances clients et comptes rattachés	125 059	2 998	122 061	140 167	
Créances sociales	8 628	2 948	5 680	2 678	
Etat et autres collectivités publiques	97 781	-	97 781	115 872	
Autres créances	7 658	3 570	4 088	5 222	
Créances d'exploitation	239 126	9 516	229 610	263 939	4.2.6, 4.2.7 et 4.3.4
Comptes courants financiers	52 161	-	52 161	23 093	
Valeurs mobilières de placement	186 121	-	186 121	88 786	4.2.7 et 4.2.8
Disponibilités	12 077	-	12 077	69 509	4.2.7
Disponibilités et comptes assimilés	250 359	-	250 359	181 388	4.3.5
ACTIF CIRCULANT	499 918	9 516	490 402	454 679	
Charges constatées d'avance	94 383	-	94 383	78 280	4.3.7
Ecart de conversion actif	-	-	-	-	4.2.12
ACTIF	2 767 133	1 070 076	1 697 057	1 721 158	

Bilan Passif

FRANCE TELEVISIONS S.A BILAN PASSIF AU 31 DECEMBRE 2021 MILLIERS D'€	N	N-1	Notes de renvoi
.....			
Capital social	378 340	363 140	
Réserve Légale			
Report à nouveau	-299 136	-310 291	
Résultat de l'exercice	-80 256	11 155	
Subventions d'investissement	6 103	6 460	4.2.9
Provisions réglementées	164 914	133 816	4.2.10 et 4.3.3
TOTAL CAPITAUX PROPRES	169 965	204 280	4.3.8
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES			
	301 193	294 981	4.2.11, 4.3.3 et 4.3.9
Dettes financières	168 333	156 671	4.3.4 et 4.3.5
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	667 863	647 830	
Dettes sociales	268 682	265 591	
Dettes fiscales	57 597	62 277	
Autres Dettes	18 276	13 925	
Dettes d'exploitation	1 012 418	989 623	4.3.4
TOTAL DETTES	1 180 751	1 146 294	4.3.4
Produits constatés d'avance	45 146	75 603	4.3.12
Ecarts de conversion passif	2	-	4.2.12
PASSIF	1 697 057	1 721 158	

2. COMPTE DE RESULTAT

FRANCE TELEVISIONS S.A. COMPTE DE RESULTAT AU 31 DECEMBRE 2021 MILLIERS D'€	Réel N	Réel N-1	Notes de Renvoi
.....			
Ressources publiques	2 394 176	2 431 290	4.2.13
Recettes publicitaires	324 667	336 658	4.2.14
Autres ventes et prestations de services	117 836	125 842	
Chiffre d'affaires brut	2 836 679	2 893 790	4.4.1
Chiffre d'affaires constaté d'avance	17 250	-17 813	
Chiffre d'affaires net	2 853 929	2 875 977	4.4.1
Production immobilisée	994 618	993 929	
Autres produits	25 488	15 926	
Reprises de provisions et transferts de charges	66 538	59 987	
Autres produits	92 026	75 913	
Total produits d'exploitation	3 940 573	3 945 819	
Coûts des programmes et productions achetés	1 032 185	1 045 050	
Autres achats et charges externes	524 277	533 027	
Impôts, taxes et versements assimilés	165 794	173 421	
Charges de personnel - Salaires	625 908	609 101	
Charges de personnel - Charges sociales et autres	278 366	269 250	
Total Charges de personnel	904 274	878 351	
Dotations aux amortissements programmes	1 077 081	1 008 383	
Dotations aux amortissements autres	86 253	79 349	
Dotations aux provisions	36 670	97 403	
Total amortissements et provisions	1 200 004	1 185 135	
Autres charges de gestion courante	174 952	162 688	
Total charges d'exploitation	4 001 486	3 977 672	
Résultat d'exploitation	-60 913	-31 853	
QP des résultats sur opérations faites en commun	-	-	
Produits financiers	16 390	11 341	
Charges financières	-30 134	15 441	
Résultat financier	-13 744	-4 100	4.4.2
Résultat courant	-74 657	-35 953	
Reprises sur amortissements dérogatoires	85 632	107 151	
Reprises sur amortissements et provisions exceptionnels	26 313	69 228	
Autres produits exceptionnels	14 124	2 071	
Produits exceptionnels	126 069	178 450	
Dotations aux amortissements dérogatoires	116 730	88 070	
Dotations aux amortissements et provisions exceptionnels	11 771	22 637	
Autres charges exceptionnelles	18 464	24 570	
Charges exceptionnelles	146 965	135 277	
Résultat exceptionnel	-20 896	43 173	4.4.3
Résultat avant impôt	-95 553	7 220	
Participation et intéressement		-6 000	
Impôt sur les sociétés	-15 297	-9 935	4.4.4
RESULTAT NET	-80 256	11 155	

Sur l'exercice 2021, certaines opérations ont été reclassées au sein des charges d'exploitation et des charges financières.

En effet, les coûts sur la période liés à la provision pour indemnité de départ à la retraite (+1 043 k€) et à la médaille du travail (- 363 k€) ont été comptabilisés en charges de personnel à l'exception du coût financier relatif à la variation de ces deux provisions qui a été comptabilisé au sein du résultat financier (+826 €). Ces coûts étaient, sur les exercices précédents, comptabilisés en dotations ou reprises aux provisions d'exploitation.

L'intéressement, précédemment comptabilisé sur une ligne spécifique après le résultat exceptionnel a été reclassé, sur cet exercice 2021, en charges de personnel (+ 3 050 k€).

A noter, qu'il s'agit ici d'un changement de présentation non significatif pour harmonisation avec les comptes consolidés.

Enfin, les commissions de régies publicitaires sont dorénavant comptabilisées en moins des recettes publicitaires afin de présenter des recettes publicitaires nettes de commissions de régies. Ces charges étaient précédemment comptabilisées en autres charges et charges externes.

Cette nouvelle présentation est en lien avec la signature d'un nouvel avenant avec notre régie France Télévision Publicité signé en 2021.

3. ANNEXE

Les notes et tableaux présentés ci-après constituent l'annexe au bilan et compte de résultat avant répartition du résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2021 dont le total du bilan s'établit à 1 697 057 Milliers d'euros.

L'exercice, d'une durée de 12 mois et recouvrant la période du 1^{er} janvier 2021 au 31 décembre 2021 dégage un résultat déficitaire de 80 256 Milliers d'euros.

L'annexe fait partie intégrante des comptes annuels arrêtés par le Conseil d'Administration.

3.1 Faits caractéristiques de l'exercice

L'année 2021 s'inscrit dans un contexte d'un retour à la normale des activités après une année 2020 marquée par la pandémie et de diminution de la contribution à l'audiovisuel public (-60 M€ par rapport à 2020). Cet impact a été limité par le produit généré par le Plan de relance (22,5 M€), la hausse des recettes publicitaires et la maîtrise du niveau général des charges.

Face à la crise sanitaire imposant la fermeture des lieux culturels et l'annulation des spectacles, France Télévisions a lancé, le 1er février 2021, une nouvelle chaîne de télévision éphémère, Culturebox, accessible sur tous les écrans, notamment sur le bouquet TNT grâce au soutien du Ministère de la Culture et du CSA. Depuis le 1er mai 2021, Culturebox poursuit sa diffusion en soirée sur France 4.

Un décret du 20 août 2021 a acté le maintien de la diffusion de France 4 au-delà d'août 2021 et la pérennisation de la diffusion de Culturebox dans le cadre d'un service unique. Cela conforte le rôle essentiel que joue la télévision publique pour d'une part, s'adresser à tous les publics, en particulier les plus jeunes en proposant une offre ludo-éducative de référence, et d'autre part, rendre la culture accessible à tous en accueillant Culturebox en soirée.

Le Conseil d'administration du 8 juillet 2021 a validé l'inscription de la « Raison d'être » de France Télévisions dans les statuts de l'entreprise. Tournée vers la société et vers les publics du groupe France Télévisions, la « Raison d'être » de France Télévisions traduit le sens fondamental de sa responsabilité de média public, au service de tous et de chacun.

Le média global France info a fêté son cinquième anniversaire le 1er septembre 2021. Offre multi-supports d'information en continu de service public, France info est le fruit de la coopération entre France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA. En seulement cinq ans, portée par la forte progression du canal 27 qui réunit désormais plus de 5 millions de Français chaque jour et des audiences radio records, France info est devenue la première plateforme française d'actualité en ligne (3,3 millions de visiteurs uniques chaque jour).

Dans l'objectif d'apporter des réponses adaptables et concrètes aux nouvelles situations d'organisation du travail générées par la crise sanitaire, l'accord « Le télétravail à France Télévisions : une démarche fondée sur un pacte de confiance » a été signé en mars 2021 par la Direction et les quatre organisations syndicales représentatives au niveau national.

3.2 Principes, règles et méthodes comptables

Les comptes annuels, arrêtés au 31 décembre 2021, ont été établis et présentés conformément aux dispositions législatives et réglementaires actuellement en vigueur en France.

Les conventions suivantes ont notamment été respectées :

- continuité de l'exploitation,
- permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre,
- indépendance des exercices,
- application du règlement de l'ANC n° 2014-03 mis à jour par le Règlement ANC 2016-07 du 4 novembre 2016,
- les comptes annuels comportent le bilan, le compte de résultat et l'annexe, formant un tout indissociable.

3.2.1 Programmes et productions

3.2.1.1 Programmes et productions autres que les droits audiovisuels pluriannuels

Les programmes de télévision constituent, quelle que soit leur origine juridique (productions propres, productions déléguées, coproductions, préachats, achats de droits de diffusion) et quel que soit le réseau de diffusion utilisé, des immobilisations incorporelles figurant à l'actif du bilan de l'entreprise, dès lors qu'ils sont identifiables en coût et en diffusion.

Les programmes et productions sont enregistrés dans quatre rubriques spécifiques :

- parts producteurs sur coproductions (droits à recettes commerciales),
- parts antennes sur coproductions,
- droits de diffusion,
- programmes et productions en cours (émissions en cours de fabrication et de vérification, non diffusables en l'état).

Les programmes coproduits par les chaînes sont contractuellement éclatés en deux rubriques :

- part antenne ;
- part co-production.

La part antenne correspond à l'achat ou à la valorisation du droit de diffusion de l'œuvre coproduite.

La part de co-production correspond à une quote-part de financement de la création de l'œuvre. Cette part de co-production donne droit à recette en cas de diffusion ou de vente de l'œuvre par ou à un tiers.

La répartition entre ces deux rubriques résulte de la négociation du contrat entre les producteurs.

3.2.1.1.1 Entrées

Les coûts des programmes (produits par l'entreprise pour elle-même, coproduits, produits par des tiers ou achetés) sont enregistrés au compte de résultat (comptes de charges) puis immobilisés via un compte de produits (Programmes et productions immobilisées) pour leur coût de revient, c'est à dire le coût de production pour la production propre ou le prix d'achat augmenté des frais annexes liés à ces achats.

Les émissions de sports et d'informations sont considérées comme des émissions de flux non immobilisables et demeurent des charges de la période. Certains droits sportifs (cf. paragraphe 4.2.1.2) sont immobilisés pour leur valeur contractuelle en contrepartie d'une dette d'exploitation.

Les programmes qui ne sont pas considérés comme étant « Prêt A Diffuser » P.A.D (date de P.A.D postérieure à la clôture des comptes) sont enregistrés au compte de résultat avant d'être immobilisés dans une rubrique « programmes en cours ».

De même, les frais engagés pour la réalisation d'un programme avant que la décision de produire n'ait été prise, ainsi que les droits portant sur les textes, sont immobilisés (rubrique programmes et productions en-cours). Ils sont, dès que la décision de produire a été prise, incorporés au coût du programme.

3.2.1.1.2 Amortissement économique

L'amortissement économique des programmes diffusables calculé sur la part antenne et la part producteur intervient à la date de diffusion de l'émission.

Cet amortissement est enregistré dans les charges d'exploitation et s'applique de la façon suivante :

- les achats de droits de longs métrages pour deux diffusions sont amortis à 50 % lors de chaque diffusion ;

- les autres programmes acquis pour plusieurs diffusions sont amortis sur deux diffusions selon les taux suivants, quel que soit leur mode d'acquisition : 1ère diffusion : 80 %, 2ème diffusion : 20 % ;
- les programmes non retenus comme œuvres audiovisuelles par le CSA (y compris les programmes régionaux) sont exclus de ces modes d'amortissement et sont amortis à 100% dès la première diffusion ;
- les programmes acquis contractuellement pour une seule diffusion sont amortis à 100% lors de cette diffusion.

3.2.1.1.3 Amortissement dérogatoire

Les programmes figurant au bilan peuvent faire l'objet d'un amortissement dérogatoire inscrit au passif du bilan et impactant le résultat exceptionnel. Son montant maximum est calculé conformément aux règles définies par la Direction Générale des Impôts dans son instruction 4D-2-97 du 23 avril 1997 pour les coproductions et la note 1151-70 du 4 juillet 1970 pour les droits de diffusion.

L'amortissement dérogatoire peut être appliqué aux programmes non diffusés pour lesquels la mention « Prêt A Diffuser » (P.A.D) est délivrée au cours de l'exercice.

Les modalités de calcul de cet amortissement sont :

- pour les achats de droits et préachats, l'amortissement est linéaire sur la durée des droits, plafonnée à 3 ans à compter de la date de P.A.D ;
- pour les productions propres, coproductions et façonnages, l'amortissement est dégressif sur un an à compter de la date de P.A.D, selon le rythme suivant : 30% le premier mois, 25% le deuxième mois, 20% le troisième mois, 15% le quatrième mois, 2% les cinquième et sixième mois, 1% du septième au douzième mois, ou amortis en linéaire sur la durée des droits, plafonnée à 3 ans à compter de la date de P.A.D.

L'amortissement dérogatoire est repris au compte de résultat dès diffusion, dépréciation ou sortie de l'émission correspondante.

3.2.1.1.4 Provisions

Dans le cadre des arrêtés semestriels et annuels, les programmes et productions dont la chaîne détient toujours les droits de diffusion sont revus au cas par cas par la direction des programmes de la chaîne, puis par la direction de la chaîne en cas d'indice de perte de valeur.

Si cet indice de perte de valeur est confirmé, le programme acquis est totalement déprécié.

Cette revue est étendue aux engagements d'achats, ce qui peut conduire à constater une provision pour risque.

Les principaux indices de perte de valeur retenus sont les suivants :

- un changement de ligne éditoriale ;
- un litige juridique ;
- un litige technique ;
- un problème de classification du programme (violence, etc.) ;
- une audience trop faible lors de sa première diffusion ;
- une certaine obsolescence (si lié à un événement) ;
- un programme artistiquement non diffusable ;
- une incapacité de diffusion (date de fin des droits trop proche sans possibilité de négocier une prolongation).

Par ailleurs, un indice de perte de valeur peut entraîner ou être la conséquence d'un changement de case de diffusion du programme considéré. Aussi, il peut arriver que ce programme figure dans une case qui se voit habituellement affecter des programmes de moindre valeur. Un programme peut également s'avérer mieux adapté à la ligne éditoriale et à la programmation d'une chaîne autre que celle qui l'a acquise, en particulier dans le cas de seconde diffusion.

Dans le cas où l'écart entre la valeur d'acquisition et la valeur d'usage est très significatif, la chaîne peut être amenée à provisionner ce programme déclassé car celui-ci est dès lors utilisé de manière non-conforme aux options retenues lors de son acquisition. Le taux de provisionnement retenu dans le cas de transferts de programmes a été fixé à 75% dans le cas d'un transfert au sein ou entre chaînes majeures, 90% dans les autres cas, par rapprochement avec les valeurs de marché des programmes acquis pour ces chaînes.

3.2.1.1.5 Sorties

Les parts antennes des programmes sont sorties de l'actif dès leur diffusion.

Les parts producteurs sont sortis au fur et à mesure de la diffusion de la part antenne correspondante, leur valeur patrimoniale étant non significative.

A l'échéance des droits antenne, les programmes ayant une valeur au bilan font l'objet d'un amortissement complémentaire afin de ramener leur valeur nette comptable à zéro. Ces amortissements complémentaires sont comptabilisés comme un élément du coût de diffusion des programmes de l'exercice.

3.2.1.2 Droits audiovisuels pluriannuels

Les droits de retransmission d'événements sportifs majeurs correspondent à des coûts très significatifs qui ne peuvent être couverts, compte tenu notamment de leur mécanisme d'attribution, par les ressources de l'exercice pendant lequel a lieu l'événement.

Pour tenir compte de cette situation particulière, il a été décidé de :

- Dès lors que l'acquisition des droits est certaine, porter au bilan, quatre ans avant l'évènement, nombre d'années correspondant à la périodicité des évènements considérés, la valeur d'acquisition de ces droits, en contrepartie d'une dette fournisseur sur laquelle viennent s'imputer jusqu'à extinction de cette dette les paiements successifs effectués ;
- afin d'assurer une continuité de la présentation au bilan de ces évènements sportifs, au même titre que la continuité de l'impact de ces droits est assuré au compte de résultat, il a été décidé de présenter ces droits au bilan au 31 décembre précédent la première des quatre années considérée. Ainsi, les nouveaux droits remplacent immédiatement les droits sportifs pluriannuels consommés au cours de l'exercice ;
- différer chaque année, sur une durée correspondant à la périodicité des évènements, le montant des produits permettant de couvrir le coût du droit de retransmission nets de cession de sous licence éventuelle à la date de son utilisation, par une incrémentation linéaire de produits constatés d'avance, le montant ainsi différé étant soldé sur l'exercice de survenance de l'évènement.

3.2.2 Autres immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles hors programmes sont évaluées à leur coût d'acquisition.

Les caractéristiques des plans d'amortissement peuvent être résumées dans le tableau suivant :

Immobilisations incorporelles	Mode	Durée	Taux	Dérogatoire
Logiciels informatiques	Linéaire	1 à 10 ans	10 à 100 %	Selon la réglementation en vigueur

3.2.3 Immobilisations corporelles

Depuis l'exercice ouvert à compter du 1^{er} janvier 2005, les règlements suivants sont appliqués:

- CRC 2004-06 du 23/11/04 relatif à la définition, l'évaluation et la comptabilisation des actifs appliquées de façon rétrospective ;
- CRC 2002-10 du 12/12/02 relatif à l'amortissement et à la dépréciation des actifs.

L'évaluation se fait au coût d'acquisition majoré des frais accessoires ou au coût de production.

Les durées d'amortissement de ces immobilisations correspondent aux durées d'utilisation prévue des droits ou des biens.

Un test de dépréciation pourrait être, le cas échéant, réalisé en cas d'indice de perte de valeur.

Pour les immeubles acquis avant la réglementation du CRC 2004.06, la décomposition s'est faite sur la base d'une étude ad hoc ou bien par l'application d'un pourcentage déterminé.

Les actifs concernés sont :

- les bâtiments et constructions ;
- les installations techniques, matériels et outillages ;
- les autres immobilisations corporelles ;
- les dépenses de gros entretien et de grandes révisions faisant l'objet de programmes pluriannuels (qui doivent être comptabilisées, dès l'origine, comme un composant distinct de l'immobilisation).

Les caractéristiques des plans d'amortissement peuvent être résumées dans le tableau suivant :

Immobilisations corporelles	Mode	Durée	Taux
Immeubles			
- Gros œuvre	Linéaire	40 ans	2,5 %
- Façade, étanchéité, couverture, menuiserie extérieure	Linéaire	15 à 25 ans	4 à 6,7 %
- Equipements et aménagements	Linéaire	8 à 25 ans	4 à 12,5 %
- Agencements	Linéaire	10 ans	10 %
Installations techniques	Linéaire	3 à 10 ans	10 à 33 %
Installations générales et agencements	Linéaire	3 à 10 ans	10 à 33 %
Matériel de transport	Linéaire	3 à 10 ans	10 à 33 %
Matériel de bureau et informatique	Linéaire	3 à 10 ans	10 à 33 %
Mobilier	Linéaire	3 à 10 ans	10 à 33 %

Un amortissement dérogatoire peut être pratiqué sur la base de la législation fiscale en vigueur.

3.2.4 Immobilisations financières

Lorsque la valeur d'inventaire des titres est inférieure à la valeur brute, une provision pour dépréciation est constituée du montant de la différence. La valeur d'inventaire est appréciée d'après la valeur d'usage, cette dernière étant déterminée en fonction d'une analyse multicritères pouvant tenir compte notamment de la valeur de rendement, de l'actif réestimé, de la valeur probable de négociation et pour les sociétés consolidées, de la quote-part détenue dans les capitaux propres.

Le cas échéant, lorsque la valeur d'inventaire est négative, une provision pour risques est constituée.

Les dividendes provenant des titres de participation sont enregistrés dans l'exercice au cours duquel la décision de distribution est intervenue.

3.2.5 Stocks

Les émissions coproduites ou les émissions dont la production exécutive a été confiée à une Unité de Production de la filière Production, qui sont en cours à la clôture de l'exercice, sont comptabilisées en en-cours de productions, valorisés en pourcentage d'avancement par rapport au montant du devis.

3.2.6 Créances d'exploitation

Les créances sont enregistrées pour leur valeur nominale.

Les créances douteuses ou litigieuses donnent lieu à enregistrement de provisions déterminées par référence au risque estimé de non recouvrement.

3.2.7 Opérations en devises

Les charges et les produits en devises sont enregistrés pour leur contre-valeur à la date d'opération.

Les dettes, créances, disponibilités en monnaies étrangères figurent au bilan pour leur contre-valeur au cours de fin d'exercice.

La différence résultant de la valorisation à ce dernier cours des dettes et créances en devises qui leur sont associées est enregistrée en résultat.

Les pertes latentes de change qui ne sont pas compensées font l'objet d'une provision pour risques, sauf lorsque les instruments financiers en cause, entrant dans le cadre d'une stratégie identifiée de couverture, sont tels qu'aucune perte ne pourra être globalement constatée lors de leurs échéances.

3.2.8 Valeurs Mobilières de Placement

Les valeurs mobilières de placement sont évaluées au plus bas de leur coût d'acquisition ou de leur valeur de réalisation (cours coté moyen du dernier mois ou valeur liquidative de fin d'exercice).

3.2.9 Subventions d'équipement

Les subventions d'équipement octroyées par l'Etat sont inscrites au passif du bilan dès leur notification. Elles sont affectées aux acquisitions d'immobilisations.

Elles font l'objet d'une reprise en résultat au prorata des amortissements pratiqués chaque année sur les investissements ainsi financés.

3.2.10 Provisions réglementées

France Télévisions S.A. a la faculté de constater un amortissement exceptionnel sur les programmes par le biais d'amortissements dérogatoires (cf. paragraphe 4.2.1.1.3).

Ceci constitue l'essentiel des provisions réglementées.

3.2.11 Indemnités de départs en retraite et provision pour médailles du travail

3.2.11.1 Indemnités de départs en retraite

A l'ouverture de l'exercice 2014, la société a décidé d'appliquer la méthode 1 de la recommandation de l'ANC 2013-02 du 07 novembre 2013 pour l'évaluation de ses engagements de retraite et avantages similaires.

Le choix de cette méthode ne modifie en rien les pratiques que retenait la société dans le cadre de l'application de la recommandation CNC 2003 – R01.

Les engagements de France Télévisions S.A. envers son personnel permanent en matière d'indemnités de fin de carrière sont considérés comme un régime de retraite à prestations définies.

Le coût des avantages accordés au personnel lié à ce régime est déterminé en utilisant la méthode actuarielle des unités de crédit projetées.

Les gains et pertes actuariels sont comptabilisés en produit ou en charge lorsque les gains et les pertes actuariels cumulés non reconnus pour le régime à la fin de l'exercice précédent excèdent 10% de l'obligation au titre des prestations définies. Ces gains ou pertes sont reconnus sur la durée de vie active moyenne résiduelle attendue des membres du personnel bénéficiant de ce régime (méthode dite du « corridor »).

Le montant comptabilisé au passif au titre de la provision pour indemnité de départ à la retraite est égal au total de la valeur actualisée de l'obligation au titre des prestations définies à la date de clôture, majorée des profits actuariels ou minorée des pertes actuarielles non comptabilisés du fait de l'application de la méthode dite du « corridor ».

Le calcul de cet engagement intègre des hypothèses de rotation observée par la société et d'une projection d'augmentation de salaire. Il repose également sur un âge de départ à 65 ans.

Le calcul intègre les charges sociales pesant sur les versements futurs.

Les éléments représentatifs de l'évolution des engagements sont indiqués au sein de la note 4.3.9.

Un changement de présentation au compte de résultat est dorénavant appliqué à compter du 31/12/2021 pour harmonisation avec les comptes consolidés, cf. 2. Compte de Résultat page 5

3.2.11.2 [Provision pour médailles du travail](#)

A l'ouverture de l'exercice 2014, la société a décidé d'appliquer la méthode 1 de la recommandation de l'ANC 2013-02 du 07 novembre 2013 pour l'évaluation de ses engagements de retraite et avantages similaires.

Le choix de cette méthode ne modifie en rien les pratiques que retenait la société dans le cadre de l'application de la recommandation CNC 2003 – R01.

La société constate une provision pour médaille du travail. Le taux d'actualisation utilisé est identique à celui de la provision pour indemnité de départ à la retraite.

Un changement de présentation au compte de résultat est dorénavant appliqué à compter du 31/12/2021 pour harmonisation avec les comptes consolidés, cf. 2. Compte de Résultat page 5

3.2.12 [Créances et dettes en monnaies étrangères](#)

Les ajustements de cours au 31 décembre sont inscrits en écarts de conversion. Les écarts de conversion actifs font l'objet d'une provision pour risque pour les pertes latentes non couvertes par une garantie ou une couverture de change ; les produits latents restent sans influence sur le résultat.

3.2.13 [Redevance](#)

Le chiffre d'affaires correspondant aux ressources publiques est reconnu au fur et à mesure des encaissements.

La quote part de redevance affectée aux droits audiovisuels pluriannuels figure sur une ligne séparée des produits.

3.2.14 [Recettes publicitaires](#)

Les recettes de publicité et de parrainage figurent en produits pour un montant net des commissions d'intervention de régie.

Un changement de présentation des commissions de régie au compte de résultat est dorénavant appliqué à compter du 31/12/2021, cf. 2. Compte de Résultat page 5

3.2.15 [Compte personnel de formation \(CPF\)](#)

Le compte personnel de formation (CPF) existe depuis le 1^{er} janvier 2015 et se substitue au droit individuel à la formation (DIF).

Selon l'avis du comité d'urgence du CNC, il n'y a pas lieu de comptabiliser de passif sous forme de charges à payer dès lors que l'action de formation trouve sa contrepartie dans l'activité future du salarié.

3.2.16 [Fondation](#)

Par décision de son conseil d'administration en date du 14 décembre 2006, le groupe France Télévisions est fondateur de la fondation France Télévisions dont le champ d'action s'étend à trois domaines : la culture, la citoyenneté et la réflexion sur la télévision.

Par décision de son conseil d'administration en date du 13 octobre 2011, le groupe France Télévisions s'est engagé à continuer de financer la fondation France Télévisions pour les exercices 2012 à 2016.

Le groupe s'est engagé à verser irrévocablement une contribution de 3,6M€ répartie sur les exercices 2012 à 2016.

Cet engagement a été comptabilisé dès l'exercice 2011 en charges.

Par décision de son Conseil d'administration du 16 décembre 2016, le groupe France Télévisions s'est engagé à continuer de financer la fondation France télévisions pour les exercices 2017 à 2019. Le groupe s'est engagé à verser irrévocablement une contribution de 0,6 M€ également répartie sur ces trois exercices. A compter de l'exercice 2020, le groupe France Télévisions a poursuivi le financement de la Fondation.

3.3 Notes sur le bilan

3.3.1 Actif immobilisé

ACTIF IMMOBILISE MILLIERS D'€	Valeurs brutes au 31/12/2020	Acquisitions	Diminutions	Fusion	Flux de Reclassement	Valeurs brutes au 31/12/2021
Logiciels	250 570	26 948	9 663	-	19 428	287 283
Frais d'établissement, de recherche et de développement	-	-	-	-	-	-
Marques, modèles et brevets	381	-	-	-	-	381
Autres immobilisations incorporelles	0	-	-	-	-	0
Immobilisations incorporelles en cours	0	-	-	-	-	0
TOTAL IMMOBILISATIONS INCORPORELLES HORS PROGRAMME	250 951	26 948	9 663	-	19 428	287 664
DROITS SPORTIFS PLURIANNUELS	200 000	-	65 000	-	-	135 000
PROGRAMMES PRETS A DIFFUSER	421 898	-	1 012 081	-	1 007 448	417 265
Productions propres	2 661	-	30 704	-	29 462	1 419
Productions déléguées - Parts antennes	68 273	-	255 934	-	268 940	81 279
Productions déléguées - Parts coproduction	47 757	-	133 291	-	150 551	65 017
Droits de diffusion	303 207	-	592 152	-	558 495	269 550
PROGRAMMES EN COURS	255 293	992 423	-	-	-1 007 448	240 268
Productions propres	3 415	29 127	-	-	-29 477	3 065
Productions déléguées - Parts antennes	43 660	261 913	-	-	-269 290	36 283
Productions déléguées - Parts coproduction	69 004	143 639	-	-	-150 640	62 003
Droits de diffusion	139 214	557 744	-	-	-558 041	138 917
TOTAL DROITS AUDIOVISUELS	877 191	992 423	1 077 081	-	-	792 533
TOTAL IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	1 128 142	1 019 371	1 086 744	-	19 428	1 080 197
Terrains	16 561	-	9	-	-	16 552
Constructions, agencements et aménagements	342 190	4 724	4 667	-	3 108	345 355
Installations techniques, matériels et outillages	431 476	7 662	13 618	-	7 917	433 437
Autres immobilisations corporelles	186 678	6 586	5 961	-	8 441	195 744
Immobilisations corporelles en cours	60 797	35 383	-	-	-38 894	57 286
TOTAL IMMOBILISATIONS CORPORELLES	1 037 702	54 355	24 255	-	-19 428	1 048 374
Titres consolidés	20 459	-	-	-	-	20 459
Autres titres de participation	48	-	7	-	-	41
Créances rattachées à des participations	4 003	-	154	-	-3 397	452
Avances capitalisables	-	-	-	-	-	-
Autres immobilisations financières	24 580	204	4 872	-	3 397	23 309
TOTAL IMMOBILISATIONS FINANCIERES	49 091	204	5 033	-	-	44 261
TOTAL ACTIF IMMOBILISE	2 214 934	1 073 930	1 116 032	-	-	2 172 832

Par convention, les immobilisations en-cours hors programmes sont comptabilisées en immobilisations corporelles et reclassées en immobilisations incorporelles au moment de leur activation si pertinent.

3.3.2 Amortissements

AMORTISSEMENTS MILLIERS D'€	Amortissements au 31/12/2020	Dotations	Diminutions	Fusion	Flux de reclassement	Amortissements au 31/12/2021
Logiciels	200 751	36 345	9 663	-	-	227 433
Frais d'établissement, de recherche et de développement	-	-	-	-	-	-
Marques, modèles et brevets	-	-	-	-	-	-
Autres immobilisations incorporelles	150	-	-	-	-	150
TOTAL IMMOBILISATIONS INCORPORELLES HORS PROGRAM	200 901	36 345	9 663	-	-	227 583
DROITS SPORTIFS PLURIANNUELS	-	65 000	65 000	-	-	-
PROGRAMMES PRETS A DIFFUSER	-	1 012 081	1 012 081	-	-	-
Productions propres	-	30 704	30 704	-	-	-
Productions déléguées - Parts antennes	-	255 934	255 934	-	-	-
Productions déléguées - Parts coproduction	-	133 291	133 291	-	-	-
Droits de diffusion	-	592 152	592 152	-	-	-
TOTAL DROITS AUDIOVISUELS	-	1 077 081	1 077 081	-	-	-
TOTAL IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	200 901	1 113 426	1 086 744	-	-	227 583
Terrains	66	-	-	-	-	66
Constructions, agencements et aménagements	216 152	14 961	4 653	-	-	226 460
Installations techniques, matériels et outillages	384 162	21 342	13 618	-	-	391 886
Autres immobilisations corporelles	158 459	13 605	5 961	-	-	166 103
TOTAL IMMOBILISATIONS CORPORELLES	758 839	49 908	24 232	-	-	784 515
TOTAL ACTIF IMMOBILISE	959 740	1 163 334	1 110 976	-	-	1 012 098

3.3.3 Provisions

PROVISIONS MILLIERS D'€	Provisions au 31/12/2020	Dotations	Reprises (1)	Flux de reclassement	Provisions au 31/12/2021
Amortissements dérogatoires des programmes	127 478	116 051	84 661	-	158 868
Amortissements dérogatoires des immobilisations corporelles et	6 338	679	971	-	6 046
TOTAL PROVISIONS REGLEMENTEES	133 816	116 730	85 632	-	164 914
Provisions pour risques	127 406	56 254	51 551	-2 640	129 469
Provisions pour pertes de change	-	-	-	-	-
Indemnités départs en retraite	162 894	3 882	2 026	2 640	167 390
Médaille du travail	4 681	-	347	-	4 334
TOTAL PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	294 981	60 136	53 924	-	301 193
Sur immobilisations incorporelles	60 819	17 728	35 987	-	42 560
Programmes	55 924	17 728	35 154	-	38 498
Autres immobilisations incorporelles	4 895	-	833	-	4 062
Sur immobilisations corporelles	3 520	770	880	-	3 410
Sur immobilisations financières	2 655	-	129	34	2 492
Titres consolidés	1 000	-	-	-	1 000
Autres titres de participation	41	-	-	-	41
Créances rattachées à des participations	452	-	-	-	452
Autres immobilisations financières	1 162	-	129	34	999
Sur stocks et en-cours	-	-	-	-	-
Sur comptes clients	5 176	658	2 837	-	2 997
Sur comptes courants	1 459	-	-	-	1 459
Sur autres comptes débiteurs	6 278	342	1 595	-34	5 059
TOTAL PROVISIONS POUR DEPRECIATION	79 907	19 498	41 428	-	57 977
TOTAL PROVISIONS	508 704	196 364	180 984	-	524 083

(1) : Les reprises de provisions pour risques et charges non utilisées s'élèvent à 22 Millions d'€ et correspondent principalement à des litiges soldés en faveur de la société ainsi qu'à la reprise de la provision pour reconstitution des effectifs

La provision pour le plan de reconstitution des effectifs s'élève à 25 066 Milliers d'euros au 31/12/2021. Cette provision a été utilisée partiellement sur l'exercice 2021 pour un montant de 18 325 Milliers d'euros et cette utilisation correspond aux coûts des départs constatés au cours de l'exercice 2021 et explicités en paragraphe 4.4.3 ci-dessous.

Cette provision a fait l'objet d'une réestimation en fonction du nombre de départs prévus sur la dernière année du plan et en fonction du coût moyen des départs.

Suite à cela, une reprise de cette provision a été comptabilisée pour un montant de 7 987 Milliers d'euros.

Les coûts sur la période liés à la provision pour indemnité de départ à la retraite et à la médaille du travail ont été comptabilisés en charges de personnel à l'exception du coût financier relatif à la variation de ces deux provisions qui a été comptabilisé au sein du résultat financier. Ces coûts étaient, sur les exercices précédents, comptabilisés en dotations ou reprises aux provisions d'exploitation.

3.3.4 Etat des Créances et des Dettes d'exploitation

ETAT DES CREANCES D'EXPLOITATION MILLIERS D'€	Montants bruts au 31/12/2021	A un an au +	A + d'un an	
Créances clients et comptes rattachés	125 059	124 549	510	
Créances sociales	8 628	8 628	-	
Etat et autres collectivités publiques	97 781	97 781	-	
Autres créances	7 658	7 658	-	
TOTAL CREANCES D'EXPLOITATION	239 126	238 616	510	

ETAT DES DETTES MILLIERS D'€	Montants bruts au 31/12/2021	A un an au +	A + d'un an et cinq ans au +	A + de cinq ans
DETTES FINANCIERES				
Emprunts et dettes auprès des établissements financiers	59 183	631	52 617	5 935
Autres emprunts et dettes	-	-	-	-
Comptes courants financiers	79 279	79 279	-	-
Banques et comptes courants	29 871	29 871	-	-
TOTAL DETTES FINANCIERES	168 333	109 781	52 617	5 935
DETTES D'EXPLOITATION				
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	667 863	613 931	53 932	-
Dettes sociales	268 682	268 682	-	-
Dettes fiscales	57 597	57 597	-	-
Comptes courants	85	85	-	-
Autres dettes d'exploitation	18 191	18 191	-	-
TOTAL DETTES D'EXPLOITATION	1 012 418	958 486	53 932	-
TOTAL DETTES	1 180 751	1 068 267	106 549	5 935

3.3.5 Trésorerie

Les postes de trésorerie à fin 2021 s'établissent comme suit :

TRESORERIE MILLIERS D'€	Valeur brute	31/12/2021 Provisions	Valeur nette	31/12/2020 Valeur nette
Comptes courants financiers actifs	52 161			23 093
Valeurs mobilières de placement	186 121			88 786
Disponibilités	12 077			69 509
Concours bancaires courants	-29 871			-208
Comptes courants financiers passifs	-79 279			-76 651
TRESORERIE NETTE	141 209	-	-	104 529

Dans le cadre de la gestion de trésorerie centralisée, la société France Télévisions prête ou emprunte en compte courant à ses filiales en fonction des positions de trésorerie de chacune. Au 31 décembre 2021, la société dispose de 52 161 M€ de compte courant à l'actif (23,1 M€ au 31 décembre 2020) et de 79 279 M€ de compte courant passif (76,7 M€ au 31 décembre 2020).

3.3.6 Instruments financiers

France Télévisions initie des opérations pour couvrir le risque de change lié à ses activités et le risque de taux résulte de son activité ou de celles de ses filiales immobilières.

3.3.6.1 Instruments de couverture de change :

France Télévisions est exposée au risque de change essentiellement pour ses achats de droits sportifs et de programmes. Ces achats sont réalisés par contrats dont les échéances de paiement peuvent s'étaler sur plusieurs années. Les principales devises concernées sont le dollar américain (USD), le franc suisse (CHF), la livre sterling (GBP), le rouble (RUB), le yuan (CNY) et le shekel (ILS).

La politique de gestion du risque de change de France Télévisions vise à garantir le cours des devises qui lui seront livrées pour l'ensemble de ses échéances.

En conséquence, France Télévisions utilise des instruments financiers (fermes et optionnels) conclus avec des contreparties de premier rang.

Au 31 décembre 2021, les instruments de couverture s'établissent comme suit :

ENGAGEMENTS ET COUVERTURES DE CHANGE AU 31/12/2021

DEVICES	ENGAGEMENTS (EN M DEVICES)			COUVERTURES (EN M DEVICES)					
				FERMES			OPTIONNELLES		
	< 1 AN	> 1 AN	TOTAL	< 1 AN	> 1 AN	TOTAL	< 1 AN	> 1 AN	TOTAL
USD	2,2 USD		2,2 USD	1,0 USD		1,0 USD	0,3 USD		0,3 USD
CHF	0,3 CHF		0,3 CHF	0,1 CHF		0,1 CHF	0,0 CHF		0,0 CHF
GBP	0,6 GBP		0,6 GBP	0,0 GBP		0,0 GBP	0,0 GBP		0,0 GBP
RUB	42,4 RUB		42,4 RUB	17,5 RUB		17,5 RUB	0,0 RUB		0,0 RUB
CNY	11,37 CNY		11,37 CNY	1,50 CNY		1,50 CNY	0,00 CNY		0,00 CNY
ILS	0,4 ILS		0,4 ILS	0,4 ILS		0,4 ILS	- ILS		- ILS
En M€*	5,2 €		5,2 €						

* valorisés au cours de clôture du 31/12/2021

Les couvertures sont converties en € au taux de chaque couverture.

Au 31 décembre 2021, les positions ouvertes (dettes non couvertes) valorisées au cours de clôture, ainsi que les positions couvertes valorisées au cours de couverture, ne dégagent aucun résultat de change latent significatif.

3.3.6.2 Instruments et couverture de taux d'intérêt

L'endettement net du groupe France Télévisions provient de différents financements immobiliers et d'une avance à long terme consentie par l'Agence France Trésor destinée à financer son plan de transformation.

La construction de l'immeuble Valin achevée en février 2010 a également été financée par un crédit-bail d'une durée de 23 ans** porté par la SCI Valin dont le capital restant dû au 31 décembre 2021 est de 21,8 M€.

La majorité du risque de taux réside dans ce crédit-bail immobilier conclu à taux variable.

France Télévisions a par ailleurs financé l'acquisition des studios de Vendargues réalisée en mars 2020 par un prêt immobilier à taux fixe d'une durée de 15 ans dont le capital restant dû au 31/12/2021 est de 9,2 M€.

Enfin France Télévisions s'est vue octroyer également en 2020 par l'état français via l'Agence France Trésor une avance à long terme de 70 M€ portant intérêt à taux fixe et remboursable au plus tard le 31 décembre 2024, dont le capital restant dû au 31/12/2021 est de 50 M€.

France Télévisions gère son risque de taux sur un horizon pluriannuel glissant. Les instruments de couverture de taux mis en place se répartissent entre des opérations fermes (swaps de taux) et optionnelles (achat de caps, vente de floors) et sont conclus avec des contreparties de premier rang.

Au 31 décembre 2021, la position de taux d'intérêt ressort, en moyenne annuelle, comme détaillée ci-dessous.

POSITION DE TAUX D'INTERET FRANCE TELEVISIONS AU 31/12/2021 (EN MOYENNE ANNUELLE)				
MILLIONS D'€	2022	2023	2024	2025
Dettes à taux fixe	58,8	58,2	57,4	6,9
Dettes à taux variable	21,0	19,5	17,9	16,2
Couvertures fermes soit en %	-	-	-	-
Couvertures optionnelles soit en %	5,7	7,5	3,7	0,6
Couverture totale soit en %	5,7	7,5	3,7	0,6
Position ouverte soit en %	15,3	12,0	14,2	15,6

* l'échéance finale de la dette est le 1^{er} avril 2033

3.3.7 Charges Constatées d'Avance

CHARGES CONSTATEES D'AVANCE MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2021	Montants au 31/12/2020
Charges d'exploitation	94 383	78 280
Charges financières		
Charges exceptionnelles		
TOTAL CHARGES CONSTATEES D'AVANCE	94 383	78 280

Les charges constatées d'avance sont uniquement liées à des éléments d'exploitation.

3.3.8 Capitaux Propres

Le capital social de France Télévisions S.A. s'établit à 378 340 Milliers d'euros et est divisé en 18 917 000 actions d'un nominal de 20 euros.

CAPITAUX PROPRES MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2020	Affectation du résultat 2020 (1)	Augmentations (2)	Diminutions	Reclassements	Montants au 31/12/2021
Capital social	363 140	-	15 200	-	-	378 340
Primes	-	-	-	-	-	-
Réserve légale	-	-	-	-	-	-
Autres réserves	-	-	-	-	-	-
Report à nouveau	-310 292	11 155	-	-	-	-299 138
Résultat de l'exercice (1)	11 155	-11 155	-80 256	-	-	-80 256
Subventions d'investissement	6 461	-	-357	-	-	6 104
Provisions réglementées	133 816	-	116 730	85 632	-	164 914
TOTAL CAPITAUX PROPRES	204 280	-	51 317	85 632	-	169 964

(1) : Affectation du résultat selon l'Assemblée générale ordinaire du 12 avril 2021

(2) : L'assemblée générale extraordinaire du 12 avril 2021 a décidé de procéder à une augmentation de capital social en numéraire d'un montant de 15,2 M€. Le versement en numéraire a eu lieu le 1^{er} juillet 2021

3.3.9 Indemnités de départ en retraite

Les provisions pour retraite couvrent les engagements de France Télévisions S.A. vis-à-vis de ses employés au titre des Indemnités de Fin de Carrière.

Les tableaux suivants résument les éléments constitutifs de la charge liée à cette provision comptabilisée au compte de résultat et au bilan.

Suite au nouveau règlement ANC 2020-01, le coût financier a été reclassé en charges financières pour un montant de 811 Milliers d'euros, le coût des services rendus, les écarts actuariels et les coûts des services passés ainsi que les prestations de la période en charges de personnel pour un montant net de 1044 Milliers d'euros.

Tableau 1 : CHARGES
MILLIERS D'€

	31/12/2021	31/12/2020
(1) Coût des services rendus au cours de la période	11 245	11 026
(2) Coût financier	811	1 596
(3) Coût des services passés	1 200	1 153
(4) Amortissement des gains ou pertes actuariels	2 603	2 992
Sous total	15 859	16 767
(5) Réduction de régime		
Charge nette comptabilisée	15 859	16 767

Tableau 2 : PASSIF (ENREGISTRE AU BILAN)
MILLIERS D'€

	31/12/2021	31/12/2020
Valeur actualisée de l'obligation (engagement) à la clôture	229 887	232 791
Fonds de couverture	-20 679	-8 456
Perte actuarielle nette non comptabilisée et coûts des services passés	-44 460	-76 854
Reclassements	2 641	15 412
Passif enregistré au bilan (provision) à la clôture	167 389	162 893

Tableau 3 : PASSAGE DE LA PROVISION OUVERTURE / CLÔTURE
MILLIERS D'€

	31/12/2021	31/12/2020
Passif net au bilan (provision) à l'ouverture	162 893	132 290
(1) Coût des services rendus au cours de la période	11 245	11 026
(2) Coût financier	811	1 596
Prestations de l'exercice	-2 026	-1 617
Prestations servies	10 030	11 005
Contribution au fonds de couverture	-11 978	-
(3) Coût des services passés	1 200	1 153
(4) Amortissement des gains ou pertes actuariels	2 603	3 033
Reprise de provision		
Reclassements	2 641	15 412
Passif net au bilan (provision) à la clôture	167 389	162 893

Tableau 4 : HYPOTHESES ACTUARIELLES

	31/12/2021	31/12/2020
Taux d'actualisation	1,00%	0,35%
Taux d'inflation anticipé	1,75%	1,75%
Augmentation des salaires au-delà de l'inflation anticipée	0,75%	0,75%
Age de départ à la retraite		
Personnel Technique et Administratif de la métropole	63 ans	63 ans
Journalistes de la métropole	65 ans	65 ans
Personnel des stations ultra marines	67 ans	67 ans

3.3.10 Charges à Payer

CHARGES A PAYER MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2021	Montants au 31/12/2020
.....		
EMPRUNTS ET DETTES FINANCIERS DIVERSES	958	208
DETTES FOURNISSEURS ET COMPTES RATTACHES	372 530	456 626
DETTES FISCALES ET SOCIALES	259 641	260 547
Personnel	153 692	153 834
Organismes sociaux	63 258	61 465
Dettes fiscales	42 691	45 248
Autres		
DETTES SUR IMMOBILISATIONS (hors programmes audiovisuels) ET COMPTES RATTACHES	22 697	28 028
AUTRES DETTES	1 690	693
TOTAL CHARGES A PAYER	657 516	746 102

3.3.11 Produits à Recevoir

PRODUITS A RECEVOIR MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2021	Montants au 31/12/2020
.....		
IMMOBILISATIONS FINANCIERES	-	-
Créances rattachées à des participations		
Autres immobilisations financières		
CREANCES CLIENTS ET COMPTES RATTACHES	58 444	66 099
AUTRES CREANCES ET COMPTES RATTACHES	35 253	38 887
INTERETS COURUS A RECEVOIR	103	108
TOTAL PRODUITS A RECEVOIR	93 800	105 094

3.3.12 Produits Constatés d'Avance

PRODUITS CONSTATES D'AVANCE MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2021	Montants au 31/12/2020
Produits d'exploitation	45 146	75 603
Produits financiers		-
Produits exceptionnels		-
TOTAL PRODUITS CONSTATES D'AVANCE	45 146	75 603

Les produits constatés d'avance sur droits sportifs pluriannuels s'élèvent à 43,9 Millions d'euros au 31/12/2021 contre 75,1 Millions au 31/12/2020. (cf. note 4.2.1.2).

3.4 Notes sur le compte de résultat

3.4.1 Variation du Chiffre d'Affaires Net

CHIFFRE D'AFFAIRES NET MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2021	Montants au 31/12/2020
Contribution à l'audiovisuel public	2 371 676	2 431 290
Ressource publique complémentaire	22 500	-
Publicité	237 218	249 797
Parrainage	87 449	86 861
Prestation exécutive	58 531	58 244
Autre Ventes et Prestations	59 305	67 598
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT	2 836 679	2 893 790
Chiffre d'affaires constaté d'avance	17 250	-17 813
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES NET	2 853 929	2 875 977

Le CA publicitaire est comptabilisé en net, la comptabilisation des commissions de régie est désormais enregistrée en diminution du chiffre d'affaires.

3.4.2 Résultat financier

RESULTAT FINANCIER MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2021	Montants au 31/12/2020
Dividendes	15 353	9 670
Produits nets de cession de la gestion de trésorerie	-24	1 226
Intérêts sur dettes financières, découvert bancaire et autres passifs	-1 068	-924
Variation des provisions	-28 009	-14 131
Résultat de change	4	59
Autres produits et charges financières		
RESULTAT FINANCIER	-13 744	-4 100

Le résultat financier s'élève à – 13 744 Milliers d'euros et se décompose en 16 390 Milliers d'euros de produits et 30 134 Milliers d'euros de charges.

Les produits financiers comprennent principalement des dividendes pour 15 353 Milliers d'euros, des produits nets sur cessions de VMP pour 438 Milliers d'euros et des intérêts sur créances de 345 Milliers d'euros.

Les charges financières comprennent principalement une variation relative à la provision pour risque et charge financière de 27 311 Milliers d'euros en raison de la situation nette négative de l'entité France Télévisions SVOD, des intérêts d'emprunts et sur découverts bancaires pour 489 Milliers d'euros et des pertes nettes sur cessions de titres de placement pour 813 Milliers d'euros.

Les gains de change nets de l'exercice 2021 (121 Milliers d'euros) ont été comptabilisés en résultat opérationnel suite à l'application du règlement 2015-05 de l'ANC du 02 juillet 2015 relatif aux instruments financiers à terme et aux opérations de couverture.

Sur l'exercice 2021, la partie relative au coût financier de la variation de la provision pour indemnité de départ et de la provision pour médaille du travail a été comptabilisée en dotations aux provisions financières pour un montant de 827 k€.

PRODUITS DES PARTICIPATIONS MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2021	Montants au 31/12/2020
France Télévisions Publicité	6 497	7 997
France.tvstudio	5 700	-
Médiamétrie	106	-
SCI Valin	1 300	1 400
ROM1	250	270
France Télévisions Distribution	1 500	-
3 F immobilière		3
FILIALES	15 353	9 670

3.4.3 Résultat exceptionnel

RESULTAT EXCEPTIONNEL MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2021	Montants au 31/12/2020
Plus et moins values de cession	13 934	1 862
Variation des amortissements dérogatoires	-31 098	19 081
Variation des provisions et amortissements exceptionnels	14 542	46 591
Autres produits et charges exceptionnelles	-18 273	-24 361
RESULTAT EXCEPTIONNEL	-20 896	43 173

Le résultat exceptionnel au 31/12/2021 s'élève à – 20 896 Milliers d'euros et se décompose en 146 965 Milliers d'euros de charges et 126 069 Milliers d'euros de produits.

Les charges exceptionnelles comprennent principalement des dotations aux amortissements dérogatoires pour 116 730 Milliers d'euros, le coût lié au plan de recomposition des effectifs pour 18 325 Milliers d'euros, des dotations aux provisions pour risques et charges pour 11 771 Milliers d'euros et des valeurs nettes comptables d'immobilisations cédées pour 184 Milliers d'euros.

Les produits exceptionnels comprennent principalement des reprises sur amortissements dérogatoires pour 85 632 Milliers d'euros, l'utilisation de la provision liée au plan de recomposition des effectifs pour 18 325 Milliers d'euros, des reprises sur provisions pour risques pour 26 313 Milliers d'euros et des produits de cessions sur des immobilisations cédées pour 118 Milliers d'euros ainsi que la

rétrocession d'une partie de droits de diffusion des Jeux Olympiques de Tokyo à Canal + pour un montant de 14 M€.

Le 12 décembre 2018, la Direction de France Télévisions a annoncé en Comité Social et Economique Central l'ouverture d'une négociation sur l'emploi dans le cadre d'un projet de RCC, et le 18 février 2019, la Direction a présenté les orientations stratégiques dans le cadre d'une procédure d'information et de consultation. Les discussions ont abouti le 9 mai 2019 à la signature d'un « accord cadre sur le déploiement du projet d'entreprise de France Télévisions », intégrant un plan de départ et poursuivant un triple objectif :

- Mettre en œuvre une gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) de progrès en référence aux articles L.1237-17 et suivants du Code du Travail,
- Accompagner les collaborateurs qui souhaiteraient quitter de manière volontaire les effectifs de France Télévisions en référence aux articles L.1237-19 et suivants du Code du Travail,
- Déterminer des structures de suivi de l'ensemble des projets de développements décrits dans l'accord.

Cet accord avait fait l'objet d'une validation par la direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (la DIRECCTE) en 2019.

Le plan de départ, ouvert aux collaborateurs en CDI de France Télévisions désireux de quitter l'entreprise, comporte deux volets financiers :

- Pour les salariés remplissant les conditions permettant de bénéficier d'une pension de retraite : versement d'indemnités de départ volontaire variables en fonction de l'ancienneté et d'indemnités additionnelles ainsi qu'un dispositif d'accompagnement permettant d'absorber le malus AGIRC/ARRCO et d'éventuels rachats de trimestres,
- Pour les salariés ayant un projet personnel externe à France Télévisions : versement d'indemnités de départ volontaire variables en fonction de l'ancienneté, congés de reclassement ainsi qu'un dispositif d'accompagnement permettant de couvrir des coûts de formation, indemnités différentielles de salaire, etc...

Sur l'exercice 2021, cette provision a été utilisée à hauteur de 18 325 Milliers d'euros.

Cette provision a fait l'objet d'une réestimation en fonction du nombre de départs prévus sur la dernière année du plan et en fonction du coût moyen des départs.

Suite à cela, une reprise de cette provision a été comptabilisée pour un montant de 7 987 Milliers d'euros.

Le solde de cette provision au 31 décembre 2021 s'élève à 25 066 Milliers d'euros, et a été fondé sur la meilleure estimation à date des coûts correspondants. La charge réelle ultérieure pourra différer de ces estimations en fonction du déroulement du plan. La durée de ce plan s'étend jusqu'au 31 décembre 2022.

3.4.4 Situation Fiscale

Le nombre de sociétés intégrées fiscalement est de 15 sociétés dont France Télévisions S.A.

Le principe de l'intégration fiscale consiste à faire reprendre par la société tête du groupe fiscal France Télévisions SA, les produits et les charges d'impôt transférés par les filiales intégrées. L'intégration fiscale est neutre pour les filiales concernées.

Les déficits des filiales, mis en regard de profits d'autres filiales dans le processus d'intégration fiscale, font l'objet d'une provision couvrant le risque de la holding de devoir ultérieurement payer de l'impôt à la hauteur des déficits utilisés.

La ventilation de l'impôt est la suivante :

RESULTAT AVANT IMPÔT MILLIERS D'€	Résultat	Réintégrations et déductions	Résultat fiscal de France Télévisions S.A avant imputation des déficits	Imputation ou génération des déficits et retraitements liés à l'intégration fiscale	Résultat fiscal du groupe fiscal	Impôt dû par le groupe fiscal avant écritures liées à l'IF	Régularisation de l'impôt due à l'intégration fiscale	Impôt sur les sociétés
Résultat courant	-74 657	710	-73 947	28 645	-45 302		15 945	15 945
Résultat exceptionnel	-20 896	-26 903	-47 799	1 904	-45 895			-
Crédits d'impôt et IFA		-131	-131		-131	9 218	-9 868	-650
RESULTAT AVANT IMPÔT	-95 553	-26 324	-121 877	30 549	-91 328	9 218	6 077	15 295

ACCROISSEMENTS ET ALLEGEMENTS DE LA DETTE FUTURE D'IMPÔTS MILLIERS D'€	Bases	Impôt
.		
ACCROISSEMENTS		
Provisions réglementées	164 914	42 597
Amortissements dérogatoires	164 914	42 597
Gains de change latents	-	-
TOTAL ACCROISSEMENTS	164 914	42 597
ALLEGEMENTS		
Résultats déficitaires reportables (exercices antérieurs)	110 127	28 446
Génération ou Utilisation de déficit reportable sur l'année N	95 005	24 540
Charges et provisions non déductibles (déduites l'année suiva	7 113	1 837
Charges et provisions non déductibles (déduites ultérieurement)	235 394	60 802
TOTAL ALLEGEMENTS	447 639	115 625
TOTAL	-282 725	-73 028

3.4.5 Effectifs

ETP MOYENS ANNUELS	2021	2020
.		
Cadres	4 409	4 442
Techniciens et agents de maîtrise	944	993
Employés - Ouvriers	33	34
Journalistes	2 485	2 500
Effectifs permanents	7 871	7 969
Effectifs non permanents	1 179	1 052
TOTAL	9 050	9 021

3.5 Notes complémentaires

3.5.1 Engagements hors bilan

ENGAGEMENTS HORS BILAN MILLIERS D'€	Engagements < à 1 an		Engagements > à 1 an		Total engagements au 31 décembre 2021	Total engagements au 31 décembre 2020
	Groupe	Hors Groupe	Groupe	Hors Groupe		
I - Engagements donnés / reçus						
Engagements sur programmes		517 117		63 838	580 955	535 550
Droits sportifs		47 101		133 589	180 690	272 329
Engagements de télédiffusion	45 143	35 641		29 308	110 092	95 505
Crédits baux					-	-
Baux immobiliers	28 216	16 103	197 149	61 901	303 369	321 386
Locations longue durée		23 571		34 137	57 708	24 167
Engagements des immobilisations corporelles					-	-
TOTAL ENGAGEMENTS DONNES / RECUS	73 359	639 533	197 149	322 773	1 232 814	1 248 938
I - Engagements donnés						
Engagements de retraite non provisionnés (cf. note 3.9)				41 887	41 887	76 895
Cautions, avals et garanties					-	-
Autres engagements donnés		80 662		4 630	85 292	84 799
TOTAL ENGAGEMENTS DONNES	-	80 662	-	46 517	127 179	161 694
II - Engagements reçus						
Règlements attendus sur chiffre d'affaires					-	-
Cautions, avals et garanties				10 932	10 932	-
Autres engagements reçus		1 500		5 500	7 000	9 700
TOTAL ENGAGEMENTS RECUS	-	1 500	-	16 432	17 932	9 700

Dans le cadre de son activité courante, la société a souscrit des engagements contractuels non enregistrés au bilan. Une grande partie de ces engagements hors bilan sont réciproques et se décomposent en un engagement donné par la société à son co-contractant et un engagement reçu de ce dernier :

- Droits de diffusion de films et programmes

Des engagements contractuels pluriannuels ou pour les années futures sont pris par la société ; ces engagements peuvent prendre la forme de lettre d'engagement ou de memo-deals au travers desquels les co-contractants s'engagent à fournir les droits correspondants ; ils seront comptabilisés au bilan et sortis des engagements hors bilan lorsque le film ou le programme devient disponible pour la diffusion. La valorisation est faite sur la base du coût d'acquisition des droits figurant dans ces documents, mis à jour au fur et à mesure de la vie du contrat, ou dans le cadre de certains contrats cadres (output deals) ne permettant pas de situer l'engagement précis, sur la base du montant d'achat minimum stipulé.

- Droits de retransmission d'évènements sportifs

Ces droits sont enregistrés en hors-bilan dès leur attribution à la société. Ils sont comptabilisés au bilan à l'ouverture du droit à diffusion ; cependant certains droits sportifs pluriannuels dont le financement est assuré par la redevance de l'exercice en cours sont inscrits au bilan (voir paragraphe 4.2.1.2)

- Télédiffusion

Les engagements relatifs à la fourniture de services de télédiffusion (diffusion analogique, diffusion TNT, coût de transport et diffusion satellitaire) figurent pour la somme des paiements futurs aux sociétés de diffusion du signal sur la base des contrats signés et de leurs amendements éventuels.

- Baux et locations de longue durée

Ces engagements sont enregistrés pour la somme des paiements futurs sur ces contrats.

- Autres éléments

Les autres engagements réciproques de la société sont essentiellement relatifs à d'autres marchés pluriannuels d'achat.

Par ailleurs, la société peut avoir des autres engagements donnés correspondant notamment à des engagements de retraite non provisionnés du fait de l'application de la méthode dite du « corridor », à des cautions, avals ou garanties.

3.5.2 Éléments relatifs aux entreprises liées et relevant de plusieurs postes du bilan et du compte de résultat

POSTES DE BILAN MILLIERS D'€	Montants liés aux sociétés consolidées
.....	
CREANCES	97 573
Créances rattachées à des participations	-
Prêts et créances rattachées	-
Dépôts et cautionnements versés	7 608
Créances clients et comptes rattachés	85 461
Compte courant intégration fiscale	3 576
Autres comptes courants	-
Autres créances	928
DISPONIBILITES ET COMPTES ASSIMILES	52 161
Comptes courants financiers	52 161
TOTAL ACTIF	149 734
DETTES	
Dettes financières	11
Comptes courants financiers	79 279
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	46 610
Compte courant intégration fiscale	9 682
Autres comptes courants	
Autres dettes	3 897
TOTAL DETTES	139 479
.....	
POSTES DU COMPTE DE RESULTAT MILLIERS D'€	Montants liés aux sociétés consolidées
.....	
CHARGES	206 712
Charges d'exploitation	206 589
Charges financières	123
Charges exceptionnelles	-
TOTAL CHARGES	206 712
PRODUITS	384 855
Produits d'exploitation	369 415
Produits financiers	15 440
Produits exceptionnels	-
TOTAL PRODUITS	384 855

3.5.3 [Montant des rémunérations allouées aux mandataires sociaux](#)

Cette information n'est pas communiquée car il s'agit d'une information individuelle.

3.5.4 [Honoraires des Commissaires aux Comptes \(décret n° 2008-1487\)](#)

France Télévisions S.A. a comptabilisé :

- 573 Milliers d'euros d'honoraires facturés au titre du contrôle légal des comptes sur l'exercice 2021 répartis de la façon suivante :

Ernst & Young : 280 Milliers d'euros

KPMG : 293 Milliers d'euros

- 112 Milliers d'euros d'honoraires facturés au titre des conseils et prestations de services entrant dans le cadre des services autres que la certification des comptes sur l'exercice 2021 répartis de la façon suivante :

Ernst & Young Audit: 31 Milliers d'euros

Ernst & Young Associés: 42 Milliers d'euros

KPMG : 40 Milliers d'euros

3.5.5 [Evénements postérieurs à la clôture de l'exercice](#)

En mai 2021, les groupes TF1 et M6 ont annoncé leur entrée en négociations exclusives en vue de fusionner à l'horizon fin 2022. Cette opération est soumise à l'avis de l'ARCOM et à l'autorisation de l'Autorité de la concurrence, qui devrait rendre sa décision à l'automne 2022.

La perspective d'une fusion entre les deux associés de France Télévisions au sein de Salto modifierait très substantiellement l'équilibre de gouvernance paritaire qui avait présidé au lancement de Salto.

Compte tenu des incertitudes que ce contexte fait peser sur la gouvernance future de Salto, des discussions ont été engagées entre France Télévisions, TF1 et M6 en vue de définir les nouveaux contours de l'actionnariat de Salto en cas de réalisation de la fusion ainsi que les modalités de contribution de France Télévisions au financement du projet dans cette perspective. Ces discussions sont toujours en cours au moment de l'arrêté de comptes 2021.

Par ailleurs et dans le contexte de la réforme de la contribution à l'audiovisuel public, des travaux sont en cours entre l'entreprise et l'Etat pour définir les objectifs et les moyens de France Télévisions au-delà du 31 décembre 2022, et assurer ainsi les conditions de sa continuité d'exploitation. Les nouvelles modalités de financement associé seront précisées dans les prochains mois.

Dans le cadre de la guerre en Ukraine, il est prématuré d'en apprécier l'impact dans les comptes de France Télévisions.

Nous n'avons pas connaissance d'autres faits exceptionnels et litiges en cours à ce jour susceptibles d'avoir d'incidence significative sur les comptes de France Télévisions au-delà des provisions constituées et des informations déjà données au sein de ce document.

3.5.6 Filiales et participations

PARTICIPATIONS MILLIERS D'€	Capital	Capitaux propres autres que le capital	Quote-part du capital détenue (en pourcentage)	Valeur comptable des titres détenus		Prêts et avances consentis par la société non encore remboursés	Provisions sur prêts	Montant des cautions et avals donnés par la société	Chiffre d'affaires hors taxe du dernier exercice écoulé	Résultats (bénéfice ou perte du dernier exercice clos)	Dividende s encaissés par la société au cours de l'exercice	Observations
				Brute	Nette							
1-Filiales (détenues à + de 50%)												
Société Civile Immobilière France Télévisions -Siren 399 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	30	-3 601	100,00%	6 128	6 128	4 078			24 570	14 469		
France 2 cinéma - Siren 320 876 410 33 Avenue de l'Opéra 75002 PARIS	2 767	47 132	100,00%	2 764	2 764				4 283	84		
France 3 cinéma - Siren 329 924 963 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	1 295	27 815	100,00%	1 296	1 296				2 210	-26		
France.tvstudio - Siren 335 175 188 26 rue d'Oradour sur Glane - 75015 Paris	877	29 186	100,00%	1 253	1 253				112 655	4 260	5 700	
France Télévisions Publicité - Siren 332 050 038 64-70 av. JB Clément 92100 Boulogne Billancourt	38	26 172	100,00%	1 503	1 503				424 938	10 677	6 497	
France Télévisions Gestion Immobilière- Siren 413 969 841 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	38	6 928	100,00%	38	38				1 713	840		
Société Civile Immobilière Valin - Siren 487 664 732 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	100	5 615	100,00%	100	100	618			3 714	1 352	1 300	
France Télévisions Distribution - Siren 379 518 368 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	3 000	19 261	100,00%	1 716	1 716				51 237	4 362	1 500	
GR 1 -Siren 478 720 295 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	36	2 205	100,00%	36	36				35 139	1 073		
ROM 1 -Siren 520 674 359 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	40	1 974	100,00%	40	40				18 765	600	250	
France Télévisions SVOD -Siren 830 436 101 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	1 000	-44 239	100,00%	1 000	-				1 544	-27 311		
Papangue immo - Siren 518 539 499 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	-	1 121	100,00%	-	-	2 912			837	4 028		
2-Participations (détenues entre 10% et 50%)												
Médiamétrie (1) -Siren 333 344 000 70 rue Rivay - 92300 Levallois Perret	14 880	30 194	22,89%	190	190				104 825	3 526		
Planète + Crime investigation - Siren 443 957 618 1 place du spectacle 92130 Issy Les Moulineaux	37	5 048	34,00%	13	13				4 164	566		
3-Participations détenues pour le compte de l'Etat												
ARTE France (1) (2) - Siren 334 689 122 8 rue Marceau - 92785 Issy les Moulineaux Cedex 9	8 688	185 184	45,00%	3 910	3 910				145 958	-1 443		
TV5 Monde (1) - Siren 381 962 612 131 avenue de Wagram 75017 Paris	137	32 780	49,00%	473	473				88 874	56		
	32 963	372 775		20 460	19 460	7 608	-	-	1 025 426	17 113	15 247	

(1) : Les éléments indiqués pour ARTE France, Médiamétrie, TV5 monde, Planète + Crime investigation correspondent aux comptes sociaux clos au 31 décembre 2020

(2) : Les éléments indiqués pour ARTE France sont les comptes sociaux