



COMPTES ANNUELS
31 DECEMBRE 2024

Table des matières

1.	BILAN.....	3
2.	COMPTE DE RESULTAT.....	5
3.	TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE	6
4.	ANNEXE	7
4.1	Faits caractéristiques de l'exercice	7
4.2.1	Programmes et productions	11
4.2.1.1	<i>Programmes et productions autres que les droits audiovisuels pluriannuels</i> <i>11</i>	
4.2.1.2	<i>Droits audiovisuels pluriannuels</i>	15
4.2.2	Autres immobilisations incorporelles	16
4.2.3	Immobilisations corporelles	16
4.2.4	Immobilisations financières	17
4.2.5	Stocks	17
4.2.6	Créances d'exploitation	18
4.2.7	Opérations en devises.....	18
4.2.8	Valeurs Mobilières de Placement	18
4.2.9	Subventions d'équipement	18
4.2.10	Provisions réglementées	19
4.2.11	Indemnités de départs en retraite et provision pour médailles du travail.....	19
4.2.11.1	<i>Indemnités de départs en retraite.....</i>	19
4.2.11.2	<i>Provision pour médailles du travail.....</i>	20
4.2.12	Créances et dettes en monnaies étrangères.....	20
4.2.13	Ressources publiques.....	20
4.2.14	Recettes publicitaires.....	20
4.2.15	Compte personnel de formation (CPF)	20
4.2.16	Fondation	21
4.3	Notes sur le bilan.....	22
4.3.1	Actif immobilisé.....	22
4.3.2	Amortissements.....	23
4.3.3	Provisions.....	24
4.3.4	Etat des Créances et des Dettes d'exploitation.....	25
4.3.5	Trésorerie	26
4.3.6	Instruments financiers	26
4.3.6.1	<i>Instruments de couverture de change :.....</i>	26

4.3.6.2 Instruments et couverture de taux d'intérêt.....	27
4.3.7 Charges Constatées d'Avance.....	29
4.3.8 Capitaux Propres.....	29
4.3.9 Indemnités de départ en retraite.....	30
4.3.10 Charges à Payer.....	32
4.3.11 Produits à Recevoir.....	32
4.3.12 Produits Constatés d'Avance.....	33
4.4 Notes sur le compte de résultat.....	33
4.4.1 Variation du Chiffre d'Affaires Net.....	33
4.4.2 Résultat financier.....	34
4.4.3 Résultat exceptionnel.....	35
4.4.4 Situation Fiscale.....	36
4.4.5 Effectifs.....	37
4.5 Notes complémentaires.....	38
4.5.1 Engagements hors bilan.....	38
4.5.2 Eléments relatifs aux entreprises liées et relevant de plusieurs postes du bilan et du compte de résultat.....	40
4.5.3 Montant des rémunérations allouées aux mandataires sociaux.....	41
4.5.4 Honoraires des Commissaires aux Comptes (décret n° 2008-1487).....	41
4.5.5 Evénements postérieurs à la clôture de l'exercice.....	41
4.5.6 Filiales et participations.....	42

1. BILAN

Bilan Actif

FRANCE TELEVISIONS S.A. BILAN ACTIF AU 31 DECEMBRE 2024 MILLIERS D'€	Brut N	Amortissements et provisions N	Valeur nette comptable N	Valeur nette comptable N-1	Notes de renvoi
Logiciels	341 217	257 220	83 997	69 449	
Autres immobilisations incorporelles	381		381	381	
Immobilisations incorporelles hors program	341 598	257 220	84 378	69 830	4.2.2
Droits sportifs pluriannuels	75 000	-	75 000	134 250	
Programmes prêts à diffuser	501 930	40 863	461 067	462 155	
Programmes en cours	244 108	-	244 108	223 821	
Droits audiovisuels	821 038	40 863	780 175	820 226	4.2.1
Immobilisations incorporelles	1 162 636	298 083	864 553	890 056	
Terrains	19 372	84	19 288	17 836	
Constructions, agencements et aménagements	394 306	264 061	130 245	116 490	
Installations techniques, matériels et outillages	372 223	328 785	43 438	37 346	
Autres immobilisations corporelles	206 822	174 911	31 911	26 772	
Immobilisations corporelles en cours	54 570	-	54 570	73 366	
Immobilisations corporelles	1 047 293	767 841	279 452	271 810	4.2.3
Participations	20 496	1 000	19 496	19 508	
Créances rattachées à des participations	493	493	-	-	
Autres immobilisations financières	23 970	337	23 633	21 457	
Immobilisations financières	44 959	1 830	43 129	40 965	4.2.4
ACTIF IMMOBILISE	2 254 888	1 067 754	1 187 134	1 202 831	4.3.1, 4.3.2 et 4.3.3
En cours de productions	5 728	-	5 728	11 244	4.2.5
Créances clients et comptes rattachés	164 754	3 057	161 697	122 510	
Créances sociales	4 046	2 511	1 535	1 780	
Etat et autres collectivités publiques	198 304	-	198 304	206 491	
Autres créances	6 388	3 858	2 530	9 067	
Créances d'exploitation	373 492	9 426	364 066	339 848	4.2.6, 4.2.7 et 4.3.4
Comptes courants financiers	93 846	89 332	4 514	2 442	
Valeurs mobilières de placement	28 964	2 825	26 139	95 248	4.2.7 et 4.2.8
Disponibilités	3 431	-	3 431	7 423	4.2.7
Disponibilités et comptes assimilés	126 241	92 157	34 084	105 113	4.3.5
ACTIF CIRCULANT	505 461	101 583	403 878	456 205	
Charges constatées d'avance	75 428	-	75 428	79 491	4.3.7
Ecart de conversion actif	-	-	-	-	4.2.12
ACTIF	2 835 777	1 169 337	1 666 440	1 738 527	

Bilan Passif

FRANCE TELEVISIONS S.A.

BILAN PASSIF AU 31 DECEMBRE 2024

MILLIERS D'€

N

N-1

Notes de renvoi

Capital social	424 741	424 741	
Réserve Légale			
Report à nouveau	-445 943	-481 030	
Résultat de l'exercice	7 475	35 087	
Subventions d'investissement	5 034	5 373	4.2.9
Provisions réglementées	187 965	193 798	4.2.10 et 4.3.3
TOTAL CAPITAUX PROPRES	179 272	177 969	4.3.8
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	248 666	246 623	4.2.11, 4.3.3 et 4.3.9
Dettes financières	165 279	146 769	4.3.4 et 4.3.5
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	596 841	627 887	
Dettes sociales	255 244	244 217	
Dettes fiscales	176 132	180 812	
Autres Dettes	32 606	22 147	
Dettes d'exploitation	1 060 823	1 075 063	4.3.4
TOTAL DETTES	1 226 102	1 221 832	4.3.4
Produits constatés d'avance	12 400	92 103	4.3.12
Ecart de conversion passif			4.2.12
PASSIF	1 666 440	1 738 527	

2. COMPTE DE RESULTAT

FRANCE TELEVISIONS S.A.	Réel N	Réel N-1	Notes de Renvoi
COMPTE DE RESULTAT AU 31 DECEMBRE 2024			
MILLIERS D'€			
Ressources publiques	2 535 498	2 430 514	4.2.13
Recettes publicitaires	382 038	325 393	4.2.14
Autres ventes et prestations de services	129 037	124 057	
Chiffre d'affaires brut	3 046 573	2 879 964	4.4.1
Chiffre d'affaires constaté d'avance	81 188	-33 563	
Chiffre d'affaires net	3 127 761	2 846 401	4.4.1
Production immobilisée	968 630	989 635	
Autres produits	3 232	13 240	
Reprises de provisions et transferts de charges	63 143	51 935	
Autres produits	66 375	65 175	
Total produits d'exploitation	4 162 766	3 901 211	
Coûts des programmes et productions achetés	1 029 139	1 041 027	
Autres achats et charges externes	631 995	567 924	
Impôts, taxes et versements assimilés	222 378	191 785	
Charges de personnel - Salaires	667 978	634 412	
Charges de personnel - Charges sociales et autres	301 214	283 839	
Total Charges de personnel	969 192	918 251	
Dotations aux amortissements programmes	1 059 763	916 711	
Dotations aux amortissements autres	90 952	77 869	
Dotations aux provisions	60 143	79 117	
Total amortissements et provisions	1 210 858	1 073 697	
Autres charges de gestion courante	166 015	164 927	
Total charges d'exploitation	4 229 577	3 957 611	
Résultat d'exploitation	-66 811	-56 400	
QP des résultats sur opérations faites en commun	-	-	
Produits financiers	66 807	73 213	
Charges financières	-17 697	-29 212	
Résultat financier	49 110	44 001	4.4.2
Résultat courant	-17 701	-12 399	
Reprises sur amortissements dérogatoires	131 652	125 955	
Reprises sur amortissements et provisions exceptionnels	470	35 494	
Autres produits exceptionnels	2 693	425	
Produits exceptionnels	134 815	161 874	
Dotations aux amortissements dérogatoires	125 819	129 897	
Dotations aux amortissements et provisions exceptionnels	-	9	
Autres charges exceptionnelles	-228	231	
Charges exceptionnelles	125 591	130 137	
Résultat exceptionnel	9 224	31 737	4.4.3
Résultat avant impôt	-8 477	19 338	
Participation et intéressement			
Impôt sur les sociétés	-15 952	-15 749	4.4.4
RESULTAT NET	7 475	35 087	

3. TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE

FRANCE TELEVISIONS S.A. TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE AU 31 DECEMBRE 2024 MILLIERS D'€		N	N	Notes de renvoi
Résultat net de l'exercice		7 475	35 087	
Amortissements		1 150 715	994 587	
- Amortissements des programmes, droits de diffusion et droits sportifs		-1 059 763	-916 711	
Provisions		-2 095	183	
Plus et moins values sur cessions d'actifs		-2 679	-391	
- Plus et moins values sur cessions des programmes, droits de diffusion et droits sportifs				
Subventions virées au résultat		-339	-373	
Boni de fusion		-	-1 001	
Autres éléments sans incidences financières				
Eléments sans incidences financières		85 839	76 294	
Capacité d'autofinancement		93 314	111 381	
Amortissements des programmes et des droits de diffusion		945 013	916 711	
Plus ou moins values sur cessions		-	-	
Acquisition de programmes et de droits de diffusion		-965 589	-987 622	
Cession de programmes et de droits de diffusion		-	-	
Variation des programmes et des droits de diffusion		-20 576	-70 911	
Amortissements des droits sportifs		114 750	-	
Plus ou moins values sur cessions				
Acquisition de droits sportifs		-55 500	-19 500	
Cession de droits sportifs				
Variation des droits sportifs		59 250	-19 500	
Variation des Stocks		5 516	-488	
Variation des Créances Clients		-35 142	3 412	
Variation des Autres Créances		15 642	-111 883	
Variation des Comptes de Régularisation Actif (écarts de conversion, charges constatés)		4 063	-8 473	
Variation des Dettes Fournisseurs		-17 065	11 463	
Variation des Autres Dettes		16 132	120 368	
Variation des Comptes de Régularisation Passif (écarts de conversion, produits constatés)		-79 703	33 528	
Autre variation du besoin en fonds de roulement		-90 557	47 927	
Variation du besoin en fonds de roulement		-51 883	-42 484	
Flux de trésorerie liés à l'activité		41 431	68 897	
Acquisition d'immobilisations incorporelles (hors programmes, droits de diffusion et droits sportifs)		-38 869	-29 245	
Acquisition d'immobilisations corporelles		-73 028	-67 553	
Acquisition d'immobilisations financières		-5 682	-937	
Variation des dettes sur acquisitions d'immobilisations		-18 026	15 874	
Cession d'immobilisations incorporelles (hors programmes, droits de diffusion et droits sportifs)				
Cession d'immobilisations corporelles		466	407	
Cession d'immobilisations financières		5 740	1 304	
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissements		-129 399	-80 150	
Augmentation de capital			31 460	
Variation des subventions d'investissement				
Dividendes versés				
Augmentation des dettes financières		62	102	
Réduction des dettes financières		-50 639	-646	
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement		-50 577	30 916	
Trésorerie nette à l'ouverture		106 939	91 847	
Incidence des opérations de fusion			-4 571	
Variation de trésorerie		-138 545	19 663	
TRESORERIE A LA CLÔTURE		-31 606	106 939	4.3.5

Les flux relatifs aux programmes immobilisés au bilan (acquisitions de l'exercice, variation des dotations aux amortissements) 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 2024 dont le total du bilan s'établit à 1 661 721 Milliers d'euros.

L'exercice, d'une durée de 12 mois et recouvrant la période du 1^{er} janvier 2024 au 31 décembre 2024 dégage un résultat bénéficiaire 7 475 Milliers d'euros.

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

4.1 Faits caractéristiques de l'exercice

Dans la continuité de l'année 2023, marquée par les négociations du futur contrat d'objectifs et de moyens (COM) de l'entreprise pour la période 2024-2028, et conformément à la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, le projet de COM a été adressé par la tutelle à l'ARCOM – qui a rendu un avis favorable à l'été 2024 – et aux commissions chargées des affaires culturelles et des finances de l'Assemblée nationale et du Sénat. Comme elles ont la faculté de le faire au titre de la loi, les commissions des affaires culturelles de l'Assemblée Nationale et du Sénat, ainsi que la commission des finances de l'Assemblée Nationale, ont rendu en novembre un avis défavorable sur ce projet de COM (comme sur les projets des autres entreprises de l'audiovisuel public). Cet avis a été motivé par la caducité de la trajectoire des concours publics sur la période 2024-2028 telle qu'elle avait été arbitrée par l'exécutif à l'automne 2023 et inscrite dans le plan d'affaires du projet de COM – révision à la baisse dès l'exécution 2024 (décret d'annulation du 21 février 2024 puis projet de loi de finances de fin de gestion pour 2024) et au PLF pour 2025. Des réflexions sur la nature des évolutions à apporter aux projets de COM afin de tenir compte de la modification de la trajectoire budgétaire doivent reprendre.

Début juillet 2024, Delphine Ernotte Cunci a été reconduite pour un troisième mandat à la tête de l'Union Européenne de Radiotélévision (UER/EBU) **pour une durée de deux ans, à compter du 1^{er} janvier 2025**. Cette reconduction à la présidence de l'UER, plus grande association de médias publics au monde, intervient dans un contexte où l'audiovisuel public européen fait face à des défis sans précédents : la transformation radicale des usages et du secteur audiovisuel, les défis majeurs de la désinformation sur la qualité du débat public

jusqu'à la montée des populismes en Europe et des interférences politiques sur les médias publics.

Le 15 novembre 2024, le groupe France Télévisions a posé la première pierre de ses nouveaux studios de production à Vendargues. Ce projet « V Studios » de France.tv Studio avait été retenu en mai 2023 dans le cadre du plan de financement « France 2030 » de la Grande Fabrique de l'image. Ce nouvel outil de production permettra d'augmenter la capacité de tournage de France Télévisions en complémentarité de l'offre actuelle sur le site historique de Vendargues¹, représentant déjà plus de 16 000 m² de plateaux et d'infrastructures de post production et d'effets visuels numériques. Ce site sera ouvert à l'ensemble des industries culturelles et créatives françaises et étrangères et sera mis en exploitation début 2026.

En novembre 2024, les groupes audiovisuels France Télévisions, M6 et TF1, les principales organisations de gestion collective (l'ADAMI, la SACD, la SACEM et la SCAM) ainsi que les syndicats de producteurs (ANIMFRANCE, le SPI et l'USPA) ont créé « LaFA, la filière audiovisuelle ». Dans un contexte de bouleversements profonds du secteur, l'ambition de LaFA est d'assurer la solidité de son modèle économique, d'accompagner sa transformation, de garantir la diversité et le renouvellement de la création, et d'assurer le rayonnement de l'exception culturelle française.

L'année 2024 a été marquée par la poursuite de la réorganisation immobilière des sites parisiens du groupe France Télévisions. Ce projet, dénommé Campus a été initié fin mai 2022, et permettra de regrouper, à horizon 2025, l'ensemble des salariés d'Île-de-France dans un périmètre de 250 mètres autour du siège. Au-delà de cette seule dimension immobilière, le projet offre une occasion de repenser les modes de fonctionnement collectif, l'organisation spatiale et la performance environnementale.

Depuis fin 2024, suite au passage du cyclone Chido, toute l'entreprise s'est mobilisée pour les salariés de la station de Mayotte 1^{ère} par le déploiement d'actions de soutien : notamment cellule de crise autour de la Présidente pour sensibiliser les autorités aux besoins de notre station, sécurisation de nos sites, réapprovisionnement divers, acheminement de

¹ Le premier studio de Vendargues appartient à France Télévisions

techniciens, journalistes et autres renforts, aide au recensement des dégâts et impacts, délocalisation provisoire de certaines fonctions supports, aide au maintien opérationnel des installations techniques, soutien à distance des équipes numériques.

Stratégie et offre

L'année 2024 a été marquée par le succès de la diffusion des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 sur les antennes et les plateformes du groupe. France Télévisions a proposé une offre sportive exceptionnelle avec plus de 1 500 heures de retransmissions sur ses antennes (dont 1 400 heures de directs consacrées à 62 disciplines, parmi lesquelles 23 sports paralympiques) et, en complément, près de 7 000 heures de directs disponibles sur l'offre numérique (dont 2 100 heures dédiées à une chaîne numérique Jeux Olympiques et 1 500 heures pour le *multifeed* des Jeux Paralympiques, permettant de suivre chaque instant des compétitions).

L'année 2024 a été également marquée par le déploiement d'un dispositif éditorial inédit de mise en valeur des célébrations du 80ème anniversaire de la Libération de la France et par un dispositif exceptionnel à l'occasion de la réouverture de Notre-Dame de Paris.

En mars 2024, pour la sixième année consécutive, France Télévisions a décroché le trophée Qualiweb² de la meilleure relation client en ligne dans le secteur Information / Média.

² Établi chaque année par l'institut d'études marketing Cocal Conseil, le trophée Qualiweb récompense les meilleurs services de relation client en ligne

Le 17 mai 2024, France Télévisions et le cinéma français (le BLIC³, le BLOC⁴ et L'ARP⁵) ont signé un accord portant sur les années 2024-2028⁶, qui traduit une volonté partagée par les signataires de renforcer le financement de la création et de la diffusion cinématographique par France Télévisions et d'assurer une meilleure exposition des œuvres sur ses offres linéaires et non linéaires. France Télévisions renforce ainsi sa première place de financeur du cinéma français et européen en clair et confirme son profond attachement au cinéma.

A l'occasion des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024, France Télévisions a lancé France 2 UHD à partir du 23 janvier 2024 et France 3 UHD à partir du 10 juillet. Autorisé par l'ARCOM en octobre 2023, France Télévisions est devenue le premier groupe audiovisuel à fournir un canal Ultra Haute Définition sur la TNT offrant ainsi une qualité d'image et de son inégalée aux téléspectateurs français. Grâce à la couverture de la Télévision Numérique Terrestre, les deux chaînes sont disponibles sur une large partie du territoire métropolitain et neuf collectivités Outre-mer.

En décembre 2024, France Télévisions et la CNIL⁷ ont conclu un accord visant à lutter contre la désinformation et proposer à nos téléspectateurs et à nos équipes les clés pour leur permettre de naviguer sereinement sur le numérique (via notamment des interventions pédagogiques de la CNIL dans les programmes, une participation de la CNIL aux dispositifs d'éducation aux médias et à l'information pour les jeunes publics mis en place par France Télévisions et des échanges réguliers entre la CNIL et les journalistes afin de mieux communiquer sur les enjeux numériques dans l'offre d'information de France Télévisions).

L'année 2024 a été marquée par la consolidation de l'offre de proximité ICI, avec d'une part la poursuite du déploiement des matinales communes avec France Bleu, "ICI Matin" (37 éditions à fin 2024), d'autre part la poursuite de la diffusion des rendez-vous quotidiens

³ Le BLIC (**Le Bureau de Liaison des Industries Cinématographiques**) réunit plusieurs organisations professionnelles du cinéma représentant la filière de l'amont à l'aval (production, industries techniques, édition-distribution, salles de cinéma, édition vidéo et édition numérique)

⁴ Le BLOC (Le Bureau de Liaison des Organisations du Cinéma) fédère plus de 1 000 professionnels du cinéma et de l'audiovisuel français (producteurs, artistes, agents, exportateurs...)

⁵ L'ARP (Société civile des Auteurs Réalisateurs Producteurs)

⁶ Cet accord succède à celui signé en 2020 avec le BLOC et L'ARP

⁷ CNIL (Commission nationale de l'informatique et des libertés)

d'information de France 3 passés en 2023 sous pavillon ICI ("ICI 12/13" et "ICI 19/20"), et en troisième lieu la labellisation ICI, en novembre 2024, de l'ensemble des programmes des 24 antennes régionales, renforçant ainsi le lien de proximité avec les téléspectateurs.

4.2 Principes, règles et méthodes comptables

Les comptes annuels, arrêtés au 31 décembre 2024, 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 désormais amortis sur deux diffusions selon les taux suivants, quel que soit leur mode d'acquisition : 1ère diffusion : 66 %, 2ème diffusion : 34 %* ;
- 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.

*L'analyse de l'évolution des modes de consommation des contenus de fiction, a nécessité en 2023, un changement d'estimation de certains taux d'amortissement, afin de mieux refléter la réalité économique de la perte de valeur des avantages attendus des droits de diffusion de ces programmes.

Cette analyse a conduit France Télévisions à répartir différemment la charge de consommation entre la première et la seconde diffusion des fictions, passant ainsi d'un mode d'amortissement de 80%/20% (80% à la 1ère diffusion et 20% à la seconde diffusion) à 66%/34% (66% à la 1ère diffusion et 34% à la seconde diffusion) et ce, à compter du 1er janvier 2023.

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 dits de « stock » non diffusés à compter de la date d'ouverture des droits.

Les modalités de calcul de l'amortissement dérogatoire varient en fonction de l'origine juridique du programme :

- Pour les achats de droits et préachats, l'amortissement dérogatoire est appliqué selon le mode linéaire sur la durée des droits, plafonnée à 3 ans.

- Pour les productions propres, coproductions et façonnages, l'amortissement dérogatoire est appliqué selon le mode dégressif sur une durée d'un an et 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.

La dotation d'amortissement dérogatoire est reprise au compte de résultat à hauteur de l'amortissement économique ou d'exploitation 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 sorties 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 événements 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 événements sportifs, au même titre que la continuité de l'impact de ces droits est assurée au compte de résultat, il a été décidé de présenter ces droits au bilan au 31 décembre précédant la première des quatre années considérées. 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 événements, 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'événement. Les droits sportifs pluriannuels relatifs aux Jeux Paralympiques ne sont pas concernés, le coût net du droit de leur retransmission est supporté par l'exercice de diffusion de ces derniers.

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	Linéaire	40 ans	2,5 %
- Gros œuvre	Linéaire	15 à 25 ans	4 à 6,7 %
- Façade, étanchéité, couverture, menuiserie extérieure	Linéaire	8 à 25 ans	4 à 12,5 %
- Equipements et aménagements	Linéaire	10 ans	10 %
- Agencements			
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 significative 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.

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 Ressources publiques

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

La quote part de ressources publiques affectée aux droits audiovisuels pluriannuels figure sur une ligne séparée au sein du chiffre d'affaires.

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.

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 31/12/2023	Acquisitions	Diminutions	Fusion	Flux de Reclassement	Valeurs brutes au 31/12/2024
Logiciels	321 596	38 869	35 260	-	16 012	341 217
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 PROGRAMMES	321 977	38 869	35 260	-	16 012	341 598
DROITS SPORTIFS PLURIANNUELS	134 250	55 500	114 750	-	-	75 000
PROGRAMMES PRETS A DIFFUSER	501 640	-	945 013	-	945 302	501 930
Productions propres	776	-	11 807	-	12 173	1 142
Productions déléguées - Parts antennes	101 250	-	274 537	-	273 668	100 381
Productions déléguées - Parts coproduction	78 583	-	187 110	-	186 286	77 759
Droits de diffusion	321 031	-	471 559	-	473 175	322 647
PROGRAMMES EN COURS	223 823	965 589	-	-	-945 302	244 108
Productions propres	1 386	14 743	-	-	-12 173	3 956
Productions déléguées - Parts antennes	36 525	287 659	-	-	-273 668	50 516
Productions déléguées - Parts coproduction	61 467	191 150	-	-	-186 288	66 329
Droits de diffusion	124 445	472 037	-	-	-473 173	123 309
TOTAL DROITS AUDIOVISUELS	859 713	1 021 089	1 059 763	-	-	821 038
TOTAL IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	1 181 690	1 059 958	1 095 023	-	16 012	1 162 636
Terrains	17 916	-	-	-	1 457	19 372
Constructions, agencements et aménagements	374 166	28 170	13 359	-	5 329	394 306
Installations techniques, matériels et outillages	356 884	12 874	7 808	-	10 273	372 223
Autres immobilisations corporelles	195 324	12 781	6 212	-	4 929	206 822
Immobilisations corporelles en cours	73 366	19 203	-	-	-37 999	54 570
TOTAL IMMOBILISATIONS CORPORELLES	1 017 655	73 028	27 379	-	-16 012	1 047 293
Titres consolidés	20 508	-	13	-	1	20 496
Autres titres de participation	41	-	-	-	-	41
Créances rattachées à des participations	452	-	-	-	-	452
Avances capitalisables	-	-	-	-	-	-
Autres immobilisations financières	21 802	5 682	3 514	-	-	23 970
TOTAL IMMOBILISATIONS FINANCIERES	42 803	5 682	3 527	-	1	44 959
TOTAL ACTIF IMMOBILISE	2 242 148	1 138 668	1 125 929	-	1	2 254 888

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

4.3.2 Amortissements

AMORTISSEMENTS MILLIERS D'€	Amortissements au 31/12/2023	Dotations	Diminutions	Fusion	Flux de reclassement	Amortissements au 31/12/2024
Logiciels	247 160	42 089	35 260	-	-	253 989
Frais d'établissement, de recherche et de développement	-	-	-	-	-	-
Marques, modèles et brevets	-	-	-	-	-	-
Autres immobilisations incorporelles	-	-	-	-	-	-
TOTAL IMMOBILISATIONS INCORPORELLES HORS PROGRAMMES	247 160	42 089	35 260	-	-	253 989
DROITS SPORTIFS PLURIANNUELS	-	114 750	114 750	-	-	-
PROGRAMMES PRETS A DIFFUSER	-	945 013	945 013	-	-	-
Productions propres	-	11 807	11 807	-	-	-
Productions déléguées - Parts antennes	-	274 537	274 537	-	-	-
Productions déléguées - Parts coproduction	-	187 110	187 110	-	-	-
Droits de diffusion	-	471 559	471 559	-	-	-
TOTAL DROITS AUDIOVISUELS	-	1 059 763	1 059 763	-	-	-
TOTAL IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	247 160	1 101 852	1 095 023	-	-	253 989
Terrains	79	5	-	-	-	84
Constructions, agencements et aménagements	253 842	19 955	13 359	-	-	260 435
Installations techniques, matériels et outillages	317 269	16 123	7 808	-	-	325 585
Autres immobilisations corporelles	168 065	12 780	6 212	-	-	174 633
TOTAL IMMOBILISATIONS CORPORELLES	739 255	48 863	27 379	-	-	760 738
TOTAL ACTIF IMMOBILISE	986 414	1 150 715	1 122 402	-	-	1 014 727

4.3.3 Provisions

PROVISIONS MILLIERS D'€	Provisions au 31/12/2023	Dotations	Reprises (1)	Flux de reclassement	Provisions au 31/12/2024
Amortissements dérogatoires des programmes	188 514	125 139	131 028	-	182 625
Amortissements dérogatoires des immobilisations corporelles et incorporelles	5 284	679	623	-	5 340
TOTAL PROVISIONS REGLEMENTEES	193 798	125 818	131 651	-	187 965
Provisions pour risques	58 021	24 711	28 693	-	54 040
Provisions pour pertes de change	-	-	-	-	-
Indemnités départs en retraite	185 112	16 002	9 895	-	191 218
Médaille du travail	3 490	8	90	-	3 408
TOTAL PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	246 623	40 721	38 678	-	248 666
Sur immobilisations incorporelles	44 474	26 753	27 133	-	44 094
Programmes	39 487	25 489	24 113	-	40 863
Autres immobilisations incorporelles	4 987	1 264	3 020	-	3 231
Sur immobilisations corporelles	6 592	4 106	3 594	-	7 103
Sur immobilisations financières	1 838	-	8	-	1 830
Titres consolidés	1 000	-	-	-	1 000
Autres titres de participation	41	-	-	-	41
Créances rattachées à des participations	452	-	-	-	452
Autres immobilisations financières	345	-	8	-	337
Sur stocks et en-cours	-	-	-	-	-
Sur comptes clients	2 705	1 820	1 468	-	3 057
Sur comptes courants	1 459	8	-	-	1 467
Sur autres comptes débiteurs	5 569	2 745	3 412	-	4 902
TOTAL PROVISIONS POUR DEPRECIATION	62 636	35 432	35 615	-	62 453
TOTAL PROVISIONS	503 056	201 971	205 944	-	499 083

(1) : Les reprises de provisions pour risques et charges non utilisées s'élèvent à 20,9 Millions d'€ et correspondent principalement à des litiges soldés en faveur de la société, à une reprise partielle sur la provision liée au compte courant financier avec la filiale France Télévisions SVOD, à la reprise de la provision liée au risque des salariés ayants + de 300 jours de maladie, à la reprise de la provision liée aux remises en état des sites EOS et Varet ainsi qu'à la reprise partielle de la provision pour risque comptabilisée suite au désaccord avec les sociétés d'auteurs sur la détermination de la base de calcul des contributions aux sociétés d'auteurs.

4.3.4 Etat des Créances et des Dettes d'exploitation

ETAT DES CREANCES D'EXPLOITATION MILLIERS D'€	Montants bruts au 31/12/2024	A un an au +	A + d'un an
Créances clients et comptes rattachés	164 754	164 589	165
Créances sociales	4 046	4 046	-
Etat et autres collectivités publiques	198 304	198 304	-
Autres créances	6 388	6 388	-
TOTAL CREANCES D'EXPLOITATION	373 492	373 327	165

ETAT DES DETTES MILLIERS D'€	Montants bruts au 31/12/2024	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	7 432	836	2 690	3 906
Autres emprunts et dettes	-	-	-	-
Comptes courants financiers	117 693	117 693	-	-
Banques et comptes courants	40 154	40 154	-	-
TOTAL DETTES FINANCIERES	165 279	158 683	2 690	3 906
DETTES D'EXPLOITATION				
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	596 841	551 949	44 892	-
Dettes sociales	255 244	255 244	-	-
Dettes fiscales	176 132	176 132	-	-
Comptes courants	75	75	-	-
Autres dettes d'exploitation	32 531	32 531	-	-
TOTAL DETTES D'EXPLOITATION	1 060 823	1 015 931	44 892	-
TOTAL DETTES	1 226 102	1 174 614	47 582	3 906

4.3.5 Trésorerie

Les postes de trésorerie à fin 2024 s'établissent comme suit :

TRESORERIE MILLIERS D'€	Valeur brute	31/12/2024 Provisions	Valeur nette	31/12/2023 Valeur nette
Comptes courants financiers actifs	93 846	89 332	4 514	2 442
Valeurs mobilières de placement	28 964	2 825	26 139	95 248
Disponibilités	3 431	-	3 431	7 423
Concours bancaires courants	-40 154	-	-40 154	-3 294
Comptes courants financiers passifs	-117 693	-	-117 693	-85 466
TRESORERIE NETTE	-31 606	92 157	-123 763	16 353

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 2024, la société dispose de 93 846 Milliers € de compte courant à l'actif (89 228 Milliers € au 31 décembre 2023) et de 117 693 Milliers € de compte courant passif (85 466 Milliers € au 31 décembre 2023).

Une provision pour dépréciation du compte courant avec France Télévisions SVOD a été comptabilisée pour un montant de 89 332 Milliers € et la variation des moins-values latentes sur placements a été intégrée aux provisions et s'élèvent à - 975 Milliers d'euros.

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 Franc suisse (CHF), et le yuan (CNY)".

En effet, en 2024, les devises dollar américain (USD), la livre sterling (GBP), le rouble (RUB), et le shekel (ILS) ne sont plus des devises couvertes.

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 2024, les instruments de couverture s'établissent comme suit :

ENGAGEMENTS ET COUVERTURES DE CHANGE AU 31/12/2024

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	0,9 USD		0,9 USD	0,0 USD		0,0 USD	0,0 USD		0,0 USD
CHF	2,1 CHF		2,1 CHF	0,4 CHF		0,4 CHF	0,0 CHF		0,0 CHF
GBP	0,1 GBP		0,1 GBP	0,0 GBP		0,0 GBP	0,0 GBP		0,0 GBP
CNY	5,2 CNY		5,2 CNY	1,3 CNY		1,3 CNY	0,0 CNY		0,0 CNY
ILS	0,5 ILS		0,5 ILS	0,0 ILS		0,0 ILS	0,0 ILS		0,0 ILS
En M€*	3,8 €		3,8 €						

* valorisés au cours de clôture du 31/12/2024

TOTAL COUVERTURES			
FERMES		OPTIONNELLES	
	Total		Total
	0,5		0,0
	100%		0%

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

Au 31 décembre 2024, 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 (celle-ci ayant été remboursée en totalité à fin décembre 2024).

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 2024 est de 17 000 Milliers €. L'échéance finale de la dette est le 1^{er} avril 2033.

France Télévisions SA 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 31/12/2024 est de 7 300 Milliers €.

France Télévisions SA s'est vu octroyer également en 2020 par l'état français via l'Agence France Trésor une avance à long terme de 70 000 Milliers portant intérêt à taux fixe et remboursée en totalité en décembre 2024.

Enfin, la société V STUDIO Immo, filiale de France.tv studio, s'est vue octroyer au printemps 2024 dans le cadre du projet France 2030 et de la construction d'un nouvel ensemble de studios à Vendargues un prêt immobilier de 15 500 Milliers d'euros à taux variable d'une durée de 17 ans. Ce prêt n'est pas encore tiré au 31/12/2024.

France Télévisions gère son risque de taux de façon centralisé 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 uniquement par France Télévisions SA (pour le cas échéant le compte de ses filiales).

Au 31 décembre 2024, la position de taux d'intérêt du groupe, donc en intégrant les dettes financières de l'ensemble des sociétés du groupe (et non seulement celle de France Télévisions SA) ressort, en moyenne annuelle, comme détaillée ci-dessous (en incluant l'échéancier théorique du prêt de V STUDIO Immo et les couvertures de taux afférentes).

POSITION DE TAUX D'INTERET FRANCE TELEVISIONS AU 31/12/2024 (EN MOYENNE ANNUELLE) MILLIONS D'€						
	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Debt à taux fixe	57,4	6,9	6,2	5,5	4,9	4,2
Debt à taux variable	17,9	20,2	29,5	27,7	24,8	21,8
Couvertures fermes	-	1,0	7,8	7,8	7,0	6,5
soit en %	-	5%	26%	27%	28%	30%
Couvertures optionnelles	3,8	9,1	12,2	6,2	3,7	-
soit en %	21%	45%	41%	22%	15%	-
Couverture totale	3,8	10,0	19,9	13,8	10,8	6,5
soit en %	21%	50%	68%	50%	43%	30%
Position ouverte	14,1	10,2	9,6	13,9	14,0	15,2
soit en %	79%	50%	32%	50%	57%	70%

4.3.7 Charges Constatées d'Avance

CHARGES CONSTATEES D'AVANCE MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2024	Montants au 31/12/2023
Charges d'exploitation	75 428	79 491
Charges financières		
Charges exceptionnelles		
TOTAL CHARGES CONSTATEES D'AVANCE	75 428	79 491

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 424 741 Milliers d'euros et est divisé en 21 237 050 actions d'un nominal de 20 euros.

CAPITAUX PROPRES MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2023	Affectation du résultat 2023 (1)	Augmentations (2)	Diminutions	Reclassement s	Montants au 31/12/2024
Capital social	424 741	-	-	-	-	424 741
Primes	-	-	-	-	-	-
Réserve légale	-	-	-	-	-	-
Autres réserves	-	-	-	-	-	-
Report à nouveau	-481 030	35 087	-	-	-	-445 943
Résultat de l'exercice (1)	35 087	-35 087	7 475	-	-	7 475
Subventions d'investissement	5 373	-	-339	-		5 034
Provisions réglementées	193 798		125 818	131 651	-	187 965
TOTAL CAPITAUX PROPRES	177 969	-	132 954	131 651	-	179 272

(1) : Affectation du résultat selon l'Assemblée générale ordinaire du 4 avril 2024

Au 31 décembre 2024, les capitaux propres sociaux de France Télévisions SA s'élèvent à 179,3 M€ pour un capital social de 424,7 M€, à savoir des capitaux propres sociaux correspondant à 42,2 % du capital social. Les capitaux propres de France Télévisions SA sont devenus inférieurs à la moitié du capital social au 31 décembre 2021. Conformément aux dispositions légales en vigueur, la société dispose d'un délai jusqu'à la clôture de l'exercice au 31 décembre 2026 pour procéder à la régularisation de sa situation financière, soit via reconstitution de ses capitaux propres, soit via la réduction de son capital social.

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.

À la suite du nouveau règlement ANC 2020-01, le coût financier est constaté au sein du résultat financier pour un montant de 5 784 Milliers d'euros. Le coût des services rendus, les écarts actuariels, les coûts des services passées, les prestations de la période et la réduction de régime sont eux comptabilisés en charges de personnel pour un montant net de 322 Milliers d'euros.

Tableau 1 : CHARGES

MILLIERS D'€

	31/12/2024	31/12/2023
(1) Coût des services rendus au cours de la période	9 126	7 957
(2) Coût financier	5 784	5 992
(3) Coût des services passés	1 092	1 092
(4) Amortissement des gains ou pertes actuariels		
Sous total	16 002	15 041
(5) Réduction de régime	-3 423	-3 497
Charge nette comptabilisée	12 579	11 544

Tableau 2 : PASSIF (ENREGISTRE AU BILAN)

MILLIERS D'€

	31/12/2024	31/12/2023
Valeur actualisée de l'obligation (engagement) à la clôture	220 962	213 912
Fonds de couverture	-21 412	-20 366
Perte actuarielle nette non comptabilisée et coûts des services passés	-8 332	-8 435
Reclassements	-	-
Passif enregistré au bilan (provision) à la clôture	191 218	185 111

Tableau 3 : PASSAGE DE LA PROVISION OUVERTURE / CLÔTURE

MILLIERS D'€

	31/12/2024	31/12/2023
Passif net au bilan (provision) à l'ouverture	185 111	178 141
(1) Coût des services rendus au cours de la période	9 126	7 957
(2) Coût financier	5 784	5 992
Prestations de l'exercice	-6 472	-4 573
Prestations servies	8 438	9 376
Contribution au fonds de couverture	-	-
(3) Coût des services passés	1 092	1 092
(4) Amortissement des gains ou pertes actuariels	-	-
Réduction de régime	-3 423	-3 497
Reclassements	-	-
Passif net au bilan (provision) à la clôture	191 218	185 111

Tableau 4 : HYPOTHESES ACTUARIELLES

	31/12/2024	31/12/2023
Taux d'actualisation	3,40%	3,20%
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 31/12/2024	Montants au 31/12/2023
EMPRUNTS ET DETTES FINANCIERS DIVERSES	1 117	2 497
DETTE FOURNISSEURS ET COMPTES RATTACHES	297 964	283 369
DETTE FISCALE ET SOCIALES	355 341	334 696
Personnel	144 958	135 548
Organismes sociaux	62 346	58 104
Dettes fiscales	148 037	141 044
Autres		
DETTE SUR IMMOBILISATIONS (hors programmes audiovisuels) ET COMPTES RATTACHES	20 541	37 555
AUTRES DETTES	4 160	680
TOTAL CHARGES A PAYER	679 123	658 797

4.3.11 Produits à Recevoir

PRODUITS A RECEVOIR MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2024	Montants au 31/12/2023
IMMOBILISATIONS FINANCIERES	-	-
Créances rattachées à des participations		
Autres immobilisations financières		
CREANCES CLIENTS ET COMPTES RATTACHES	60 157	53 511
AUTRES CREANCES ET COMPTES RATTACHES	29 622	34 172
INTERETS COURUS A RECEVOIR	1 164	1 529
TOTAL PRODUITS A RECEVOIR	90 943	89 212

4.3.12 Produits Constatés d'Avance

PRODUITS CONSTATES D'AVANCE MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2024	Montants au 31/12/2023
Produits d'exploitation	12 400	92 103
Produits financiers	-	-
Produits exceptionnels	-	-
TOTAL PRODUITS CONSTATES D'AVANCE	12 400	92 103

Les produits constatés d'avance sur droits sportifs pluriannuels s'élèvent à 9 750 Milliers d'euros au 31/12/2024 contre 90 937 Milliers au 31/12/2023. (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 31/12/2024	Montants au 31/12/2023
Ressources publiques	2 535 498	2 430 514
Publicité	274 489	244 874
Parrainage	107 549	80 519
Prestation exécutive	52 655	46 806
Autre Ventes et Prestations	76 382	77 251
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT	3 046 573	2 879 964
Chiffre d'affaires constaté d'avance	81 188	-33 563
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES NET	3 127 761	2 846 401

4.4.2 Résultat financier

RESULTAT FINANCIER MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2024	Montants au 31/12/2023
Dividendes	54 007	44 106
Produits nets de cession de la gestion de trésorerie	7 992	8 036
Intérêts sur dettes financières, découvert bancaire et autres passifs	-6 105	-4 925
Variation des provisions	-6 767	-3 832
Résultat de change	-27	-163
Autres produits et charges financières	10	779
RESULTAT FINANCIER	49 110	44 001

Le résultat financier s'élève à 49 110 Milliers d'euros et se décompose en 66 807 Milliers d'euros de produits et 17 697 Milliers d'euros de charges.

Les produits financiers comprennent principalement des dividendes pour 54 007 Milliers d'euros, des intérêts sur créances et produits nets sur cessions de VMP pour 8 058 Milliers d'euros. La reprise de provision liée aux moins-values latentes sur titres de placement s'élève à 3 846 Milliers d'euros.

Ils comprennent aussi la reprise comptabilisée sur la provision pour risque pour situation nette négative de la société France Télévisions SVOD pour un montant de 687 Milliers d'euros.

Les charges financières comprennent principalement une dotation à la provision sur le compte courant financier versé à France Télévisions SVOD pour un montant de 2 546 Milliers d'euros, une dotation à la provision liée aux moins-values latentes sur titres de placement pour 2 825 Milliers d'euros et des intérêts d'emprunts et découverts bancaires pour 6 105 Milliers d'euros.

La partie relative au coût financier de la dotation à la provision pour indemnité de départ à la retraite et médaille du travail est comptabilisée en dotations aux provisions financières pour un montant de 5 891 K€.

Les pertes de change nets de l'exercice 2023 (18 Milliers d'euros) ont été comptabilisés en résultat opérationnel à la suite de l'application du règlement 2015-05 de l'ANC du 02 juillet 2015 relatif aux instruments financiers à terme et aux opérations de couverture.

PRODUITS DES PARTICIPATIONS MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2024	Montants au 31/12/2023
France Télévisions Publicité	11 995	11 995
France.tvstudio	5 000	-
Médiamétrie	213	213
SCI Valin	3 600	1 200
ROM1	500	1 300
GR1	-	1 500
France Télévisions Distribution	4 999	14 998
FTGI	2 000	1 100
SCI France Télévisions	25 700	11 800
FILIALES	54 007	44 106

4.4.3 Résultat exceptionnel

RESULTAT EXCEPTIONNEL MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2024	Montants au 31/12/23
Plus et moins values de cession	2 679	391
Variation des amortissements dérogatoires	5 833	-3 951
Variation des provisions et amortissements exceptionnels	470	35 494
Autres produits et charges exceptionnelles	242	-197
RESULTAT EXCEPTIONNEL	9 224	31 737

Le résultat exceptionnel au 31/12/2024 s'élève à 9 224 Milliers d'euros et se décompose en 134 815 Milliers d'euros de produits et 125 591 Milliers d'euros de charges.

Les charges exceptionnelles comprennent principalement des dotations aux amortissements dérogatoires pour 125 819 Milliers d'euros.

Les produits exceptionnels comprennent principalement des reprises sur amortissements dérogatoires pour 131 652 Milliers d'euros ainsi que la cession des titres de participation de Planète +Crime Investigation pour 2 226 Milliers €.

4.4.4 Situation Fiscale

Le nombre de sociétés intégrées fiscalement est de 16 sociétés dont France Télévisions S.A.

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

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	-17 701	-121 792	-139 493	-65 655	-73 838	-34	17 595	17 561
Résultat exceptionnel	9 224	-2 418	6 806	-41 966	-35 160		-	-
Crédits d'impôt et IFA		-15	-15		-15	9 491	-11 100	-1 609
RESULTAT AVANT IMPÔT	-8 477	-124 224	-132 701	-107 621	-109 012	9 457	6 495	15 952

La ventilation de l'impôt est la suivante :

ACCROISSEMENTS ET ALLEGEMENTS DE LA DETTE FUTURE D'IMPÔTS MILLIERS D'€

	Bases	Impôt
ACCROISSEMENTS		
Provisions réglementées	187 965	48 551
Amortissements dérogatoires	187 965	48 551
Gains de change latents	-	-
TOTAL ACCROISSEMENTS	187 965	48 551
ALLEGEMENTS		
Résultats déficitaires reportables (exercices antérieurs)	269 162	69 525
Génération ou Utilisation de déficit reportable sur l'année N	107 290	27 713
Charges et provisions non déductibles (déduites l'année suivante)	4 764	1 231
Charges et provisions non déductibles (déduites ultérieurement)	200 923	51 898
TOTAL ALLEGEMENTS	582 139	150 367
TOTAL	-394 174	-101 815

4.4.5 Effectifs

ETP MOYENS ANNUELS	2024	2023
Cadres	4 251	4 189
Techniciens et agents de maîtrise	949	917
Employés - Ouvriers	24	27
Journalistes	2 448	2 407
Effectifs permanents	7 672	7 540
Effectifs non permanents	1 261	1 285
TOTAL	8 933	8 825

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 2024	Total engagements au 31 décembre 2023
	Groupe	Hors Groupe	Groupe	Hors Groupe		
I - Engagements donnés / reçus						
Engagements sur programmes		490 563		221 856	712 419	483 868
Droits sportifs		51 695		314 656	366 351	521 306
Engagements de télédiffusion		17 858		5 548	23 406	27 492
Crédits baux					-	-
Baux immobiliers	32 643	14 628	130 149	145 232	322 652	352 869
Locations longue durée		59 328		15 265	74 593	71 956
Engagements des immobilisations corporelles		4 170		73	4 243	3 367
TOTAL ENGAGEMENTS DONNES / RECUS	32 643	638 242	130 149	702 630	1 503 664	1 460 859

ENGAGEMENTS HORS BILAN MILLIERS D'€	Engagements < à 1 an		Engagements > à 1 an		Total engagements au 31 décembre 2023	Total engagements au 31 décembre 2023
	Groupe	Hors Groupe	Groupe	Hors Groupe		
I - Engagements donnés						
Engagements de retraite non provisionnés (cf. note 3.9)					-	8 435
Cautions, avals et garanties					-	-
Autres engagements donnés		32 905		16 684	49 589	41 032
TOTAL ENGAGEMENTS DONNES	-	32 905	-	16 684	49 589	49 467
II - Engagements reçus						
Engagements de retraite non provisionnés (cf. r	-	-	-	8 333	8 333	-
Règlements attendus sur chiffre d'affaires					-	-
Cautions, avals et garanties	-		-	-	-	9 714
Autres engagements reçus	1 749	2 830	-	2 435	7 014	4 125
TOTAL ENGAGEMENTS RECUS	1 749	2 830	-	10 768	15 347	13 839

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 et ils seront comptabilisés au bilan et sortis des engagements hors bilan lorsque le film ou le programme deviendra 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 les ressources publiques 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 d'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, des avals ou des garanties.

POSTES DE BILAN MILLIERS D'€	Montants liés aux sociétés consolidées
CREANCES	128 818
Créances rattachées à des participations	-
Prêts et créances rattachées	-
Dépôts et cautionnements versés	4 793
Créances clients et comptes rattachés	122 211
Compte courant intégration fiscale	1 608
Autres comptes courants	-
Autres créances	206
DISPONIBILITES ET COMPTES ASSIMILES	94 673
Comptes courants financiers	94 673
TOTAL ACTIF	223 491
DETTES	
Dettes financières	65
Comptes courants financiers	118 719
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	51 866
Compte courant intégration fiscale	11 832
Autres comptes courants	
Autres dettes	3 010
TOTAL DETTES	185 492
POSTES DU COMPTE DE RESULTAT MILLIERS D'€	Montants liés aux sociétés consolidées
CHARGES	232 038
Charges d'exploitation	227 518
Charges financières	4 520
Charges exceptionnelles	-
TOTAL CHARGES	232 038
PRODUITS	485 147
Produits d'exploitation	427 662
Produits financiers	57 485
Produits exceptionnels	-
TOTAL PRODUITS	485 147

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 :

- 687 Milliers d'euros d'honoraires facturés au titre du contrôle légal des comptes sur l'exercice 2024 répartis de la façon suivante :

Ernst & Young : 346 Milliers d'euros

KPMG : 341 Milliers d'euros

- 92 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 de l'exercice 2024 répartis de la façon suivante :

Ernst & Young Audit: 90 Milliers d'euros

KPMG : 2 Milliers d'euros

4.5.5 Événements postérieurs à la clôture de l'exercice

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.

4.5.6 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)	Dividendes 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	21 747	100,00%	6 128	6 128	4 078			28 025	21 656	25 700	
France 2 cinéma- Siren 320 876 410 33 Avenue de l'Opéra 75002 PARIS	2 767	46 571	100,00%	2 764	2 764				5 345	207	-	
France 3 cinéma- Siren 329 924 963 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	1 295	27 707	100,00%	1 296	1 296				3 022	101	-	
France.tvstudio- Siren 335 175 188 26 rue d'Oradour sur Glane - 75015 Paris	877	27 267	100,00%	1 253	1 253				113 672	1 089	5 000	
France Télévisions Publicité- Siren 332 050 038 64-70 av. JB Clément 92100 Boulogne Billancourt	38	21 711	100,00%	1 503	1 503				498 627	13 469	11 995	
France Télévisions Gestion Immobilière- Siren 413 969 841 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	38	7 133	100,00%	38	38				1 952	1 283	2 000	
Société Civile Immobilière Valin- Siren 487 664 732 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	100	3 942	100,00%	100	100	715			4 229	1 545	3 600	
France Télévisions Distribution- Siren 379 518 368 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	3 000	8 769	100,00%	1 716	1 716				61 093	5 665	4 999	
GR 1-Siren 478 720 295 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	36	1 218	100,00%	36	36				34 043	629	-	
ROM 1-Siren 520 674 359 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	40	1 497	100,00%	40	40				19 161	1 312	500	
France Télévisions SVOD-Siren 830 436 101 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	1 000	-91 520	100,00%	1 000	-				-	-1 860	-	
GR UHD1-Siren 980 640 742 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	50	-124	100,00%	50	50				5 529	-122	-	
2-Participations (détenues entre 10% et 50%)												
Médiamétrie (1) -Siren 333 344 000 70 rue Rivay - 92300 Levallois Perret	14 880	38 592	22,89%	190	190				94 719	2 756	213	
Planète + Crime investigation- Siren 443 957 618 1 place du spectacle 92130 Issy Les Moulineaux Cession des titres de participation 5/07/2024	37		34,00%									
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	198 117	45,00%	3 910	3 910				177 034	360	-	
TV5 Monde (1)- Siren 381 962 612 131 avenue de Wagram 75017 Paris	145	34 763	46,42%	473	473				98 337	45	-	
	33 021	347 390		20 497	19 497	4 793	-	-	1 144 788	48 135	54 007	



KPMG S.A.
Tour EQHO
CS 60055
2 Avenue Gambetta
92066 Paris La Défense cedex
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

Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes annuels

Exercice clos le 31 décembre 2024



KPMG S.A.
Tour EQHO
CS 60055
2 Avenue Gambetta
92066 Paris La Défense cedex
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

Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes annuels

Exercice clos le 31 décembre 2024

À l'Assemblée générale de la société France Télévisions,

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 relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2024, 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 2024 à la date d'émission de notre rapport.

Justification des appréciations

En application des dispositions des articles L.821-53 et R.821-180 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 les méthodes comptables relatives aux programmes et productions autres que les droits audiovisuels pluriannuels.

Votre société :

- comptabilise des amortissements économiques pour couvrir la consommation des programmes diffusables dont les modalités sont décrites dans la note 3.2.1.1.2 de l'annexe aux comptes annuels.
- constitue des provisions pour couvrir certains risques liés aux droits de diffusion, tels que décrits dans la note 3.2.1.1.4 de l'annexe aux comptes annuels.

Dans le cadre de notre appréciation des règles et des principes comptables suivis par votre société, nous avons apprécié le caractère approprié des méthodes comptables visées ci-dessus, les informations fournies dans l'annexe aux comptes annuels 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, à revoir les calculs effectués par votre société et à apprécier le caractère approprié des informations fournies dans l'annexe aux comptes annuels.

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.

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 la section du rapport de gestion du conseil d'administration consacrée au 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.821-55 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.

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 14 mars 2025
KPMG S.A.

Paris-La Défense, le 14 mars 2025
ERNST & YOUNG Audit

Nicolas Piofret
Associé

Anne Brouand
Associée



COMPTES ANNUELS

31 DECEMBRE 2024

Table des matières

1.	BILAN	3
2.	COMPTE DE RESULTAT	5
3.	ANNEXE.....	6
3.1	Faits caractéristiques de l'exercice	6
3.2.1	Programmes et productions.....	10
3.2.1.1	<i>Programmes et productions autres que les droits audiovisuels pluriannuels</i>	<i>10</i>
3.2.1.2	<i>Droits audiovisuels pluriannuels.....</i>	<i>13</i>
3.2.2	Autres immobilisations incorporelles.....	14
3.2.3	Immobilisations corporelles	14
3.2.4	Immobilisations financières.....	15
3.2.5	Stocks.....	15
3.2.6	Créances d'exploitation	15
3.2.7	Opérations en devises	16
3.2.8	Valeurs Mobilières de Placement.....	16
3.2.9	Subventions d'équipement	16
3.2.10	Provisions réglementées	16
3.2.11	Indemnités de départs en retraite et provision pour médailles du travail.....	16
3.2.11.1	<i>Indemnités de départs en retraite.....</i>	<i>16</i>
3.2.11.2	<i>Provision pour médailles du travail</i>	<i>17</i>
3.2.12	Créances et dettes en monnaies étrangères.....	17
3.2.13	Ressources publiques	18
3.2.14	Recettes publicitaires	18
3.2.15	Compte personnel de formation (CPF).....	18
3.2.16	Fondation	18
3.3	Notes sur le bilan.....	19
3.3.1	Actif immobilisé.....	19
3.3.2	Amortissements	20
3.3.3	Provisions	21
3.3.4	Etat des Créances et des Dettes d'exploitation.....	22
3.3.5	Trésorerie	23
3.3.6	Instruments financiers.....	23
3.3.6.1	<i>Instruments de couverture de change :.....</i>	<i>23</i>
3.3.6.2	<i>Instruments et couverture de taux d'intérêt</i>	<i>24</i>
3.3.7	Charges Constatées d'Avance	26
3.3.8	Capitaux Propres	26
3.3.9	Indemnités de départ en retraite	27
3.3.10	Charges à Payer	29

3.3.11	Produits à Recevoir.....	29
3.3.12	Produits Constatés d'Avance.....	30
3.4	Notes sur le compte de résultat	30
3.4.1	Variation du Chiffre d'Affaires Net.....	30
3.4.2	Résultat financier.....	31
3.4.3	Résultat exceptionnel.....	32
3.4.4	Situation Fiscale.....	33
3.4.5	Effectifs.....	34
3.5	Notes complémentaires.....	34
3.5.1	Engagements hors bilan	35
3.5.2	Eléments 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	Evénements postérieurs à la clôture de l'exercice	38
3.5.6	Filiales et participations.....	39

1. BILAN

Bilan Actif

FRANCE TELEVISIONS S.A. BILAN ACTIF AU 31 DECEMBRE 2024 MILLIERS D'€	Brut N	Amortissements et provisions N	Valeur nette comptable N	Valeur nette comptable N-1	Notes de renvoi
Logiciels	341 217	257 220	83 997	69 449	
Autres immobilisations incorporelles	381		381	381	
Immobilisations incorporelles hors program	341 598	257 220	84 378	69 830	4.2.2
Droits sportifs pluriannuels	75 000	-	75 000	134 250	
Programmes prêts à diffuser	501 930	40 863	461 067	462 155	
Programmes en cours	244 108	-	244 108	223 821	
Droits audiovisuels	821 038	40 863	780 175	820 226	4.2.1
Immobilisations incorporelles	1 162 636	298 083	864 553	890 056	
Terrains	19 372	84	19 288	17 836	
Constructions, agencements et aménagements	394 306	264 061	130 245	116 490	
Installations techniques, matériels et outillages	372 223	328 785	43 438	37 346	
Autres immobilisations corporelles	206 822	174 911	31 911	26 772	
Immobilisations corporelles en cours	54 570	-	54 570	73 366	
Immobilisations corporelles	1 047 293	767 841	279 452	271 810	4.2.3
Participations	20 496	1 000	19 496	19 508	
Créances rattachées à des participations	493	493	-	-	
Autres immobilisations financières	23 970	337	23 633	21 457	
Immobilisations financières	44 959	1 830	43 129	40 965	4.2.4
ACTIF IMMOBILISE	2 254 888	1 067 754	1 187 134	1 202 831	4.3.1, 4.3.2 et 4.3.3
En cours de productions	5 728	-	5 728	11 244	4.2.5
Créances clients et comptes rattachés	164 754	3 057	161 697	122 510	
Créances sociales	4 046	2 511	1 535	1 780	
Etat et autres collectivités publiques	198 304	-	198 304	206 491	
Autres créances	6 388	3 858	2 530	9 067	
Créances d'exploitation	373 492	9 426	364 066	339 848	4.2.6, 4.2.7 et 4.3.4
Comptes courants financiers	93 846	89 332	4 514	2 442	
Valeurs mobilières de placement	28 964	2 825	26 139	95 248	4.2.7 et 4.2.8
Disponibilités	3 431	-	3 431	7 423	4.2.7
Disponibilités et comptes assimilés	126 241	92 157	34 084	105 113	4.3.5
ACTIF CIRCULANT	505 461	101 583	403 878	456 205	
Charges constatées d'avance	75 428	-	75 428	79 491	4.3.7
Ecart de conversion actif	-	-	-	-	4.2.12
ACTIF	2 835 777	1 169 337	1 666 440	1 738 527	

Bilan Passif

FRANCE TELEVISIONS S.A. BILAN PASSIF AU 31 DECEMBRE 2024 MILLIERS D'€	N	N-1	Notes de renvoi
Capital social	424 741	424 741	
Réserve Légale			
Report à nouveau	-445 943	-481 030	
Résultat de l'exercice	7 475	35 087	
Subventions d'investissement	5 034	5 373	4.2.9
Provisions réglementées	187 965	193 798	4.2.10 et 4.3.3
TOTAL CAPITAUX PROPRES	179 272	177 969	4.3.8
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	248 666	246 623	4.2.11, 4.3.3 et 4.3.9
Dettes financières	165 279	146 769	4.3.4 et 4.3.5
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	596 841	627 887	
Dettes sociales	255 244	244 217	
Dettes fiscales	176 132	180 812	
Autres Dettes	32 606	22 147	
Dettes d'exploitation	1 060 823	1 075 063	4.3.4
TOTAL DETTES	1 226 102	1 221 832	4.3.4
Produits constatés d'avance	12 400	92 103	4.3.12
Ecart de conversion passif			4.2.12
PASSIF	1 666 440	1 738 527	

2. COMPTE DE RESULTAT

FRANCE TELEVISIONS S.A. COMPTE DE RESULTAT AU 31 DECEMBRE 2024 MILLIERS D'€	Réel N	Réel N-1	Notes de Renvoi
.....			
Ressources publiques	2 535 498	2 430 514	4.2.13
Recettes publicitaires	382 038	325 393	4.2.14
Autres ventes et prestations de services	129 037	124 057	
Chiffre d'affaires brut	3 046 573	2 879 964	4.4.1
Chiffre d'affaires constaté d'avance	81 188	-33 563	
Chiffre d'affaires net	3 127 761	2 846 401	4.4.1
Production immobilisée	968 630	989 635	
Autres produits	3 232	13 240	
Reprises de provisions et transferts de charges	63 143	51 935	
Autres produits	66 375	65 175	
Total produits d'exploitation	4 162 766	3 901 211	
Coûts des programmes et productions achetés	1 029 139	1 041 027	
Autres achats et charges externes	631 995	567 924	
Impôts, taxes et versements assimilés	222 378	191 785	
Charges de personnel - Salaires	667 978	634 412	
Charges de personnel - Charges sociales et autres	301 214	283 839	
Total Charges de personnel	969 192	918 251	
Dotations aux amortissements programmes	1 059 763	916 711	
Dotations aux amortissements autres	90 952	77 869	
Dotations aux provisions	60 143	79 117	
Total amortissements et provisions	1 210 858	1 073 697	
Autres charges de gestion courante	166 015	164 927	
Total charges d'exploitation	4 229 577	3 957 611	
Résultat d'exploitation	-66 811	-56 400	
QP des résultats sur opérations faites en commun	-	-	
Produits financiers	66 807	73 213	
Charges financières	-17 697	-29 212	
Résultat financier	49 110	44 001	4.4.2
Résultat courant	-17 701	-12 399	
Reprises sur amortissements dérogatoires	131 652	125 955	
Reprises sur amortissements et provisions exceptionnels	470	35 494	
Autres produits exceptionnels	2 693	425	
Produits exceptionnels	134 815	161 874	
Dotations aux amortissements dérogatoires	125 819	129 897	
Dotations aux amortissements et provisions exceptionnels	-	9	
Autres charges exceptionnelles	-228	231	
Charges exceptionnelles	125 591	130 137	
Résultat exceptionnel	9 224	31 737	4.4.3
Résultat avant impôt	-8 477	19 338	
Participation et intéressement			
Impôt sur les sociétés	-15 952	-15 749	4.4.4
RESULTAT NET	7 475	35 087	

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 2024 dont le total du bilan s'établit à 1 661 721 Milliers d'euros.

L'exercice, d'une durée de 12 mois et recouvrant la période du 1^{er} janvier 2024 au 31 décembre 2024 dégage un résultat bénéficiaire 7 475 Milliers d'euros.

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

3.1 Faits caractéristiques de l'exercice

Dans la continuité de l'année 2023, marquée par les négociations du futur contrat d'objectifs et de moyens (COM) de l'entreprise pour la période 2024-2028, et conformément à la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, le projet de COM a été adressé par la tutelle à l'ARCOM – qui a rendu un avis favorable à l'été 2024 – et aux commissions chargées des affaires culturelles et des finances de l'Assemblée nationale et du Sénat. Comme elles ont la faculté de le faire au titre de la loi, les commissions des affaires culturelles de l'Assemblée Nationale et du Sénat, ainsi que la commission des finances de l'Assemblée Nationale, ont rendu en novembre un avis défavorable sur ce projet de COM (comme sur les projets des autres entreprises de l'audiovisuel public). Cet avis a été motivé par la caducité de la trajectoire des concours publics sur la période 2024-2028 telle qu'elle avait été arbitrée par l'exécutif à l'automne 2023 et inscrite dans le plan d'affaires du projet de COM – révision à la baisse dès l'exécution 2024 (décret d'annulation du 21 février 2024 puis projet de loi de finances de fin de gestion pour 2024) et au PLF pour 2025. Des réflexions sur la nature des évolutions à apporter aux projets de COM afin de tenir compte de la modification de la trajectoire budgétaire doivent reprendre.

Début juillet 2024, Delphine Ernotte Cunci a été reconduite pour un troisième mandat à la tête de l'Union Européenne de Radiotélévision (UER/EBU) **pour une durée de deux ans, à compter du 1^{er} janvier 2025**. Cette reconduction à la présidence de l'UER, plus grande association de médias publics au monde, intervient dans un contexte où l'audiovisuel public européen fait face à des défis sans précédents : la transformation radicale des usages et du secteur audiovisuel, les défis majeurs de la désinformation sur la qualité du débat public jusqu'à la montée des populismes en Europe et des interférences politiques sur les médias publics.

Le 15 novembre 2024, le groupe France Télévisions a posé la première pierre de ses nouveaux studios de production à Vendargues. Ce projet « V Studios » de France.tv Studio avait été retenu en mai 2023 dans le cadre du plan de financement « France 2030 » de la Grande Fabrique de l'image. Ce nouvel outil de production permettra d'augmenter la capacité de tournage de France Télévisions en

complémentarité de l'offre actuelle sur le site historique de Vendargues¹, représentant déjà plus de 16 000 m² de plateaux et d'infrastructures de post production et d'effets visuels numériques. Ce site sera ouvert à l'ensemble des industries culturelles et créatives françaises et étrangères et sera mis en exploitation début 2026.

En novembre 2024, les groupes audiovisuels France Télévisions, M6 et TF1, les principales organisations de gestion collective (l'ADAMI, la SACD, la SACEM et la SCAM) ainsi que les syndicats de producteurs (ANIMFRANCE, le SPI et l'USPA) ont créé « LaFA, la filière audiovisuelle ». Dans un contexte de bouleversements profonds du secteur, l'ambition de LaFA est d'assurer la solidité de son modèle économique, d'accompagner sa transformation, de garantir la diversité et le renouvellement de la création, et d'assurer le rayonnement de l'exception culturelle française.

L'année 2024 a été marquée par la poursuite de la réorganisation immobilière des sites parisiens du groupe France Télévisions. Ce projet, dénommé Campus a été initié fin mai 2022, et permettra de regrouper, à horizon 2025, l'ensemble des salariés d'Île-de-France dans un périmètre de 250 mètres autour du siège. Au-delà de cette seule dimension immobilière, le projet offre une occasion de repenser les modes de fonctionnement collectif, l'organisation spatiale et la performance environnementale.

Depuis fin 2024, suite au passage du cyclone Chido, toute l'entreprise s'est mobilisée pour les salariés de la station de Mayotte 1^{ère} par le déploiement d'actions de soutien : notamment cellule de crise autour de la Présidente pour sensibiliser les autorités aux besoins de notre station, sécurisation de nos sites, réapprovisionnement divers, acheminement de techniciens, journalistes et autres renforts, aide au recensement des dégâts et impacts, délocalisation provisoire de certaines fonctions supports, aide au maintien opérationnel des installations techniques, soutien à distance des équipes numériques.

Stratégie et offre

L'année 2024 a été marquée par le succès de la diffusion des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 sur les antennes et les plateformes du groupe. France Télévisions a proposé une offre sportive exceptionnelle avec plus de 1 500 heures de retransmissions sur ses antennes (dont 1 400 heures de directs consacrées à 62 disciplines, parmi lesquelles 23 sports paralympiques) et, en

¹ Le premier studio de Vendargues appartient à France Télévisions

complément, près de 7 000 heures de directs disponibles sur l'offre numérique (dont 2 100 heures dédiées à une chaîne numérique Jeux Olympiques et 1 500 heures pour le *multifeed* des Jeux Paralympiques, permettant de suivre chaque instant des compétitions).

L'année 2024 a été également marquée par le déploiement d'un dispositif éditorial inédit de mise en valeur des célébrations du 80ème anniversaire de la Libération de la France et par un dispositif exceptionnel à l'occasion de la réouverture de Notre-Dame de Paris.

En mars 2024, pour la sixième année consécutive, France Télévisions a décroché le trophée Qualiweb² de la meilleure relation client en ligne dans le secteur Information / Média.

Le 17 mai 2024, France Télévisions et le cinéma français (le BLIC³, le BLOC⁴ et L'ARP⁵) ont signé un accord portant sur les années 2024-2028⁶, qui traduit une volonté partagée par les signataires de renforcer le financement de la création et de la diffusion cinématographique par France Télévisions et d'assurer une meilleure exposition des œuvres sur ses offres linéaires et non linéaires. France Télévisions renforce ainsi sa première place de financeur du cinéma français et européen en clair et confirme son profond attachement au cinéma.

A l'occasion des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024, France Télévisions a lancé France 2 UHD à partir du 23 janvier 2024 et France 3 UHD à partir du 10 juillet. Autorisé par l'ARCOM en octobre 2023, France Télévisions est devenue le premier groupe audiovisuel à fournir un canal Ultra Haute Définition sur la TNT offrant ainsi une qualité d'image et de son inégalée aux téléspectateurs français. Grâce à la couverture de la Télévision Numérique Terrestre, les deux chaînes sont disponibles sur une large partie du territoire métropolitain et neuf collectivités Outre-mer.

² Établi chaque année par l'institut d'études marketing Cocedal Conseil, le trophée Qualiweb récompense les meilleurs services de relation client en ligne

³ Le BLIC (**Le Bureau de Liaison des Industries Cinématographiques**) réunit plusieurs organisations professionnelles du cinéma représentant la filière de l'amont à l'aval (production, industries techniques, édition-distribution, salles de cinéma, édition vidéo et édition numérique)

⁴ Le BLOC (Le Bureau de Liaison des Organisations du Cinéma) fédère plus de 1 000 professionnels du cinéma et de l'audiovisuel français (producteurs, artistes, agents, exportateurs...)

⁵ L'ARP (Société civile des Auteurs Réalisateur Producteurs)

⁶ Cet accord succède à celui signé en 2020 avec le BLOC et L'ARP

En décembre 2024, France Télévisions et la CNIL⁷ ont conclu un accord visant à lutter contre la désinformation et proposer à nos téléspectateurs et à nos équipes les clés pour leur permettre de naviguer sereinement sur le numérique (via notamment des interventions pédagogiques de la CNIL dans les programmes, une participation de la CNIL aux dispositifs d'éducation aux médias et à l'information pour les jeunes publics mis en place par France Télévisions et des échanges réguliers entre la CNIL et les journalistes afin de mieux communiquer sur les enjeux numériques dans l'offre d'information de France Télévisions).

L'année 2024 a été marquée par la consolidation de l'offre de proximité ICI, avec d'une part la poursuite du déploiement des matinales communes avec France Bleu, "ICI Matin" (37 éditions à fin 2024), d'autre part la poursuite de la diffusion des rendez-vous quotidiens d'information de France 3 passés en 2023 sous pavillon ICI ("ICI 12/13" et "ICI 19/20"), et en troisième lieu la labellisation ICI, en novembre 2024, de l'ensemble des programmes des 24 antennes régionales, renforçant ainsi le lien de proximité avec les téléspectateurs.

3.2 Principes, règles et méthodes comptables

Les comptes annuels, arrêtés au 31 décembre 2024, 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.

⁷ CNIL (Commission nationale de l'informatique et des libertés)

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 désormais amortis sur deux diffusions selon les taux suivants, quel que soit leur mode d'acquisition : 1ère diffusion : 66 %, 2ème diffusion : 34 %* ;
- 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.

*L'analyse de l'évolution des modes de consommation des contenus de fiction, a nécessité en 2023, un changement d'estimation de certains taux d'amortissement, afin de mieux refléter la réalité économique de la perte de valeur des avantages attendus des droits de diffusion de ces programmes.

Cette analyse a conduit France Télévisions à répartir différemment la charge de consommation entre la première et la seconde diffusion des fictions, passant ainsi d'un mode d'amortissement de 80%/20% (80% à la 1ère diffusion et 20% à la seconde diffusion) à 66%/34% (66% à la 1ère diffusion et 34% à la seconde diffusion) et ce, à compter du 1er janvier 2023.

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 dits de « stock » non diffusés à compter de la date d'ouverture des droits.

Les modalités de calcul de l'amortissement dérogatoire varient en fonction de l'origine juridique du programme :

- Pour les achats de droits et préachats, l'amortissement dérogatoire est appliqué selon le mode linéaire sur la durée des droits, plafonnée à 3 ans.
- Pour les productions propres, coproductions et façonnages, l'amortissement dérogatoire est appliqué selon le mode dégressif sur une durée d'un an et 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.

La dotation d'amortissement dérogatoire est reprise au compte de résultat à hauteur de l'amortissement économique ou d'exploitation 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 sorties 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 assurée au compte de résultat, il a été décidé de présenter ces droits au bilan au 31 décembre précédent la première des quatre années considérées. 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 événements, 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. Les droits sportifs pluriannuels relatifs aux Jeux Paralympiques ne sont pas

concernés, le coût net du droit de leur retransmission est supporté par l'exercice de diffusion de ces derniers.

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 significative 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.

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 Ressources publiques

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

La quote part de ressources publiques affectée aux droits audiovisuels pluriannuels figure sur une ligne séparée au sein du chiffre d'affaires.

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.

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 31/12/2023	Acquisitions	Diminutions	Fusion	Flux de Reclassement	Valeurs brutes au 31/12/2024
Logiciels	321 596	38 869	35 260	-	16 012	341 217
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 PROGRAMMES	321 977	38 869	35 260	-	16 012	341 598
DROITS SPORTIFS PLURIANNUELS	134 250	55 500	114 750	-	-	75 000
PROGRAMMES PRETS A DIFFUSER	501 640	-	945 013	-	945 302	501 930
Productions propres	776	-	11 807	-	12 173	1 142
Productions déléguées - Parts antennes	101 250	-	274 537	-	273 668	100 381
Productions déléguées - Parts coproduction	78 583	-	187 110	-	186 286	77 759
Droits de diffusion	321 031	-	471 559	-	473 175	322 647
PROGRAMMES EN COURS	223 823	965 589	-	-	-945 302	244 108
Productions propres	1 386	14 743	-	-	-12 173	3 956
Productions déléguées - Parts antennes	36 525	287 659	-	-	-273 668	50 516
Productions déléguées - Parts coproduction	61 467	191 150	-	-	-186 288	66 329
Droits de diffusion	124 445	472 037	-	-	-473 173	123 309
TOTAL DROITS AUDIOVISUELS	859 713	1 021 089	1 059 763	-	-	821 038
TOTAL IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	1 181 690	1 059 958	1 095 023	-	16 012	1 162 636
Terrains	17 916	-	-	-	1 457	19 372
Constructions, agencements et aménagements	374 166	28 170	13 359	-	5 329	394 306
Installations techniques, matériels et outillages	356 884	12 874	7 808	-	10 273	372 223
Autres immobilisations corporelles	195 324	12 781	6 212	-	4 929	206 822
Immobilisations corporelles en cours	73 366	19 203	-	-	-37 999	54 570
TOTAL IMMOBILISATIONS CORPORELLES	1 017 655	73 028	27 379	-	-16 012	1 047 293
Titres consolidés	20 508	-	13	-	1	20 496
Autres titres de participation	41	-	-	-	-	41
Créances rattachées à des participations	452	-	-	-	-	452
Avances capitalisables	-	-	-	-	-	-
Autres immobilisations financières	21 802	5 682	3 514	-	-	23 970
TOTAL IMMOBILISATIONS FINANCIERES	42 803	5 682	3 527	-	1	44 959
TOTAL ACTIF IMMOBILISE	2 242 148	1 138 668	1 125 929	-	1	2 254 888

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

3.3.2 Amortissements

AMORTISSEMENTS MILLIERS D'€	Amortissements au 31/12/2023	Dotations	Diminutions	Fusion	Flux de reclassement	Amortissements au 31/12/2024
Logiciels	247 160	42 089	35 260	-	-	253 989
Frais d'établissement, de recherche et de développement	-	-	-	-	-	-
Marques, modèles et brevets	-	-	-	-	-	-
Autres immobilisations incorporelles	-	-	-	-	-	-
TOTAL IMMOBILISATIONS INCORPORELLES HORS PROGRAMMES	247 160	42 089	35 260	-	-	253 989
DROITS SPORTIFS PLURIANNUELS	-	114 750	114 750	-	-	-
PROGRAMMES PRETS A DIFFUSER	-	945 013	945 013	-	-	-
Productions propres	-	11 807	11 807	-	-	-
Productions déléguées - Parts antennes	-	274 537	274 537	-	-	-
Productions déléguées - Parts coproduction	-	187 110	187 110	-	-	-
Droits de diffusion	-	471 559	471 559	-	-	-
TOTAL DROITS AUDIOVISUELS	-	1 059 763	1 059 763	-	-	-
TOTAL IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	247 160	1 101 852	1 095 023	-	-	253 989
Terrains	79	5	-	-	-	84
Constructions, agencements et aménagements	253 842	19 955	13 359	-	-	260 435
Installations techniques, matériels et outillages	317 269	16 123	7 808	-	-	325 585
Autres immobilisations corporelles	168 065	12 780	6 212	-	-	174 633
TOTAL IMMOBILISATIONS CORPORELLES	739 255	48 863	27 379	-	-	760 738
TOTAL ACTIF IMMOBILISE	986 414	1 150 715	1 122 402	-	-	1 014 727

3.3.3 Provisions

PROVISIONS MILLIERS D'€	Provisions au 31/12/2023	Dotations	Reprises (1)	Flux de reclassement	Provisions au 31/12/2024
Amortissements dérogatoires des programmes	188 514	125 139	131 028	-	182 625
Amortissements dérogatoires des immobilisations corporelles et incorporelles	5 284	679	623	-	5 340
TOTAL PROVISIONS REGLEMENTEES	193 798	125 818	131 651	-	187 965
Provisions pour risques	58 021	24 711	28 693	-	54 040
Provisions pour pertes de change	-	-	-	-	-
Indemnités départs en retraite	185 112	16 002	9 895	-	191 218
Médaille du travail	3 490	8	90	-	3 408
TOTAL PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	246 623	40 721	38 678	-	248 666
Sur immobilisations incorporelles	44 474	26 753	27 133	-	44 094
Programmes	39 487	25 489	24 113	-	40 863
Autres immobilisations incorporelles	4 987	1 264	3 020	-	3 231
Sur immobilisations corporelles	6 592	4 106	3 594	-	7 103
Sur immobilisations financières	1 838	-	8	-	1 830
Titres consolidés	1 000	-	-	-	1 000
Autres titres de participation	41	-	-	-	41
Créances rattachées à des participations	452	-	-	-	452
Autres immobilisations financières	345	-	8	-	337
Sur stocks et en-cours	-	-	-	-	-
Sur comptes clients	2 705	1 820	1 468	-	3 057
Sur comptes courants	1 459	8	-	-	1 467
Sur autres comptes débiteurs	5 569	2 745	3 412	-	4 902
TOTAL PROVISIONS POUR DEPRECIATION	62 636	35 432	35 615	-	62 453
TOTAL PROVISIONS	503 056	201 971	205 944	-	499 083

(1) : Les reprises de provisions pour risques et charges non utilisées s'élèvent à 20,9 Millions d'€ et correspondent principalement à des litiges soldés en faveur de la société, à une reprise partielle sur la provision liée au compte courant financier avec la filiale France Télévisions SVOD, à la reprise de la provision liée au risque des salariés ayants + de 300 jours de maladie, à la reprise de la provision liée aux remises en état des sites EOS et Varet ainsi qu'à la reprise partielle de la provision pour risque comptabilisée suite au désaccord avec les sociétés d'auteurs sur la détermination de la base de calcul des contributions aux sociétés d'auteurs.

3.3.4 Etat des Créances et des Dettes d'exploitation

ETAT DES CREANCES D'EXPLOITATION MILLIERS D'€	Montants bruts au 31/12/2024	A un an au +	A + d'un an
Créances clients et comptes rattachés	164 754	164 589	165
Créances sociales	4 046	4 046	-
Etat et autres collectivités publiques	198 304	198 304	-
Autres créances	6 388	6 388	-
TOTAL CREANCES D'EXPLOITATION	373 492	373 327	165

ETAT DES DETTES MILLIERS D'€	Montants bruts au 31/12/2024	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	7 432	836	2 690	3 906
Autres emprunts et dettes	-	-	-	-
Comptes courants financiers	117 693	117 693	-	-
Banques et comptes courants	40 154	40 154	-	-
TOTAL DETTES FINANCIERES	165 279	158 683	2 690	3 906
DETTE D'EXPLOITATION				
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	596 841	551 949	44 892	-
Dettes sociales	255 244	255 244	-	-
Dettes fiscales	176 132	176 132	-	-
Comptes courants	75	75	-	-
Autres dettes d'exploitation	32 531	32 531	-	-
TOTAL DETTES D'EXPLOITATION	1 060 823	1 015 931	44 892	-
TOTAL DETTES	1 226 102	1 174 614	47 582	3 906

3.3.5 Trésorerie

Les postes de trésorerie à fin 2024 s'établissent comme suit :

TRESORERIE MILLIERS D'€	Valeur brute	31/12/2024 Provisions	Valeur nette	31/12/2023 Valeur nette
Comptes courants financiers actifs	93 846	89 332	4 514	2 442
Valeurs mobilières de placement	28 964	2 825	26 139	95 248
Disponibilités	3 431	-	3 431	7 423
Concours bancaires courants	-40 154		-40 154	-3 294
Comptes courants financiers passifs	-117 693	-	-117 693	-85 466
TRESORERIE NETTE	-31 606	92 157	-123 763	16 353

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 2024, la société dispose de 93 846 Milliers € de compte courant à l'actif (89 228 Milliers € au 31 décembre 2023) et de 117 693 Milliers € de compte courant passif (85 466 Milliers € au 31 décembre 2023).

Une provision pour dépréciation du compte courant avec France Télévisions SVOD a été comptabilisée pour un montant de 89 332 Milliers € et la variation des moins-values latentes sur placements a été intégrée aux provisions et s'élèvent à - 975 Milliers d'euros.

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 Franc suisse (CHF), et le yuan (CNY)".

En effet, en 2024, les devises dollar américain (USD), la livre sterling (GBP), le rouble (RUB), et le shekel (ILS) ne sont plus des devises couvertes.

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 2024, les instruments de couverture s'établissent comme suit :

ENGAGEMENTS ET COUVERTURES DE CHANGE AU 31/12/2024

DEISES	ENGAGEMENTS (EN M DEISES)			COUVERTURES (EN M DEISES)					
				TERMES			OPTIONNELLES		
	< 1 AN	> 1 AN	TOTAL	< 1 AN	> 1 AN	TOTAL	< 1 AN	> 1 AN	TOTAL
USD	0,9 USD		0,9 USD	0,0 USD		0,0 USD	0,0 USD		0,0 USD
CHF	2,1 CHF		2,1 CHF	0,4 CHF		0,4 CHF	0,0 CHF		0,0 CHF
GBP	0,1 GBP		0,1 GBP	0,0 GBP		0,0 GBP	0,0 GBP		0,0 GBP
CNY	5,2 CNY		5,2 CNY	1,3 CNY		1,3 CNY	0,0 CNY		0,0 CNY
ILS	0,5 ILS		0,5 ILS	0,0 ILS		0,0 ILS	0,0 ILS		0,0 ILS
En ME*	3,8 €		3,8 €						

TOTAL COUVERTURES			
TERMES		OPTIONNELLES	
	Total		Total
	0,5		0,0
	100%		0%

* valorisés au cours de clôture du 31/12/2024

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

Au 31 décembre 2024, 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 (celle-ci ayant été remboursée en totalité à fin décembre 2024).

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 2024 est de 17 000 Milliers €. L'échéance finale de la dette est le 1^{er} avril 2033.

France Télévisions SA 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 31/12/2024 est de 7 300 Milliers €.

France Télévisions SA s'est vu octroyer également en 2020 par l'état français via l'Agence France Trésor une avance à long terme de 70 000 Milliers portant intérêt à taux fixe et remboursée en totalité en décembre 2024.

Enfin, la société V STUDIO Immo, filiale de France.tv studio, s'est vue octroyer au printemps 2024 dans le cadre du projet France 2030 et de la construction d'un nouvel ensemble de studios à Vendargues un prêt immobilier de 15 500 Milliers d'euros à taux variable d'une durée de 17 ans. Ce prêt n'est pas encore tiré au 31/12/2024.

France Télévisions gère son risque de taux de façon centralisé 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 uniquement par France Télévisions SA (pour le cas échéant le compte de ses filiales).

Au 31 décembre 2024, la position de taux d'intérêt du groupe, donc en intégrant les dettes financières de l'ensemble des sociétés du groupe (et non seulement celle de France Télévisions SA) ressort, en moyenne annuelle, comme détaillée ci-dessous (en incluant l'échéancier théorique du prêt de V STUDIO Immo et les couvertures de taux afférentes).

POSITION DE TAUX D'INTERET FRANCE TELEVISIONS AU 31/12/2024 (EN MOYENNE ANNUELLE) MILLIONS D'€						
	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Debt à taux fixe	57,4	6,9	6,2	5,5	4,9	4,2
Debt à taux variable	17,9	20,2	29,5	27,7	24,8	21,8
Couvertures fermes soit en %	-	1,0	7,8	7,8	7,0	6,5
Couvertures optionnelles soit en %	3,8	9,1	12,2	6,2	3,7	-
Couverture totale soit en %	21%	45%	41%	22%	15%	-
Position ouverte soit en %	14,1	10,2	9,6	13,9	14,0	15,2
	79%	50%	32%	50%	57%	70%

3.3.7 Charges Constatées d'Avance

CHARGES CONSTATEES D'AVANCE MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2024	Montants au 31/12/2023
Charges d'exploitation	75 428	79 491
Charges financières		
Charges exceptionnelles		
TOTAL CHARGES CONSTATEES D'AVANCE	75 428	79 491

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 424 741 Milliers d'euros et est divisé en 21 237 050 actions d'un nominal de 20 euros.

CAPITAUX PROPRES MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2023	Affectation du résultat 2023 (1)	Augmentations (2)	Diminutions	Reclassement s	Montants au 31/12/2024
Capital social	424 741	-	-	-	-	424 741
Primes	-	-	-	-	-	-
Réserve légale	-	-	-	-	-	-
Autres réserves	-	-	-	-	-	-
Report à nouveau	-481 030	35 087	-	-	-	-445 943
Résultat de l'exercice (1)	35 087	-35 087	7 475	-	-	7 475
Subventions d'investissement	5 373	-	-339	-		5 034
Provisions réglementées	193 798		125 818	131 651	-	187 965
TOTAL CAPITAUX PROPRES	177 969	-	132 954	131 651	-	179 272

(1) : Affectation du résultat selon l'Assemblée générale ordinaire du 4 avril 2024

Au 31 décembre 2024, les capitaux propres sociaux de France Télévisions SA s'élèvent à 179,3 M€ pour un capital social de 424,7 M€, à savoir des capitaux propres sociaux correspondant à 42,2 % du capital social. Les capitaux propres de France Télévisions SA sont devenus inférieurs à la moitié du capital

social au 31 décembre 2021. Conformément aux dispositions légales en vigueur, la société dispose d'un délai jusqu'à la clôture de l'exercice au 31 décembre 2026 pour procéder à la régularisation de sa situation financière, soit via reconstitution de ses capitaux propres, soit via la réduction de son capital social.

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.

À la suite du nouveau règlement ANC 2020-01, le coût financier est constaté au sein du résultat financier pour un montant de 5 784 Milliers d'euros. Le coût des services rendus, les écarts actuariels, les coûts des services passés, les prestations de la période et la réduction de régime sont eux comptabilisés en charges de personnel pour un montant net de 322 Milliers d'euros.

Tableau 1 : CHARGES
MILLIERS D'€

	31/12/2024	31/12/2023
(1) Coût des services rendus au cours de la période	9 126	7 957
(2) Coût financier	5 784	5 992
(3) Coût des services passés	1 092	1 092
(4) Amortissement des gains ou pertes actuariels		
Sous total	16 002	15 041
(5) Réduction de régime	-3 423	-3 497
Charge nette comptabilisée	12 579	11 544

Tableau 2 : PASSIF (ENREGISTRE AU BILAN)
MILLIERS D'€

	31/12/2024	31/12/2023
Valeur actualisée de l'obligation (engagement) à la clôture	220 962	213 912
Fonds de couverture	-21 412	-20 366
Perte actuarielle nette non comptabilisée et coûts des services passés	-8 332	-8 435
Reclassements	-	-
Passif enregistré au bilan (provision) à la clôture	191 218	185 111

Tableau 3 : PASSAGE DE LA PROVISION OUVERTURE / CLÔTURE
MILLIERS D'€

	31/12/2024	31/12/2023
Passif net au bilan (provision) à l'ouverture	185 111	178 141
(1) Coût des services rendus au cours de la période	9 126	7 957
(2) Coût financier	5 784	5 992
Prestations de l'exercice	-6 472	-4 573
Prestations servies	8 438	9 376
Contribution au fonds de couverture	-	-
(3) Coût des services passés	1 092	1 092
(4) Amortissement des gains ou pertes actuariels	-	-
Réduction de régime	-3 423	-3 497
Reclassements	-	-
Passif net au bilan (provision) à la clôture	191 218	185 111

Tableau 4 : HYPOTHESES ACTUARIELLES

	31/12/2024	31/12/2023	
Taux d'actualisation	3,40%	3,20%	
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	28
Personnel des stations ultra marines	67 ans	67 ans	

3.3.10 Charges à Payer

CHARGES A PAYER MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2024	Montants au 31/12/2023
.....		
EMPRUNTS ET DETTES FINANCIERS DIVERSES	1 117	2 497
DETTE FOURNISSEURS ET COMPTES RATTACHES	297 964	283 369
DETTE FISCALE ET SOCIALES	355 341	334 696
Personnel	144 958	135 548
Organismes sociaux	62 346	58 104
Dettes fiscales	148 037	141 044
Autres		
DETTE SUR IMMOBILISATIONS (hors programmes audiovisuels) ET COMPTES RATTACHES	20 541	37 555
AUTRES DETTES	4 160	680
TOTAL CHARGES A PAYER	679 123	658 797

3.3.11 Produits à Recevoir

PRODUITS A RECEVOIR MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2024	Montants au 31/12/2023
.....		
IMMOBILISATIONS FINANCIERES	-	-
Créances rattachées à des participations		
Autres immobilisations financières		
CREANCES CLIENTS ET COMPTES RATTACHES	60 157	53 511
AUTRES CREANCES ET COMPTES RATTACHES	29 622	34 172
INTERETS COURUS A RECEVOIR	1 164	1 529
TOTAL PRODUITS A RECEVOIR	90 943	89 212

3.3.12 Produits Constatés d'Avance

PRODUITS CONSTATES D'AVANCE MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2024	Montants au 31/12/2023
.....		
Produits d'exploitation	12 400	92 103
Produits financiers	-	-
Produits exceptionnels	-	-
TOTAL PRODUITS CONSTATES D'AVANCE	12 400	92 103

Les produits constatés d'avance sur droits sportifs pluriannuels s'élèvent à 9 750 Milliers d'euros au 31/12/2024 contre 90 937 Milliers au 31/12/2023. (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 31/12/2024	Montants au 31/12/2023
.....		
Ressources publiques	2 535 498	2 430 514
Publicité	274 489	244 874
Parrainage	107 549	80 519
Prestation exécutive	52 655	46 806
Autre Ventes et Prestations	76 382	77 251
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT	3 046 573	2 879 964
Chiffre d'affaires constaté d'avance	81 188	-33 563
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES NET	3 127 761	2 846 401

3.4.2 Résultat financier

RESULTAT FINANCIER MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2024	Montants au 31/12/2023
Dividendes	54 007	44 106
Produits nets de cession de la gestion de trésorerie	7 992	8 036
Intérêts sur dettes financières, découvert bancaire et autres passifs	-6 105	-4 925
Variation des provisions	-6 767	-3 832
Résultat de change	-27	-163
Autres produits et charges financières	10	779
RESULTAT FINANCIER	49 110	44 001

Le résultat financier s'élève à 49 110 Milliers d'euros et se décompose en 66 807 Milliers d'euros de produits et 17 697 Milliers d'euros de charges.

Les produits financiers comprennent principalement des dividendes pour 54 007 Milliers d'euros, des intérêts sur créances et produits nets sur cessions de VMP pour 8 058 Milliers d'euros. La reprise de provision liée aux moins-values latentes sur titres de placement s'élève à 3 846 Milliers d'euros.

Ils comprennent aussi la reprise comptabilisée sur la provision pour risque pour situation nette négative de la société France Télévisions SVOD pour un montant de 687 Milliers d'euros.

Les charges financières comprennent principalement une dotation à la provision sur le compte courant financier versé à France Télévisions SVOD pour un montant de 2 546 Milliers d'euros, une dotation à la provision liée aux moins-values latentes sur titres de placement pour 2 825 Milliers d'euros et des intérêts d'emprunts et découverts bancaires pour 6 105 Milliers d'euros.

La partie relative au coût financier de la dotation à la provision pour indemnité de départ à la retraite et médaille du travail est comptabilisée en dotations aux provisions financières pour un montant de 5 891 K€.

Les pertes de change nets de l'exercice 2023 (18 Milliers d'euros) ont été comptabilisés en résultat opérationnel à la suite de l'application du règlement 2015-05 de l'ANC du 02 juillet 2015 relatif aux instruments financiers à terme et aux opérations de couverture.

PRODUITS DES PARTICIPATIONS MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2024	Montants au 31/12/2023
France Télévisions Publicité	11 995	11 995
France.tvstudio	5 000	-
Médiamétrie	213	213
SCI Valin	3 600	1 200
ROM1	500	1 300
GR1	-	1 500
France Télévisions Distribution	4 999	14 998
FTGI	2 000	1 100
SCI France Télévisions	25 700	11 800
FILIALES	54 007	44 106

3.4.3 Résultat exceptionnel

RESULTAT EXCEPTIONNEL MILLIERS D'€	Montants au 31/12/2024	Montants au 31/12/23
Plus et moins values de cession	2 679	391
Variation des amortissements dérogatoires	5 833	-3 951
Variation des provisions et amortissements exceptionnels	470	35 494
Autres produits et charges exceptionnelles	242	-197
RESULTAT EXCEPTIONNEL	9 224	31 737

Le résultat exceptionnel au 31/12/2024 s'élève à 9 224 Milliers d'euros et se décompose en 134 815 Milliers d'euros de produits et 125 591 Milliers d'euros de charges.

Les charges exceptionnelles comprennent principalement des dotations aux amortissements dérogatoires pour 125 819 Milliers d'euros.

Les produits exceptionnels comprennent principalement des reprises sur amortissements dérogatoires pour 131 652 Milliers d'euros ainsi que la cession des titres de participation de Planète +Crime Investigation pour 2 226 Milliers €.

3.4.4 Situation Fiscale

Le nombre de sociétés intégrées fiscalement est de 16 sociétés dont France Télévisions S.A.

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

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	-17 701	-121 792	-139 493	-65 655	-73 838	-34	17 595	17 561
Résultat exceptionnel	9 224	-2 418	6 806	-41 966	-35 160			-
Crédits d'impôt et IFA		-15	-15		-15	9 491	-11 100	-1 609
RESULTAT AVANT IMPÔT	-8 477	-124 224	-132 701	-107 621	-109 012	9 457	6 495	15 952

La ventilation de l'impôt est la suivante :

ACCROISSEMENTS ET ALLEGEMENTS DE LA DETTE FUTURE D'IMPÔTS MILLIERS D'€

	Bases	Impôt
ACCROISSEMENTS		
Provisions réglementées	187 965	48 551
Amortissements dérogatoires	187 965	48 551
Gains de change latents	-	-
TOTAL ACCROISSEMENTS	187 965	48 551
ALLEGEMENTS		
Résultats déficitaires reportables (exercices antérieurs)	269 162	69 525
Génération ou Utilisation de déficit reportable sur l'année N	107 290	27 713
Charges et provisions non déductibles (déduites l'année suivante)	4 764	1 231
Charges et provisions non déductibles (déduites ultérieurement)	200 923	51 898
TOTAL ALLEGEMENTS	582 139	150 367
TOTAL	-394 174	-101 815

3.4.5 Effectifs

ETP MOYENS ANNUELS	2024	2023
.....		
Cadres	4 251	4 189
Techniciens et agents de maîtrise	949	917
Employés - Ouvriers	24	27
Journalistes	2 448	2 407
Effectifs permanents	7 672	7 540
 Effectifs non permanents	 1 261	 1 285
TOTAL	8 933	8 825

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 2024	Total engagements au 31 décembre 2023
	Groupe	Hors Groupe	Groupe	Hors Groupe		
I - Engagements donnés / reçus						
Engagements sur programmes		490 563		221 856	712 419	483 868
Droits sportifs		51 695		314 656	366 351	521 306
Engagements de télédiffusion		17 858		5 548	23 406	27 492
Crédits baux					-	-
Baux immobiliers	32 643	14 628	130 149	145 232	322 652	352 869
Locations longue durée		59 328		15 265	74 593	71 956
Engagements des immobilisations corporelles		4 170		73	4 243	3 367
TOTAL ENGAGEMENTS DONNES / RECUS	32 643	638 242	130 149	702 630	1 503 664	1 460 859
ENGAGEMENTS HORS BILAN MILLIERS D'€	Engagements < à 1 an		Engagements > à 1 an		Total engagements au 31 décembre 2023	Total engagements au 31 décembre 2023
	Groupe	Hors Groupe	Groupe	Hors Groupe		
I - Engagements donnés						
Engagements de retraite non provisionnés (cf. note 3.9)					-	8 435
Cautions, avals et garanties					-	-
Autres engagements donnés		32 905		16 684	49 589	41 032
TOTAL ENGAGEMENTS DONNES	-	32 905	-	16 684	49 589	49 467
II - Engagements reçus						
Engagements de retraite non provisionnés (cf. r	-	-	-	8 333	8 333	-
Règlements attendus sur chiffre d'affaires					-	-
Cautions, avals et garanties	-		-	-	-	9 714
Autres engagements reçus	1 749	2 830	-	2 435	7 014	4 125
TOTAL ENGAGEMENTS RECUS	1 749	2 830	-	10 768	15 347	13 839

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 et ils seront comptabilisés au bilan et sortis des engagements hors bilan lorsque le film ou le programme deviendra 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 les ressources publiques 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 d'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, des avals ou des 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	128 818
Créances rattachées à des participations	-
Prêts et créances rattachées	-
Dépôts et cautionnements versés	4 793
Créances clients et comptes rattachés	122 211
Compte courant intégration fiscale	1 608
Autres comptes courants	-
Autres créances	206
DISPONIBILITES ET COMPTES ASSIMILES	94 673
Comptes courants financiers	94 673
TOTAL ACTIF	223 491
DETTES	
Dettes financières	65
Comptes courants financiers	118 719
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	51 866
Compte courant intégration fiscale	11 832
Autres comptes courants	
Autres dettes	3 010
TOTAL DETTES	185 492
POSTES DU COMPTE DE RESULTAT MILLIERS D'€	Montants liés aux sociétés consolidées
.....	
CHARGES	232 038
Charges d'exploitation	227 518
Charges financières	4 520
Charges exceptionnelles	-
TOTAL CHARGES	232 038
PRODUITS	485 147
Produits d'exploitation	427 662
Produits financiers	57 485
Produits exceptionnels	-
TOTAL PRODUITS	485 147

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 :

- 687 Milliers d'euros d'honoraires facturés au titre du contrôle légal des comptes sur l'exercice 2024 répartis de la façon suivante :

Ernst & Young : 346 Milliers d'euros

KPMG : 341 Milliers d'euros

- 92 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 de l'exercice 2024 répartis de la façon suivante :

Ernst & Young Audit: 90 Milliers d'euros

KPMG : 2 Milliers d'euros

3.5.5 Événements postérieurs à la clôture de l'exercice

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.

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)	Dividendes 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	21 747	100,00%	6 128	6 128	4 078			28 025	21 656	25 700	
France 2 cinéma- Siren 320 876 410 33 Avenue de l'Opéra 75002 PARIS	2 767	46 571	100,00%	2 764	2 764				5 345	207	-	
France 3 cinéma- Siren 329 924 963 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	1 295	27 707	100,00%	1 296	1 296				3 022	101	-	
France.tvstudio- Siren 335 175 188 26 rue d'Oradour sur Glane - 75015 Paris	877	27 267	100,00%	1 253	1 253				113 672	1 089	5 000	
France Télévisions Publicité- Siren 332 050 038 64-70 av. JB Clément 92100 Boulogne Billancourt	38	21 711	100,00%	1 503	1 503				498 627	13 469	11 995	
France Télévisions Gestion Immobilière- Siren 413 969 841 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	38	7 133	100,00%	38	38				1 952	1 283	2 000	
Société Civile Immobilière Valin- Siren 487 664 732 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	100	3 942	100,00%	100	100	715			4 229	1 545	3 600	
France Télévisions Distribution- Siren 379 518 368 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	3 000	8 769	100,00%	1 716	1 716				61 093	5 665	4 999	
GR 1-Siren 478 720 295 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	36	1 218	100,00%	36	36				34 043	629	-	
ROM 1-Siren 520 674 359 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	40	1 497	100,00%	40	40				19 161	1 312	500	
France Télévisions SVOD-Siren 830 436 101 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	1 000	-91 520	100,00%	1 000	-				-	-1 860	-	
GR UHD1-Siren 980 640 742 7 esplanade Henri de France 75015 Paris	50	-124	100,00%	50	50				5 529	-122	-	
2-Participations (détenues entre 10% et 50%)												
Médiamétrie (1) -Siren 333 344 000 70 rue Rivay - 92300 Levallois Perret	14 880	38 592	22,89%	190	190				94 719	2 756	213	
Planète + Crime investigation- Siren 443 957 618 1 place du spectacle 92130 Issy Les Moulineaux Cession des titres de participation 5/07/2024	37		34,00%									
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	198 117	45,00%	3 910	3 910				177 034	360	-	
TV5 Monde (1)- Siren 381 962 612 131 avenue de Wagram 75017 Paris	145	34 763	46,42%	473	473				98 337	45	-	
	33 021	347 390		20 497	19 497	4 793	-	-	1 144 788	48 135	54 007	

RAPPORT DE GESTION

EXERCICE CLOS LE 31 DECEMBRE 2024

france•tv

FRANCE TELEVISIONS

Société anonyme à conseil d'administration au capital de 424 741 000 euros

Siège social : 7 Esplanade Henri de France 75015 PARIS

432 766 947 RCS PARIS

RAPPORT DE GESTION SUR LES OPERATIONS DE L'EXERCICE CLOS LE 31 DECEMBRE 2024

Nous vous avons réunis en assemblée générale ordinaire annuelle en application des statuts et des dispositions du Code de commerce pour vous rendre compte de l'activité de la Société au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2024, des résultats de cette activité, des perspectives d'avenir et soumettre à votre approbation le bilan et les comptes annuels dudit exercice. Ces comptes sont joints au présent rapport.

Les convocations prescrites par la loi vous ont été régulièrement adressées et tous les documents et pièces prévus par la réglementation en vigueur ont été tenus à votre disposition dans les délais impartis.

Table des matières

1. PRESENTATION DU GROUPE.....	9
1.1 Profil du groupe.....	9
1.1.1 Présentation.....	9
1.1.2 Historique du groupe.....	10
1.1.3 Engagements de France Télévisions	11
1.1.4 Raison d'être de France Télévisions	12
1.2 Activités de France Télévisions	13
1.2.1 Marchés du groupe	13
1.2.1.1 Marché de la télévision linéaire et non linéaire	13
1.2.1.2 Marché publicitaire.....	14
1.2.2 Organisation et activités	15
1.2.2.1 Offres France Télévisions	15
1.2.2.2 Principales filiales	16
1.2.2.3 Organigramme du groupe	18
1.2.3 Programmes	19
1.2.3.1 Une année olympique inoubliable pour France Télévisions.....	20
1.2.3.2 france.tv en tête du numérique en 2024 : proposer des offres référentes pour tous les publics	21
1.2.3.3 De l'hexagone aux Outre-mer : une offre d'information globale au service de tous .	24
1.2.3.4 Créer des repères pour la jeunesse.....	28
1.2.3.5 Fédérer et inspirer : une offre riche au service de la création et de la diversité	30
1.2.3.6 Magazines et divertissements : des rendez-vous fédérateurs et en phase avec la société	34
1.2.4 Audiences	35
1.3 Axes stratégiques, enjeux et opportunités	40
1.4 Performance	41
1.5 Evènements marquants de l'exercice écoulé.....	43
2. RAPPORT SUR LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE.....	46

2.1	Modalité d'exercice de la Direction générale.....	46
2.2	Situation des mandats des administrateurs.....	46
2.3	Comités spécialisés.....	47
2.4	Information concernant les mandataires sociaux	47
2.5	Délégations.....	48
2.6	Autorisations de cautions, avals et autres garanties	48
2.7	Contrôle des commissaires aux comptes.....	48
2.8	Situation des mandats des commissaires aux comptes	48
2.9	Conventions conclues par un dirigeant ou un actionnaire significatif de la société mère avec une filiale.....	49
2.10	Rémunération des administrateurs	49
3.	<u>GESTION DES RISQUES ET DISPOSITIFS DE CONTRÔLE INTERNE</u>	49
3.1	Facteurs de risques	49
3.1.1	Risques stratégiques et environnementaux	50
3.1.2	Risques opérationnels.....	56
3.1.3	Risques financiers.....	62
3.1.4	Risques juridiques.....	64
3.2	Contrôle interne	66
3.2.1	Organisation du contrôle interne	66
3.2.2	Dispositif et méthode	70
3.2.3	Description des processus de contrôle.....	72
4.	<u>DECLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIERE</u>	81
4.1	Démarche de mise en œuvre du rapport de durabilité	81
4.1.1	Assujettissement aux obligations issues de la directive CSRD	81
4.1.2	Univers des enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance de France Télévisions	81
4.1.3	Prochaines étapes	82
4.2	Présentation du groupe et des principaux risques	83
4.2.1	Valeurs et engagements de France Télévisions	83
4.2.2	Profil de France Télévisions : modèle d'affaires	84

4.2.3	Organes de direction et de contrôle	85
4.2.4	Dialogue avec les parties prenantes	86
4.2.5	Présentation des principaux risques	86
4.3	Note méthodologique relative au reporting extra-financier	91
4.3.1	Référentiels	91
4.3.2	Méthodologie retenue pour les risques	91
4.3.3	Périmètre de reporting et précisions méthodologiques relatives aux indicateurs	92
4.4	Informations environnementales	100
4.4.1	Changement climatique et risques liés aux atteintes à l'environnement et à la transition écologique.....	101
4.4.1.1	Organisation et gouvernance climat	101
4.4.1.2	Stratégie climatique	101
4.4.1.2.1	Sobriété énergétique	101
4.4.1.2.2	Mobilité durable	104
4.4.1.2.3	Sobriété numérique	106
4.4.1.2.4	Réorganisation immobilière des sites parisiens	109
4.4.1.2.5	Démarche écoresponsable liée à la fabrication des contenus.....	110
4.4.1.3	Empreinte carbone.....	112
4.4.1.4	Impact éditorial : responsabilité du groupe dans la compréhension, la maîtrise et la sensibilisation du public	113
4.4.2	Gestion des ressources non énergétiques	118
4.4.3	Gestion des déchets	119
4.5	Informations sociales	123
4.5.1	Effectif propre	123
4.5.1.1	Informations sociales et politique ressources humaines	123
4.5.1.1.1	Emploi (France Télévisions SA)	123
4.5.1.1.2	Politique ressources humaines (France Télévisions SA).....	124
4.5.1.1.3	Politique ressources humaines de France Télévisions Publicité	133
4.5.1.1.4	Politique ressources humaines de France.tv studio.....	134
4.5.1.1.5	Politique ressources humaines de France Télévisions Distribution.....	135
4.5.1.2	Risques sociaux liés à la transformation de l'entreprise	136
4.5.1.3	Risques liés à la sûreté des sites, du personnel et du public et risques liés à la cybersécurité	147
4.5.2	Consommateurs et utilisateurs finaux	151
4.5.2.1	Risques liés à la qualité et à la conformité de l'information et des programmes	151

4.5.2.2	Engagements sociétaux : diversité et égalité des chances	158
4.5.2.3	Importance prise par le droit des données personnelles et les risques liés à une défaillance	166
4.6	Informations sur la gouvernance	173
4.6.1	Impact économique	173
4.6.2	Conduite d'entreprise	174
4.6.2.1	Risques liés à la conformité et à l'éthique	174
4.6.2.2	Achats responsables	178
5.	<u>PLAN DE VIGILANCE</u>	<u>183</u>
5.1	Cartographie des risques : identification et évaluation des risques générés par l'activité de France Télévisions	184
5.2	Actions adaptées d'atténuation des risques ou prévention des atteintes graves ..	189
5.3	Procédures d'évaluation régulière de la situation des filiales, des sous-traitants ou des fournisseurs	207
5.1	Dispositifs de suivi des mesures mises en œuvre et d'évaluation de leur efficacité	209
5.2	Mécanisme d'alerte et de recueil des signalements	224
6.	<u>PRESENTATION DES COMPTES ANNUELS ET EXPOSE SUR LES RESULTATS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DU GROUPE</u>	<u>225</u>
6.1	Comptes consolidés du groupe France Télévisions	225
6.1.1	Synthèse des comptes consolidés	227
6.1.2	Analyse du compte de résultat	227
6.1.3	Analyse de l'activité	230
6.1.4	Bilan, trésorerie et financement	230
6.2	Comptes sociaux de France Télévisions SA	231
6.2.1	Synthèse des comptes sociaux	231
6.2.2	Analyse du compte de résultat	232
6.2.3	Bilan, trésorerie et financement	235
6.2.4	Information sur les délais de paiement	235
6.2.5	Utilisation des instruments financiers	236
6.2.6	Prêts interentreprises	238
6.2.7	Activité en matière de recherche et développement	238
6.2.8	Affectation du résultat	238

6.2.9 Niveau des capitaux propres.....	238
6.3 Résultats des filiales et participations du groupe	238
6.3.1 Cinéma.....	238
6.3.1.1 France 2 Cinéma	238
6.3.1.2 France 3 Cinéma	239
6.3.2 Production	240
6.3.2.1 France.tv studio.....	240
6.3.2.2 France.tv presse	241
6.3.2.3 Les Tontons Truqueurs.....	242
6.3.2.4 Dwarf Entertainment.....	242
6.3.2.5 Dwarf Animation Studio	242
6.3.2.6 Dwarf Technology	243
6.3.2.7 V Studios Immo	243
6.3.3 Publicité.....	244
6.3.3.1 France Télévisions Publicité	244
6.3.3.2 France Télévisions Publicité Conseil	244
6.3.3.3 France Télévisions Publicité Inter-Océans.....	245
6.3.4 Edition	245
6.3.4.1 France Télévisions SVOD	245
6.3.4.2 SALTO et SALTO Gestion	245
6.3.4.3 Arte France.....	245
6.3.4.4 TV5 Monde	246
6.3.4.5 Partenariat avec le groupe Canal+ : Planète+ Crime.....	247
6.3.5 Multiplex.....	248
6.3.5.1 Société de gestion du réseau R1 (GR1).....	248
6.3.5.2 GR UHD1.....	249
6.3.5.3 Réseau Outre-mer 1 (ROM1).....	249
6.3.6 Diversification	250
6.3.6.1 France Télévisions Distribution	250
6.3.6.2 Médiamétrie	251
6.3.7 Immobilier et services.....	252
6.3.7.1 Société Civile Immobilière France Télévisions (SCI)	252
6.3.7.2 Société Civile Immobilière Valin (SCI).....	252
6.3.7.3 France Télévisions Gestion Immobilière (SAS)	252
6.4 Participation des salariés au capital.....	252

6.5	Événements intervenus depuis la clôture de l'exercice	252
6.6	Evolution prévisible de la situation du groupe et perspectives d'avenir	253
7.	<u>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.....</u>	<u>254</u>
7.1	Conventions réglementées	254
7.2	Conventions relevant de l'article 47-6 de la loi 86-1067 du 30 septembre 1986....	255
8.	<u>ANNEXES</u>	<u>256</u>
8.1	Liste des établissements.....	256
8.2	Mandats et fonctions des mandataires sociaux de France Télévisions	259

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. 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.

Au cours d'une année marquée par le succès des Jeux olympiques et paralympiques 2024, France Télévisions reste le premier groupe média audiovisuel et s'affiche en hausse avec **29,8 % de part d'audience¹ (vs 29,3 % en 2023 et 29,4 % en 2022)**, au plus haut depuis 2012. Le groupe a touché **81 % de la population en moyenne chaque semaine² (vs 77 % en 2023)**, quel que soit l'écran (télévision, ordinateur, mobile et tablette).

Le groupe se démarque aussi par la qualité de ses contenus, puisque près de la moitié des cent Prime les mieux notés de l'année 2024 au Quali TV³ ont été diffusés sur France Télévisions (44 sur 100).

¹ Source : Médiamétrie/ Médiamat sur l'ensemble de la population de 4 ans et plus

² Source : Médiamétrie/ Médiamat Thématik. Agrégat France.tv VAD avec France 4 (janvier-octobre 2024)

³ Baromètre qualitatif des programmes – Harris Interactive

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 440,2 M€⁴ en 2024. 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 (65,4 M€⁵ en 2024).

En matière de diffusion, France Télévisions offre, en 2024, une exposition ambitieuse à la fiction audiovisuelle sur ses antennes nationales avec 2 503 heures de diffusion et au documentaire avec 5 104 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

⁴ Sous réserve de la validation des déclarations par l'ARCOM - Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique

⁵ 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)⁶ 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. 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 de France Télévisions

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.



⁶ Un COM 2026-2028 est en cours de discussion entre France Télévisions et l'État

Pour définir sa « Raison d'être », l'entreprise a conduit 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 : six chaînes en clair avant 2005, 27 chaînes depuis 2016 puis 26 depuis 2021 ;
- 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 ;
- Evolution de la mesure Mediamat de Médiamétrie au 1^{er} janvier 2024 afin de mieux prendre en compte l'ensemble des usages : les foyers non équipés TV et les écrans digitaux à domicile sont désormais pris en compte ;
- 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. Netflix reste de loin la première plateforme SVOD en France (21,6 millions d'utilisateurs), devant Prime Vidéo (13 millions d'utilisateurs) et Disney+ (9 millions d'utilisateurs).
- Annonce par le groupe Canal+, le 5 décembre 2024, du retrait, à partir de juin 2025, de ses quatre chaînes payantes sur la TNT (Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Planète) ;
- Non-reconduction des autorisations d'émettre de C8 (Groupe Canal+) et NRJ 12 (Groupe NRJ) et autorisation par l'ARCOM de deux nouvelles chaînes gratuites qui commenceront à émettre en 2025.

L'évolution de la mesure Mediamat de Médiamétrie au 1^{er} janvier 2024 (cf *supra*) entraîne mécaniquement une baisse de la durée d'écoute individuelle liée à l'intégration de plus petits consommateurs TV (ceux qui n'ont pas de poste de télévision). Le temps passé devant la télévision reste tout de même très important dans la vie des Français. Au global, quel que soit l'écran, les Français ont consacré 2h57 aux programmes de télévision en 2024⁷ (vs 3h20 en 2023 et 3h26 en 2022). La puissance du média TV est désormais mieux prise en compte : la couverture augmente nettement en 2024 avec 46,2 millions de téléspectateurs quotidiens (vs 43 millions en 2023, soit 3,2 millions de plus chaque jour).

Dans le même temps, les services payants de vidéo à la demande (SVOD)⁸ confirment leur installation durable dans les usages. Le marché SVOD atteint tout de même un palier, à un haut niveau, depuis deux ans : 30 millions d'individus âgés de six ans et plus déclarent utiliser actuellement au moins une plateforme SVOD. Chaque jour, on compte 9,1 millions d'utilisateurs âgés de 15 ans et plus (vs 9,3 millions en 2023 et 8,9 millions en 2022).

1.2.1.2 Marché publicitaire

Marché publicitaire des médias⁹

Sur l'année 2024, les recettes publicitaires nettes de l'ensemble des médias s'élèvent à 16,9 milliards d'euros, en progression de +6,4% vs 2023.

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 7,4 milliards d'euros, en hausse de 2,8 % par rapport à 2023.

Le marché de la télévision en 2024 s'élève à 3,5 milliards d'euros, en hausse de 4,1 % par rapport à 2023.

Les recettes nettes digitales de la télévision, de la presse et de la radio confirment leur croissance (+15 % vs 2023) et atteignent 0,7 milliards d'euros en 2024.

Marché français de la publicité digitale¹⁰

En 2024, le marché français de la publicité digitale continue de progresser (+9,8 % vs 2023) et pèse 10,2 milliards d'euros dont :

- Le Search qui progresse de 12 % et pèse 4,6 milliards d'euros ;
- Le Social qui progresse de 14 % et pèse 2,8 milliards d'euros ;
- Le Display qui progresse de 8% et pèse 1,9 milliards d'euros ;

⁷ Source : Médiamétrie – Mediamat National DEI Total TV – janvier-novembre 2024

⁸ Source : Médiamétrie – Observatoire des usages et des comportements SVOD (juin 2024) & Médiamétrie / Harris Interactive – Baromètre de la consommation SVOD (janvier-octobre 2024)

⁹ Source : IREP + Observatoire e-pub + prévisions d'atterrissage

¹⁰ Source : IREP + Observatoire e-pub + prévisions d'atterrissage

- Les autres leviers (affiliation, emailing et comparateurs) qui baissent de 5 % et pèsent 0,9 milliard d'euros.

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^{ère} : les neuf antennes Outre-mer 1^{ère} 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 public¹¹ (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.

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 français¹².

Francetv 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.

ICI est l'offre numérique de proximité lancée en mars 2022, en collaboration avec Radio France.

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

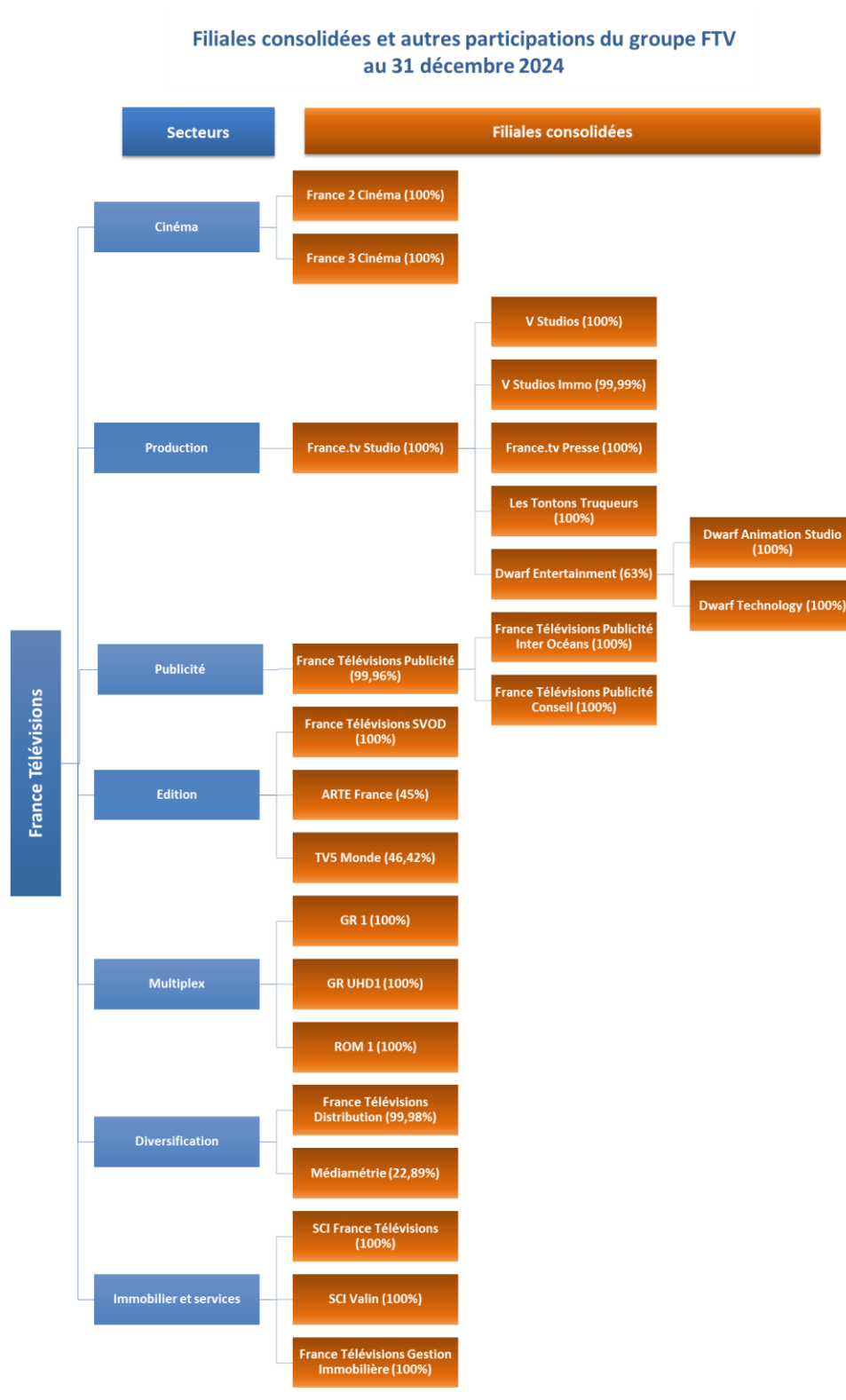
¹¹ Radio France, France Médias Monde et l'INA

¹² 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'Education nationale et de la Jeunesse

réel sur les plateaux. En 2023, marquant son intérêt pour l'animation créée via des techniques 3D, France.tv studio a pris une participation majoritaire dans **Dwarf Entertainment**, spécialisé dans ce domaine. France.tv studio exerce également son expertise dans le sous-titrage à destination des publics sourds et malentendants, le doublage et l'audiodescription.

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



Les % indiqués représentent le pourcentage de détention des titres

Autres participations

- GIE Numérique de proximité (50%)
- SAS Société opératrice du Multiplex R4 (Multi 4) (20%)
- Société civile à but non lucratif Société des droits voisins de la presse

1.2.3 Programmes

En 2024, année marquée par l'exceptionnel rendez-vous des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris, France Télévisions a plus que jamais affirmé son rôle central en tant que média de service public au cœur des évolutions de société, culturelles et technologiques. Dans un contexte de transformation rapide des usages et de fragmentation des audiences, le groupe a transformé de manière inédite ses antennes pour devenir un média global, tout en consolidant sa position de leader de l'audiovisuel français.

Le plan stratégique de 2023 articulait trois objectifs – l'universalité, l'utilité/la différence et la transformation numérique –, qui ont été largement atteints en 2024 :

- **8 Français sur 10** ont été en contact avec l'offre de France Télévisions sur tous les écrans chaque semaine. Le groupe est le premier média des Français avec 29,8% de part d'audience 4+, à son plus haut niveau depuis 2012.
- Avec un dispositif de diffusion historique, les jeux Paralympiques ont touché huit français sur dix (près de 50 millions) mettant en avant l'inclusion et le respect des différences. La plateforme numérique continue de développer des solutions de sous-titrage et d'audiodescription la rendant toujours **plus accessible**.
- Avec **35 millions de visiteurs uniques chaque sur les quatre écrans**, les contenus de France télévisions sont largement leader du streaming gratuit et affichent un niveau record. Et le service en ligne franceinfo est également leader des sites d'information gratuits avec 4,1 millions de visiteurs uniques chaque jour.

France Télévisions a poursuivi sa mission de média de confiance prolongeant ses priorités éditoriales :

- **Une plateforme numérique, france.tv, toujours plus inclusive et innovante.** Au cœur de la transformation numérique, france.tv a consolidé sa position de plateforme de référence, gratuite et accessible à tous.
- **Une information de qualité qui éclaire dans un monde complexe et instable.** Face à une année marquée par des événements politiques, climatiques et internationaux majeurs, France Télévisions a déployé une information claire, rigoureuse et accessible s'appuyant sur une diversité de traitements (journaux télévisés, reportages, investigation, magazines, mobilisation sur les grands événements) sur tous les médias, numérique et linéaire, en régions et dans les territoires ultramarins.
- **Attirer et protéger les jeunes publics.** France Télévisions s'est attachée à séduire les jeunes générations tout en répondant aux préoccupations croissantes liées à la consommation d'écrans par les mineurs.

Proposer le meilleur de la création. France Télévisions a continué à renouveler son offre de programmes en proposant des formats innovants, un accès à la culture et au spectacle vivant pour un très large public et une grande diversité de productions de fiction et d'animation pour la télévision ou le cinéma.

1.2.3.1 Une année olympique inoubliable pour France Télévisions

1.2.3.1.1 Le sport au cœur des antennes et du numérique du groupe

Pour cette année historique des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, France Télévisions a proposé une offre sportive exceptionnelle avec plus de 1 500 heures de retransmissions sur France 2, France 3, France 4 et France 5, dont 1 400 heures de directs consacrées à 62 disciplines, parmi lesquelles 23 sports paralympiques. Cette couverture sportive a touché un public très large : 60 millions de Français (soit 96 % de la population âgée de 4 ans et plus) ont suivi au moins 15 minutes de sport sur les antennes du groupe.

Sur France 2, chaîne phare de l'événement olympique, l'ensemble de la grille a été dédiée aux épreuves en direct, les finales de natation, d'athlétisme et de gymnastique étant diffusées en soirée. La continuité d'antenne était assurée par des journalistes en direct sur le plateau installé au Trocadéro puis sur les Champs-Élysées. Délocalisé dans ces mêmes lieux, le JT de 20 heures a intégré chaque soir une séquence spéciale pour suivre les performances des athlètes français.

Sur France 3, la grille a été réorganisée pour accueillir des épreuves complémentaires et des sports collectifs tels que le basket 3x3, le handball ou le rugby à sept. La chaîne a également assuré un relais de proximité avec des segments dédiés aux liens entre les athlètes et leurs régions.

Les Jeux paralympiques ont bénéficié d'une exposition inédite pour cette compétition avec un volume de diffusion qui a triplé par rapport à Tokyo 2020. Le dispositif était comparable à celui des jeux olympiques, avec l'intégralité des épreuves sportives diffusées entre France 2 et France 3.

L'offre numérique de France Télévisions a atteint des records avec près de 7 000 heures de directs disponibles, dont 2 100 heures dédiées à une chaîne numérique Jeux Olympiques et 1 500 heures pour le *multifeed* des Jeux Paralympiques, permettant de suivre chaque instant des compétitions. En complément, des fonctionnalités interactives ont renforcé l'engagement des utilisateurs comme la « fan zone » (1,1 millions de visiteurs connectés pendant les Jeux Olympiques et Paralympiques) et des *live chats* (2,1 millions d'utilisateurs avec au moins un affichage du livechat). Ce dispositif a été complété par des articles approfondis (le sommaire de la journée, le résumé des médailles du jour), des datas (tableau des médailles) et une éditorialisation en temps réel.

Le groupe s'est également illustré par la diffusion d'autres compétitions majeures, telles que le Tour de France masculin et féminin, les Internationaux de France de Roland-Garros, les Championnats du monde de natation, le Tournoi des Six Nations masculin et féminin, et les Coupes d'Europe de rugby.

Au-delà des jeux de Paris 2024, le sport paralympique a bénéficié d'une couverture tout au long de l'année, ainsi que des compétitions phares comme la finale du tennis fauteuil à Roland-Garros et des épreuves de para-cyclisme lors des championnats du monde de Zurich.

Les magazines sportifs incontournables, tels que *Tout le sport* et *Stade 2*, ont traité l'actualité de plus de 80 disciplines, tandis que France 3 a renforcé son offre éditoriale avec

des émissions dédiées au rugby (*Rencontres à XV*) et au football (*Le Mag Ligue 1*, lancé en septembre 2024).

Tout au long de l'année, l'accent a été mis sur la promotion du sport féminin : France Télévisions a diffusé les finales de la Coupe de France féminine, les grandes courses cyclistes féminines telles que le Tour de France, la course Paris-Roubaix ou le Tour des Flandres, ainsi que les matchs de l'équipe de France de football féminine, incluant les matchs qualificatifs pour l'Euro 2025 et les rencontres préparatoires aux Jeux de Paris 2024.

1.2.3.1.2 Une mobilisation exceptionnelle de toutes les unités de programmes pour les Jeux Olympiques et Paralympiques

La couverture des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 ne s'est pas limitée aux retransmissions sportives pour devenir un événement mobilisant l'ensemble des unités de programmes du groupe. Cette dynamique éditoriale, initiée dès septembre 2023, a permis de valoriser les dimensions culturelles, éducatives et sociétales de cet événement à travers des contenus variés et innovants.

L'ensemble des cérémonies de Paris 2024 ont été diffusées en exclusivité sur France 2 : les quatre cérémonies d'ouvertures et de clôture et la parade des champions en l'honneur des médaillés français.

Plusieurs documentaires ont éclairé les enjeux humains, environnementaux et sociaux liés aux Jeux. *Champions d'exception*, magazine du handisport, sur France 3 et *A corps perdus* diffusé sur France 2, ont captivé les spectateurs en racontant les parcours des athlètes paralympiques, mettant en avant leur détermination. *Le monde de Jamy* a consacré un épisode spécial aux avancées scientifiques et technologiques des Jeux Olympiques et Paralympiques, tandis qu'*Aux Jeux citoyens*, une nouvelle émission de France 3, a offert une perspective pédagogique sur les valeurs olympiques, combinant récits immersifs et témoignages d'athlètes.

Les marques jeunesse de France Télévisions ont également enrichi leur programmation pour Paris 2024. La plateforme Okoo a introduit *Les Jeux de la Fontaine*, une série en animation de fables modernes. Dans un registre plus éducatif, Lumni a produit une collection intitulée *Les règles des disciplines aux Jeux Olympiques* et *Parlons sport* incarnée par Roman Doduik.

Les antennes des 1ère ont assuré une couverture inédite des Jeux dans les Outre-mer, diffusant des contenus exclusifs tels que *Aïto, nos guerriers et héros*, un magazine retraçant le parcours des athlètes ultramarins. Avec un dispositif unique, ces antennes ont diffusé près de 20 heures quotidiennes des Jeux Olympiques, incluant des directs, des rediffusions et des magazines dédiés tels que *Quels Jeux !*.

1.2.3.2 france.tv en tête du numérique en 2024 : proposer des offres référentes pour tous les publics

Cette année olympique a également permis au groupe d'accélérer son ambition sur le numérique et de devenir la plateforme vidéo gratuite de référence pour tous les Français. Dans un contexte de forte concurrence et de mutation des usages, la plateforme est

devenue leader des offres de streaming gratuit. Avec l'intégration de l'offre d'Arte en octobre 2024, elle a initié un changement de modèle pour devenir la plateforme de distribution de l'offre numérique de l'audiovisuel public.

1.2.3.2.1 Une modernisation sans précédent

france.tv a ainsi systématisé la mise en ligne des contenus en avant-première. Depuis janvier, tous les épisodes hebdomadaires d'*Un si grand soleil* sont mis en ligne chaque vendredi, permettant au public d'avoir un accès exclusif aux intrigues. La diffusion en *binge* a également été systématisée pour des séries événementielles comme *Follow* (J-60), *Dans l'ombre d'un fils* (J-20), *Concordia* (J-30) ou encore *Fortune de France* (J-7), confirmant le rôle central de la plateforme dans la consommation non linéaire. Le visionnage à la demande représente parfois plus d'un tiers des audiences consolidées, témoignant de l'accélération des changements des usages.

france.tv a accéléré la mise à disposition des formats innovants :

- Des formats interactifs et conversationnels de la plateforme, notamment avec le lancement du jeu quotidien *100% Logique*, le jeu interactif pour le lancement de la série *Les Gouttes de Dieu*.
- La plateforme a également développé des collections thématiques en phase avec la société, abordant des sujets comme l'environnement, le droit des femmes ou le harcèlement scolaire. Pour renforcer la connexion avec le public, des campagnes spéciales ont été mises en place, comme une collection « Envie de quoi aujourd'hui ? » ou des sélections autour de la Saint-Valentin, des vacances ou des résolutions de début d'année.
- Le dispositif de la *fan zone* a été le point d'orgue de l'année 2024.

France Télévisions a aussi fait évoluer ses plateformes pour renforcer la conversation et l'interaction avec les publics (live-chat sur france.tv, dispositif *live* et *OnVousRépond* sur franceinfo), accroître la personnalisation pour favoriser aussi la découvrabilité des contenus.

Enfin, dans le cadre de son ambition de devenir un point de convergence de l'audiovisuel public, france.tv a intégré en novembre 2024 l'intégralité de l'offre d'Arte sur ses environnements. Ce partenariat stratégique s'accompagne d'un corner éditorial dédié et d'une mise en avant des temps forts d'Arte, enrichissant encore davantage l'offre globale de la plateforme. Par ailleurs, l'ensemble des contenus d'Arte sont accessibles au sein des différentes catégories (séries, cinéma, documentaires...) de la plateforme.

1.2.3.2.2 Davantage de contenu, un enrichissement de l'offre cinéma et une ouverture vers des publics plus jeunes

La plateforme a renforcé son offre en proposant des intégrales (l'ensemble des saisons) de séries phares telles que *Alex Hugo*, *Astrid et Raphaëlle*, *Capitaine Marleau*, *Fais pas ci, fais pas ça* et *10 pour cent* au moment de leur lancement sur la plateforme. Cette politique ambitieuse a permis de maximiser la profondeur du catalogue, d'optimiser l'exploitation de notre catalogue de droits et de fidéliser le public amateur de séries.

En avril 2024, une deuxième chaîne thématique entièrement éditorialisée a été lancée, dédiée aux documentaires. Ce projet fait suite au succès de la chaîne *France TV Séries*, inaugurée en 2023, et témoigne de l'engagement de la plateforme à proposer une offre conséquente de chaînes thématiques sur le modèle des chaînes FAST. Pour les Jeux Olympiques et Paralympiques, dès le 8 mai, une chaîne exclusive sur la plateforme a permis aux utilisateurs de suivre tout le parcours de la flamme olympique, puis s'est consacrée, pendant l'événement, à la retransmission des nouvelles épreuves olympiques (skate, breakdance...).

Le cinéma occupe une place croissante sur france.tv, avec plus de 370 films proposés cette année (cf détail ci-dessous).

Pour séduire les jeunes publics, france.tv a diffusé des événements en direct comme *Aux Jeux Streamer* ou *Coupe de France League of Legends*. Ces initiatives innovantes ont renforcé l'attractivité de la plateforme auprès des nouvelles générations.

1.2.3.2.3 Franceinfo numérique, innovation, accessibilité et engagement au cœur de l'information

En 2024, franceinfo a consolidé sa position de première offre d'actualité en ligne, attirant 23 millions de visiteurs uniques mensuels, leader des plateformes d'actualité, en progression par rapport à 2023 (22,3 millions). L'année a été marquée par une couverture exhaustive des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris, avec une mobilisation exceptionnelle des équipes numériques. Outre les Jeux, la plateforme a mobilisé ses équipes autour de plusieurs événements majeurs. Pour les élections européennes et législatives, franceinfo.fr a proposé un live dédié toute la journée pour suivre les résultats en direct et poser des questions aux journalistes avec des infographies interactives. Ce dispositif de live a été étendu aux autres événements majeurs de l'année, notamment aux élections américaines et à la réouverture de Notre-Dame de Paris.

Pour s'adapter aux nouveaux usages numériques, franceinfo a lancé en 2024 un dispositif inédit de vidéo verticale "Shuffle" sur son site internet et son application mobile. Ce format propose un flux de vidéos courtes et percutantes, personnalisées en fonction des centres d'intérêt des utilisateurs. Ce système interactif, accessible depuis une interface intuitive, permet de consommer rapidement l'actualité en images tout en découvrant des contenus variés. En parallèle du canal 27, franceinfo a également lancé un sous-titrage intégral et synchronisé de ses contenus vidéos favorisant l'accessibilité de la plateforme aux sourds et malentendants.

Lancée en septembre 2023, *C quoi l'info ?* a confirmé son succès auprès des jeunes publics en 2024. Pensée pour les 12-18 ans, cette quotidienne d'information, diffusée sur les réseaux sociaux et à la télévision, a cumulé 160 millions de vues sur TikTok, Instagram, Snapchat et YouTube. Ce programme incarne pleinement la volonté de franceinfo de sensibiliser les nouvelles générations tout en développant leur esprit critique face à l'actualité.

1.2.3.2.4 Construire une offre plus proche des publics

La nouvelle relation que France Télévisions entend construire avec ses publics repose sur deux piliers. France Télévisions a fait évoluer sa présence sur les réseaux sociaux pour améliorer sa notoriété et son image (notamment auprès des jeunes publics) et faciliter l'accès à ses contenus et favoriser la conversation. Le groupe a opéré une rationalisation de son nombre de comptes sur les réseaux sociaux pour gagner en impact dans la relation avec les communautés sociales : à titre d'exemple, les comptes chaînes (France 2, France 3, France 5...) ont été supprimés et l'ensemble des publications sur les programmes sont désormais regroupés dans le compte france.tv. En 2024, 8 milliards de vidéos ont été vues sur les réseaux sociaux de France Télévisions (en progression de 18 % vs 2023).

Aussi, le groupe continue de développer l'accessibilité, en particulier pour les personnes en situation de handicap, avec l'ambition d'arriver à 90 % de taux d'accessibilité d'ici 2026 sur france.tv.

1.2.3.3 De l'hexagone aux Outre-mer : une offre d'information globale au service de tous

1.2.3.3.1 L'information au cœur des grands rendez-vous de 2024 : décrypter, rassembler et accompagner les événements nationaux et internationaux

En 2024, France Télévisions a confirmé son rôle central dans la couverture des grands événements, en mobilisant toutes ses rédactions autour de moments historiques et culturels qui ont marqué l'année. Cette année 2024 a une nouvelle fois montré le besoin d'une information de confiance prenant le temps du décryptage et de la compréhension des enjeux complexes. Avec 16,8 millions de téléspectateurs touchés tous les jours par l'offre d'information de France 2, France 3, franceinfo canal 27 et 4,1 millions de visiteurs quotidiens sur franceinfo, l'information de France Télévisions est leader en TV et sur le numérique.

▪ Une programmation d'information renforcée et innovante

L'ambition de mieux décrypter l'actualité s'est traduite par l'allongement de trente minutes du journal de France 2 de 20h dès septembre 2024. Cette nouvelle formule permet de consacrer davantage de temps à des sujets complexes, avec des reportages approfondis, des interventions d'experts en plateau et des explications détaillées par les journalistes de terrain. Le journal Météo-Climat, intégré dans cette nouvelle formule, met en lumière les enjeux du changement climatique au-delà des simples prévisions météo.

Dans le prolongement de ses engagements, la rédaction a poursuivi ses efforts pour lutter contre les fausses informations. La nouvelle collection *La Guerre de l'Info* a proposé trois numéros marquants en deuxième partie de soirée sur France 2, décryptant les fausses informations sur des thématiques majeures : le conflit Israël/Hamas, le climat et les pressions sur la laïcité dans les écoles. Ces enquêtes, suivies de débats, ont confirmé l'engagement de France Télévisions pour une information fiable et rigoureuse.

Après le succès de *20h30 Le Dimanche* et *20h30 Le Samedi*, un troisième rendez-vous consacré à la culture a vu le jour en septembre 2024 : *20h30 Le Vendredi* présenté par Laurent Delahousse. Ce nouveau programme met en lumière des figures emblématiques de la culture populaire. L'hommage à Michel Blanc a su ainsi rassembler 3,6 millions de téléspectateurs lors de l'hommage consacré à l'acteur.

Les magazines de l'information ont également continué de valoriser la diversité, la place des femmes dans la société et la visibilité du handicap : des documentaires et reportages marquants, tels que *Métamorphoses d'une banlieue* dans *13h15 Le Dimanche*, *Laurène, derniers regards sur une jeune femme perdant la vue* dans *Envoyé Spécial*, ou encore *Le goût des autres*, autour d'une famille ayant ouvert un refuge pour les victimes de violences conjugales.

- **Faire vivre le débat public : des dispositifs exceptionnels pour les élections européennes et législatives**

Le groupe fait vivre le débat politique tout au long de l'année et pas uniquement pendant les périodes électorales. France Télévisions est le groupe qui propose le plus de rendez-vous politiques, avec des débats et des entretiens réguliers. *L'Événement*, en première partie de soirée, a couvert la séquence électorale des législatives et des européennes, tandis que *Dimanche en politique* et *Les 4 Vérités* ont maintenu leur position de carrefour pour le débat démocratique.

La couverture des élections européennes a été exceptionnelle, avec six émissions en prime-time sur France 2, notamment *Le Grand Débat* du 4 juin, qui a réuni 16 représentants des différentes formations politiques et un documentaire événement de 90 minutes, *L'Europe face à la guerre*, diffusé le 9 mai pour la Journée de l'Europe. Pendant la campagne officielle, neuf numéros du nouveau format *L'Événement : L'Interview* ont été diffusés à 20h30, donnant la parole aux principaux partis, pour une audience moyenne de 3 millions de téléspectateurs.

La dissolution de l'Assemblée nationale a conduit à une couverture approfondie des élections législatives, avec deux soirées de débat en prime-time, huit numéros de *L'Événement : L'Interview* après le journal de 20 heures et deux soirées électorales dédiées aux scrutins des premier et second tours.

- **Accompagner les grands événements de l'actualité grâce aux magazines d'information et aux délocalisations**

Les magazines d'information ont également suivi les grandes actualités de l'année. En amont des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, les magazines ont multiplié les initiatives : quatre portraits d'athlètes dans *Envoyé Spécial*, un documentaire sur l'équipe de France de natation artistique dans *13h15 Le Dimanche*, et un numéro spécial de *Nous les Européens* consacré aux préparatifs de cet événement historique.

La rédaction a également offert une couverture inédite des élections américaines, avec une soirée spéciale le 4 novembre sur France 2 : un JT délocalisé, un prime-time entièrement

dédié dans *Envoyé Spécial* et une nuit américaine en direct jusqu'à *Télématin*. La fin d'année a été marquée par la renaissance de Notre-Dame de Paris.

L'année a été rythmée par une série de délocalisations et des hommages marquants. Dès avril, les équipes ont suivi le parcours de la flamme olympique et des cérémonies d'ouverture et de clôture des Jeux Olympiques et Paralympiques. Plusieurs cérémonies d'hommage retransmises en direct ont montré l'engagement du groupe à refléter les grandes émotions collectives : l'hommage à Jacques Delors aux Invalides le 5 janvier, la cérémonie en mémoire des otages israéliens du Hamas le 7 février, l'hommage national à Robert Badinter, ancien ministre de la Justice, le 14 février place Vendôme, la cérémonie du 8 mars célébrant l'inscription de l'IVG dans la Constitution.

1.2.3.3.2 Une offre de proximité et une consolidation de la marque « ICI »

L'année 2024 a marqué la consolidation d'ICI, offre de proximité commune à Radio France et France Télévisions. L'ensemble des programmes des 24 antennes régionales, structurées autour de 13 directions, est désormais labélisé ICI.

Les rendez-vous quotidiens "ICI 12/13" et "ICI 19/20", produits intégralement par les rédactions régionales, ont continué de proposer une offre globale mêlant actualité régionale, nationale et internationale, renforçant ainsi le lien de proximité avec les téléspectateurs. Le déploiement de quatre nouvelles matinales communes avec France Bleu a permis d'étendre l'offre "ICI Matin" à 37 éditions sur tout le territoire. Ces émissions, diffusées chaque jour de la semaine, ont contribué à renforcer la couverture de l'actualité locale.

L'année a ainsi été marquée par une augmentation significative du volume de diffusion régionale, atteignant 41 423 heures, en hausse par rapport à 2023 (37 077 en 2023, +11 %). Dans le domaine de l'information, ce sont 24 408 heures qui ont été consacrées à des contenus locaux. En parallèle, les antennes ont assuré un accompagnement exemplaire des échéances électorales, avec un dispositif exceptionnel pour les élections législatives : trois émissions spéciales avant les tours de scrutin, des débats sur les 24 antennes régionales et des soirées électorales en direct avec des décrochages locaux.

La programmation régionale a également continué de refléter les spécificités culturelles et sociales des territoires : des émissions matinales en semaine sur la richesse du territoire (*Dans votre région*, *Le temps d'un détour* ou *Littoral*), des week-ends culinaires (*Nos terres gourmandes* et *La cuisine des mousquetaires*) et de la culture en deuxième partie de soirée (*Enquêtes de région* et *Culture dans votre région*). Les documentaires ont joué un rôle essentiel dans cette offre régionale, avec plus de 3 990 heures diffusées sous les marques *La France en Vrai* et *La France en Beau*, produits en partenariat avec les antennes régionales.

Le numérique a confirmé son rôle clé dans la stratégie de proximité de France Télévisions, pilier de l'offre France 3 Régions, franceinfo et ICI. Les sites régionaux ont enregistré une progression impressionnante avec 860 millions de visites en 2024 (2,4 millions de visites par jour), soit +42 % par rapport à l'année précédente. L'application commune "ICI", développée avec France Bleu, a quant à elle rassemblé 4,1 millions de visites par mois en moyenne (+24

% par rapport à 2023), témoignant de l'intérêt croissant pour une information locale accessible et connectée.

1.2.3.3.3 Une année riche en initiatives pour les Outre-mer avec le réseau la 1ère

En 2024, France Télévisions a renforcé son engagement envers les territoires ultramarins, à travers une offre qui met en lumière leur actualité, leur culture et leurs talents.

Le pôle Outre-mer a proposé plusieurs soirées spéciales consacrées aux grandes questions politiques. Parmi celles-ci, la soirée spéciale dédiée à la situation en Haïti en mars, celle portant sur les événements en Nouvelle-Calédonie en mai et celle sur la thématique de la vie chère aux Antilles en novembre ont offert des éclairages approfondis sur des problématiques majeures, enrichis par des débats et des témoignages locaux.

Les rédactions ultramarines ont également été pleinement mobilisées pour couvrir des élections européennes et législatives, avec des reportages et analyses qui ont mis en perspective les spécificités de chaque territoire.

▪ Des fictions et documentaires célébrant la diversité ultramarine

L'année 2024 a été marquée par une montée en puissance des productions audiovisuelles ultramarines. Le pôle Outre-mer a enrichi son catalogue avec des fictions inédites comme *Jusqu'au bout du rêve* (Polynésie), *En boucle* (La Réunion), *Manmzel à New-York* et *Zétwal Caraïbes* (Antilles). Des documentaires ont mis en avant les Jeux Olympiques et Paralympiques tels que *Surf, le feu sacré* ou *Champions de La Réunion, leur handicap est une force*. À cela s'ajoutent des documentaires événementiels comme *Le retour des trésors polynésiens*, proposé lors des Journées du Patrimoine ou encore la série documentaire *Esclaves*, diffusée à l'occasion des commémorations de l'abolition de l'esclavage. Le portail La 1ère a également lancé une nouvelle offre dédiée aux séries ultramarines depuis juillet 2024, proposant 13 titres et 260 épisodes.

Des événements incontournables comme le *Sakifo* à La Réunion, le *Heiva* en Polynésie, ou encore le concours de chant lyrique *Voix des Outre-mer* ont été mis à l'honneur sur les antennes des 1ère et relayés sur les plateformes numériques.

▪ Une visibilité renforcée sur les antennes nationales

France Télévisions a poursuivi ses efforts pour valoriser les territoires ultramarins au niveau national, notamment grâce à l'opération annuelle Cœur Outre-mer, qui a touché près de 30 millions de téléspectateurs en 2024. Avec des émissions telles que *Outremer.lemag* ou *Outremer.ledoc*, et des documentaires diffusés sur France 2, France 3 et France 5, les Outre-mer ont trouvé un écho toujours plus important auprès du public métropolitain.

1.2.3.4 Créer des repères pour la jeunesse

1.2.3.4.1 Okoo : L'année de l'interactivité et de la diversité pour les jeunes publics

La marque jeunesse de France Télévisions a renforcé son engagement auprès enfants, déclinant son offre à la fois sur les antennes linéaires et les environnements numériques. Avec la diffusion étendue de *Okoo-koo*, *T'es au top* et *C'est toujours pas sorcier*, l'offre jeunesse de France Télévisions a continué à marquer sa spécificité en proposant aux enfants des programmes incarnés traitant de toutes leurs questions : bien être, vie quotidienne et vulgarisation scientifique.

Okoo a diversifié son offre de fictions pour répondre aux besoins spécifiques de tous les âges : pour les tout-petits, la série *Moustache et Patoune* ; pour les enfants de sept ans et plus, deux nouvelles séries européennes *Super Héros Académie* et *Presque populaires* ; pour les plus grands, la sixième saison d'*Askip* et la suite des aventures de Cece dans *Sortilèges à l'Opéra*.

L'animation reste le pilier de l'offre Okoo, avec 7 300 heures diffusées, dont 64 % sur le canal 14. Fidèle à ses engagements, 90 % des séries d'animation sont françaises ou européennes. Parmi les nouvelles créations, des récits engagés ont vu le jour : *Petite Casbah*, saluée pour son traitement historique sur la guerre d'Algérie à hauteur d'enfant, ou encore *Le Refuge d'Audrey*, sensibilisant à la préservation des espèces, parrainée par l'UNESCO. Des adaptations littéraires, comme *Les Trois Mousquetaires* ou *Il était une fois*, revisitent avec modernité des œuvres de notre patrimoine culturel. En décembre sur France 4, France Télévisions a diffusé *La Vie de château*, tendre adaptation de livres pour enfants abordant la question du deuil.

Enfin, Okoo a poursuivi son ambition de raconter des histoires inclusives avec des productions comme *Lola et le piano à bruit*, explorant les relations entre une sœur et son frère autiste et *Les Astres Immobiles*, centrée sur l'intégration d'une héroïne chinoise. Okoo a également développé son offre audio avec une commande de plusieurs podcasts autour de ces séries phares.

1.2.3.4.2 Lumni, un compagnon éducatif au cœur des apprentissages de 2024

En 2024, Lumni a poursuivi sa transformation engagée l'année précédente pour accompagner les élèves dans tous leurs apprentissages et répondre à leurs besoins. Une quinzaine de nouveaux programmes ont enrichi l'offre, mettant en avant des animateurs connus des jeunes publics, auxquels ils peuvent s'identifier.

Parmi ces nouveautés, *Faut que je t'explique*, animé par le Dr Jimmy Mohamed, décortique en trois minutes des questions liées à la santé des adolescents. *Le français*, avec *MaitressAdeline*, propose 39 règles de français au programme du CM1/CM2. *Taktik*, avec Mathilde de *Studygram*, devient une référence méthodologique pour les collégiens, avec un focus particulier sur l'entrée en sixième et la préparation du brevet. Enfin, *Les tutos du bac de français*, animés par Athéna Sol, accompagnent les lycéens de première pour se préparer aux épreuves du bac de français.

Lumni a également décliné des séries éducatives issues des programmes Okoo avec un label spécifique « + ». *1001 Moyen Âges+* et *1001 Mondes Antiques+* plongent les jeunes dans l'histoire médiévale et antique, *Petite Casbah+* explore l'Algérie à travers ses différentes cultures et origines et les expériences scientifiques de *CTPS+* permettent aux collégiens de découvrir des concepts scientifiques via des expériences ludiques.

Des thématiques à fort enjeu pour les jeunes publics ont aussi été développées. La série *Sexotruks*, destinée aux enfants de 8 à 11 ans, aborde avec délicatesse et pédagogie des questions liées au corps et aux sentiments. *Dans mon job – les métiers du numérique* met en lumière 20 jeunes professionnels, dont 12 jeunes femmes, pour inciter les nouvelles générations à envisager des carrières dans ce domaine d'avenir.

Le site Lumni a été optimisé pour offrir une expérience personnalisée et interactive. Les utilisateurs peuvent désormais collecter des badges et cartes, personnaliser leurs avatars, suivre leurs progrès par matière et structurer leurs révisions via des playlists.

Lumni a également renforcé ses actions de terrain, touchant plus de 22 600 jeunes à travers 61 masterclasses et ateliers en France, en collaboration avec 80 collaborateurs de France Télévisions. En lien avec Paris 2024, 19 actions ont été organisées autour des valeurs de l'olympisme – inclusion, solidarité, engagement et égalité – pour promouvoir les bienfaits du sport.

1.2.3.4.3 Slash : des récits qui comptent, une communauté qui grandit

En 2024, France.tv Slash a enrichi son offre de fiction avec sept nouvelles séries, dont quatre créations originales françaises. Le feuilleton quotidien *Deter*, qui avait débuté en septembre 2023, s'est achevé au printemps 2024. En avril, *9.3 BB*, écrit par Wallen et réalisé par Abd Al Malik, a captivé le public. En septembre, *Enjoy!* – adaptation du roman de Benoît Marchisio sur un livreur de repas à domicile – a été récompensé par le prix du meilleur acteur pour Jean-Désiré Augnet au Festival de la Rochelle 2024. En octobre, *Nos Vies En l'Air* a livré une exploration sensible de l'amitié des adolescents. En complément, des séries internationales comme *Ramy* et *Damnés*, adaptation de la saga littéraire *Fallen*, ont enrichi le catalogue.

Les documentaires ont également abordé des sujets profondément ancrés dans les préoccupations des jeunes adultes. *Jeux Dangereux* s'intéresse aux pratiques ludiques contemporaines parfois extrêmes et risquées. *Comme si j'étais morte* et *Sans rendez-vous, au planning familial* explorent des récits personnels et intimes, tandis que *Intercepteurs* met en lumière l'engagement de bénévoles traquant la pédocriminalité en ligne. *Mascus, les hommes qui détestent les femmes* offre une analyse des communautés masculinistes et de leur influence toxique et a été le succès de l'année : cumulé 7 millions de vidéos vues sur les réseaux sociaux, dont 1,6 million sur YouTube et 340 000 sur France.tv

France.tv Slash s'est également appuyé sur offre magazine forte, notamment les nouvelles saisons de *Feat.* et *Safe Zone*, animé par Faustine Bollaert. Pendant les JOP, Slash a relancé le magazine des sports extrêmes *Riding Zone*. À la rentrée de septembre 2024, Slash a lancé *Boat*, un talk-show bimensuel animé par le streamer ZeratoR, diffusé sur la chaîne Twitch de France.tv Slash. La plateforme a renforcé sa présence sur Twitch avec des initiatives

phares comme *Jeux, sets et Slash* en collaboration avec Rivenzi pendant Roland-Garros, la diffusion de la Coupe de France de League of Legends.

1.2.3.5 Fédérer et inspirer : une offre riche au service de la création et de la diversité

1.2.3.5.1 Un spectre élargi de propositions culturelles

La culture a continué d'être à l'honneur sur les antennes de France Télévisions en 2024. Les grands événements culturels ont rassemblé un large public, notamment le *Concert du Nouvel An* à Vienne, *Musiques en fête*, le *Concert de Paris*, *la Nuit du Ramadan*, ainsi que le *Festival Interceltique de Lorient*, devenus des rendez-vous incontournables. L'année a également été marquée par des célébrations autour des Jeux Olympiques Paris 2024 (avec une cérémonie interreligieuse sur le parvis de Notre-Dame en août) et la réouverture de la cathédrale Notre-Dame de Paris en décembre.

France Télévisions a mis en lumière des temps forts de l'actualité culturelle : deux éditions exceptionnelles du *Grand Échiquier*, dont l'une consacrée aux Outre-mer, la diffusion des *Victoires de la musique classique*, de la finale de l'*Eurovision* des jeunes musiciens, et des émissions spéciales autour de *Séries Mania* et de *J'aime à dire. Les Clés de l'orchestre*, animées par Jean-François Zygel, ont enchanté les téléspectateurs en explorant les chefs-d'œuvre de la musique classique.

Les captations de spectacles ont offert un accès privilégié aux plus belles scènes nationales et internationales. Parmi les moments marquants, la retransmission de *Roméo et Juliette* à l'Opéra de Paris, le concert événement de Stromae, Mika aux Chorégies d'Orange et des pièces de renom telles que *Le Dragon* de Thomas Jolly ou *Le Ciel de Nantes* de Christophe Honoré sur Culturebox. Les grands festivals, tels qu'Avignon, *We Love Green*, *les Francofolies*, ou encore *les Vieilles Charrues*, ont eux aussi trouvé un écho sur nos antennes, permettant au public de vivre ces événements de l'intérieur.

La production de contenus exclusivement pour le numérique reste comme un levier clé pour amplifier l'accès à la culture. *Bâtiment B* a proposé une nouvelle formule en direct et en public, et la collection *Blue Up* a exploré l'univers du jazz.

L'offre Culture Prime a confirmé son succès, avec des vidéos désormais disponibles sur neuf plateformes (dont *TikTok* et *Instagram*) et deux nouveaux espaces de discussion lancés en 2024 sur WhatsApp et un canal *Instagram*. Avec près de 200 millions de vues en 2024, elle continue de séduire un public large et diversifié.

Enfin, les émissions religieuses ont connu une hausse significative d'audience, rassemblant chaque dimanche 430 000 téléspectateurs, soit une progression de 8,3% de part d'audience.

1.2.3.5.2 Le cinéma sur France Télévisions : une année cinématographique au service de tous les publics

En 2024, France Télévisions a consolidé son engagement envers le septième art en renforçant l'éditorialisation de ses rendez-vous cinématographiques tout au long de la semaine et en augmentant son soutien à la création.

Sur les chaînes linéaires, le cinéma a continué d'être mis à l'honneur avec des rendez-vous hebdomadaires incontournables. France 2 a maintenu sa programmation dominicale de grands films populaires, attirant un large public familial. France 3, le lundi, a proposé des films patrimoniaux et historiques, mettant en lumière des œuvres interrogeant les transformations de la société. Le vendredi soir, France 5 a offert aux cinéphiles l'occasion de redécouvrir des classiques et des films marquants des dernières décennies. Depuis septembre 2023, CultureBox consacre son samedi soir au cinéma d'art et essai, élargissant encore l'éventail des propositions cinématographiques du groupe. À cela s'ajoute le « Cinéma de Minuit », rendez-vous nocturne célébrant les débuts du cinéma jusqu'aux années 1970.

En matière de préfinancement, France Télévisions a consolidé son rôle de premier partenaire en clair du cinéma français. Le renouvellement de l'accord avec les organisations professionnelles du secteur en mai 2024 a marqué une avancée significative, permettant une extension du rattrapage des films français et européens à 30 jours, tout en améliorant leur circulation sur les différentes chaînes du groupe. Avec un investissement de 65 millions d'euros, le groupe a soutenu près de 70 films d'initiative française, dont 38 % réalisés par des femmes. Parmi les succès de l'année, *Anatomie d'une chute* de Justine Triet, qui a remporté l'Oscar du meilleur scénario et *Emilia Perez* de Jacques Audiard, couronné de deux prix au Festival de Cannes.

Les événements ont également rythmé l'année cinématographique, avec en point d'orgue le Festival de Cannes. Partenaire officiel de cette prestigieuse manifestation, France Télévisions a déployé un dispositif éditorial exceptionnel pour couvrir l'événement, atteignant 38,4 millions de téléspectateurs et 3,5 millions de vues sur sa plateforme. Les cérémonies d'ouverture et de clôture retransmises sur France 2, les montées des marches couvertes quotidiennement sur franceinfo, ainsi que la délocalisation de plusieurs émissions phares comme *C à Vous* ou *La Grande Librairie* sur la Croisette, ont permis de partager l'effervescence du festival avec le plus grand nombre. Dix-huit films préfinancés par France Télévisions ont été sélectionnés dans les différentes sections, confirmant son rôle central dans la production cinématographique.

Outre Cannes, d'autres événements majeurs ont marqué l'année. En janvier, France 2 a proposé une soirée spéciale avec *Shoah* de Claude Lanzmann, tandis qu'en novembre, France 5 a diffusé une version restaurée de *Napoléon vu par Abel Gance*. Le printemps a vu la célébration du cinéma d'animation lors du Festival d'Annecy, suivi par une programmation en écho à la Marche des Fiertés. L'été a été marqué par un cycle de comédies romantiques et un hommage à Pedro Almodovar, tandis qu'un focus sur François Truffaut a illuminé le Festival Lumière en octobre.

Sur la plateforme france.tv, le catalogue de films s'est enrichi avec la mise en ligne de près de 370 œuvres, grâce à une généralisation du rattrapage. Chaque mois, des cycles thématiques ont permis de valoriser des œuvres autour de sujets d'actualité ou de figures

emblématiques du cinéma. Les week-ends ont été marqués par une programmation hebdomadaire destinée à la fois aux jeunes publics et aux cinéphiles avertis.

Les courts métrages, véritable laboratoire d'expérimentation artistique, ont continué d'occuper une place de choix. Avec les cases « Histoires Courtes » sur France 2 et « Libre Court » sur France 3, France Télévisions a proposé une diversité de genres et de thématiques. Par ailleurs, des partenariats avec des initiatives comme *Talents en Court* ou *la Résidence du Court au Long* ont permis de soutenir la création émergente et d'accompagner les nouveaux talents.

1.2.3.5.3 Une diversification forte de l'offre de fiction

Genre particulièrement performant auprès d'un large public, la fiction a confirmé en 2024 sa place centrale sur les antennes de France Télévisions et sur la plateforme france.tv, grâce à une programmation riche, diversifiée et audacieuse. Chaque semaine, plus de 20 millions de téléspectateurs ont regardé au moins une fiction sur les chaînes du groupe et le genre représente toujours plus de la moitié de la consommation à la demande sur france.tv

L'année a été marquée par le succès de nombreuses mini-séries originales, qui se sont illustrées par la force de leurs sujets et la richesse de leurs univers. Des créations comme *Tout pour Agnès*, retraçant une affaire judiciaire qui a marqué ces 50 dernières années ou *Fortune de France*, revisitant une œuvre patrimoniale, ont captivé les téléspectateurs. D'autres, comme *La Peste*, ont exploré des registres dystopiques, tandis que *Dans l'ombre* et *Ça c'est Paris* se sont consacrées à des thématiques originales et contemporaines. Des mini-séries thriller, telles que *L'Éclipse* et *Un soupçon*, ont confirmé leur efficacité, et des sagas familiales, comme *Tout cela je te le donnerai* ont renoué avec un genre plébiscité par le public.

Les fictions unitaires ont abordé des faits de société sensibles et percutants, comme dans *Droit de regard*, où une mère aveugle lutte pour la garde de ses enfants en pleine procédure de divorce, ou *Parents à perpétuité*, consacré au rôle complexe de parents dont le fils est accusé de crimes graves. Des sujets poignants, tels que l'euthanasie d'un enfant polyhandicapé dans *Tu ne tueras point*, ou les violences conjugales dans *Des blessures invisibles*, ont suscité un fort engagement du public. D'autres unitaires ont retracé des parcours de vie marquants, comme *L'Enchanteur*, qui revisite la vie et l'œuvre de Romain Gary et *Seul*, un hommage à Yves Parlier et son incroyable endurance lors du Vendée Globe 2000.

Le succès des séries policières s'est une fois encore confirmé, avec des héros emblématiques tels qu'*Astrid et Raphaëlle*, *L'Art du crime*, *Alex Hugo*, *Capitaine Marleau*, et *La Stagiaire*, mais aussi de nouveaux personnages attachants comme *Simon Coleman*, *Tom et Lola*, ou *La Brigade du fleuve*. Les séries *OPJ* et *Tropiques criminels* ont enrichi l'offre avec des enquêtes ancrées dans les problématiques et cultures ultramarines.

Le feuilleton quotidien *Un si grand soleil* reste le premier feuilleton de France sur France 2 puis France 3 depuis son changement de chaîne en septembre 2024. Finalement des programmes courts comme *Vestiaires* et *Jibé et Lucien* poursuivent leur exploration de thématiques sociétales avec humour et sensibilité.

France Télévisions s'est également imposée en 2024 comme un acteur clé de la fiction internationale, grâce à des coproductions ambitieuses. Parmi les succès, *Les Gouttes de Dieu*, coproduite avec Dynamic Television, Hulu Japan et Apple TV+, a remporté un International Emmy Award pour le meilleur drame, séduisant 3,4 millions de téléspectateurs en France, dont 40 % en délinéarisé. La série *Cœurs Noirs*, après une diffusion sur Prime Video, a également marqué les esprits par son originalité, attirant 3 millions de téléspectateurs.

Les séries européennes et internationales ont enrichi la programmation avec des œuvres comme *Nautilus*, une adaptation spectaculaire de *20 000 Lieues sous les mers*, et *Concordia*, un thriller futuriste développé avec ZDF. En décembre, la grande série d'aventures *Zorro*, avec Jean Dujardin, a marqué les fêtes de fin d'année.

France Télévisions a poursuivi ses collaborations au sein de l'Alliance européenne avec ZDF et RAI. Deux projets majeurs ont vu le jour : *Kaboul*, qui explore les points de vue afghan et occidental sur la chute de la ville et *The Collective*, centré sur le combat de jeunes journalistes européens contre la manipulation de l'information. Une série familiale, *Lucky Luke*, réalisée par Benjamin Rocher, a également été produite en partenariat avec Disney+, réaffirmant l'engagement de France Télévisions dans des projets ambitieux et transgénérationnels.

1.2.3.5.4 Une offre documentaire renouvelée pour raconter les enjeux d'aujourd'hui

En 2024, le documentaire a continué d'occuper une place centrale sur les antennes de France Télévisions et sur france.tv. Chaque semaine, près de 20 millions de téléspectateurs se sont tournés vers cette offre diversifiée, qui explore les enjeux contemporains, célèbre la culture et le patrimoine, et donne la parole à ceux que l'on entend rarement.

Les Jeux Olympiques et Paralympiques ont inspiré une série de documentaires marquants, comme *Au cœur des jeux* et *A corps perdus* sur France 2, ou encore *Champions* sur Slash, qui retrace les parcours de sportifs exceptionnels. La réouverture de Notre-Dame de Paris a donné lieu au documentaire événement *Notre-Dame Résurrection*, suivi par plus de 5 millions de téléspectateurs. En parallèle, France Télévisions a honoré la Panthéonisation de Missak et Mélinée Manouchian avec *Manouchian et ceux de l'affiche rouge*, un récit poignant diffusé sur France 2.

Dans sa mission de décryptage des grandes questions contemporaines, France Télévisions a proposé des œuvres fortes telles que *MH370, la vérité disparue*, *Le début de la faim* et *Andropause, la grande débandade ?*. Les collections emblématiques comme *La fabrique du mensonge* sur France 5 ont poursuivi leur exploration des manipulations de l'information. À travers des documentaires tels que *Ukraine, le coût des armes* ou *Raqqa, l'ombre de Daech*, le groupe a approfondi la compréhension des enjeux géopolitiques.

L'année a également été marquée par des œuvres sociétales qui donnent la parole à des acteurs du quotidien, comme *Les gens du Nord* sur France 3 ou *Jeunesse en (re)transition* sur France 2, et des portraits touchants tels que *Clarisse Agbegenou, l'Olympe pour Athéna*. Ces récits humanistes s'inscrivent dans une volonté d'inclusion et d'écoute des multiples voix qui composent notre société.

Les œuvres célébrant le patrimoine et la culture ont trouvé un écho particulier, avec des documentaires tels que *La civilisation perdue d'Amazonie* et *L'opéra de Paris, Roméo et Juliette*. *Taylor Swift : la première puissance américaine* sur France 4 a illustré une approche plus contemporaine de l'art et de la société. Les séries de découverte, comme *Des trains pas comme les autres* et *Nus et culottés*, ont confirmé leur succès auprès du public.

Les documentaires de France Télévisions ont brillé sur la scène internationale en 2024. *20 jours à Marioupol* a remporté le prestigieux Grand Prix du FIPADOC, tandis que *Moissons sanglantes : 1933, la famine en Ukraine* a été primé à plusieurs reprises pour son traitement exceptionnel de l'histoire. À noter également, la série *Sur le Front* continue a été saluée pour son engagement écologique.

Enfin, france.tv a consolidé sa position de plateforme de référence avec la mise à disposition de séries documentaires en intégralité et des collections thématiques adaptées à une consommation délinéarisée. Parmi elles, *Mascus, les hommes qui détestent les femmes* sur Slash et *Léon Blum, une vie héroïque* sur France 5 ont captivé de nouveaux publics. Avec ses récits audacieux, son engagement éducatif et ses succès critiques, le documentaire reste une pierre angulaire de l'offre éditoriale de France Télévisions, continuant d'ouvrir des fenêtres sur le monde tout en suscitant la réflexion.

1.2.3.6 Magazines et divertissements : des rendez-vous fédérateurs et en phase avec la société

1.2.3.6.1 Des magazines engagés et connectés à la société

En 2024, l'offre de magazines de France Télévisions s'est renforcée, offrant des programmes ancrés dans le quotidien, abordant les grandes thématiques sociétales et environnementales tout en cultivant une approche pédagogique et accessible.

En journée, *Le Magazine de la santé*, désormais incarné par le Dr Jimmy Mohamed, a renouvelé son format pour proposer davantage de conseils pratiques et de reportages immersifs au cœur de notre système de santé. *En société*, présenté par Émilie Tran Nguyen, et *C Politique*, animé par Thomas Snegaroff, ont renforcé leur réactivité en passant en direct tous les dimanches, permettant une meilleure interaction avec l'actualité. Le samedi soir, *Quelle époque !* a poursuivi son succès, réunissant des personnalités de la culture, de la politique et du sport, tout en mettant en lumière des talents émergents issus des réseaux sociaux et de YouTube.

En prime time, des documentaires incarnés par des figures emblématiques ont marqué les esprits, comme *Fin de vie : pour que tu aies le choix* de Marina Carrère d'Encausse, ou *Aidants, il est temps de les aider* de Théo Curin, une première émission dédiée à ces 11 millions de Français qui accompagnent leurs proches malades ou handicapés. Matthieu Kassovitz a exploré les effets de la légalisation du cannabis à l'étranger dans un documentaire audacieux, tandis que *Notre Histoire de France*, porté par Tomer Sisley, a revisité l'histoire nationale avec une mise en scène originale et moderne.

L'écologie et la préservation de la planète ont pris une place encore plus importante. *Thalassa, aventures extrêmes*, sous la houlette de Diego Buñuel, a plongé dans les mers du globe pour documenter la fragilité de la biodiversité marine venant renforcer l'offre du lundi

de France 5 dédiée aux enjeux écologiques (*Sur le front, Sale temps pour la planète*). *Le Monde de Jamy* s'est recentré sur les enjeux climatiques, tandis que le nouveau magazine *25 kilos, 3 jours pour vider son sac* a exploré les voyages écoresponsables avec humour et légèreté.

1.2.3.6.2 Des divertissements et des jeux qui rassemblent

France Télévisions a affirmé son rôle de chaîne des grands événements, avec des émissions qui rassemblent un public large autour de moments d'exception. La *Grande soirée du 31 de Paris*, célébrant le passage à l'année olympique, a réuni 8,5 millions de téléspectateurs, tandis que l'*Eurovision* a confirmé son statut d'événement incontournable avec 5,3 millions de spectateurs.

Les émissions spéciales ont multiplié les hommages, avec des soirées consacrées aux *45 ans de Starmania* et aux *100 ans de Charles Aznavour*. *Taratata*, toujours aussi emblématique, a célébré les *40 ans de Bercy* avec un show exceptionnel à l'Accor Arena, diffusé en prime time sur France 2. De nouvelles créations comme *Voix de Stars* sur France 3 ou la *Superfrancofête* ont enrichi l'offre musicale.

Côté jeux, *100% Logique, la réponse est sous vos yeux* s'est imposé comme un rendez-vous familial incontournable, atteignant des audiences record avec près de 3,6 millions de téléspectateurs par émission. Ce succès a conduit à la création d'une version courte diffusée après le JT de 20h. *The Floor, à la conquête du sol* a confirmé son attrait en fin d'année et des formats de jeu comme *Le Quiz des champions* ou *Le Club des Invincibles* ont renforcé l'offre en prime time.

En journée, l'arrivée de Cyril Féraud à la tête de *Tout le monde veut prendre sa place* et celle de Théo Curin à *Slam* ont apporté un souffle nouveau aux jeux quotidiens, suivis par plus de 8 millions de téléspectateurs. Les émissions classiques, comme *Questions pour un champion* ou *N'oubliez pas les paroles*, ont continué d'enchaîner les records d'audience.

Enfin, *Drag Race France* a confirmé son impact culturel avec une troisième saison très suivie, culminant lors d'une finale spectaculaire au Grand Rex, faisant de l'émission un véritable phénomène de société.

1.2.4 Audiences

La mesure Mediamat de Médiamétrie évolue au 1^{er} janvier 2024 afin de mieux prendre en compte l'ensemble des usages : les foyers non équipés TV et les écrans digitaux à domicile sont désormais pris en compte. Cela entraîne mécaniquement une baisse de la durée d'écoute individuelle liée à l'intégration de plus petits consommateurs TV (ceux qui n'ont pas de poste de télévision). Le temps passé devant la télévision reste tout de même très important dans la vie des Français. Au global, quel que soit l'écran, les Français ont consacré 2h57 aux programmes de télévision en 2024¹³ (vs 3h20 en 2023 et 3h26 en 2022). La puissance du média TV est désormais mieux prise en compte : la couverture augmente

¹³ Source : Médiamétrie – Mediamat National DEI Total TV – janvier-novembre 2024

nettement en 2024 avec 46,2 millions de téléspectateurs quotidiens (vs 43 millions en 2023, soit 3,2 millions de plus chaque jour).

Dans le même temps, les services payants de vidéo à la demande (SVOD)¹⁴ confirment leur installation durable dans les usages. Le marché SVOD atteint tout de même un pallier, à un haut niveau, depuis deux ans : 30 millions d'individus âgés de six ans et plus déclarent utiliser actuellement au moins une plateforme SVOD. Chaque jour, on compte 9,1 millions d'utilisateurs âgés de 15 ans et plus (vs 9,3 millions en 2023 et 8,9 millions en 2022). Netflix reste de loin la première plateforme SVOD en France (21,6 millions d'utilisateurs), devant Prime Vidéo (13 millions d'utilisateurs) et Disney+ (9 millions d'utilisateurs).

1.2.4.1 France Télévisions progresse nettement en cette année olympique

Compte tenu de la nouvelle mesure d'audience et de la période des Jeux olympiques et paralympiques, France Télévisions renoue avec un très haut niveau de couverture : le groupe a touché **81 % de la population en moyenne chaque semaine**¹⁵ (vs 77 % en 2023), quel que soit l'écran (télévision, ordinateur, mobile et tablette). La couverture hebdomadaire s'élève à **71 % chez les 15-24 ans**, à 85 % chez les actifs et à 94 % chez les jeunes retraités.

Au cours d'une année marquée par le succès des Jeux olympiques et paralympiques 2024, France Télévisions reste le premier groupe média audiovisuel et s'affiche en hausse avec **29,8 % de part d'audience** (vs 29,3 % en 2023 et 29,4 % en 2022), au plus haut depuis 2012. Sur l'ensemble de la population 4+, le groupe creuse l'écart avec son concurrent direct, à 3,2 points devant le groupe TF1 à 26,7 % (contre un écart de 2,5 points en 2023 et 2,8 points en 2022).

Dans le Top des meilleurs programmes de l'année, 58 programmes ont été diffusés sur France télévisions.

1.2.4.1.1 Portées par une année olympique, France 2 et la plateforme france.tv sont en progression

France 2 progresse pour la septième année consécutive à 15,8 % de part d'audience (vs 15,3 % en 2023, 14,8 % en 2022, et 14,7 % en 2021), à son meilleur niveau depuis 2010 et **la plus forte hausse des chaînes généralistes en 2024** (+0,5 point).

Plus que jamais la chaîne de l'événementiel, **France 2 culmine à 32,3 % de part d'audience en moyenne pendant la quinzaine des Jeux olympiques**, et enregistre une audience historique pour la cérémonie d'ouverture avec **27,1 millions de téléspectateurs en moyenne à J+28**. Diffusés pour la première fois sur France 2, les Jeux Paralympiques de Paris bénéficient d'une exposition exceptionnelle : le public est au rendez-vous et France 2 se place en tête sur la période avec **18,8 % de part d'audience**. La cérémonie d'ouverture réunit en moyenne 11,2 millions de téléspectateurs à J+28.

¹⁴ Source : Médiamétrie – Observatoire des usages et des comportements SVOD (juin 2024) & Médiamétrie / Harris Interactive – Baromètre de la consommation SVOD (janvier-octobre 2024)

¹⁵ Source : Médiamétrie/ Médiamat Thématik. Agrégat France.tv VAD avec France 4 (janvier-octobre 2024)

La première chaîne publique consolide sa position sur les tranches d'information : *Télématin* demeure la première matinale de France malgré une concurrence renforcée (23,8 % en semaine) ; les journaux de 13 heures et de 20 heures maintiennent leur puissance (4,1 millions de téléspectateurs et 21,3 % de part d'audience pour le 20 heures, 2,3 millions et 20,7 % pour le 13 heures).

Les téléspectateurs sont fidèles aux rendez-vous de France 2 tout au long de la semaine et **la chaîne voit ses performances se renforcer sur les après-midis du week-end à la rentrée** (*Au bout de l'enquête, Un dimanche à la campagne*).

En première partie de soirée, France 2 demeure la référence des mini-séries événementielles, dans des genres variés (*L'éclipse* à 4,9 millions de téléspectateurs, *La Peste* à 4,1 millions, *Fortune de France* à 3 millions, ...), désormais mises à disposition à J-7 sur france.tv. Les héros fiction dépassent les 5 millions de téléspectateurs (*Capitaine Marleau, Astrid et Raphaëlle, César Wagner*). **Le succès des quiz familiaux en soirée se confirme** : 3,4 millions pour *100% logique* (24 % de part d'audience sur les enfants et 18 % sur les parents) et 3,2 millions pour la nouveauté *The Floor*. **France 2 s'engage avec des programmes impactants et en lien avec l'actualité du pays, en documentaires** (*Apocalypse – Les débarquements* à 3,6 millions, *Au cœur des Jeux* à 2,6 millions pour les derniers épisodes, 2,6 millions également pour la nouvelle série documentaire *Notre histoire de France*, ou *Notre-Dame Résurrection* à 2,9 millions) **comme en fiction** (*Signalements* à 4 millions, *Tu ne tueras point* à 3,7 millions).

France 3 est quasi stable à **8,9 % de part d'audience (-0,1 point)**. Elle demeure **troisième chaîne nationale** nettement devant M6 (7,8 %). Pour la première fois en co-diffusion simultanée avec France 2 pendant les Jeux Olympiques, France 3 tire son épingle du jeu avec **13,5 % de part d'audience pendant la quinzaine**. En soirée, la chaîne renforce la puissance de sa **fiction nationale**, avec **4,5 millions de téléspectateurs et 21,4 % de part d'audience en moyenne sur ses cases premium**, en hausse de 1,4 point (jusqu'à 6,2 millions de téléspectateurs pour *Alex Hugo* ou 5,4 millions pour *Meurtres sur la Côte bleue*). France 3 renouvelle ses récurrents fiction avec le duo *Tom et Lola* (**4,2 millions en moyenne et un élargissement du public**). France 3 demeure tournée vers les territoires dans tous les registres (*Des racines et des ailes* jusqu'à 2,2 millions pour *Passion patrimoine, Les gens du Nord* et *Le grand concours des régions* à 1,9 million). A la rentrée 2024, France 3 se renforce sur le carrefour stratégique 20h-21h ; en accueillant le feuilleton *Un si grand soleil*, la chaîne fait plus que tripler son niveau sur la case.

Cinquième chaîne nationale, France 5 est stable à **3,5 % de part d'audience**. France 5 demeure une référence du décryptage avec *C dans l'air* (1,1 million et 10,2 %) et *C à vous* (1,2 million et 7,4 %, stable). France 5 se renforce en access le week-end : le samedi, *C l'hebdo* à 840 000 téléspectateurs et 6,1 % de part d'audience (+0,8 point) ; le dimanche, *En société* à 620 000 téléspectateurs et 4 % (+0,6 point). Le succès des **marques emblématiques de magazines et documentaires** ne se dément pas (jusqu'à plus de 2 millions pour *Des trains pas comme les autres* et un niveau toujours solide pour *Science grand format, Echappées belles, Sur le front...*). France 5 se distingue avec des **programmes impactants pour comprendre la société et le monde** (*Je ne suis pas chinetoque* à 1,1 million, près d'1 million pour *Opération Trump : les espions russes à la conquête de l'Amérique*, ou près de 900 000 téléspectateurs pour *Nos jeunesses d'Iran*).

En 2024, la plateforme france.tv prend une autre dimension. Chaque mois, la plateforme totalise **186 millions de vidéos vues, en nette progression sur un an** (vs 146 millions en 2023). Portés par la meilleure prise en compte de la mesure Médiamétrie et par l'accélération de notre stratégie digitale, les **contenus délinéaires** de France Télévisions (tous environnements confondus, france.tv et plateformes sociales), attirent **chaque mois 35 millions de vidéonautes uniques¹⁶ âgés de quatre ans et plus**, soit la plus forte croissance parmi les éditeurs de télévision gratuite sur un an, et un écart de **+2,3 millions** devant notre concurrent direct TF1. La progression de la plateforme est portée par des dispositifs éditoriaux performants en fiction tout particulièrement (preview...) et par le direct (sport, information). Très puissante pendant Roland Garros, la plateforme bat tous les records pendant les Jeux olympiques et paralympiques avec **225 millions de vidéos vues**.

Stable par rapport à 2023 avec **une part d'audience de 0,8 %**, franceinfo gagne néanmoins des téléspectateurs : **5,3 millions de téléspectateurs quotidiens** (vs 5 millions en 2023). De plus en plus régulièrement au-dessus du point de part d'audience (94 scores quotidiens à 1 % ou plus sur l'année), la chaîne réalise en particulier **de belles audiences au moment des législatives** : près de **8 millions de téléspectateurs pour 1,4 % de part d'audience** le jour du premier tour le 30 juin et 7 millions pour 1,4 % de part d'audience le jour du second tour le 7 juillet. La fin d'année marque une consolidation de son audience : **0,9 % sur le dernier quadrimestre**.

L'offre numérique franceinfo sur le web et dans sa version application mobile s'affiche une nouvelle fois au premier rang des plateformes d'information avec **23 millions de visiteurs mensuels** et **4,1 millions de visiteurs uniques quotidiens**. franceinfo creuse même l'écart avec la concurrence en gagnant près de **800 000 utilisateurs quotidiens (+23 % vs 2023)**. Ce succès est largement porté par les contenus régionaux qui touchent **15,3 millions de visiteurs uniques mensuels** et **1,8 million en moyenne par jour (+55 % vs 2023)**.

1.2.4.1.2 Des offres jeunesse référentes

En 2024, Okoo a confirmé son rôle de référence pour les jeunes publics avec **une couverture mensuelle moyenne de 3,5 millions d'enfants de 4-14 ans sur ses offres linéaires et numériques**. France 4 et France 5 ont retrouvé des positions de leadership de septembre à décembre (en semaine, hors mercredis et vacances scolaires) sur les cases enfants stratégiques, notamment l'afterschool de France 4. Sur le numérique, près de **46,7 millions de vidéos par mois**, avec des lancements remarquables comme *Wakfu S4* (6,2 millions de vidéos vues). *Bluey* est le programme le plus regardé avec 30,4 millions de vues tandis que des *Grizzly et les lemmings* (17,8 millions), *Simon* (15,9 millions) et *Mystery Lane* (12,3 millions) ont très bien performé.

Cette année, France.tv Slash a connu une belle croissance, avec une augmentation de 50 % de sa consommation globale, passant de **20 millions à 30 millions de vidéos vues par mois** sur ses différents environnements (Instagram, TikTok, Facebook, France.tv, Snapchat, YouTube).

¹⁶ Source Médiamétrie : Médiamat Thematik (ad hoc france.tv VAD incluant France 4). Consommation preview, replay et extraits sur les réseaux sociaux des contenus watermarkés (janvier-novembre 2024)

Finalement, Lumni a renforcé son impact auprès des jeunes publics avec plus de **50 millions de vidéos vues sur les réseaux sociaux**, marquant une progression de 133 % par rapport à l'année précédente grâce à une stratégie d'incarnation dynamique sur TikTok et Instagram. Les performances de Lumni.fr sont restées solides **avec 1,2 million de visiteurs uniques**.

1.2.4.1.3 La 1ère demeure la marque média de référence sur l'information et la proximité en Outre-mer

Le réseau des 1ère a continué de s'imposer comme **un média incontournable dans les Outre-mer**, avec une offre sur quatre supports (radio, TV, web, réseaux sociaux) en constante progression. En 2024, **39 % des habitants d'Outre-mer ont regardé les programmes des 1ère chaque jour**¹⁷, représentant **836 000 téléspectateurs quotidiens**. Les stations locales ont enregistré des performances notables, comme en Nouvelle-Calédonie, où La 1ère a atteint **une part d'audience record de 39,9 % (+27 % vs 2023)**. En radio, les stations ultramarines ont continué de rassembler un public fidèle, avec 407 000 auditeurs quotidiens, soit 19 % de la population de référence. **Les podcasts des 1ère** ont également rencontré **un franc succès**, totalisant **près de 2,7 millions d'écoutes en 2024**¹⁸.

1.2.4.2 Une qualité de l'offre reconnue par le public

Mis en place par France Télévisions depuis 2003, **le Quali TV est un outil de mesure de la satisfaction des téléspectateurs à l'égard des programmes**. Il permet de mesurer l'impact, les qualités éducatives et l'originalité des contenus¹⁹.

Près de la moitié des cent Prime les mieux notés de l'année 2024 au Quali TV ont été diffusés sur France Télévisions (44 sur 100), parmi lesquels :

- **Neuf programmes parmi les dix les plus valorisés pour leurs qualités éducatives** (Téléthon, Paralympiques, les documentaires *Manouchian et ceux de l'affiche rouge*, *La traque des Nazis : le dernier combat* et *Libération(s), dans la joie et la douleur*, les magazines *Le monde de Jamy* et *Cash investigation*, le jeu *100% logique*) ;
- **Sept programmes parmi les dix les plus originaux** (Paralympiques, Téléthon, *100% Logique*, *La carte aux trésors*, *Prodiges*, l'unitaire *Tu ne tueras point*) ;
- **Sept des dix programmes les plus impactants** (les documentaires *Manouchian et ceux de l'affiche rouge*, *Apocalypse : les débarquements et 1914*, et *soudain la guerre !*, Téléthon, Jeux Olympiques et Paralympiques, la fiction sociétale *Signalements*).

Par ailleurs, dans un contexte général de défiance vis-à-vis des médias, les offres d'information de France Télévisions (JT, chaîne d'information en continu et offre numérique) se distinguent clairement de leurs concurrents sur la notion centrale de la confiance²⁰. Comprises globalement, elles bénéficient de la confiance de 75 % de la population vs 54 %

¹⁷ Source Médiamétrie Métridom

¹⁸ Source Audiomeans

¹⁹ Baromètre qualitatif des programmes – Harris Interactive – Données arrêtées au 8 décembre 2024

²⁰ 8^e vague du Baromètre IFOP de l'image de l'information de France Télévisions et ses principaux concurrents

pour les offres privées (du périmètre de l'étude). Dans chacune des trois catégories, l'offre de France Télévisions domine celle de ses concurrents sur cet item. L'offre de France Télévisions est globalement perçue comme neutre et équilibrée dans son traitement de l'information vis-à-vis du gouvernement. Par rapport à ses concurrents privés, elle donne une juste place aux événements (76 % vs 57 %) et est jugée impartiale (72 % vs 53 %).

1.3 Axes stratégiques, enjeux et opportunités

L'audiovisuel public et France Télévisions sont confrontés à trois grands défis à l'horizon 2030 :

- **Le défi de l'information** : fake news, intelligence artificielle, attaques contre la liberté d'informer partout en Europe et dans le monde. Dans ce contexte, l'enjeu est de continuer de donner accès à tous et gratuitement à une offre d'information de qualité.
- **Le défi des usages** : les jeunes générations consomment de plus en plus de contenus audio et vidéo proposés par les plateformes. L'enjeu est de développer les offres dédiées aux jeunes publics.
- **Le défi du rapport au temps** : passer d'un temps qui avale à un temps qui nourrit et enrichit. L'enjeu pour l'audiovisuel public est de creuser le sillon de sa singularité, de sa différence, sur tous les genres de programmes, en parfaite complémentarité avec les chaînes privées.

Pour répondre à ces défis, France Télévisions s'est fixée trois priorités :

- **Relever le défi technologique** : dans un contexte de développement de l'équipement des foyers (box, smart TV, boîtiers TV connectés, ...), l'objectif est le renforcement de la plateforme france.tv pour la mettre au niveau des meilleurs standards de marché (ergonomie, personnalisation, recommandations) et s'assurer qu'elle soit accessible sur tous les nouveaux environnements connectés.
- **Renforcer l'impact de France Télévisions** : en particulier sur l'information, attente centrale des publics, l'objectif est de :
 - Continuer à proposer une offre d'information et d'actualité de proximité pour recréer du lien ;
 - Devenir, avec l'audiovisuel public, un tiers de confiance en matière de lutte contre les fausses informations face à la vague IA²¹ ;
 - Renforcer l'expertise et le temps long en favorisant notamment la réflexion et l'éducation autour des défis majeurs (citoyenneté, santé, environnement).
- **Rassembler tous les Français et mieux répondre aux attentes des jeunes publics** :
 - Développer les savoirs pour tous (notamment renforcement de l'offre documentaire de création et de l'offre éducative), créer un imaginaire commun, accompagner et faire dialoguer les Français (répondre aux questions qui animent, interrogent, fracturent ou rassemblent la société française) ;

²¹ Intelligence artificielle

- Accroître l'effort en faveur des jeunes publics en proposant une offre dédiée aux moins de 25 ans, à la fois plus complète et sur tous les canaux, participer à l'éveil citoyens des jeunes français et les initier aux grands enjeux de société (éducation à l'image, citoyenneté et laïcité, ...).

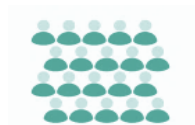
1.4 Performance

Chiffres clés 2024

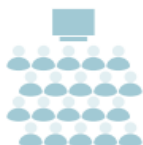
France Télévisions, premier dans le quotidien des français



groupe du paysage audiovisuel français
29,8 % DE PART D'AUDIENCE 4+



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



35 MILLIONS
de vidéonautes uniques (*) par mois
sur la plateforme **france.tv**
sur 4 écrans (TV, ordinateur, smartphone, tablette)
* 4 ans et plus



186 MILLIONS
de vidéos vues sur un an
sur la plateforme **france.tv**



23 MILLIONS
de visiteurs uniques mensuels
sur l'offre numérique **franceinfo**
(web et application mobile)



Avec **50 HEURES de direct** chaque jour
France Télévisions a été suivie par
près de **60 MILLIONS de Français**

France Télévisions, premier dans le cœur des français



44 PROGRAMMES diffusés en Prime time
dans le Top 100 du QualiTV



3 FRANÇAIS SUR 4
ont confiance dans les offres d'information de France Télévisions
(JT, franceinfo canal 27 et offre numérique)

France Télévisions, premier contributeur de la création audiovisuelle

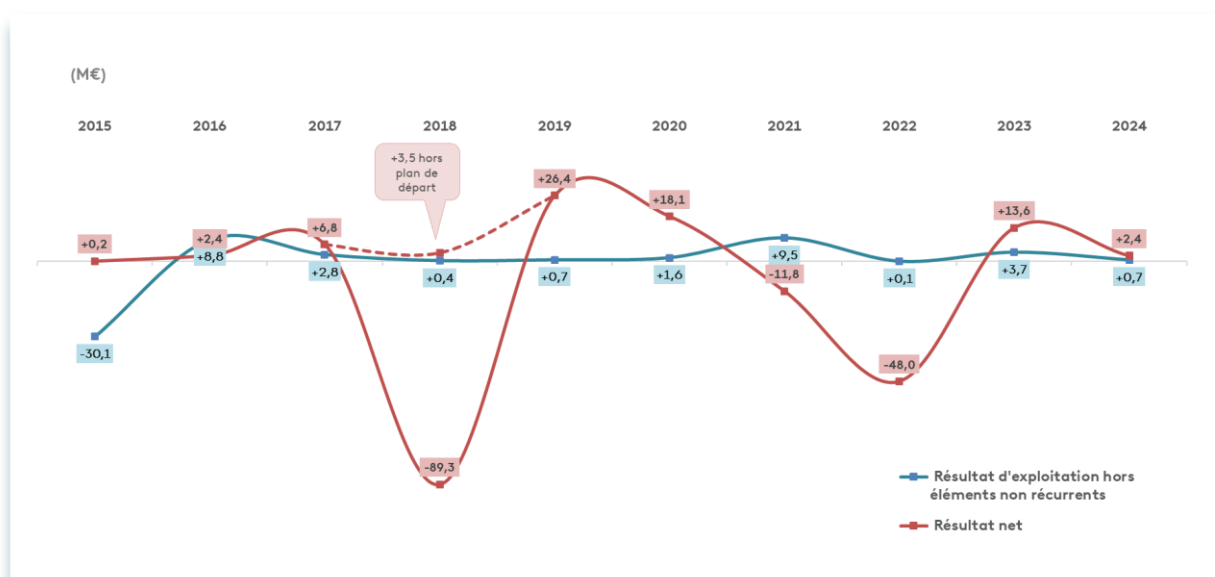
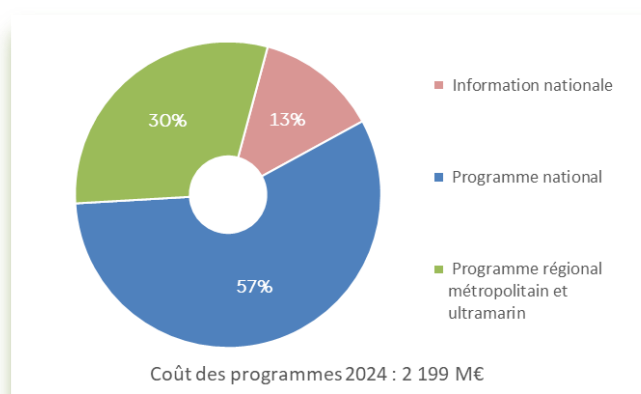
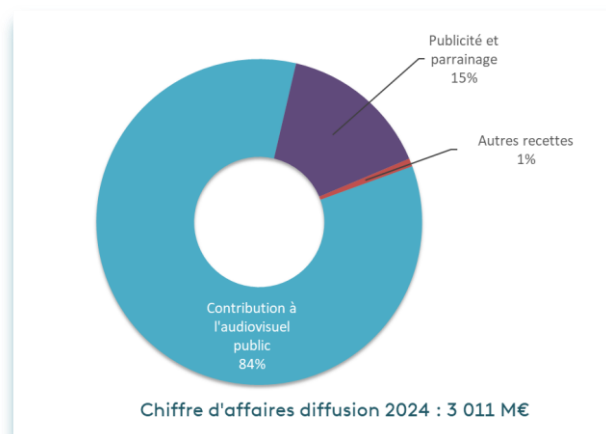


Investis dans la création audiovisuelle en 2024 *



Investis dans le cinéma en 2024 *

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



1.5 Evènements marquants de l'exercice écoulé

Groupe et organisation

Dans la continuité de l'année 2023, marquée par les négociations du futur contrat d'objectifs et de moyens (COM) de l'entreprise pour la période 2024-2028, et conformément à la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, le projet de COM a été adressé par la tutelle à l'ARCOM – qui a rendu un avis favorable à l'été 2024 – et aux commissions chargées des affaires culturelles et des finances de l'Assemblée nationale et du Sénat. Comme elles ont la faculté de le faire au titre de la loi, les commissions des affaires culturelles de l'Assemblée nationale et du Sénat, ainsi que la commission des finances de l'Assemblée nationale, ont rendu en novembre un avis défavorable sur ce projet de COM (comme sur les projets des autres entreprises de l'audiovisuel public). Cet avis a été motivé par la caducité de la trajectoire des concours publics sur la période 2024-2028 telle qu'elle avait été arbitrée par l'exécutif à l'automne 2023 et inscrite dans le plan d'affaires du projet de COM – révision à la baisse dès l'exécution 2024 (décret d'annulation du 21 février 2024 puis projet de loi de finances de fin de gestion pour 2024) et au PLF pour 2025. Des réflexions sur la nature des évolutions à apporter aux projets de COM afin de tenir compte de la modification de la trajectoire budgétaire doivent reprendre.

Début juillet 2024, Delphine Ernotte Cunci a été reconduite pour un troisième mandat à la tête de l'Union Européenne de Radiotélévision (UER/EBU) pour une durée de deux ans, à compter du 1^{er} janvier 2025. Cette reconduction à la présidence de l'UER, plus grande association de médias publics au monde, intervient dans un contexte où l'audiovisuel public européen fait face à des défis sans précédents : la transformation radicale des usages et du secteur audiovisuel, les défis majeurs de la désinformation sur la qualité du débat public jusqu'à la montée des populismes en Europe et des interférences politiques sur les médias publics.

Le 15 novembre 2024, le groupe France Télévisions a posé la première pierre de ses nouveaux studios de production à Vendargues. Ce projet V Studios de France.tv Studio avait été retenu en mai 2023 dans le cadre du plan de financement « France 2030 » de la Grande Fabrique de l'image. Ce nouvel outil de production permettra d'augmenter la capacité de tournage de France Télévisions en complémentarité de l'offre actuelle sur le site historique de Vendargues²², représentant déjà plus de 16 000 m² de plateaux et d'infrastructures de post production et d'effets visuels numériques. Ce site sera ouvert à l'ensemble des industries culturelles et créatives françaises et étrangères et sera mis en exploitation début 2026.

En novembre 2024, les groupes audiovisuels France Télévisions, M6 et TF1, les principales organisations de gestion collective (l'ADAMI, la SACD, la SACEM et la SCAM) ainsi que les syndicats de producteurs (ANIMFRANCE, le SPI et l'USPA) ont créé « LaFA, la filière

²² Le premier studio de Vendargues appartient à France Télévisions

audiovisuelle ». Dans un contexte de bouleversements profonds du secteur, l'ambition de LaFA est d'assurer la solidité de son modèle économique, d'accompagner sa transformation, de garantir la diversité et le renouvellement de la création, et d'assurer le rayonnement de l'exception culturelle française.

L'année 2024 a été marquée par la poursuite de la réorganisation immobilière des sites parisiens du groupe France Télévisions. Ce projet, dénommé Campus a été initié fin mai 2022, et permettra de regrouper, à horizon 2025, l'ensemble des salariés d'Île-de-France dans un périmètre de 250 mètres autour du siège. Au-delà de cette seule dimension immobilière, le projet offre une occasion de repenser les modes de fonctionnement collectif, l'organisation spatiale et la performance environnementale.

Depuis fin 2024, suite au passage du cyclone Chido, toute l'entreprise s'est mobilisée pour les salariés de la station de Mayotte 1^{ère} par le déploiement d'actions de soutien : notamment cellule de crise autour de la Présidente pour sensibiliser les autorités aux besoins de notre station, sécurisation de nos sites, réapprovisionnement divers, acheminement de techniciens, journalistes et autres renforts, aide au recensement des dégâts et impacts, délocalisation provisoire de certaines fonctions supports, aide au maintien opérationnel des installations techniques, soutien à distance des équipes numériques.

Stratégie et offre

L'année 2024 a été marquée par le succès de la diffusion des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 sur les antennes et les plateformes du groupe. France Télévisions a proposé une offre sportive exceptionnelle avec plus de 1 500 heures de retransmissions sur ses antennes (dont 1 400 heures de directs consacrées à 62 disciplines, parmi lesquelles 23 sports paralympiques) et, en complément, près de 7 000 heures de directs disponibles sur l'offre numérique (dont 2 100 heures dédiées à une chaîne numérique Jeux Olympiques et 1 500 heures pour le *multifeed* des Jeux Paralympiques, permettant de suivre chaque instant des compétitions).

L'année 2024 a été également marquée par le déploiement d'un dispositif éditorial inédit de mise en valeur des célébrations du 80ème anniversaire de la Libération de la France et par un dispositif exceptionnel à l'occasion de la réouverture de Notre-Dame de Paris.

En mars 2024, pour la sixième année consécutive, France Télévisions a décroché le trophée Qualiweb²³ de la meilleure relation client en ligne dans le secteur Information / Média.

²³ Établi chaque année par l'institut d'études marketing Cocedal Conseil, le trophée Qualiweb récompense les meilleurs services de relation client en ligne

Le 17 mai 2024, France Télévisions et le cinéma français (le BLIC²⁴, le BLOC²⁵ et L'ARP²⁶) ont signé un accord portant sur les années 2024-2028²⁷, qui traduit une volonté partagée par les signataires de renforcer le financement de la création et de la diffusion cinématographique par France Télévisions et d'assurer une meilleure exposition des œuvres sur ses offres linéaires et non linéaires. France Télévisions renforce ainsi sa première place de financeur du cinéma français et européen en clair et confirme son profond attachement au cinéma.

A l'occasion des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024, France Télévisions a lancé France 2 UHD à partir du 23 janvier 2024 et France 3 UHD à partir du 10 juillet. Autorisé par l'ARCOM en octobre 2023, France Télévisions est devenue le premier groupe audiovisuel à fournir un canal Ultra Haute Définition sur la TNT offrant ainsi une qualité d'image et de son inégalée aux téléspectateurs français. Grâce à la couverture de la Télévision Numérique Terrestre, les deux chaînes sont disponibles sur une large partie du territoire métropolitain et neuf collectivités Outre-mer.

En décembre 2024, France Télévisions et la CNIL²⁸ ont conclu un accord visant à lutter contre la désinformation et proposer à nos téléspectateurs et à nos équipes les clés pour leur permettre de naviguer sereinement sur le numérique (via notamment des interventions pédagogiques de la CNIL dans les programmes, une participation de la CNIL aux dispositifs d'éducation aux médias et à l'information pour les jeunes publics mis en place par France Télévisions et des échanges réguliers entre la CNIL et les journalistes afin de mieux communiquer sur les enjeux numériques dans l'offre d'information de France Télévisions).

L'année 2024 a été marquée par la consolidation de l'offre de proximité ICI, avec d'une part la poursuite du déploiement des matinales communes avec France Bleu, "ICI Matin" (37 éditions à fin 2024), d'autre part la poursuite de la diffusion des rendez-vous quotidiens d'information de France 3 passés en 2023 sous pavillon ICI ("ICI 12/13" et "ICI 19/20"), et en troisième lieu la labellisation ICI, en novembre 2024, de l'ensemble des programmes des 24 antennes régionales, renforçant ainsi le lien de proximité avec les téléspectateurs.

²⁴ Le BLIC (Le Bureau de Liaison des Industries Cinématographiques) réunit plusieurs organisations professionnelles du cinéma représentant la filière de l'amont à l'aval (production, industries techniques, édition-distribution, salles de cinéma, édition vidéo et édition numérique)

²⁵ Le BLOC (Le Bureau de Liaison des Organisations du Cinéma) fédère plus de 1 000 professionnels du cinéma et de l'audiovisuel français (producteurs, artistes, agents, exportateurs...)

²⁶ L'ARP (Société civile des Auteurs Réalisateurs Producteurs)

²⁷ Cet accord succède à celui signé en 2020 avec le BLOC et L'ARP

²⁸ CNIL (Commission nationale de l'informatique et des libertés)

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 modifiée relative à la liberté de communication et du décret n° 2009-1263 du 19 octobre 2009 modifié 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 l'ARCOM 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 2024, le Conseil était constitué comme suit :

Delphine ERNOTTE CUNCI	Présidente
Mélanie JODER	Etat
Guillemette KREIS	Etat
François HURARD	Etat
Florence PHILBERT	Etat
Olivier JACOB	Etat
Alexandre de PALMAS	ARCOM

Guillemette LENEVEU	ARCOM
Laurent BAYLE	ARCOM
Marc-Henri DESPORTES	ARCOM
Carole FERRAND	ARCOM
Emmanuel GREGOIRE	Assemblée nationale
Alexandra BORCHIO FONTIMP	Sénat
Karine BASTE	Salariée
Nathanaël de RINCQUESEN	Salarié

Au cours de l'exercice 2024, les mandats des administrateurs suivants ont pris fin :

- Charles SARRAZIN
- Chantal JANNET
- Celine CALVEZ
- Valérie BERNIS
- Gustave GAUQUELIN

Assistent par ailleurs au Conseil d'administration :

- Simon BARRY, Chef de mission de contrôle économique et financier, Responsable de la mission Médias-Culture
- 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

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 15 décembre 2023 à consentir, au nom et pour le compte de la société France Télévisions, avec faculté de délégation :

- (i) toute caution et garantie, ainsi que tout aval au profit de tiers dans la limite globale d'un montant d'un (1) million d'euros.
- (ii) à l'égard des administrations fiscales et douanières, des cautions, avals ou garanties, sans limite de montant.

Cette autorisation a été consentie pour l'année civile 2024.

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

1/ Lors de l'assemblée générale ordinaire du 4 avril 2024, ont été renouvelés les mandats de commissaires aux comptes de :

- Ernst & Young Audit, SIREN 344 366 315 RCS Nanterre, Tour First, TSA 14444, 92037 Paris-La Défense Cedex
- KPMG S.A., SIREN 775 726 417 RCS Nanterre, Tour Egho, 2 Avenue Gambetta, 92066 Paris-La Défense Cedex

pour une nouvelle période de six exercices, soit jusqu'à l'issue de l'assemblée générale qui statuera en 2030 sur les comptes de l'exercice social clos le 31 décembre 2029.

2/ Désignation des commissaires aux comptes ayant pour mission de certifier les informations en matière de durabilité

France Télévisions entrant dans la catégorie de grande entreprise, elle est tenue de publier des informations de durabilité pour les exercices ouverts à compter du 1er janvier 2025.

L'Assemblée générale doit à cet égard désigner un commissaire aux comptes ou un OTI en vue de la mission de certification des informations de durabilité.

Il est proposé à l'Assemblée générale de nommer, pour la mission de certification des informations de durabilité et pour la durée de leur mandat restant à courir au titre de la mission de certification des comptes, soit jusqu'à l'issue de l'assemblée générale qui statuera en 2030 sur les comptes de l'exercice social clos le 31 décembre 2029 :

- Ernst & Young Audit, SIREN 344 366 315 RCS Nanterre, Tour First, TSA 14444, 92037 Paris-La Défense Cedex
- KPMG S.A., SIREN 775 726 417 RCS Nanterre, Tour Egho, 2 Avenue Gambetta, 92066 Paris-La Défense Cedex

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 Rémunération des administrateurs

Le montant global annuel des rémunérations 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.

3. GESTION DES RISQUES ET DISPOSITIFS DE CONTRÔLE INTERNE

3.1 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. Le secteur audiovisuel français est actuellement en profonde mutation.

C'est dans ce contexte que les principaux facteurs de risques et les mesures existantes pour en limiter les éventuels impacts sont précisés ci-après. Seuls sont retenus dans ce chapitre les risques spécifiques dans la cartographie des risques de France Télévisions présentée au Comité d'audit.

FACTEURS DE RISQUES	IMPORTANCE*
3.1.1.1 Distribution et accès aux offres	++
3.1.1.2 IA générative dans le domaine de la communication, pillage des contenus « Scraping »	++

3.1.1.3	Recrutement de nouveaux publics, baisse de la DEI et couverture du média TV traditionnel en déclin face aux nouveaux médias	++
3.1.1.4	Capacités à maintenir la diversité des programmes dans un contexte concurrentiel exacerbé et un cadre budgétaire sous contrainte	++
3.1.2.1	Fiabilité et indépendance de l'information et qualité/conformité des programmes exposés	++
3.1.2.4	Cyber-attaques	++
3.1.2.5	Sûreté des sites, du personnel et du public	++
3.1.3.1	Modèle de financement et nouvelles contraintes budgétaires	++
3.1.3.2	Recettes commerciales	++
3.1.2.2	Diffusion des programmes – interruption de la continuité des antennes linéaires/numériques	+
3.1.2.3	Indisponibilité des moyens contribuant à l'activité métier	+
3.1.2.6	Transformation de l'entreprise : recrutements, évolution des métiers, dialogue social	+
3.1.4.1	Evolutions réglementaires impactantes	+
3.1.4.3	Conformité et éthique	+
3.1.2.7	Atteintes à l'environnement et transition écologique	●
3.1.4.2	Protection des données	●

*Importance = impact et probabilité d'occurrence : (++) Majeur (+) Important (●) Modéré

■ Risques stratégiques et environnementaux	■ Risques Opérationnels
■ Risques financiers	■ Risques juridiques

3.1.1 Risques stratégiques et environnementaux

3.1.1.1 Risques liés à la distribution et à l'accès aux offres

Descriptif du risque

L'environnement audiovisuel a considérablement évolué en France à la fois en matière de terminaux de réception, services de distribution, offres de contenus, et comportements de consommation des contenus.

Au niveau des terminaux de réception, services de distribution et offres de contenus on observe :

- La multiplication des supports d'accès : téléviseurs connectés, smartphones, tablettes, ordinateurs, consoles de jeux vidéo, casques de réalités virtuelles notamment ;

- Le déclin de la Télévision Numérique Terrestre (TNT) au profit de la réception par internet (IPTV/OTT) ;
- La distribution des signaux des chaînes de télévisions par des opérateurs notamment de télécommunications ou encore via des portails d'accès comme par exemple ceux des fabricants de téléviseurs connectés (smartTV). Ces opérateurs constituent des intermédiaires entre l'éditeur et l'utilisateur final. Cette intermédiation s'accompagne :
 - De la nécessité pour les éditeurs de s'adapter à des écosystèmes, notamment technologiques, propres à chaque opérateur ;
 - D'une difficulté à garantir l'intégrité et la qualité du signal sur l'ensemble du parcours de transmission jusqu'au récepteur final ;
 - D'une diminution pour l'éditeur de l'accès aux métriques et aux données d'usage qui constituent des éléments essentiels d'analyse de l'audience pour élaborer des stratégies de programmation efficaces.
- Une offre de contenus vidéos et d'information foisonnante qui résulte de la multiplication des services vidéo à la demande (Netflix, Disney+, Paramount+, Amazon Prime etc..) et des plateformes vidéo sur internet (FAST TV, Pluto.tv, YouTube, Tik Tok, etc...) ;
- Le développement de la distribution au travers d'offres groupées (bundle).

Au niveau des usages de consommation et d'évolution des aides aux choix des contenus :

- En matière d'équipement des foyers, le smartphone a détrôné le téléviseur marquant un virage vers la consommation individuelle²⁹ plutôt que conjointe ;
- La consommation non-linéaire poursuit son ancrage dans les usages quotidiens des Français et se traduit notamment dans la baisse de la D.E.I (traitée au § 3.1.1.3) ;
- Le référencement, le partage et la recommandation constituent des moyens de mise en avant des contenus et développement de la viralité de ceux-ci ;
- L'incorporation de l'IA générative dans les assistants virtuels marque une évolution significative dans l'aide à la recherche ou la recommandation. Cette avancée peut avoir pour conséquence de rendre invisible les éditeurs et producteurs originels de contenus et de phagocyter la chaîne de valeur en limitant le trafic vers ces acteurs (voir § 3.1.1.2)

Dans ce contexte, maintenir la visibilité des offres est un défi permanent pour les chaînes de télévisions. Ne pas être trouvé, ne pas être facilement accessible pour délivrer l'offre de contenus et d'information, est un risque pour France Télévisions dans le cadre de ses missions d'universalité d'accès pour les publics à une offre gratuite d'information, de culture, de divertissement et de connaissances.

Gestion du risque

La transposition par l'ARCOM en juin 2024 de la directive européenne concernant la mise en avant des services audiovisuels d'intérêts généraux sur des dispositifs de réception et de distribution signe une avancée significative pour les acteurs de la filière audiovisuelle française. Dans la continuité de celle-ci, la filière s'est structurée dans le cadre d'une association loi 1901 « LaFA », lancée le 14 novembre 2024. Elle a pour vocation de

²⁹ Etude de l'Observatoire de l'équipement de l'audiovisuel de l'ARCOM de juin 2024

représenter, promouvoir et défendre les intérêts collectifs de la filière auprès des pouvoirs publics notamment en matière de régulation dans un contexte de profonde mutation du secteur d'activité, mais également d'accroître l'influence face aux distributeurs et industriels.

Parallèlement France Télévisions mène des actions stratégiques visant à renforcer sa position sur le marché. Ces initiatives comprennent notamment :

- La poursuite de sa politique de partenariats avec les distributeurs et industriels clés ainsi que d'autres partenaires susceptibles de favoriser le positionnement de l'offre france.tv comme destination de choix pour les consommateurs ;
- L'affirmation de ses critères de partenariat pour la distribution de l'offre france.tv pour notamment garantir :
 - La maîtrise éditoriale du service france.tv,
 - La capacité à mesurer les résultats d'audience,
 - L'attribution des contenus à la marque France Télévisions mettant en avant la contribution de l'entreprise au processus créatif.
- La mise en commun des intérêts économiques, notamment par le biais de plateformes techniques partagées et de négociations conjointes au sein du secteur audiovisuel public ;
- L'amélioration du référencement des offres constitue également un axe majeur, impliquant notamment l'enrichissement des métadonnées associées aux contenus et à leur exploitation, l'utilisation de l'intelligence artificielle, l'optimisation des algorithmes, l'achat de mots-clés, ou encore le renforcement des pratiques d'éditorialisation et d'indexation ;
- La protection de ses contenus et de son signal contre le piratage par le biais de contrats, d'actions juridiques, marquages et développements techniques d'identification des contenus.

3.1.1.2 Risques liés à l'impact de l'IA générative dans le domaine de la communication, pillage des contenus « scraping »

Descriptif du risque

L'émergence de l'intelligence artificielle générative représente à la fois des risques et des opportunités significatives pour les producteurs et éditeurs de contenus. Dans un contexte où l'IA transforme les pratiques de création, de diffusion et de consommation des contenus audiovisuels et numériques, il est essentiel d'analyser ces dynamiques à travers le prisme des défis posés par le scraping et les résultats d'études récentes, notamment celles menées par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM).

Un des principaux risques liés à l'IA générative pour les producteurs de contenu est le scraping, qui consiste à extraire automatiquement des données ou contenus d'autres plateformes sans autorisation. Cette pratique peut nuire aux droits d'auteur et à la propriété intellectuelle, car elle permet des reproductions ou des adaptations d'œuvres sans compensation pour les créateurs originaux. Le scraping pose également des questions éthiques sur la manière dont les données sont utilisées pour entraîner des modèles d'IA, souvent en utilisant des contenus protégés sans consentement explicite.

L'intégration de l'intelligence artificielle dans les assistants virtuels estompe les distinctions traditionnelles entre les différents types de médias, particulièrement dans le domaine de l'information. Cette évolution peut avoir deux conséquences majeures :

- Réduire le nombre de visites sur les sites web des créateurs de contenus originaux,
- Entraîner un transfert de la valeur économique et de l'influence au profit des grandes entreprises technologiques qui développent et contrôlent ces assistants virtuels.

Enfin les éditeurs assument des responsabilités pénales sur ce qu'ils publient. Concernant les publications par l'IA aucune réglementation n'est encore en place générant ainsi des distorsions de responsabilité et soulevant des questions d'éthique.

Gestion du risque

Concernant le "scraping" l'émergence du risque et son essor rapide ont pris de court les acteurs économiques de la filière ainsi que les régulateurs internationaux. En France, l'ARCOM vient de rendre son rapport concernant les impacts de l'IA. Il pointe la nécessité de mener des travaux et réflexions à l'échelle nationale et internationale sur l'usage des technologies de reconnaissance et de traçabilité des contenus en lien avec les IA génératives. Des études devraient être conduites pour analyser comment les textes en vigueur s'appliquent à ces nouveaux services et évaluer les éventuelles limites des régimes de responsabilités qui s'imposent à eux.

La filière audiovisuelle française se structure dans le cadre d'une association loi 1901 LaFA lancée le 14 novembre 2024 pour défendre ses intérêts auprès des pouvoirs publics et organismes de régulation sur ces objectifs.

[3.1.1.3 Risques liés aux difficultés de recrutement de nouveaux publics, baisse de la DEI³⁰ et à la couverture du média TV traditionnel en déclin face aux nouveaux médias](#)

Descriptif du risque

La consommation numérique et le streaming sont ancrés dans les usages. L'ensemble des médias de télévision traditionnels constate un déclin du média TV au profit d'autres formes de médias (cf. § 3.1.1.1 Risques liés à la distribution et à l'accès aux offres / § 1.2.1.1 Marché de la télévisions linéaire et non linéaire). Cela se traduit notamment par une baisse structurelle de la DEI³¹ sur l'ensemble des publics avec un net décrochage sur les nouvelles générations.

France Télévisions doit s'adresser à tous les publics. L'érosion de son audience auprès des jeunes publics et de certaines classes sociales-professionnelles, qui délaisse les médias

³⁰ Durée d'écoute individuelle

³¹ARCOM-ARCEP Rapport des usages numériques 2024 : en 2023, la DEI continue de reculer pour se porter à 3h19 (soit -5 minutes en un an) pour atteindre son niveau le plus bas depuis 14 ans. Le décrochage de la TV est ainsi plus marqué sur les 15-24 ans qui en 2023 consommaient deux fois plus de temps vidéo sur internet que sur la TV.

traditionnels au profit des plateformes vidéo et des réseaux ou plateformes sociales, induit un risque pour France Télévisions de s'éloigner d'une partie de la population, et à terme de voir sa légitimité et son utilité sociale questionnées.

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 (cf. § 1.2.3 Programmes).

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 ;
- Dans un renforcement permanent de sa compréhension des attentes et besoins des publics et des citoyens (traité dans le § 3.2.3.1.2 Qualité et conformité des programmes et de l'information)

L'ensemble des actions développées vise à renforcer l'offre numérique afin qu'elle s'ancre en tant qu'offre de destination privilégiée. Dans ce cadre, France Télévisions évolue vers un rôle de distributeur avec l'intégration dans sa plateforme france.tv d'offres partenaires comme Arte. Ces actions visent à gagner en puissance et permettre aux offres de se renforcer mutuellement.

Le résultat de ces actions se traduit par un maintien de la position du groupe France Télévisions en matière d'audience (cf § 1.2.4 Audience de France Télévisions).

3.1.1.4 Risques liés au marché : capacités à maintenir la diversité des programmes dans un contexte concurrentiel exacerbé et un cadre budgétaire sous contrainte

Descriptif du risque

France Télévisions évolue dans un marché :

- Où la concurrence s'est fortement développée ces dernières années. L'arrivée d'acteurs internationaux disposant de catalogues de contenus puissants, de moyens considérables pour leur approvisionnement a notamment constitué un tournant majeur sur le marché domestique ;
- Qui s'est consolidé et concentré. De grands groupes médias se structurent pour mutualiser les moyens et ainsi répondre à la concurrence internationale ou aux besoins de production sur un marché dépassant le périmètre national ;
- Où les plateformes élargissent désormais leurs centres d'intérêts à tous les genres (sport, spectacles vivants, ...) ; et sont soumises à des obligations³² de soutien à la

³² Décret n°2021-783 du 22 juin 2021 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande (SMAD)

création française qui conduisent une augmentation des besoins de production française.

Ce contexte concurrentiel pour l'acquisition de droits et contenus se traduit mécaniquement par une hausse des coûts d'approvisionnement par ailleurs renforcée par une augmentation durable des coûts de fabrication³³ à la suite de l'inflation.

France Télévisions pourrait au regard des moyens disponibles ou alloués, notamment financiers (cf § 3.1.3 Risques financiers), rencontrer des difficultés à maintenir la diversité de ses contenus et de ses offres éditoriales en termes d'approvisionnement en droits (y compris sportifs) ou de contenus innovants et de qualité, afin de développer l'audience tout en remplissant ses obligations.

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 41 % des investissements dans la création française en 2023³⁴.

L'accord conclu en 2024 avec les organisations professionnelles de producteurs, repris dans les annexes du cahier des missions et des charges de France Télévisions lui confère ainsi valeur réglementaire et encadre à moyen terme les approvisionnements ainsi que l'acquisition de droits d'exploitation numérique requis dans le cadre de l'évolution des modes de consommation.

Dans ce cadre, la part d'approvisionnement pouvant être réalisée par france.tv studio, filiale de production de l'entreprise, progresse sécurisant ainsi la source d'approvisionnement interne du groupe.

Par ailleurs France Télévisions :

- Maintient un partenariat avec une grande diversité de producteurs et soutient l'émergence de nouveaux talents ;
- Poursuit sa politique de soutien aux jeunes talents de la création pour développer le tissu créatif français ;
- Sa politique d'alliances européennes notamment avec ses homologues du secteur audiovisuel public pour le développement d'œuvres et cofinance d'ores et déjà, selon les opportunités, un certain nombre de programmes avec les plateformes SVoD.

³³ Transports, rémunérations, hébergement...

³⁴ Source Bilan CCN 2023 Principaux flux financiers de la production audiovisuelle aidée en 2023 (M€)

3.1.2 Risques opérationnels

3.1.2.1 Risques liés à la fiabilité et indépendance de l'information ainsi qu'à la qualité/conformité des programmes exposés

Descriptif du risque

Dans un environnement médiatique et technologique où la désinformation, facilitée par l'IA, prolifère notamment via les réseaux sociaux et les plateformes en ligne, le rôle des éditeurs d'informations traditionnelles est crucial. Ils ont la responsabilité de fournir une information fiable, transparente, vérifiée, hiérarchisée et décryptée, permettant aux citoyens de comprendre l'évolution du monde et de la société pour se forger une opinion éclairée, contribuant ainsi à maintenir un débat public, essentiel au bon fonctionnement démocratique. Ce rôle est d'autant plus important dans un contexte d'agitation géopolitique et de montée de régimes autoritaires en Europe et dans le monde.

Ainsi, France Télévisions et les acteurs du secteur doivent relever de nombreux défis :

- Lutter contre la désinformation ou mésinformation,
- Trouver de nouveaux modèles économiques viables,
- Intégrer intelligemment les nouvelles technologies,
- S'adapter aux nouveaux usages des jeunes générations,
- Contribuer à la cohésion sociale, regagner la confiance du public,
- Et garantir leur indépendance éditoriale.

En tant qu'éditeur France Télévisions a également une responsabilité sur la qualité de l'ensemble 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. En cas de défaillance, France Télévisions peut être sanctionnée par l'ARCOM.

Gestion du risque

France Télévisions, en tant que média du secteur public,

- S'engage sur la lutte contre la désinformation,
- Attache une importance particulière à la qualité de son information et de ses programmes,
- S'engage sur l'éducation aux médias.

France Télévisions pour répondre à ces objectifs met en place des actions développées dans les paragraphes suivants (cf. principe généraux § 3.2.3.1.2 Qualité et conformité des programmes et de l'information et plan d'action § 4.4.2.1 Qualité et conformité de l'information et des programmes), et est attentive :

- À la formation de ses équipes de journalistes et de programmes afin qu'ils mettent en œuvre les bons comportements et soient en capacité de prendre des décisions en adéquation avec la charte des antennes et les codes de conduites qui régissent la profession ;

- À l'efficacité de la chaîne de contrôle et validation éditoriale, artistique et technique des contenus mis à l'antenne qui constitue un élément fort de sécurisation ;
- Aux moyens mis en œuvre pour renforcer les activités de vérification et de détection des fausses informations (formation, outils, pôle de « Fact-Checking »,) ;
- Au développement des compétences et à l'encadrement de l'usage de l'IA dans les activités, notamment éditoriales ;
- À son offre de programmes et d'information, notamment à destination des jeunes publics.

Par ailleurs, 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.

3.1.2.2 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'offre alternative, 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 ces 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.
- 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 complète le dispositif. Elle permet à l'entreprise de s'assurer de la qualité finale de distribution de ses services par ces intermédiaires tant pour les contenus linéaires que pour les services connexes non-linéaires.

3.1.2.3 Risques liés à l'indisponibilité des moyens contribuant à l'activité métier

Descriptif du risque

L'indisponibilité d'installations ou moyens techniques (panne, dysfonctionnement, cyberattaque, ...) ou leur obsolescence entraîne une diminution des capacités de fabrication, de production, d'exploitation des opérations métiers (cœur de métier et tertiaire) et met en risque la 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.

Dans le cadre du plan de renouvellement des moyens, des opérations concernant les moyens de production du siège sont programmées en 2025. Ces opérations délicates en raison de leur impact potentiel sur l'antenne 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 (cf § 3.2.3.3.1).

- Un programme d'investissement est en place pour assurer le renouvellement régulier des matériels. Le plan de transformation engagé par l'entreprise s'est traduit par le renouvellement et la refonte de moyens techniques clés pour l'entreprise. Il permet une évolution vers des solutions cloud, performantes, sécurisées offrant une disponibilité importante ;
- Les phases projets intègrent les bascules d'outils et la sécurisation des dispositifs ;
- Opérationnellement les services de maintenance des implantations assurent le maintien en conditions opérationnelles des moyens, et 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.

L'organisation en place est décrite dans le paragraphe : § 3.2.3.1.3 Maîtrise et continuité de l'antenne.

3.1.2.4 Risques liés aux cyberattaques

Descriptif du risque

Une cyberattaque est une atteinte à des systèmes informatiques réalisée dans un but malveillant. Elle cible différents dispositifs : les utilisateurs, les réseaux, les infrastructures et équipements numériques (y compris appareils de communication tels que téléphones mobiles, « smartphones » ou tablettes) ou les logiciels informatiques. Les cyberattaques peuvent compromettre les moyens liés au fonctionnement de l'entreprise mais aussi les

moyens pour la production et diffusion des contenus ou la communication (antennes, plateforme, réseaux sociaux...). Ces attaques malveillantes aux conséquences diverses, affectant directement ou indirectement les entreprises, peuvent avoir plusieurs objectifs de la part des attaquants : cybercriminalité (rançonnage...), atteinte à l'image, espionnage, sabotage voire manipulation.

Le risque de cyberattaque demeure à un niveau élevé au niveau mondial et il est renforcé par les instabilités géopolitiques. Les médias constituent des cibles potentielles et en particulier lors d'événements majeurs (élections, événement sportifs...).

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.

Gestion du risque

Le dispositif SOCSiem³⁵, 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 des 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.

Une politique informatique est déployée. Des formations à la cybersécurité 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 et des campagnes de test régulières sont en place. 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.

Des tests d'intrusion et des exercices de crises complètent le dispositif permettant d'identifier les failles et de se préparer au mieux. La période des Jeux Olympiques a permis de concrètement renforcer les moyens organisationnels et techniques dédiés à cette lutte.

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

Descriptif du risque

Les activités de France Télévisions :

- Peuvent amener ses personnels à intervenir sur des terrains dangereux pouvant compromettre leur sécurité (guerre, manifestations, ...),
- Conduisent à recevoir 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.

³⁵ Security Operation Center et Security Information Management System

Le contexte d'instabilité géopolitique, de guerre ainsi que de mouvements sociaux violents sur certains territoires maintiennent le niveau de vigilance en matière de sûreté et sécurité à un niveau élevé.

De plus, les risques naturels et sismiques en augmentation ces dernières années (sur les territoires ultra-marins, sur le Nord et Sud-Est de la France notamment) accentuent 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 ses axes prioritaires de maîtrise. Il s'agit pour l'entreprise de sécuriser aussi bien les publics que ses personnels et ses actifs pour assurer sa mission d'intérêt général. La Direction de la sûreté, mise en place en 2018, vise à remplir ces objectifs (cf 4.4.1.3 Sûreté des sites, du personnel, du public).

Ainsi, pour couvrir les activités dans les zones de conflits, plusieurs mesures ont été prises afin de garantir la sécurité des personnels et leur prise en charge à leur retour. Les équipements de protections individuelles font l'objet d'une attention particulière.

Les menaces et violences vis-à-vis de nos structures et de nos personnels aboutissent à des actions systématiques vers les autorités policières et de justice. Elles s'accompagnent d'actions de soutien aux personnels et aux équipes.

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, des tests de reprise d'activité sont régulièrement organisés ainsi que des exercices de gestion de crise.

3.1.2.6 Risques social lié à la transformation de l'entreprise : recrutements, évolution des métiers, dialogue social

Descriptif du risque

La transformation numérique du secteur audiovisuel et les évolutions technologiques sous-jacentes impliquent de développer les compétences des collaborateurs en place et d'attirer de nouveaux talents. Ainsi, une évolution des métiers de l'entreprise est requise pour garantir l'employabilité des collaborateurs et maintenir la performance.

L'évolution des métiers entamée doit se poursuivre. Elle s'inscrit dans un dialogue social nourri mais sous-tendu par des inquiétudes liées à l'économie, l'évolution du secteur et des technologies. Ce contexte implique une vigilance en matière de climat social et de fragilisation de certains secteurs.

Sur le marché du travail, des tensions persistent sur certains métiers notamment liés aux nouvelles technologies.

Gestion du risque

La Direction des ressources humaines accompagne les directions dans leur transformation. En février 2022 un nouvel accord de gestion prévisionnelle des emplois et des parcours professionnels a été signé. Il vise à réduire les écarts entre les compétences en place et les compétences requises pour assurer la pérennité de l'entreprise (cf. § 4.4.1.1 Politique ressources humaines). Cinq enjeux majeurs sont partagés : le développement des parcours professionnels, le renforcement de la mobilité interne, le rajeunissement des effectifs, l'accompagnement des parcours de fin de carrière, et le respect des objectifs d'inclusion, de diversité et d'égalité des chances. Des dispositifs se structurent autour des métiers en tension et pour l'intégration de compétences rares.

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.

La nécessité de se transformer face aux transformations sectorielles est au cœur du dispositif d'accompagnement.

3.1.2.7 Risques liés aux atteintes à l'environnement et à la transition

Descriptif du risque

Le risque environnemental est la possibilité de porter atteinte à l'environnement, directement ou indirectement, du fait des activités de l'entreprise ou de celles de ses sous-traitants et fournisseurs. Ces atteintes peuvent également avoir des répercussions négatives sur les personnes tierces, sur les collaborateurs de l'entreprise, sur ses objectifs ainsi que sur sa réputation. L'entreprise doit veiller, à être en conformité avec les réglementations³⁶ et à :

- Limiter son empreinte sur l'environnement,
- Gérer la transition écologique de ses implantations,
- 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 et des salariés. Afin de réduire son empreinte environnementale et énergétique l'entreprise a mis en œuvre un important programme d'adaptation et de mise en conformité de ses implantations et infrastructures ainsi que des dispositifs de production plus sobres (cf. § 4.3.1 Atteintes à l'environnement et à la transition écologique, § 4.4.1.1 Politique ressources humaines et § 5 Plan de vigilance)

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

³⁶ Notamment : décret tertiaire (art.75 de la loi ELAN), loi LOM sur les mobilités (loi LOI n° 2019-1428 dec. 2019), devoir de vigilance (LOI n° 2017-399 27/03/2027), etc.

consciences et d'accompagnement de la société dans la démarche de transition (cf § 4.4.2.2 Engagement sociétaux).

3.1.3 Risques financiers

3.1.3.1 Risques liés au modèle de financement et aux nouvelles contraintes budgétaires

Descriptif du risque

Le mode et la nature du financement sont des éléments qui visent à garantir l'indépendance du média public et sa solidité. Les ressources de France Télévisions sont issues à près de 80% de la ressource publique. Aussi France Télévisions est dépendante des décisions prises par l'Etat concernant son mode de financement.

Bien que la nature du financement ait été votée, la trajectoire budgétaire fixée fin 2023 pour 2024 a été revue à la baisse. La remise en cause de la trajectoire financière pluriannuelle fragilise l'entreprise dans ses engagements notamment en investissements en droits et programmes. Par ailleurs, l'entreprise fait face à des difficultés concernant ses fonds propres (cf 6.2.9 Niveau des capitaux propres). Cette pression budgétaire intervient dans un contexte de profonde mutation du secteur.

Enfin, l'entreprise est classée ODAC³⁷ en raison de son mode de financement public. Ce statut limite les capacités de recours à l'emprunt privé pour ses opérations et instaure des relations avec notamment l'AFT³⁸.

Gestion du risque

La réforme du mode de financement du secteur audiovisuel public a abouti fin 2024 au maintien de financement par une fraction de la TVA entériné dans une loi organique.

France Télévisions et ses dirigeants œuvrent auprès des instances publiques pour éclairer le débat sur la mutation du secteur et les transformations sociétales en vue d'établir des contrats objectifs moyens adaptés aux missions de l'audiovisuel public.

L'entreprise, du fait d'une trajectoire budgétaire sous tension depuis 2017, poursuit une gestion rigoureuse de l'activité et de recherche de gain de productivité.

Toutefois elle demeure dépendante des décisions de l'Etat. Des discussions sont en cours entre France Télévisions et l'Etat depuis 2023 sur un COM 2024-2028 puis depuis fin 2024 sur un COM 2026-2028 (cf § 1.5 ci-dessus – Evénements marquants de l'exercice écoulé).

³⁷ Organismes divers d'administration centrale

³⁸ Association France Trésor

3.1.3.2 Risques liés aux recettes commerciales

Descriptif du risque

➤ Les recettes publicitaires (cf 1.2.1.2 Marché publicitaire)

Le marché de la publicité télévisuelle traverse actuellement une période de mutation significative :

- Le marché de la publicité numérique poursuit sa croissance tandis que celui de la publicité télévisuelle amorce un retrait qui pourrait s'accroître dans les années à venir comme cela est constaté pour le cinéma et la presse ;
- Les plateformes payantes généralisent les offres avec publicité renforçant la concurrence sur le secteur ;
- L'Intelligence Artificielle, portée par les grands acteurs technologiques, modifie les stratégies des annonceurs. Ces derniers cherchent à raccourcir le parcours client et faciliter le passage à l'acte d'achat. Les prémices de la publicité directement « shoppable » apparaissent. Ce qui bouscule l'offre de services des régies les obligeant à innover.
- Les usages numériques et la fragmentation des audiences constituent un défi majeur qui implique de repenser les mesures d'audiences ;
- Enfin le secteur pourrait être soumis à des évolutions réglementaires liées à des préoccupations sociétales (transition écologique, alimentation, ...) pouvant impacter certains segments de produits.

➤ Les autres recettes

- En matière de distribution commerciale, les opportunités de mandat pour France Télévisions Distribution demeurent limitées dans la mesure où les sociétés de production sont constitutives de groupes disposant de leur propre société de distribution ;
- Le marché des licences est ralenti du fait du contexte économique dégradé qui amène les industriels à réduire leurs investissements en usage de licence ;
- Le marché des spectacles vivants amorce une reprise ;
- En matière de production, la part dépendante de France Télévisions progresse dans le cadre du nouvel accord signé avec les producteurs mais reste plafonnée. Le défi majeur pour le groupe est de constituer un catalogue d'actifs de programmes commercialisables par sa filiale de distribution compte tenu du cadre réglementaire.

Dans un contexte de réduction des ressources publiques, les recettes commerciales constituent un enjeu important pour France Télévisions pour la maîtrise de son équilibre financier.

Cette activité est sensible au lobbying d'acteurs privés visant à limiter ou réduire les opportunités de recettes propres du secteur public.

Gestion du risque

Malgré un contexte de marché publicitaire télévisé tendu, la publicité télévisuelle conserve ses atouts traditionnels en termes d'impact et de portée. France Télévisions Publicité adapte son offre de service aux mutations du marché par des actions (cf § 6.3.3 Publicité) visant notamment à développer :

- Une meilleure valorisation des écrans digitaux de l'éditeur,
- Des partenariats avec des plateformes de retail,
- L'exploitation des datas ainsi que le développement de nouvelles mesures.

France Télévisions Distribution poursuit ses actions de diversification autour des contenus et de développement commercial en matière de licence, jeux et divertissement et d'éditions musicales notamment (cf § 6.3.6.1 France Télévisions Distribution). Sur le marché de la distribution, les œuvres françaises et européennes bénéficient d'un engouement favorable permettant la mise en avant des catalogues distribués par la filiale.

Les évolutions réglementaires liées à « l'accord TNT », ont permis de revoir avec le secteur l'accord en matière de production. Dans ce cadre la part en production dépendante progresse ainsi que les conditions d'entrée en co-production permettant ainsi de poursuivre le développement de france.tv studio (cf § 6.2.3 Production) et de développer le catalogue de distribution selon les opportunités.

3.1.4 Risques juridiques

3.1.4.1 Risques liés à des évolutions réglementaires impactantes

Descriptif du risque

Des décisions externes majeures (législateur, Etat, Europe, régulateur) peuvent émerger et impacter défavorablement les équilibres économiques voire les orientations stratégiques du groupe France Télévisions ou créer des déséquilibres notables sur le marché entravant le maintien de l'activité ou son développement (ex : impact sur les recettes de l'arrêt de la publicité après 20h, impact fiscal de l'évolution de la nature de financement, ...)

Gestion du risque

Les dirigeants de France Télévisions sont impliqués dans les échanges avec les institutions pour nourrir et éclairer les débats afin d'accompagner ces évolutions au mieux des intérêts des parties prenantes. Depuis 2024 elle est impliquée dans LaFA³⁹. Au niveau européen, France Télévisions est engagée au sein de l'UER avec ses homologues européens.

³⁹ Association loi 1901

3.1.4.2 Risques liés à la protection des données

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. 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.

La réglementation en matière de « tracers » et de consentement s'est depuis 2020 renforcée⁴⁰. Le RDGP sanctionne lourdement toute imprudence et négligence au travers d'amendes administratives voire de sanctions pénales.

Gestion du risque

France Télévisions dispose d'un délégué à la protection des données personnelles qui coordonne les activités de mise en conformité au niveau du groupe. L'entreprise s'engage à collecter et protéger les données à la seule fin de proposer des services et expériences de qualité adaptées aux utilisateurs de ses services. La plateforme france.tv recueille le consentement de ses utilisateurs et évolue en cas de changement réglementaire. La formation des acteurs internes sur le RGPD a été renforcée et il est traité dès l'émergence de tous les projets. Le paragraphe consacré au traitement des défaillances dans la protection des données personnelles précise les actions à place (cf § 4.4.2.3 Protection des données personnelles).

3.1.4.3 Risques liés à la conformité et à l'éthique

Descriptif du risque

Les évolutions législatives renforcent 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. Cette démarche a pour objectif de rassembler les collaborateurs autour de valeurs communes en matière :

- De respect des personnes et de l'environnement ;

⁴⁰ Article 82 de la loi de la loi informatique et liberté ; articles 4 et 7.1 du RDGP

- D'éthique et de déontologie aussi bien sur les contenus et produits diffusés que dans le cadre des relations d'affaires (lutte anti-corruption, prévention des conflits d'intérêt et respect du droit de la concurrence) ;
- De santé-hygiène et de sécurité.

Des structures dédiées à la conformité, l'éthique et la déontologie ainsi qu'au renforcement des dispositifs de contrôle interne sont en place. Une charte éthique et un code de conduite anticorruption précisent les comportements attendus ainsi que les comportements proscrits. Un dispositif d'alerte, également ouvert aux parties prenantes, permet de recueillir les signalements de faits ou de comportements contraires aux valeurs précitées.

Le programme de mise en conformité en place au sein de France Télévisions est précisé dans ce rapport (cf § 4.5.2.1 Conformité et éthique) et dans le plan de vigilance (cf § 5 Plan de vigilance).

3.2 Contrôle interne

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.

3.2.1 Organisation du contrôle interne

3.2.1.1 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, comité des engagements, comité des rémunérations, comité RSE, 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 établies. Elles veillent à responsabiliser les opérationnels dans les rôles et missions qui leur sont confiés et à affecter 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.

3.2.1.2 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, du management opérationnel et des collaborateurs, dans le cadre de leurs activités quotidiennes par le biais du respect des procédures et des réglementations en vigueur, du suivi des opérations, de l'identification des dysfonctionnements et la mise en place des actions correctives ;
- D'autre part, des activités de supervision et de contrôle exercées par les fonctions support qui ont également pour rôle de définir et déployer les politiques, réglementations 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 interne, 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 pour que celle-ci assure de façon permanente leur maîtrise. Son rôle est de développer la culture du contrôle interne et de la gestion des risques en accompagnant les responsables de processus dans la structuration de leur dispositif.

Rattachée à la Direction Générale Adjointe à la gestion, à la production et aux moyens (DGAGPM), cette direction est composée d'une équipe centrale resserrée, appuyée le cas échéant 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'IFACI (Institut Français de l'Audit et du Contrôle Interne) et l'ESCP (Ecole Supérieure de Commerce de Paris), ponctué par l'obtention de certifications COSO en janvier 2020. Elle assure la formation sur la gestion des risques et le contrôle interne auprès des managers et référents contrôle interne.

➤ La Direction de l'audit interne

La Direction de l'audit interne est une structure plus ancienne directement rattachée à la Présidence qui analyse et contrôle en toute indépendance les activités de l'entreprise. Elle informe la Direction générale, le Comité d'audit et des comptes et le management des dispositifs de maîtrise des risques liés aux opérations de l'entreprise en place, de leur degré de maîtrise, et des améliorations.

La Direction de l'audit interne conduit des audits de production ainsi que des audits sur les fonctionnements internes des processus de l'entreprise. Elle participe à l'élaboration des cartographies de risques pilotées 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 la conformité, 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 relatifs aux contenus et aux produits diffusés, santé-hygiène et 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. Elle porte également le pilotage des activités d'évaluation des tiers, de déclarations des conflits d'intérêts et collaborations extérieures, ainsi que la politique cadeaux et invitations.

➤ 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 et 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 administrateurs⁴¹, 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 et doit :

- Examiner le budget, ses révisions élaborées en cours d'année, et les comptes annuels,
- Évaluer les méthodes comptables,
- Examiner les engagements majeurs hors programmes soumis à l'approbation du Conseil,
- Apprécier le programme de travail, des conclusions et recommandations des commissaires aux comptes,
- Examiner les frais des dirigeants,
- Émettre une recommandation sur le choix des commissaires aux comptes et apprécier la séparation des activités de conseil et de commissariat aux comptes,
- Analyser tout projet ayant un impact significatif sur les comptes de l'entreprise (projets immobiliers, charte de trésorerie, évolution du besoin en fonds de roulement, ...).

⁴¹ Le seuil minimal fixé dans le règlement intérieur du Conseil d'Administration est de trois administrateurs.

Il s'assure par ailleurs de la qualité et des résultats des dispositifs de contrôle interne en :

- Évaluant l'adéquation des moyens et l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques,
- Examinant la politique de maîtrise des risques financiers par le groupe,
- Examinant le programme annuel d'audit et les suites données aux recommandations,
- Appréciant la qualité et le rapport coût/efficacité des services d'audits interne.

Enfin, il rend un avis sur le projet de budget de l'entreprise.

3.2.2 Dispositif et méthode

La mise en œuvre fin 2016 d'un plan d'actions 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 de la 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, et 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.

A compter de mi-2023, des contrôles permanents sont mis en place sur certains processus pour s'assurer du degré de maîtrise de certaines activités, détecter le cas échéant des signaux d'alerte en vue de renforcer et améliorer les dispositifs. Ils sont opérés par les directions Comptable, Contrôle interne et Conformité, éthique et déontologie.

➤ **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 macro-processus et objectifs associés de l'entreprise.

Les risques identifiés sont classés en grandes familles : stratégiques & environnementaux, opérationnels & éditoriaux, RH & organisationnels, techniques & IT, financiers, juridiques & conformité.

Le degré de maîtrise effectif 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. Courant 2022, l'entreprise s'est dotée d'un système d'information des gestions des risques (SIGR) en vue de renforcer les dispositifs de contrôles sur certains processus. Ce système d'information paramétré en 2022 et déployé depuis mi-2023 permet la mise en place de contrôles permanents sur certains processus.

Chaque grand secteur d'activité de l'entreprise fait l'objet de dispositifs de contrôle interne qui lui sont propres. Ils s'appuient sur un ensemble de politiques, de règles et de procédures de fonctionnement définies par chaque métier fonctionnel pour chacune des 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.

3.2.3 Description des processus de contrôle

3.2.3.1 Processus de contrôle des principales activités opérationnelles

3.2.3.1.1 Investissements de programmes et achats de droit

Tout projet d'investissement de programmes, résulte d'une décision collégiale impliquant quatre métiers : programmes, antennes, production et moyens des antennes⁴². Ces fonctions veillent :

- À la pertinence du projet au regard des attentes des publics, de objectifs stratégiques, des objectifs antennes, des missions, des obligations de l'entreprise ;
- À l'optimisation de la gestion des stocks de droits de diffusion
- À préserver et garantir les intérêts de l'entreprise dans le cadre de la production du projet
- À évaluer les moyens financiers pouvant être alloués.

En fonction du montant et d'un seuil plancher, ces projets font l'objet d'une procédure d'autorisation d'engagement qui prévoit :

- 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 (CGEFl) 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 comité des engagements du Conseil d'administration pour les engagements majeurs en matière de programmes et d'acquisition de droits sportifs.

3.2.3.1.2 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 compilant les textes législatifs, réglementaires ou contractuels auxquels l'entreprise est soumise, notamment sur des thématiques comme le respect des personnes, le traitement de l'information, la réglementation antennes, l'éthique journalistique, l'utilisation des réseaux sociaux ou encore les missions du service public. La charte formalise ces principes et traduit la

⁴² Au sein des réseaux France 3 et ultra-marin ces fonctions sont incarnées par les responsables des fonctions équivalentes au niveau de la direction régionale.

responsabilité et l'adhésion des collaborateurs de toutes les antennes de France Télévisions. En 2020 elle 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. Celles-ci 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. En cas, d'erreur, une charte du rectificatif est en place, pour l'ensemble des éditions d'information. Elle vise à reconnaître et corriger rapidement les erreurs dans un précepte d'honnêteté pour assoir la confiance. En 2023, la Direction de l'information a encadré, au travers d'une note interne, l'usage de l'Intelligence Artificielle générative par les journalistes.

Les professionnels liés aux antennes s'assurent de la conformité des programmes en amont de leur diffusion et valident l'autorisation de diffusion (PAD⁴³) en veillant à éviter toute publicité clandestine, interdite dans les contenus diffusés. Pour les émissions en direct, un contrôle du déroulé prévu et de la ligne éditoriale est préalablement effectué pour s'assurer de la conformité éditoriale et de la maîtrise de l'émission.

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.

L'apposition d'une signalétique appropriée visant à l'information et à la protection des publics est appliquée pour les programmes le nécessitant. Les collaborateurs de France Télévisions habilités à prendre une décision de classification sont régulièrement formés.

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 sur 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

⁴³ Prêt à Diffuser

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 ou contribuant à leur fabrication 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'opinions 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 l'Autorité de Régulation de la Communication (ARCOM⁴⁴). 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.

Conformément à l'article 30-8 de la loi de 1986⁴⁵ relative à la liberté de communication, un Comité relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes est institué. Il est composé de personnalités indépendantes qui contribuent au respect de ces principes et rend annuellement un rapport sur l'exercice écoulé.

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, du Club france.tv... Ainsi, des rencontres avec des groupes de téléspectateurs sont périodiquement organisées sur l'ensemble du territoire, ou via des e-ateliers, pour nourrir les responsables des programmes et la médiation de l'information et des programmes en vue d'appréhender les attentes et besoins. Des enquêtes citoyennes conduites avec les acteurs de l'audiovisuel public peuvent venir compléter le dispositif. Ces outils permettent d'adapter en permanence l'offre aux attentes des publics et de la société française et enrichissent les actions de la Direction de la stratégie éditoriale intégrée à la Direction des antennes et des programmes.

France Télévisions s'est également dotée de médiateurs dont le rôle est d'assurer l'interface entre le public et les différentes antennes par saisine directe des téléspectateurs. Les services relations téléspectateurs les informent par ailleurs de toutes remarques, observations, suggestions et réclamations éventuelles. Ils interviennent a posteriori, après diffusion ;

⁴⁴ 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

⁴⁵ Loi n°86-1067 du 30 sept. 1986 relative à la liberté de communication et modifiée par la loi n°2016-1254 du 14 nov. 2016

nommés pour trois ans et rattachés à la Présidence, ils n'exercent aucune décision éditoriale. Leur statut garantit l'indépendance nécessaire à l'exercice de leurs missions.

3.2.3.1.3 Maîtrise et continuité de l'antenne

L'amélioration technique du signal émis par les antennes de France Télévisions repose sur la qualité de la production et de la post-production, les performances du support retenu et de l'équipement exploité ainsi que sur le l'analyse et le traitement des incidents de diffusion.

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. Elle développe l'ensemble des solutions techniques broadcast et IT de l'entreprise. Les solutions numériques concernant les antennes numériques sont quant à elles développées par la direction du Numérique de la Direction des antennes et des programmes en cohérence avec la politique technologique de l'entreprise.

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 cybersécurité 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.

Chaque antenne délocalisée est dotée d'un centre technique en charge notamment de l'exploitation des matériels et de leur maintenance opérationnelle. Il travaille en lien avec les directions centrales en charge du développement de solutions.

La continuité de la fabrication des journaux télévisés nationaux et leur diffusion est assurée par un plateau de secours interne. 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 régulièrement, il permet une reprise d'activité sur les processus suivants : diffusion des programmes, fabrication d'édition de journal télévisé, diffusion publicitaire. Par ailleurs, des exercices notamment de crises sont régulièrement conduits pour s'assurer de la solidité des dispositifs (crue, cyber-attaque, attentat ...).

3.2.3.1.4 Investissements, portefeuille projets et achats hors programmes

Un comité de projets (investissements et fonctionnement) hors programmes (CPHP) instruit, priorise et arbitre les projets. Il valide la stratégie d'achats de solutions/projets structurants et d'investissements hors programmes et décide des grandes orientations à donner au portefeuille de projets hors programmes de l'entreprise.

Le CPHP valide, au-delà d'un certain seuil, le lancement opérationnel d'un projet et toute modification substantielle de celui-ci. Il est préalable aux procédures de mise en concurrence et à 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 à partir de seuils fixés dans son règlement intérieur.

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 100K€ ainsi que certaines prestations de conseil. Depuis 2022, des cellules d'achats déléguées sont en place. Elles apportent un appui opérationnel et de conseil aux directions qui ont en charge les marchés inférieurs à 100k€, la passation des marchés subséquents ou spécifiques encadrés par des accords-cadres. Des référents veillent à la diffusion des procédures et des bonnes pratiques au niveau des directions opérationnelles.

Les éventuelles situations de captivité, font l'objet d'une analyse de marché et de secteur par la Direction des achats hors programmes. Elles sont soumises à la CAO puis 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.

3.2.3.1.5 Evaluation des tiers et gestion de la base tiers

Une procédure d'évaluation des tiers conforme aux dispositions des lois Sapin II et Devoir de vigilance est en place. Elle vise à examiner et à apprécier l'intégrité des tiers (fournisseurs, prestataires, clients) avec lesquels l'entreprise entretient ou envisage d'établir des relations d'affaires. Elle est proportionnée et graduée selon le niveau de risque du tiers : plus un tiers est à risque plus l'évaluation sera approfondie.

Lorsque à l'issue du processus d'évaluation, un tiers est porteur de risques significatifs, la direction de l'Ethique et de la Conformité soumet à l'arbitrage de la direction la décision d'entrer en relation (ou de poursuivre la relation s'il s'agit d'un tiers déjà présent dans la base de tiers) et les éventuelles mesures de prévention nécessaires. Les décisions relèvent, selon la procédure en vigueur, soit d'un membre du comité de direction de France Télévisions soit d'un comité spécifique.

La gestion de la base tiers relève d'un service dédié, il procède au contrôle des documents requis à la création des tiers, ainsi qu'à des vérifications complémentaires. Il intègre les documents dans le SIG, y compris l'évaluation du tiers, et affecte les tiers aux processus de gestion requis. Il procède aux mises à jour requises ainsi qu'à la clôture des tiers sans mouvement ou en fin de relation. Une séparation des tâches est en place permettant de garantir que les personnels en charge de la base tiers ne puissent intervenir sur les transactions associées à ces entités.

3.2.3.2 Processus de contrôle de l'information comptable et financière publiée

3.2.3.2.1 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. Il a également en charge les systèmes d'information de gestion des programmes.

Les systèmes d'information de gestion (SIG), des ressources humaines (SIRH) et de gestion des programmes 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 à ces moyens permet de contrôler les accès aux applicatifs, l'affectation des fonctionnalités ainsi que des autorisations d'engagement, et les accès aux bases de production.

Des contrôles embarqués sont en place dans ces outils. Concernant le SIG et le SIRH, ils permettent notamment de garantir la maîtrise des engagements et des paiements, et pour les opérations sensibles, de limiter les erreurs de saisie (ex : IBAN, RIB, NIR...). La sécurisation des engagements et des paiements financiers est complétée par plusieurs dispositifs de validation des engagements et de centralisation de certaines opérations, encadrés par des procédures garantissant la séparation des tâches.

3.2.3.2.2 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. Il opère des contrôles comptables permanents pour garantir la fiabilité des opérations.

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 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 consolidés et des indicateurs clés commentés.

⁴⁶ IT = Technologie de l'Information

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 prévisions budgétaires, et une fois par an les comptes arrêtés. Il peut, en fonction de l'actualité, revoir les comptes infra-annuels.

3.2.3.2.3 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.

3.2.3.3 Rôles des directions fonctionnelles

Les procédures internes destinées à être appliquées transversalement à l'ensemble de l'entreprise sont définies par les directions fonctionnelles.

3.2.3.3.1 La Direction Générale Adjointe à la gestion, à la production et aux moyens (DGAGPM)

En appui des activités cœur de métier, la DGAGPM 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 informatiques.
- 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 et des parcs véhicules.
- La Direction du contrôle interne, dont les missions et les activités de contrôle ont été présentées à différents endroits du présent document.

3.2.3.3.2 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 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 et préventive de emplois, des compétences et des parcours professionnels (GPPEC). Dans ce cadre, elle met en œuvre les actions d'accompagnement des transformations majeures.
- De respect de l'égalité de traitement, de confiance, de qualité de vie au travail, de bienveillance au quotidien et de prévention des risques professionnels. 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, de façon conjointe avec la Direction financière et en lien avec les directions opérationnelles, 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 une part significative des charges d'exploitation de l'entreprise.

3.2.3.3.3 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 des biens et des personnes, de cybersécurité, de défense et de sécurité civile. Elle exerce ses prérogatives en lien avec les services immobiliers et services généraux ainsi que les directions opérationnelles pour les opérations extérieures. Pour ce qui relève de la cybersécurité, les équipes de sécurité informatique de la Direction des technologies, lui sont fonctionnellement rattachées. Elle est chargée de l'actualisation et du contrôle du plan de continuité et de reprise d'activités permettant de faire face à des crises majeures entraînant notamment l'interdiction d'accès ou l'indisponibilité partielle ou totale d'un site d'exploitation (crue, cyclone, incendie, attentat, pandémie, ...).
- La Direction juridique et des affaires européennes, 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 du secteur audiovisuel et de protection des données personnelles. Elle apporte son appui à l'ensemble des directions opérationnelles en matière d'élaboration de documents contractuels liés aux affaires et de défense des intérêts de l'entreprise. 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 (ARCOM, Parlement, Commission européenne, Direction générale des médias et des industries culturelles...) en lien avec la Direction juridique et des affaires européennes.
- La direction de la RSE qui pilote la politique de l'entreprise en matière de RSE ainsi que le plan de transition écologique. Elle accompagne l'ensemble des directions sur les axes définis, suit les indicateurs définis et rend compte des avancées, enjeux, risques et opportunités en matière de durabilité de l'entreprise dans le cadre des missions assignées à l'entreprise et des textes en vigueur. Elle rend compte au comité RSE du conseil d'administration.

3.2.3.3.4 La Direction de la communication

La direction de la communication couvre les activités de contrôle liées au processus d'élaboration, de validation et diffusion des informations communiquées en interne et en externe concernant l'entreprise, ses collaborateurs ou ses offres. Elle a en charge la promotion des programmes et offres de France Télévisions ainsi que des actions en matière d'engagement sociétal (soutien à la création, transition écologique, LGBT+, lutte contre les violences ...). Elle réalise également un travail de veille concernant la perception de l'entreprise et sa réputation.

4. DECLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIERE

La déclaration de performance extra-financière 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.

4.1 Démarche de mise en œuvre du rapport de durabilité

La réalisation de la déclaration de performance extra-financière 2024 s'inscrit dans une démarche de transition vers le rapport de durabilité qui sera publié au premier trimestre 2026 au titre de 2025.

4.1.1 Assujettissement aux obligations issues de la directive CSRD

La directive européenne CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) sur les informations en matière de durabilité des entreprises a été transposée en France en décembre 2023 par voie d'ordonnance et de décret.

Cette directive prévoit la publication, par les entreprises assujetties, d'un rapport de durabilité établissant les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance les plus importants (« enjeux matériels ») pour chaque entreprise et indiquant les impacts, risques et opportunités liés à chacun d'entre eux. Le seuil d'assujettissement est le suivant : l'entité doit être une société contrôlante d'un grand groupe, qui dépasse deux des trois seuils suivants à la clôture de deux exercices consécutifs :

- Total Bilan supérieur à 30 000 000 €
- Chiffre d'affaires net supérieur à 60 000 000 €
- Nombre moyen de salariés au cours de l'exercice supérieur à 250

Ces dispositions entrent en vigueur progressivement selon les entreprises : France Télévisions sera tenue de publier son premier rapport de durabilité au premier trimestre 2026 sur la base de l'année fiscale 2025.

4.1.2 Univers des enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance de France Télévisions

En se fondant sur de la documentation interne (cartographie des risques, plan de vigilance...), France Télévisions a déjà identifié les 21 enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance, propres à son activité, qui ont été validés par le comité de direction de l'entreprise :

- **Enjeux environnementaux :**
 - o Adapter nos activités aux évolutions climatiques
 - o Réduire notre empreinte carbone
 - o Limiter notre impact sur la pollution et préserver la biodiversité
 - o Réduire nos consommations d'eau et protéger les ressources marines

- Réduire nos déchets et développer l'économie circulaire, en particulier sur les tournages
- **Enjeux sociaux :**
 - **Enjeux RH**
 - Assurer de bonnes conditions de travail à nos équipes ainsi qu'à ceux qui contribuent à nos activités
 - Protéger nos équipes et ceux qui contribuent à nos activités (santé, sécurité)
 - Mettre en œuvre une politique d'entreprise égalitaire et non discriminatoire
 - **Enjeux liés à l'offre de programmes**
 - Diffuser une information de confiance et pluraliste
 - Parler à tous les Français (offre diversifiée)
 - Représenter la société dans nos programmes
 - Être un média de proximité
 - Proposer des programmes mettant en avant l'environnement et les grands sujets de société
 - **Enjeux liés à l'inclusion et à la protection de nos téléspectateurs**
 - Permettre à chacun de pouvoir accéder à nos programmes (sous-titrage, audio description, langue des signes de France...)
 - Garantir la continuité de diffusion de nos chaînes et protéger nos infrastructures (cyber attaques...)
 - Protéger nos téléspectateurs (données personnelles, jeunes publics...)
 - Être un acteur de la publicité responsable
- **Enjeux de gouvernance :**
 - Soutenir les industries culturelles et créatives sur tout le territoire
 - Être exemplaires dans nos relations fournisseurs et promouvoir l'achat responsable
 - Respecter le cadre juridique et éthique dans nos relations d'affaires
 - Créer notre culture d'entreprise autour de notre raison d'être (« permettre à chacun de se construire librement et à tous d'imaginer un horizon commun »)

Des consultations ont été menées auprès de plusieurs parties prenantes pour accompagner France Télévisions dans l'identification, parmi ces enjeux, des plus importants. Les personnels de France Télévisions ont été consultés en novembre 2024 (1039 répondants) ainsi que nos téléspectateurs en décembre 2024 (plus de 1000 téléspectateurs ont été consultés).

Les autres parties prenantes (tutelles de l'entreprise, producteurs travaillant avec France Télévisions) seront consultées au début de l'année 2025.

4.1.3 Prochaines étapes

A date, le comité de direction de l'entreprise ainsi que ses instances de gouvernance (comité d'audit et comité RSE) ont déjà été sensibilisés à ces nouvelles obligations. Une formation spécifique leur sera dispensée au premier trimestre 2025.

La matrice de double matérialité de France Télévisions, positionnant chacun des enjeux évoqués ci-dessus sur une matrice, en fonction de l'impact plus ou moins important de l'entreprise sur chacun d'entre eux (matérialité d'impact) ainsi que de leur impact financier (matérialité financière), est en cours de réalisation.

Afin de coter chaque enjeu, France Télévisions se fonde à la fois sur les documents internes ayant permis d'identifier son univers des enjeux (cartographie des risques, plan de vigilance...), sur des éléments bibliographiques (base de données ENCORE...), sur les consultations menées avec les parties prenantes (voir ci-dessus) ainsi que sur l'expertise de sa gouvernance. Le comité de direction du groupe est en effet étroitement associé à ces travaux : il a ainsi validé les 21 enjeux de France Télévisions et est consulté sur la cotation à retenir pour chacun d'entre eux.

Une fois les travaux terminés en interne, la matrice de double matérialité de l'entreprise sera soumise au comité d'audit et au comité RSE de l'entreprise, pour une validation en conseil d'administration au deuxième trimestre 2025.

La matrice de double matérialité de France Télévisions permettra d'identifier, parmi les 21 enjeux mentionnés plus haut, lesquels ont un caractère « matériel » et doivent donc être traités dans le cadre de notre rapport de durabilité.

4.2 Présentation du groupe et des principaux risques

4.2.1 Valeurs et 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. Les six piliers autour desquels est articulé le cahier des charges sont précisés au § 1.1.3 ci-dessus « Engagements de France Télévisions ».

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. 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.

La raison d'être de France Télévisions, « Permettre à chacun de se construire librement et à tous d'imaginer un horizon commun », traduit le sens fondamental de la responsabilité du groupe en tant que média public, au service de tous et de chacun et 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. Cf le § 1.1.4 ci-dessus « Raison d'être de France Télévisions »

4.2.2 Profil de France Télévisions : modèle d'affaires

NOS RESSOURCES



Ressources humaines

- 9 969 ETP en 2024 (périmètre groupe)
- + de 160 métiers regroupés en plusieurs catégories (journalistes, techniciens, administratifs, cachetiers...)
- Formation et développement des compétences
- Égalité des chances et diversité
- Démarches qualité de vie au travail et santé



Capital intellectuel

- Savoir-faire éditorial et journalistique
- Expertise en production et acquisition de droits
- Capacité d'innovation technologique



Outil de production

La Fabrique, première filiale de fabrication en France avec :

- Vidéo fixe, vidéo mobile, fiction, post-production, vidéographie, à Paris, en régions et en Outre-mer
- Site de production de fiction de 16 000 m² à Vendargues

Et une filiale de production (France.tv Studio)



Capital sociétal

- Missions de service public
- Confiance et fidélité du public
- Des antennes à l'écoute, interactivité avec les téléspectateurs aux niveaux national, régional et local
- Engagement au service du lien social



Capital économique

- Etat actionnaire à 100%
- Capitaux propres du groupe FTV : 431 M€ en 2024
- Résultat d'exploitation 2024 à l'équilibre sur le cœur d'activité pour la neuvième année consécutive

• 2 • 3 • 4 • 5 • 1
franceinfo : • tv

NOS MISSIONS

- Informer
- Fédérer
- Eduquer
- Animer le débat démocratique
- Divertir
- Être présent sur tous les territoires
- S'adresser à tous les publics

NOS VALEURS

- Indépendance
- Fiabilité de l'information
- Pluralisme
- Promotion de la diversité
- Innovation

Notre raison d'être :

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

PARTIES PRENANTES

Le public

- Offre diversifiée et renouvelée en linéaire et non linéaire pour tous les publics (programmes adaptés à tous les âges et toutes les populations)
- Offre d'une information libre et citoyenne, lutte contre les fausses informations et éducation aux médias
- Offres dédiées aux jeunes publics et à l'éducation
- Renforcement de la transversalité des programmes linéaires et non linéaires
- Poursuite du développement des offres de proximité dans l'hexagone et en Outre-mer
- Interactivité avec les téléspectateurs

Les pouvoirs publics

- Mission de service public
- Respect des engagements pris avec l'Etat actionnaire
- Compte-rendu à tous les niveaux des pouvoirs publics des actions menées et des ressources utilisées
- Contribution citoyenne (impôts et taxes)

Le tissu économique

- Annonceurs (espaces publicitaires)
- Producteurs
- Fournisseurs de programmes
- Sociétés d'auteurs
- Engagement dans la création française
- FTV employeur des talents de l'audiovisuel

La société

- Les antennes linéaires et non linéaires lieu du débat démocratique au national comme au régional (métropolitain et Outre-mer)
- Accès à la connaissance pour le plus grand nombre
- Promotion de la diversité

Les collaborateurs

- Accompagnement de l'évolution des métiers
- Formation
- Développement de la qualité de vie au travail
- Optimisation de l'organisation

EXEMPLES DE REALISATIONS

(Tous les chiffres concernent 2024)

- 1^{er} groupe audiovisuel en matière d'audience (29,8% en 2024) et en nombre d'heures diffusées (179 522 heures)
- JOP Paris 2024 : offre sportive exceptionnelle avec plus de 1500 heures de retransmission et près de 7000 heures de directs disponibles sur l'offre numérique
- Dispositifs exceptionnels pour les célébrations du 80^{ème} anniversaire de la Libération et la réouverture de Notre Dame de Paris
- 1 806 heures de programmes diffusés audio-décrits et près de 100% des programmes diffusés sous-titrés
- 81 % de la population touchée en moyenne chaque semaine quel que soit l'écran (télévision, ordinateur, mobile et tablette)
- 35 millions de vidéonautes uniques chaque mois sur france.tv
- Lutte contre les fausses informations dans l'offre d'information
- Couverture des conflits en Ukraine et au Proche-Orient
- Offre Okoo pour les enfants, Lumni pour les élèves, parents et éducateurs et Slash pour les adolescents et jeunes adultes
- Couverture du Festival de Cannes
- Renforcement de l'ancrage régional de l'information

- Offre ludo-éducative Lumni, 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 Télévisions soutient directement et indirectement 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) (Etude Utopies périmètre 2019)
- Pour chaque euro de valeur ajoutée de France Télévisions, 2,4 euros additionnels sont générés dans l'économie française (Etude Utopies périmètre 2019)
- Investissements dans la création audiovisuelle française : 440,2 M€ en 2024
- Investissement dans le cinéma français : 65,4 M€

- Renforcement de la couverture au quotidien des enjeux liés au climat : un JT météo-climat diffusé chaque soir sur France 2 et France 3
- Engagement pour proposer une information vérifiée et lutter contre les fausses informations
- Magazines d'information : large place à l'investigation
- Participation au débat démocratique : rendez-vous politiques réguliers
- Ancrage territorial accru (nouvelles offres d'information, décrochages exceptionnels)
- Poursuite de l'engagement contre toute forme de violence ou de discrimination en traitant les thématiques prégnantes de l'actualité, en matière de parité et droits des femmes, de handicap, d'inclusion sur la question LGBTQIA+, de diversité ethno-sociale et socioculturelle

- Signature d'un accord de télétravail en 2021 et accompagnement des salariés
- Près de 26 310 jours de formation en 2024, dont 82% réalisés par l'Université France Télévisions, suivis par près de 6 400 collaborateurs permanents et non permanents ; développement des compétences en faveur de la transformation numérique

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.

4.2.3 Organes de direction et de contrôle

Les différentes instances de gouvernance sont présentées au § 2 ci-dessus - Rapport sur le gouvernement d'entreprise.

4.2.4 Dialogue avec les parties prenantes

Principales parties prenantes Groupe France Télévisions	Exemples de modalités de dialogue
Publics : téléspectateurs, internautes	. Conseil consultatif des programmes . Rencontres avec des téléspectateurs . Etudes qualitatives sur certains programmes, études d'audience . Médiateurs . Site france.tv & vous : Club des téléspectateurs (proposition d'offres exclusives, accès à des jeux-concours, participation à des émissions, newsletter) . Courriers : postaux, mails ou via formulaires sur le site france.tv & vous . Visio-chat à destination des sourds ou malentendants . Réseaux sociaux : Facebook, X, Tick Tock, Instagram . Téléphone : plateforme d'appels
Financeurs publics : pouvoirs publics	. Ministère de la Culture / Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) : échanges réguliers (comptes, projets structurants) . Ministère de l'Economie et des Finances : échanges réguliers, reportings, suivi budgétaire . Ministères du Budget, Ministère des Sports, Ministère de l'Outre-mer : associés aux échanges selon les sujets . Conseils régionaux : conventions de partenariat, dossiers de subventions
Actionnaires	. Etat . Administrateurs : Conseils d'administration, Comités d'audit
Annonces	Relations contractuelles pour l'achat d'espaces publicitaires diffusés sur les antennes et les médias numériques de FTV
Régulateurs : Tutelles, législateur, Arcom	. Rencontres régulières . Obligations de reporting et déclarations spécifiques
Réviseurs externes : Urssaf, Cours des comptes, Contrôle général, économique et financier, fisc	Echanges, contrôles, reportings
Réviseurs externes : organismes de certification / labélisation	- AFNOR : certification, audits - Ecoprod : certification, accompagnement vers des pratiques plus écologiques - Autres labels : accompagnement, sessions de formation, certification, audits
Clients	Négociations, relations contractuelles (notamment pour la vente de droits audiovisuels)
Fournisseurs de programmes	. Achats de programmes tous genres (flux et production) : échanges, dialogue régulier, négociations, relations contractuelles, audits . Sociétés d'auteurs : relations contractuelles, négociations
Fournisseurs d'investissements hors programmes	. Procédure d'appels d'offres . Relations contractuelles
Fournisseurs d'achats hors programmes y compris prestations intellectuelles	. Procédure d'appels d'offres . Relations contractuelles . Relations d'affaires courantes
Sous-traitants	. Procédure d'appels d'offres . Relations contractuelles . Relations d'affaires courantes . Echanges réguliers
Collaborateurs et représentants du personnel	. Salariés : relations contractuelles, entretiens annuels et professionnels . Instances représentatives du personnel : CSE, réunions de négociation . Communication interne : communications régulières à destination des salariés
Organisations professionnelles : (syndicats de producteurs, d'artistes...)	. Accords pluriannuels . Assemblées, rencontres régulières
Partenaires hors champ audiovisuel : culture, éducation et autres	. Réalisation de partenariats . Mises en place de collaborations pour la création d'outils ou d'événements . Signature de chartes . Relations d'affaires courantes
Acteurs externes : ONG, institutions de sondage, experts, ...	. Relations contractuelles . Relations d'affaires courantes . Partenariats
Organismes d'assurances	. Relations contractuelles . Visites d'expertises
Organismes bancaires	. Relations contractuelles . Relations classiques (notamment échanges réguliers avec les conseillers)

4.2.5 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 susceptibles 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 la déclaration de performance extra-financière 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.

Par ailleurs, les thématiques « Actions visant à promouvoir la pratique d'activités physiques et sportives » et « Lien Nation-Armées » sont adressées par France Télévisions au niveau de ses programmes (§ 1.2.3 ci-dessus).

Catégories	Enjeux de France Télévisions	Risques associés	Chapitres
Social	Dialogue social	Risques sociaux liés à la transformation de l'entreprise	§ 4.4.1.2
	Attraction et fidélisation des collaborateurs	Risques sociaux liés à la transformation de l'entreprise	§ 4.4.1.2
	Développement des compétences	Risques sociaux liés à la transformation de l'entreprise	§ 4.4.1.2
	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 et risques liés à la cybersécurité	§ 4.4.1.2 § 4.4.1.3
	Santé et sécurité du public	Risques liés à la sûreté des sites, du personnel et du public et risques liés à la cybersécurité	§ 4.4.1.3
	Harcèlement	Risques liés à la qualité et à la conformité de l'information et des programmes Risques liés à la conformité et à l'éthique	§ 4.4.2.1 § 4.5.2.1
	Mixité et diversité	Risques liés à la qualité et à la conformité de l'information et des programmes Engagements sociétaux	§ 4.4.2.2 § 4.4.2.1
	Qualité et conformité des programmes : déontologie, pluralisme, indépendance	Risques liés à la qualité et à la conformité de l'information et des programmes	§ 4.4.2.1
Environnemental	Impact environnemental des activités	Risques liés aux atteintes à l'environnement et à la transition écologique	§ 4.3.1
Lutte contre la corruption et l'évasion fiscale	Ethique et conformité	Risques liés à la conformité et à l'éthique	§ 4.5.2.1
	Lutte contre la corruption	Risques liés à la conformité et à l'éthique	§ 4.5.2.1
Droits humains	Protection des données personnelles	Risques liés à une défaillance dans la protection des données personnelles	§ 4.4.2.3
	Cybersécurité	Risques liés à la sûreté des sites, du personnel et du public et risques liés à la cybersécurité	§ 4.4.1.3
	Enjeux liés à la chaîne d'approvisionnement	Engagements sociétaux	§ 4.4.2.2

Les principaux risques traités dans la déclaration de performance extra-financière sont présentés ci-dessous :

Risques	Politiques et plans d'action	Indicateurs de performance (valeurs 2024)	Tendance
Risques liés aux atteintes à l'environnement et à la transition écologique	Réduction de l'empreinte liée à la gestion des sites Réduction de l'empreinte liée à la fabrication des contenus Responsabilité éditoriale du groupe dans la compréhension, la maîtrise et la prévention du public Contribution du groupe à la transition écologique du secteur	Valeurs 2024 Sobriété énergétique : Electricité : 58,6 MWh Gaz : 6,4 MWh PCS Chaleur : 4 MWh Fioul : 0,5 MWh Mobilité durable : Parc de véhicules : 1 217 unités dont essence (419 unités), diesel (349 unités), électriques (70 unités), hybrides (370 unités), autres (9 unités) Consommation de carburant : 1 079 milliers de litres dont essence (731 milliers de litres) et diesel (348 milliers de litres) Empreinte carbone : Volume des émissions de CO2 scopes 1 et 2 : 12 801 tonnes CO2e	Valeurs 2023 Sobriété énergétique : Electricité : 58 MWh Gaz : 7 MWh PCS Chaleur : 2,5 MWh Fioul : 0,3 MWh Mobilité durable : Parc de véhicules : 1 255 unités dont essence (431 unités), diesel (419 unités), électriques (54 unités), hybrides (315 unités), autres (36 unités) Consommation de carburant : 1 046 milliers de litres dont essence (649 milliers de litres) et diesel (397 milliers de litres) Empreinte carbone : Volume des émissions de CO2 scopes 1 et 2 : 12 631 tonnes CO2e
Risques sociaux liés à la transformation de l'entreprise	Poursuite de la mise en œuvre opérationnelle de la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEPP) Accompagnement des collaborateurs dans leur parcours professionnel Poursuite des actions en matière d'inclusion, de diversité et d'égalité des chances Identification des compétences de demain Poursuite du déploiement du SIRH	Taux de turnover : 4,5 % Nombre de jours de grève sur l'année : 39 % de seniors dans l'entreprise (55 ans et plus) : 35,7 % % de collaborateurs absents pour maladies inférieures ou égales à trois jours rapportés aux effectifs présents moyens annuels : 22,9 %	Valeurs 2023 Taux de turnover : 6,1 % Nombre de jours de grève sur l'année : 137 % de seniors dans l'entreprise (55 ans et plus) : 34 % % de collaborateurs absents pour maladies inférieures ou égales à trois jours rapportés aux effectifs présents moyens annuels : 23,5 %
Risques liés à la sûreté des sites, du personnel et du public et risques liés à la cybersécurité	Accompagnement sécurité et sûreté des Jeux Olympiques et Paralympiques	Sites sensibles inspectés par les équipes de la Direction de la sûreté et de la sécurité : 4	

	Poursuite de la protection renforcée des équipes sur les terrains de conflits (Ukraine et Israël notamment) Protection des sites : pilotage des volets sécurité et sûreté du projet immobilier Campus Poursuite de l'exécution de la mise en conformité incendie du siège de France Télévisions Mise en place du plan de sécurisation des JOP Poursuite du renforcement des SI et infrastructures et informatiques et des dispositifs de gestion de crise cybersécurité	Nombre d'opérations spéciales ayant bénéficié d'un dispositif de sécurité de la part de France Télévisions : 26 + 56 jours d'opérations spéciales pour les JOP Nombre de plans locaux élaborés et déposés en préfecture : 0 Rédaction de dossiers de sécurité : 14 Personnels sensibilisés/formés à la sécurité incendie : 186 Nombre d'incidents de sécurité informatique non critiques détectés et traités : 1693 alertes traitées Nombre d'incidents de sécurité informatique critiques : 1	Vs 8 en 2023 Vs 15 en 2023 Vs 4 en 2023 Vs 10 en 2023 Indicateur non suivi en 2023 Vs 1922 en 2023 Idem 2023
Risques liés à la qualité et conformité de l'information et des programmes	Poursuite de la démarche d'accès aux sources des journalistes pour le public (#NosSources) Renforcement de l'analyse de la véracité et de l'origine des images et vidéos des réseaux sociaux (cellule les Révélateurs) Mise en place d'une expertise sur les enjeux climatiques (équipe dédiée de journalistes, formations, lutte contre la désinformation climatique) Création du journal Météo-Climat Efforts pour limiter l'empreinte carbone des sujets de reportage Renforcement des liens avec le public (poursuite de la délocalisation des JT) Poursuite du décryptage de l'information (formats	Confiance du public dans l'information (étude annuelle IFOP mars 2024) : JT régionaux de France 3 : 81% JT de France 2 : 74% Notation franceinfo sur son univers : 73% Les offres d'information de france.tv (JT nationaux de France 2, JT régionaux de France 3 et franceinfo TV) bénéficient de la confiance de 76% de la population sondée Indicateurs de suivi de la représentation de la diversité dans les éditions nationales de France 2	Vs 80% en 2023 Vs 73% en 2023 Vs 72% en 2023 Vs 75% en 2023

	pédagogiques à l'antenne, lutte contre la désinformation) Renforcement de l'investigation JT quotidien à destination du jeune public (12-18 ans) Vigilance pour assurer la représentation des Français dans leur diversité		
Risques liés à une défaillance dans la protection des données personnelles	Optimisation du registre des traitements (nouvel outil) Poursuite de l'assistance aux équipes opérationnelles et accompagnement vers une autonomie sur les activités présentant peu de risques Accompagnement de la mise en place des mesures de mise en conformité et du maintien de celle-ci dans le temps, conformément aux évolutions réglementaires ou jurisprudentielles Etude des dossiers ou problématiques présentant un risque élevé Acquisition d'un nouveau module de l'outil de gestion de la conformité permettant la centralisation des actions, procédures et documentations sur un mode collaboratif	Procédures internes rédigées, mises à jour et disponibles sur l'intranet Positionnement stratégique du DPO Budget annuel dédié au DPO Mise en place d'actions de sensibilisation régulières Recommandations suite à l'analyse des traitements de données	
Risques liés à la conformité et à l'éthique	Poursuite de la mise en œuvre d'actions en matière de lutte contre les conflits d'intérêts (formation, communication, plateforme de déclaration en ligne, ...) Formalisation des procédures d'évaluation de la situation des clients et des fournisseurs	Nombre d'alertes déposées en 2023 : 18	2023 : 22 alertes

	Procédures de contrôles comptables en cours de déploiement En 2024, troisième campagne de contrôles « éthique et conformité »		
--	--	--	--

En complément, sont présentés au § 3 ci-dessus (Gestion des risques et dispositifs de contrôle interne) l'ensemble des risques ayant fait l'objet de l'exercice annuel de cartographie.

4.3 Note méthodologique relative au reporting extra-financier

4.3.1 Référentiels

Le reporting des indicateurs extra-financiers s'appuie sur le référentiel interne du groupe France Télévisions (au sens du § 4.3.3.1 ci-dessous), qui vise à préciser les définitions, les règles de collecte, de validation et de consolidation des indicateurs.

4.3.2 Méthodologie retenue pour les risques

Comme précisé au § 3 ci-dessus (Gestion des risques et dispositifs de contrôle interne), l'évaluation des risques est réalisée, depuis 2017, par le Comité de management des risques, selon deux axes : vraisemblance/fréquence et impact probable du risque.

La cartographie des risques est mise à jour annuellement. Elle est réalisée sur la base d'entretiens impliquant les dirigeants de l'entreprise ainsi que les directeurs des principales activités, en lien avec les macro-processus et objectifs associés de l'entreprise.

Le degré de maîtrise effectif des risques est évalué avec l'appui de la Direction de l'audit interne.

La méthodologie retenue pour expliciter les risques présentés dans la déclaration de performance extra-financière est la suivante (voir § 3 ci-dessus - Gestion des risques et dispositifs de contrôle interne) :

- Identification et évaluation de six groupes de risques principaux dans le cadre des obligations réglementaires (directive européenne) pour quatre catégories d'informations : loi sur le devoir de vigilance, loi relative à la transition énergétique et à la croissance verte, RGPD et Sapin II/Corruption :
 - o Risques liés aux atteintes à l'environnement et à la transition écologique ;
 - o Risques sociaux liés à la transformation de l'entreprise ;
 - o Risques liés à la sûreté des sites, du personnel, du public et à la cybersécurité ;
 - o Risques liés à la qualité et à la conformité de l'information et des programmes ;
 - o Risques liés à une défaillance dans la protection des données personnelles ;

- Risques liés à la conformité et à l'éthique.
- Présentation des stratégies et politiques ainsi que des plans d'actions déployés ;
- Présentation des indicateurs de pilotage et d'évaluation.

4.3.3 Périmètre de reporting et précisions méthodologiques relatives aux indicateurs

4.3.3.1 Entités prises en compte

Dans la présente déclaration de performance extra-financière,

- France Télévisions SA correspond à la société mère
- Les filiales correspondent aux sociétés filiales à 100% intégrées globalement (cf tableau ci-dessous)
- Le groupe France Télévisions correspond à France Télévisions SA et ses filiales telles que définies dans le tableau ci-dessous. Il convient de noter que le terme « groupe France Télévisions » est plus restrictif dans la présente déclaration extra-financière que dans la partie financière du rapport de gestion (§ 6). En effet, comme précisé dans le périmètre de consolidation (§ 6.1), les comptes consolidés prennent en compte, non seulement les filiales intégrées globalement, mais également les filiales intégrées proportionnellement et les sociétés mises en équivalence.

Nom	Forme sociale	Adresse	SIREN	% Intérêts 31/12/2024
SOCIETE MERE				
France Télévisions	SA	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	432 766 947	
SOCIETES INTEGREES GLOBALEMENT				
Sociétés de production				
France 2 Cinéma	SAS	33, avenue de l'Opéra 75002 Paris	320 876 410	100,00
France 3 Cinéma	SAS	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	329 924 963	100,00
France.tvstudio	SASU	26 rue d'Oradour sur Glane 75015 Paris	335 175 188	100,00
Sociétés de régies publicitaires				
France Télévisions Publicité	SA	64-70 avenue Jean Baptiste Clément 92100 Boulogne Billancourt	332 050 038	100,00
France Télévisions Publicité Inter Océan	SAS	64-70 avenue Jean Baptiste Clément 92100 Boulogne Billancourt	420 609 984	100,00
Société de gestion de droits				
France Télévisions Distribution	SA	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	379 518 368	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	100,00
France Télévisions Gestion Immobilière	SAS	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	413 969 841	100,00
Société Civile Immobilière Valin	SCI	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	487 664 732	100,00
France Télévisions SVOD	SAS	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	830 436 101	100,00
France Télévisions Publicité Conseil	SAS	64-70 avenue Jean Baptiste Clément 92100 Boulogne Billancourt	382 258 622	100,00
Réseau Outre Mer 1	SAS	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	520 674 359	100,00
Societe de Gestion du Réseau R1	SAS	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	478 720 295	100,00
France.tv presse	SASU	26 rue d'Oradour sur Glane 75015 Paris	894 512 276	100,00
Les Tontons Truqueurs	SAS	26 rue d'Oradour sur Glane 75015 Paris	817 639 891	100,00
DWARF Entertainment	SAS	23 rue d'Anjou 75008 Paris	844 638 932	63,00
DWARF Technology	SAS	125 Imp Adam Smith, 34470 Perols	880 851 837	63,00
DWARF Animation Studio	SASU	125 Imp Adam Smith, 34470 Perols	523 926 467	63,00
GR UHD 1	SAS	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	980 640 742	100,00
V Studios	SAS	660 Route Nationale 113 34740 Vendargues	985 296 862	100,00
V Studios Immo	SCI	660 Route Nationale 113 34740 Vendargues	985 282 938	100,00

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

Les risques liés aux atteintes à l'environnement et à la transition écologique sont présentés au § 4.3.1 ci-dessous.

Les données relatives à l'environnement et à la transition écologique sont reportées sur une année glissante allant du 1^{er} octobre N-1 au 30 septembre N, en l'occurrence, pour cette DPEF, du 1^{er} octobre 2023 au 30 septembre 2024.

France Télévisions ne disposait pas, jusqu'en 2022, des outils de collecte et de consolidation permettant de prendre en compte tous les m2 du groupe (tel que défini au § 4.3.3.1 ci-dessus). Un travail spécifique à la collecte et à la consolidation des données a été mis en place en 2023 permettant d'étendre le périmètre des surfaces couvertes.

En 2022, le périmètre de reporting s'appliquait aux sites de France Télévisions SA, France.tv studio, France Télévisions Publicité et France Télévisions Inter Océans soit 45 sites. En 2023 et 2024, le périmètre s'applique à tous les sites, correspondant au groupe France Télévisions tel que défini ci-dessus (§ 4.3.3.1) soit France Télévisions SA et ses filiales à 100% intégrées fiscalement. En 2024, le périmètre correspond à 180 sites représentant une surface de 307 761 m2, vs 183 sites et 304 165 m2 en 2023. L'augmentation de la surface est liée à la réorganisation immobilière des sites parisiens (projet Campus) en 2024, avec l'effet conjugué de l'intégration du site de Quadrans (15 964 m2) et l'abandon de certains sites.

Dans ce cadre,

- Pour les données liées à l'empreinte carbone (BEGES⁴⁷) :
 - o En 2022, le périmètre de reporting s'appliquait aux sites de France Télévisions SA ;
 - o En 2023 et 2024, le reporting s'applique au périmètre groupe (tel que défini au § 4.3.3.1 ci-dessus).
- Pour les données autres que celles liées à l'empreinte carbone :
 - o En 2022, le périmètre de reporting s'appliquait aux sites de France Télévisions SA, France.tv studio, France Télévisions Publicité et France Télévisions Inter Océans ;
 - o En 2023 et 2024, le reporting s'applique au périmètre groupe (tel que défini au § 4.3.3.1 ci-dessus).

4.3.3.2.1 Sobriété énergétique

Consommations énergétiques : Ces consommations se réfèrent aux consommations de chaleur, fioul, gaz naturel, électricité. Les quantités publiées correspondent aux quantités facturées par les fournisseurs du groupe. Cependant, des estimations peuvent être effectuées en cas de données manquantes. Les consommations reportées concernent, pour le périmètre du groupe (tel que défini au § 4.3.3.1 ci-dessus) :

- Electricité : 180 sites représentant 100 % des surfaces des locaux (vs 176 sites soit 94 % des m2 en 2023 et 45 sites soit environ 77 % des m2 en 2022). 16 % des sites ont été estimés en 2024 ;

⁴⁷ Bilan des émissions de gaz à effet de serre

- Gaz et fioul : 180 sites représentant 100 % des surfaces des locaux (vs 169 sites soit 91 % des m2 en 2023 et 45 sites soit environ 77% des m2 en 2022). Aucun site n'a été estimé en 2024 ;
- Chaleur : 180 sites représentant 100 % des surfaces des locaux (vs 165 sites soit 86 % des m2 en 2023 et 45 sites soit environ 77% des m2 en 2022). 1 % des sites a été estimé en 2024.

4.3.3.2.2 [Mobilité durable](#)

Consommations de carburants : Ces consommations se réfèrent aux consommations d'essence et de diesel des véhicules en propre ou en location longue durée. Les quantités publiées correspondent aux quantités facturées par les fournisseurs du groupe. Ces données correspondent à 100 % du parc de véhicules sur le périmètre du groupe (tel que défini au § 4.3.3.1 ci-dessus), représentant 180 sites, soit l'équivalent de 2023 et 2022. 1 % des sites a été estimé en 2024.

Nombre de véhicules : Le nombre de véhicules se réfère à 100% des véhicules thermiques, hybrides et électriques en propre ou en location longue durée sur le périmètre du groupe (tel que défini au § 4.3.3.1 ci-dessus), représentant 180 sites, soit l'équivalent de 2023 et 2022. 1 % des sites a été estimé en 2024.

4.3.3.2.3 [Empreinte carbone](#)

Les émissions de CO2 prises en compte concernent les catégories suivantes :

- Le scope 1 représente les émissions directes de gaz à effet de serre (GES). Sont incluses les émissions liées à la consommation de gaz naturel, de fioul domestique et aux injections de fluides réfrigérants réalisées lors des opérations de maintenance des installations de climatisation des sites. Sont également incluses les émissions liées au transport via des consommations de sources mobiles pour les véhicules possédés en propre ou en location longue durée sur lesquelles le groupe exerce un contrôle opérationnel ;
 - Le scope 2 rend compte des émissions indirectes de GES associées à la consommation d'électricité, de vapeur et de froid.
- Les émissions des scopes 1 et 2 sont obtenues par une multiplication d'une donnée d'activité à son facteur d'émission, lequel facteur est fourni par l'ADEME, via son site consacré à la réalisation des bilans des GES. Une valeur tutélaire (exprimée en TCO2e) peut être utilisée, lorsqu'une donnée d'activité sur les fuites frigorigènes est manquante, sans une justification du site contributeur.

4.3.3.2.4 [Gestion des ressources non énergétiques](#)

Consommation d'eau (de ville) : la consommation relevée concerne 180 sites représentant 100 % des m2 des locaux du périmètre du groupe (tel que défini au § 4.3.3.1 ci-dessus), avec un suivi et une collecte s'effectuant par les relevés de compteurs et les factures fournisseurs

(vs 104 sites soit 86 % des m2 en 2023 et 45 sites soit environ 77 % des m2 en 2022). 12 % des sites ont été estimés en 2024.

Consommation de papier : la consommation relevée concerne 180 sites représentant 100 % des m2 des locaux du périmètre du groupe (tel que défini au § 4.3.3.1 ci-dessus), avec un suivi et une consolidation s'effectuant via des factures ou des bons de commande (vs 170 sites soit 92% des m2 en 2023 et 44 sites soit environ 75% des m2 en 2022). 11 % des sites ont été estimés en 2024.

Gestion des déchets cinq flux (papier-carton, plastique, verre, bois et métal) : la gestion concerne, pour le périmètre du groupe (tel que défini au § 4.3.3.1 ci-dessus), les sites où sont triés et collectés les déchets cinq flux, dont la consolidation des quantités se fait sur la base des bordereaux de suivi de déchets des sites contributeurs.

- Déchets papier-carton : 180 sites représentant 100 % des surfaces des locaux (vs 74 sites soit 86 % des m2 en 2023 et 43 sites soit environ 75% des m2 en 2022). 1 % des sites a été estimé en 2024 ;
- Déchets plastique, verre, bois et métal ; 180 sites représentant 100 % des surfaces des locaux (vs 73 sites soit 85 % des m2 en 2023 et 43 sites soit environ 75% des m2 en 2022). 1 % des sites a été estimé en 2024.

Gestion des DEEE (déchets d'équipements électriques et électroniques) : le reporting concerne 180 sites représentant 100 % des m2 des locaux du périmètre du groupe (tel que défini au § 4.3.3.1 ci-dessus) (vs 157 sites soit 91 % des m2 en 2023 et 45 sites soit environ 77 % des m2 en 2022). La gestion s'effectue sur la base des bordereaux de suivi des déchets des sites contributeurs, lesquels sont désormais centralisés et accessibles via TRACKDECHETS, la plateforme numérique dédiée du Ministère de la Transition Ecologique.

4.3.3.3 Risques sociaux liés à la transformation de l'entreprise

Les risques sociaux liés à la transformation de l'entreprise sont présentés au § 4.4.1.2 ci-dessous.

Le périmètre de reporting 2024 s'applique à France Télévisions SA, France Télévisions Publicité, France.tv studio et France Télévisions Distribution, soit 99,9% des ETP du groupe. Le reporting 2023 s'appliquait au même périmètre. Le périmètre 2022 correspondait à France Télévisions SA, soit 90% des ETP du groupe.

Taux de turnover : l'indicateur est calculé sur l'effectif en CDI via la formule suivante : $((\text{nombre d'entrées en année N} + \text{nombre de sorties en année N}) / 2) / \text{ETP de janvier de l'année N}$.

Nombre de jours de grève sur l'année : nombre de jours pour lesquels un préavis de grève a été déposé sur l'année fiscale (du 1^{er} janvier au 31 décembre).

Nombre de jours non payés au motif « grève » : le nombre de jours est calculé sur l'effectif en CDI ayant fait au moins une heure de grève sur un jour de grève pour lequel un préavis a été déposé.

% de seniors dans l'entreprise : l'indicateur est calculé en divisant l'effectif CDI âgé de 55 ans et plus, présent à la fin du mois de décembre de l'année fiscale, par l'effectif permanent en CDI à cette même date.

% de collaborateurs absents pour maladies inférieures ou égales à trois jours rapportés aux effectifs présents moyens annuels : l'indicateur est calculé en divisant le nombre de collaborateurs en CDI absents pour maladies inférieures ou égales à trois jours sur l'année fiscale par l'effectif permanent annuel moyen présent sur l'année fiscale. Cet indicateur exclut les maladies professionnelles et les accidents de travail et de trajet.

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

Les risques liés à la sûreté des sites, du personnel, du public et à la cybersécurité sont présentés au § 4.4.1.3 ci-dessous.

Les opérations spéciales, les dossiers de sécurité et le nombre de plaintes déposées concernent toutes les entités du groupe France Télévisions tel que défini ci-dessus au § 4.3.3.1. Les autres indicateurs ne concernent que France Télévisions SA qui, seule, bénéficie d'un statut particulier vis-à-vis de l'Etat en application de l'article L 1332-1 du Code de la défense et des articles 48 et 54 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986.

Le périmètre pour les indicateurs de cybersécurité est l'ensemble du groupe France Télévisions (hors France Télévisions Publicité).

Sites sensibles inspectés par les équipes de la Direction de la sûreté et de la sécurité : un site sensible est un site répondant, pour France Télévisions, à la définition de l'article du Code de la défense précité.

Nombre d'opérations spéciales ayant bénéficié d'un dispositif de sécurité de la part de France Télévisions : Les opérations spéciales bénéficiant d'un dispositif de sécurité correspondent à des tournages (généralement en direct) mobilisant des moyens importants : (1) soit d'émissions récurrentes avec des invités VIP à titre politique (essentiellement) ou médiatique (monde du spectacle) bénéficiant d'une protection rapprochée ou d'émissions et/ou d'invités faisant l'objet d'une large exposition (générant un risque d'affluence ou une affluence effective) (exemples : « L'évènement » (anciennement « Vous avez la parole ») ; la captation du défilé du 14 juillet), (2) soit de grosses émissions de divertissement enregistrées en public (exemples : Téléthon, Festival de Cannes), (3) soit d'éditions spéciales (exemples : JT de 13H de France 2 délocalisés ; concerts exceptionnels). Le dispositif de sécurité mis en œuvre par France Télévisions consiste à concevoir, commander (au sens des achats), mettre en place et superviser généralement in situ (qu'il s'agisse de sites France Télévisions ou de plateaux extérieurs) le dispositif de sécurité privée, en coordination avec les forces de l'ordre, le cas échéant.

Nombre de plans locaux élaborés et déposés en préfecture : les plans locaux sont des plans particuliers de protection au sens de l'article L1332-3 du Code de la défense. Il s'agit d'une obligation légale. Ces plans doivent être rédigés pour chacun des sites sensibles qui ont été désignés dans le plan central (validé par les services de l'Etat) et sont eux-mêmes soumis à la validation de l'autorité administrative. Tout comme pour le nom précis du statut

d'opérateur sensible conféré à France Télévisions, cette information est couverte par le secret.

Nombre de dossiers de sécurité rédigés : les dossiers de sécurité sont généralement élaborés à l'occasion des opérations spéciales. Ils précisent les contours de l'évènement : quoi ? quand ? où ? qui ? comment ? avec le dispositif de production, le planning complet (incluant montage et démontage) et les détails du dispositif de prévention et de sécurisation mis en place (nombre d'agents de sécurité et/ou de sécurité incendie, répartition, missions, planning, coordonnées des responsables de la Direction de la sécurité et de la sûreté qui supervisent le dispositif et de leurs interlocuteurs privés et publics pour l'évènement...).

Nombre de plaintes déposées au nom de France Télévisions : il s'agit de plaintes déposées suite à une atteinte aux personnes à l'occasion ou dans l'exercice de leurs missions exercées pour le compte de France Télévisions ou suite à une atteinte aux biens appartenant à France Télévisions.

Nombre d'incidents de sécurité informatique non critiques détectés et traités : l'indicateur se réfère au nombre d'alertes traitées pour les incidents importants (par exemple : campagne de phishing, logiciel malveillant) et les incidents faibles (par exemple : un virus détecté par l'antivirus) et exclut les incidents critiques (inclus dans l'indicateur ci-dessous).

Nombre d'incidents de sécurité informatique critiques : un incident critique est un événement qui a engendré un impact significatif pour France Télévisions (par exemple : compromission d'une ou plusieurs ressources, impact notable de disponibilité, propagation d'un rançongiciel, impact juridique ou d'image, perte / fuite de données, ...).

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

Les risques liés à la qualité et à la conformité de l'information et des programmes sont présentés au § 4.4.2.1 ci-dessous.

Le périmètre de reporting s'applique à France Télévisions SA.

Par ailleurs, en complément des sujets relatifs à France Télévisions SA, un paragraphe spécifique est rédigé sur la déontologie publicitaire dans le cadre de l'exercice de son activité par la filiale France Télévisions Publicité.

Etude annuelle IFOP de l'image de l'information : étude d'image des offres d'information de France Télévisions et de ses concurrents, menée par l'IFOP⁴⁸ du 11 au 19 mars 2024.

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 diversité ethnoculturelle, la diversité d'origine et la mixité parité (suivi des invités plateau hommes/femmes et la place des expert(e)s) ainsi que le suivi du nombre de sujets Outre-mer dans les éditions nationales.

⁴⁸ Institut d'étude, opinion et marketing

Pour la parité, l'indicateur diversité exprime le pourcentage de sujets avec des femmes en intervenantes, un sujet étant défini comme un reportage. L'indicateur est obtenu en divisant le nombre de sujets avec des femmes en intervenantes par le nombre de sujets de référence (hors invités des journaux télévisés suivis au travers d'un autre indicateur).

Pour l'origine, l'indicateur diversité exprime le pourcentage de sujets dans lesquels interviennent des personnes perçues comme non blanches, un sujet étant défini comme un reportage. Cet indicateur est un indicateur de perception uniquement, il ne mesure pas des origines avérées. Il exclut les sujets traitant des Outre-mer. L'indicateur est obtenu en divisant le nombre de sujets avec des personnes perçues comme non blanches en intervenants par le nombre de sujets de référence plus le nombre d'invités des journaux télévisés.

Pour le handicap, l'indicateur diversité exprime le pourcentage de sujets traitant des conditions de vie, du point de vue, de l'expérience des personnes handicapées physiques et mentales et de leur entourage, un sujet étant défini comme un reportage. L'indicateur est obtenu en divisant le nombre de sujets tels que définis ci-dessus, par le nombre de sujets de référence.

L'indicateur diversité sociale exprime le pourcentage de sujets traitant des conditions de vie des milieux populaires, de la promotion sociale par l'école et le travail, des initiatives dans les quartiers populaires ou le monde rural, un sujet étant défini comme un reportage. L'indicateur est obtenu en divisant le nombre de sujets tels que définis ci-dessus, par le nombre de sujets de référence.

L'indicateur diversité LGBT exprime le pourcentage de sujets traitant des questions relatives aux minorités sexuelles et de genre avec pour angle leurs conditions de vie, leurs revendications et points de vue, un sujet étant défini comme un reportage. L'indicateur est obtenu en divisant le nombre de sujets tels que définis ci-dessus, par le nombre de sujets de référence.

L'indicateur diversité ethnoculturelle exprime le pourcentage de sujets traitant des questions relatives aux minorités culturelles et religieuses liées à l'immigration et aux DOM-TOM ainsi que l'expérience du racisme et des discriminations par les personnes concernées et les initiatives pour lutter contre, un sujet étant défini comme un reportage. L'indicateur est obtenu en divisant le nombre de sujets tels que définis ci-dessus, par le nombre de sujets de référence.

L'indicateur sujets Outre-mer dans les éditions nationales exprime le nombre de sujets traitant des questions relatives aux territoires français d'Outre-mer dans les éditions nationales d'information, un sujet étant défini comme un reportage. Il s'agit à la fois des sujets entièrement réalisés par les journalistes de la rédaction nationale traitant des problématiques de l'Outre-mer et des sujets fabriqués à partir des images/sujets fournis par les neuf stations ultra-marines de France Télévisions.

4.3.3.6 Risques liés à une défaillance dans la protection des données personnelles

Les risques liés à une défaillance dans la protection des données personnelles sont présentés au § 4.4.2.3 ci-dessous.

Le périmètre de reporting s'applique à France Télévisions SA.

Par ailleurs, un paragraphe spécifique est rédigé sur les risques applicables à la filiale France Télévisions Publicité.

4.3.3.7 Risques liés à la conformité et à l'éthique

Les risques liés à la conformité et à l'éthique sont présentés au § 4.5.2.1 ci-dessous.

Le périmètre de reporting s'applique au groupe France Télévisions tel que défini ci-dessus § 4.3.3.1 ci-dessus (France Télévisions SA et ses filiales intégrées globalement).

Nombre d'alertes déposées : il s'agit des alertes déposées via la plateforme "J'alerte", la ligne éthique de France Télévisions (dont le prestataire est signalement.net) et ou par courrier sur l'année fiscale (du 1^{er} janvier au 31 décembre).

4.4 Informations environnementales

Le groupe France Télévisions, à la fois entreprise et média de service public, évalue son impact climatique et environnemental aussi bien dans son fonctionnement que dans son lien avec son public. Ce double impact constitue le fondement de la politique de transition écologique du groupe, avec trois objectifs :

- Réaliser la transition écologique du groupe : réduire l'empreinte liée à la gestion de ses sites et à la fabrication des contenus (prévenir et diminuer les incidences dues à la consommation de ressources énergétiques et non énergétiques, poursuivre la promotion d'une mobilité durable, favoriser le traitement écologique de tous types de déchets, réduire le volume de gaz à effet de serre émis au sein du périmètre opérationnel du groupe) ;
- Conduire et consolider la responsabilité éditoriale du groupe (accompagnement du public) ;
- Contribuer à la transition écologique du secteur de l'audiovisuel.

Pour toutes les données et analyses contenues dans ce chapitre, il convient de noter une évolution du périmètre de reporting entre 2022 et 2023 et une stabilisation en 2024. En 2022, le périmètre de reporting s'appliquait aux sites de France Télévisions SA, France.tv studio, France Télévisions Publicité et France Télévisions Inter Océans soit 45 sites. En 2023 et 2024, le périmètre s'applique à tous les sites, correspondant au groupe France Télévisions tel que défini dans la note méthodologique (§ 4.3.3.1 ci-dessus) soit France Télévisions SA et ses filiales à 100% intégrées fiscalement. En 2024, le périmètre correspond à 180 sites

représentant une surface de 307 761 m², vs 183 sites et 304 165 m² en 2023. L'augmentation de la surface est liée à la réorganisation immobilière des sites parisiens (projet Campus) en 2024, avec l'effet conjugué de l'intégration du site de Quadrans (15 964 m²) et l'abandon de certains sites.

4.4.1 Changement climatique et risques liés aux atteintes à l'environnement et à la transition écologique

4.4.1.1 Organisation et gouvernance climat

La direction de la RSE pilote les engagements sociétaux et environnementaux du groupe. Elle s'assure que la politique d'entreprise de France Télévisions ainsi que son action en tant que média sont alignées avec ces grandes priorités. Elle fournit, avec l'aide des directions concernées, les éléments liés à la RSE dont l'entreprise doit rendre compte (ex : éléments RSE inscrits dans la déclaration de performance extra financière, reporting ARCOM sur la représentation des femmes sur les antennes...). Elle veille au respect de l'ensemble des obligations RSE de France Télévisions (ex : objectif du COM de baisse de l'empreinte carbone, objectif du COM de parité des expertes sur les antennes...).

En complément et en appui des actions développées dans la suite de ce chapitre, il convient de noter que France Télévisions Université soutient la politique de transition écologique du groupe et propose dans son catalogue un panel de formations destinées à l'ensemble des salariés, avec notamment pour objectif l'obtention à titre individuel du Pass Ecoprod.

Ainsi, en 2024, France Télévisions, France.tv studio et France Télévisions Publicité, avec l'aide de France Télévisions Université, ont élargi la proposition de sensibilisation au changement climatique en proposant un MOOC⁴⁹ « Les nouveaux Imaginaires ». À ce tronc commun accessible pour l'ensemble des collaborateurs, viendront s'ajouter début 2025 deux modules complémentaires axés, l'un sur les métiers de l'éditorial, l'autre sur les métiers de la publicité.

4.4.1.2 Stratégie climatique

4.4.1.2.1 Sobriété énergétique

4.4.1.2.1.1 Actions mises en place en 2024

Depuis octobre 2022, des actions visant la sobriété énergétique du groupe sont continuellement implémentées. Depuis octobre 2022, l'ensemble des sites parisiens et des réseaux métropolitain et ultramarin s'inscrivent dans une démarche de sobriété énergétique.

⁴⁹ Un MOOC (acronyme formé des initiales de massive open online course, en français cours en ligne ouvert à tous) est un type ouvert de formation à distance capable d'accueillir un grand nombre de participants

Au niveau des sites parisiens, les actions liées à la gestion technique des bâtiments et des équipements informatiques, plateaux et studios se poursuivent afin de réduire les consommations.

En régions et en Outre-mer, à titre illustratif, on peut citer les actions suivantes menées en 2024 :

- **Eclairage LED** : six sites du réseau régional ont adopté l'éclairage LED afin de réduire leur consommation énergétique, notamment Grenoble, Rennes, Nancy (luminaires extérieurs et régie) et Toulouse (régie). Il en est de même en Outre-mer : Mayotte (régies et studios radio), Saint-Pierre-et-Miquelon (rédaction) et Wallis-et-Futuna.
- **Climatisation** : plusieurs mesures ont été prises pour réduire la consommation liée à la climatisation. À Rennes, les consignes de température dans les locaux techniques ont été abaissées. À Reims, les horaires de climatisation ont été optimisés grâce à la Gestion Technique Centralisée (GTC). Montpellier a installé une VMC, ce qui a permis d'arrêter deux groupes de climatisation. En Outre-mer, Mayotte a limité l'utilisation de la climatisation aux heures de bureau.
- **Détecteurs de présence** : des systèmes de détection avec extinction automatique des lumières ont été mis en place à Rennes et Strasbourg, réduisant ainsi les consommations inutiles d'énergie.
- **Gestion optimisée des consommations** : des initiatives variées ont été déployées pour optimiser les usages énergétiques. À Rennes, des horloges programmables ont été installées, les têtes thermostatiques des radiateurs ont été remplacées et une étude est en cours pour connecter le bâtiment au réseau de chauffage urbain. À Poitiers, l'allumage du mur d'image et des téléviseurs dans le hall a été programmé. À Amiens, la transition énergétique s'est poursuivie avec le remplacement de la chaudière à gaz par un système de chauffage urbain.
- **Régulation des équipements** : pour mieux contrôler la consommation d'eau chaude, une régulation du chauffage a été mise en place à Clermont-Ferrand, permettant de l'adapter à la température extérieure. À Lyon, l'ancien système de chaufferie a été remplacé par le chauffage urbain.

4.4.1.2.1.2 Ecogestes

Comme en 2023, les collaborateurs de France Télévisions sont incités à participer à l'effort collectif de réduction de la consommation d'énergie à travers un ensemble d'écogestes et de bons usages qu'ils sont invités à respecter, notamment la préservation de la chaleur ou de la fraîcheur des espaces de travail (fermeture des stores des bureaux) et le respect des bonnes pratiques du numérique responsable en matière de navigation, de stockage de données, de gestion des outils de visioconférences et de messageries.

4.4.1.2.1.3 Focus France Télévisions Publicité

La filiale poursuit également la mise en œuvre d'actions de sobriété énergétique sur ses sites. A titre illustratif :

- Eclairage intérieur des bâtiments coupé lors des périodes de fermeture ;

- Eclairage extérieur a minima, aucun éclairage de terrasse depuis deux ans ;
- Installation de détecteurs de présence dans les sanitaires et les locaux reprographie (depuis fin 2020) ;
- Monitoring des consommations électriques depuis octobre 2021 (Smart Impulse / Vinci) ;
- Mise en œuvre des systèmes de refroidissement passif (free cooling) des salles informatiques ;
- Chauffage / Climatisation : en hiver, 19°C pour les pièces occupées, 16°C hors période d'occupation, 8°C si les lieux sont inoccupés plus de deux jours ;
- Réduction ou arrêt des systèmes audiovisuels non indispensables, tels que les projecteurs ou écrans des halls d'accueil ou des cafétérias ;
- Généralisation des détecteurs de mouvement (locaux reprographie, sanitaires ...) ;
- Sensibilisation des salariés aux enjeux de l'efficacité énergétique, en appliquant les bonnes pratiques (éteindre les open-space et bureaux en fin de journée de travail et les équipements non utilisés ou en veille en fin d'utilisation journalière ou le week-end) ;
- Réduction de l'éclairage des parkings

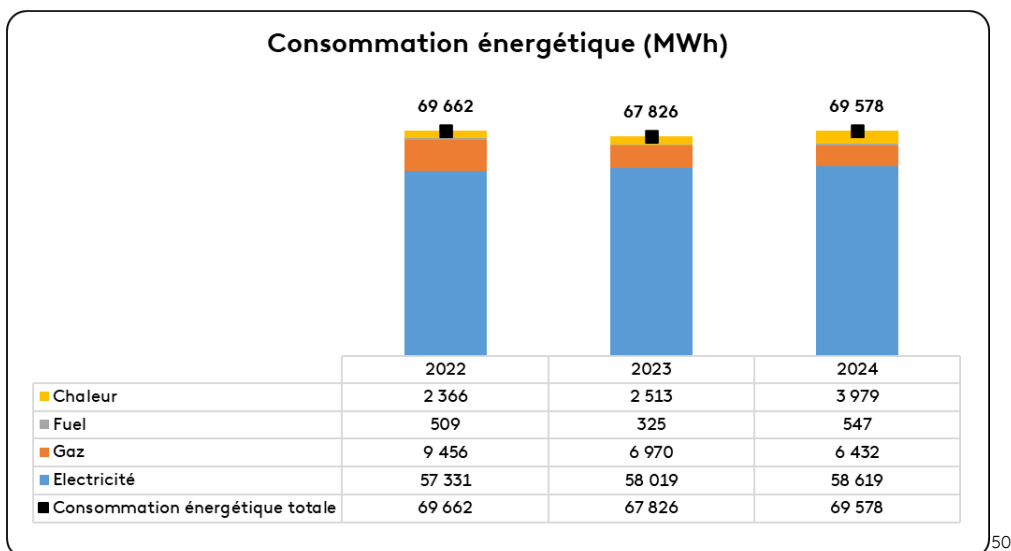
4.4.1.2.1.4 Analyse des consommations

Les consommations d'électricité augmentent de 1 % entre 2023 et 2024, en dépit des actions de sobriété énergétique mises en place et de l'adoption de bonnes pratiques. Cette hausse s'explique par la couverture des Jeux Olympiques et Paralympiques 2024 (accroissement d'activité, recours accru aux équipements), par une meilleure estimation des données manquantes sur certains sites et par l'intégration du site Quadrans (effet transitoire lié à la coexistence sur 2024 de ce nouveau site et de sites non encore abandonnés).

Les consommations de gaz diminuent de 8 % entre 2023 et 2024. La baisse, déjà constatée les années précédentes, est liée à l'abandon progressif de cette source d'énergie avec l'objectif de recourir de plus en plus à une énergie de chauffage moins émissive telle que la chaleur urbaine (cf ci-dessous).

Les consommations de fioul augmentent de 68 % entre 2023 et 2024. Cette hausse s'explique par la couverture des Jeux Olympiques et Paralympiques 2024 (accroissement d'activité, utilisation de groupes électrogènes en support), par l'installation de groupes électrogènes sur certains sites en Outre-mer et par des tests de maintenance réalisés sur certains équipements techniques électriques ayant nécessité l'utilisation de fioul.

Les consommations de chaleur urbaine augmentent de 21 % entre 2023 et 2024 en corrélation avec l'abandon progressif de l'utilisation du gaz au profit de la chaleur urbaine, moins émissive (cf ci-dessus). Il convient également de noter que les consommations de chauffage sont impactées par les conditions climatiques hivernales, tout en faisant l'objet d'efforts de maîtrise des températures dans les bureaux.



4.4.1.2.2 Mobilité durable

- Déplacement domicile-travail : forfait mobilité durable

En 2024, un avenant prorogeant jusqu'en décembre 2025 l'accord Forfait Mobilité Durable (FMD), sur les déplacements domicile-travail, a été signé par les organisations syndicales.

- Gestion des parcs de véhicules

France Télévisions poursuit et consolide depuis plusieurs années une politique durable de gestion de son parc automobile. En 2024, l'adaptation du parc automobile du groupe France Télévisions aux enjeux climatiques et environnementaux s'est confirmée avec la poursuite du renouvellement progressif de l'ensemble des véhicules à moteur thermique au profit de véhicules électriques et hybrides.

Dans ce cadre, on constate une hausse du nombre de véhicules électriques et hybrides entre 2023 et 2024 de respectivement +30 % et +17 %, alors que le nombre de véhicules à moteur thermique baisse sur la période (-3 % pour les véhicules à essence et -17 % pour les véhicules diesel). La part des véhicules électriques et hybrides dans le total des véhicules du groupe passe ainsi de 25 % en 2022 à 29 % en 2023 et à 36 % en 2024, dépassant ainsi en 2024 la part des véhicules à essence (34 % du parc) et des véhicules diesel (29 % du parc).

⁵⁰ En 2024, 180 sites représentant 100% des m2

En 2023, électricité 176 sites (94% des m2), gaz et fioul 169 sites (91% des m2), chaleur 165 sites (86% des m2)

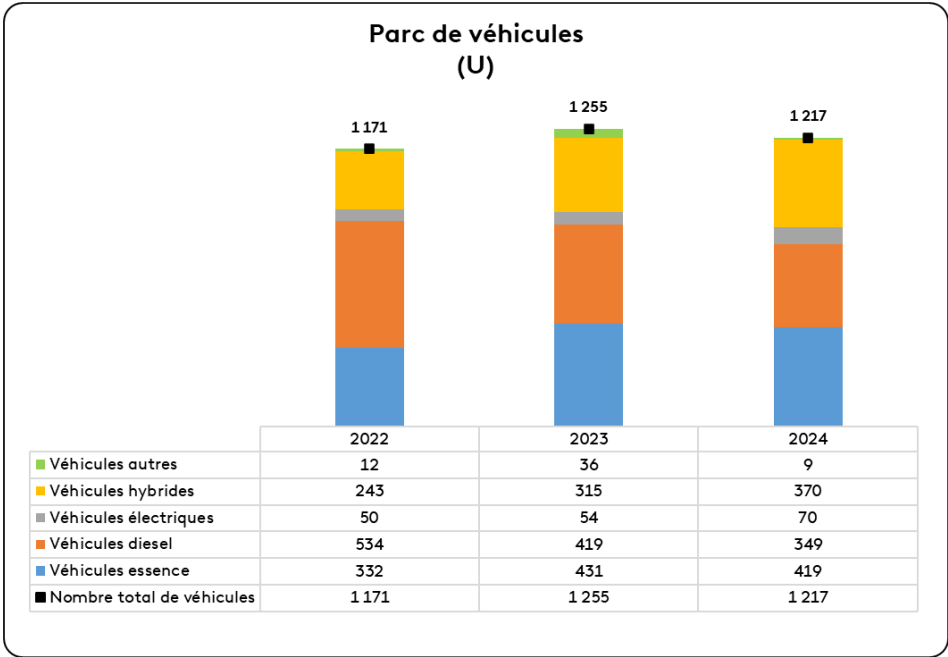
En 2022, 45 sites (environ 77% des m2)

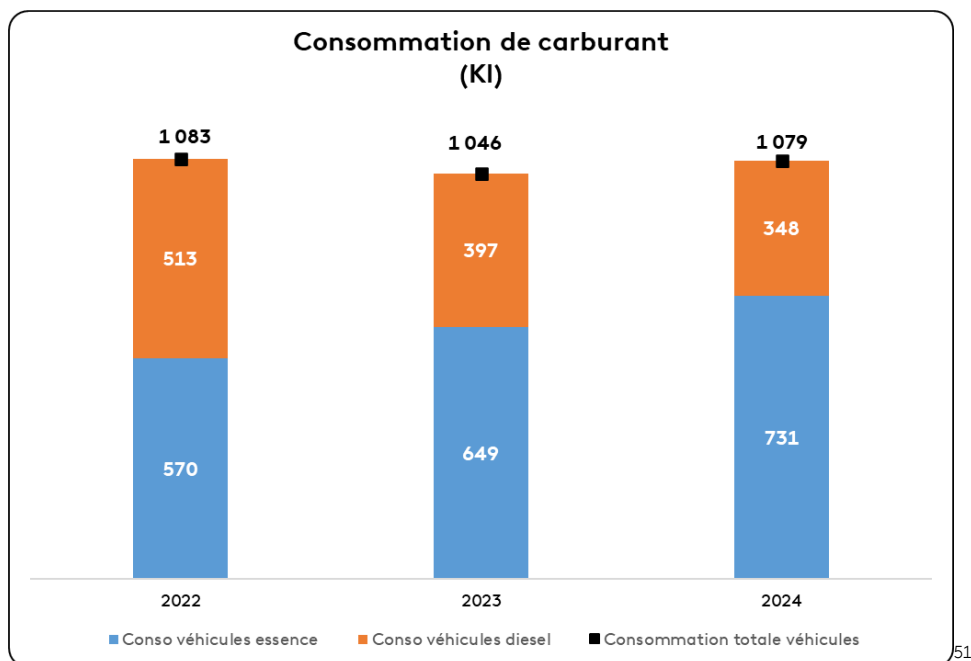
Il convient de noter que les véhicules à essence constituent la phase transitoire vers des véhicules alternatifs, principalement dans les lieux d’implantation de nos sites où les possibilités de recharge électrique ne sont pas encore suffisantes.

Concernant les consommations de carburant, le passage progressif du diesel à l’essence se traduit par une hausse des consommations d’essence (+13 % entre 2023 et 2024 et +28 % entre 2022 et 2024) et un recul des consommations de diesel (-12 % entre 2023 et 2024 et -32 % entre 2022 et 2024).

A titre d’exemple, mesures mises en place en 2024 sur les différents sites du groupe :

- Installation de bornes de recharge électrique sur le site de La Réunion, ainsi qu’à Vendargues (dans le cadre du Plan de Déplacement Mobilité Écologique signé avec la métropole de Montpellier) ;
- Remplacement progressif des véhicules diesel par des véhicules hybrides ou essence sur les sites de Grenoble, Nancy et Limoges ;
- Poursuite de la mise en place de stages d’écoconduite au bénéfice des journalistes reporters d’images (JRI), notamment à Poitiers.





51

- La mobilité durable chez France Télévisions Publicité

Au sein de France Télévisions Publicité, la mobilité durable se traduit par les mesures et actions ci-après :

- Conversion de la flotte de véhicules de fonction de thermique en hybride ou électrique dès 2019. 100% de véhicules électriques ou hybrides à fin 2021. Objectif de réduction du poids des véhicules lors des renouvellements à partir de 2025 et d'augmentation de la part des véhicules électriques ;
- Mise à disposition de deux voitures électriques en libre-service pour les rendez-vous professionnels (depuis 2020) ;
- Mise à disposition de quatre vélos à assistance électrique disponibles depuis janvier 2020, pour les rendez-vous professionnels ainsi que d'un vélo cargo ;
- Forfait Mobilité Durable depuis 2022.

4.4.1.2.3 [Sobriété numérique](#)

4.4.1.2.3.1 [Offres numériques](#)

France Télévisions a poursuivi en 2024 son engagement continu et ses efforts pour intégrer l'éco-conception dans les pratiques numériques, tout en travaillant activement à la réduction de l'empreinte écologique de ses offres.

⁵¹ 100% des sites couverts en 2022, 2023 et 2024

- Sensibilisation et formation

Plus de 50 % des collaborateurs de la Direction du numérique ont été sensibilisés à l'éco-conception (produit, design, tech) et 25 personnes ont suivi des formations spécifiques à leur métier (design, product management, chef de projet, développement).

- Analyse et positionnement

Une analyse a été réalisée pour mieux identifier notre positionnement et aller au-delà des pratiques existantes dans le secteur.

- Participation et représentation

La Direction du numérique a participé à l'enrichissement du référentiel général d'écoconception de services numériques (RGESN) initié par la DINUM⁵².

- Audit et objectifs

En anticipant les obligations légales, des audits de conformité ont d'ores et déjà été réalisés sur trois de nos offres (Okoo, france.tv, Outre-mer), qui ont conduit à définir des objectifs et des actions pour améliorer les scores de conformité de 15 % en moyenne. Ainsi, sur france.tv il a été relevé 60 % de conformité avec mise en place d'un plan d'action pour gagner 10 % l'année prochaine ; sur Okoo, il a été relevé 70 % de conformité, un plan d'action est en cours qui nous a déjà fait gagner 10 % ; sur le site web d'Outre-mer, il a été relevé 47% de conformité avec un plan d'action en cours dans le cadre de la refonte du site web.

- Bonnes pratiques et accompagnement

Un référentiel de bonnes pratiques a été mis en place pour les différents métiers du numérique chez France Télévisions et les équipes sont accompagnées dans la mise en œuvre de ces bonnes pratiques d'éco-conception.

- Actions et mesure d'impact

- Introduction d'un "mode éco" sur le player vidéo pour réduire la consommation de données et l'empreinte écologique. Malgré une utilisation faible de 3 %, l'économie estimée est de 445 To de données par mois, équivalente à 4 450 kg eq CO2 économisés⁵³ ;
- Mise en œuvre des outils de mesure Greenspector sur france.tv pour suivre l'évolution de nos indicateurs d'impact écologique à chaque nouvelle version ;
- Suivi quotidien de la consommation électrique des data centers, automatisation de la récupération des données de bande passante ;
- Améliorations techniques sur Okoo pour alléger le produit (ex : nombre de requêtes par page, éviter d'avoir des animations en boucle) et améliorer la performance ;

⁵² Service du Premier Ministre, placé sous l'autorité du Ministre de la Fonction publique, de la Simplification et de la Transformation de l'action publique, la direction interministérielle du numérique (DINUM) a pour mission d'élaborer la stratégie numérique de l'État et de piloter sa mise en œuvre

⁵³ Cela représente près de 20 500 km parcourus en voiture et correspond à la moitié de l'empreinte carbone annuelle d'un Français

- Transparence et sensibilisation sur Okoo : finalisation de la déclaration d'éco-conception d'Okoo.

- Labellisation

La Direction du numérique réalise les démarches afin d'obtenir la labellisation Numérique Responsable niveau 1.

4.4.1.2.3.2 Actions de la Direction des technologies et des systèmes d'information

La Direction des technologies et des systèmes d'information s'est engagée depuis plusieurs années dans une démarche de sobriété numérique :

- Sensibilisation des équipes opérationnelles aux enjeux environnementaux des activités numériques (interventions dans les différents Comités de direction) ;
- Arrêt du renouvellement automatique des matériels des collaborateurs ;
- Paramétrage de l'espace de travail informatique pour réduire la consommation d'énergie ;
- Intégration de critères « numérique responsable » dans les appels d'offres pour la Direction des technologies et des systèmes d'information ;
- Création d'une équipe de référents « numérique responsable » dans les équipes opérationnelles ;
- Démarrage d'une procédure de rapatriement des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE) des sites France Télévisions d'Outre-mer ;
- Définition d'une formation « numérique responsable » avec l'Université France Télévisions ;
- Participation aux travaux d'élaboration du référentiel par catégorie de produits pour les services numériques audiovisuels menés par l'ARCOM, l'ARCEP et l'ADEME ;
- Partage des bonnes pratiques dans le groupe RSE des Technologies de l'Audiovisuel Public (TAP) ;
- Participation au groupe de travail UER⁵⁴ « Sustainability »
- Participation aux groupes de travail du CIGREF⁵⁵ sur la féminisation des métiers du numérique, sur le numérique responsable, le IT for Green et les enjeux de la CSRD ;
- Suivi des travaux de l'association femmes@numérique⁵⁶ ;
- Participation à l'élaboration de la candidature à l'obtention du label « Numérique Responsable » aux côtés de la Direction du numérique et de la direction de la RSE ;
- Travaux d'optimisation afin de réduire la taille des espaces de stockage numérique.

⁵⁴ Union Européenne de Radiotélévision

⁵⁵ Association des grandes entreprises et administrations publiques françaises, le Cigref se donne pour mission de développer leur capacité à intégrer et maîtriser le numérique

⁵⁶ Association visant à améliorer l'accès des femmes aux formations et métiers du numérique, afin d'augmenter leur représentation dans le secteur

4.4.1.2.3 Focus sur la sobriété numérique chez France Télévisions Publicité

- Publicité vidéo : optimisation des encodeurs et des hébergements, développement de la capacité, à travers les players vidéos, de lire une rendition vidéo adaptée à l'utilisateur ;
- Publicité TV : passage du mode « écran » au mode « spot à spot », diminution de 94 % du poids des transferts vers les éditeurs concernés ;
- Data centers externalisés chez des hébergeurs engagés dans la réduction de leur impact environnemental (Greendata en 2022 et Thésée en 2024) ;
- Serveurs : standardisation, optimisation de l'utilisation et planification pluriannuelle (capacity planning) ;
- Optimisation de l'utilisation des serveurs, démarche « Greenops » : instances coupées la nuit chez le prestataire AWS, réunions trimestrielles d'optimisation Cloud et seuil d'alerte automatique annuel ;
- Stockage : standardisation en cours, première étape de séparation du stockage vidéo des autres types de fichiers ;
- Poste de travail qui contribue à la neutralité carbone carbone (achat responsable : choix d'un fournisseur qui s'engage sur la réduction de son impact et adhère à un programme de compensation).

4.4.1.2.4 Réorganisation immobilière des sites parisiens

La réorganisation immobilière des sites parisiens de France Télévisions autour du siège à l'horizon 2025 (projet Campus), initiée en mai 2022, vise à incarner l'équité et l'engagement environnemental du groupe. Les équipes ont poursuivi en 2024 la mise en œuvre des meilleures pratiques en matière de performance environnementale, de modes de fonctionnement collectif, d'organisation spatiale et de promotion des mobilités douces et actives.

- L'intégration des meilleures pratiques en matière de performance environnementale dans la construction, l'aménagement et l'exploitation : application des standards les plus vertueux, utilisation de matériaux recyclables ou recyclés pour les meubles, pilotage des espaces pour gérer la lumière et la température en fonction de la présence des salariés, exploitation responsable (exemple nettoyage de jour) ;
- Davantage de partage pour renforcer l'équité entre personnel tertiaires et techniques, en répondant à leurs nouveaux usages de travail, à surfaces constantes : optimisation de l'usage des espaces pour éviter que des surfaces soient exploitées sans être utilisées, espaces collectifs mutualisés pour l'ensemble du Campus, partage des postes de travail tertiaires au sein de « quartiers d'équipe » ;
- Une approche plus vertueuse dans la gestion des déchets : généralisation sur l'ensemble des bâtiments des systèmes de gestion et de tri des déchets déjà existants, mutualisation des espaces de tri et de recyclage, incitation au tri et au recyclage ;

- La promotion des mobilités douces et actives (marche, vélo...) : démarche encouragée dans le cadre du Plan Mobilité, circulation facilitée entre bâtiments permettant d'encourager la marche, espaces de parking sécurisés et bornes de rechargement pour vélos électriques et trottinettes, services de réparation (vélos) ;
- Une atmosphère verte et végétale, faisant plus de place à la nature : espaces exposés à la lumière naturelle, présence de plantes dans les espaces de travail, utilisation de bois et de matériaux bruts pour le mobilier et les textures.

4.4.1.2.5 Démarche écoresponsable liée à la fabrication des contenus

France Télévisions, dans le cadre de son plan de transition écologique, consolide sa politique d'écoproduction pour ses contenus. Le groupe est membre fondateur et administrateur de l'association Ecoprod⁵⁷, qui forme et accompagne la transition écologique des professionnels du secteur de l'audiovisuel. France.tv studio a rejoint l'association en février 2023.

La politique d'écoproduction du groupe, portée tant par la direction en charge des moyens de fabrication interne (la Fabrique), la Direction de la production que par la filiale de production (France.tv studio), se fonde sur deux grands principes :

- Disposer d'une maîtrise de l'empreinte écologique grâce à l'évaluation carbone des contenus ;
- Réduire l'empreinte écologique liée à la fabrication des contenus grâce à une démarche d'écoproduction.

Une démarche d'écoproduction visant à réduire l'empreinte carbone et environnementale est élaborée et déployée via la définition de mesures d'écoproduction destinées à devenir la norme pour les contenus de France Télévisions ainsi que par la création de postes d'écomanagers pour les productions déléguées de fiction. Cette démarche s'inscrit dans le cadre du référentiel du label Ecoprod qui permet également une certification. Le feuilleton de France Télévisions *Un si grand soleil* a d'ailleurs obtenu le label Pionnier Ecoprod⁵⁸ et *Un si grand soleil saison 6* est la première fiction quotidienne à avoir été labélisée Ecoprod 2 étoiles argent. Ce même label a été décerné notamment à la mini-série *Deter*, à la fiction *A l'instinct 2* et à la série *Alex Hugo*.

⁵⁷ Créée en 2009 sous forme de Collectif, Ecoprod s'est donné comme mission de fédérer et d'accompagner le secteur audiovisuel au sens large (cinéma, publicité, TV, digital, corporate, ...) dans l'évaluation et la réduction de son impact environnemental. En 2021, Ecoprod se transforme en association. Ses membres fondateurs sont Audiens, le groupe Canal+, la CST (Commission technique de l'image et du son), le groupe France Télévisions et le groupe TF1, soutenus par le CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée)

⁵⁸ Le label Pionnier permet de valoriser les productions qui ont accompagné Ecoprod et l'Afnor certification durant la phase d'élaboration de la grille du référentiel. Evaluées par l'équipes d'Ecoprod, ces productions ont obtenu un score supérieur à 65% et validé les huit critères impératifs du référentiel

France Télévisions s'engage en cohérence avec le « Plan Action »⁵⁹ du CNC, en interne dans ses processus de production propres et ses moyens de fabrication mais également en lien avec ses partenaires producteurs. L'ensemble des contenus du groupe est concerné : fictions, documentaires, magazines, information, sport, animation, captations, programmes courts. L'objectif de France Télévisions est d'obtenir le bilan carbone de chacun des programmes produits, en priorité des œuvres de fiction et de documentaires avec l'objectif de les faire labéliser. Afin de garantir une gestion cohérente et faciliter les travaux de consolidation des bilans carbone, France Télévisions utilise, depuis fin 2023, l'outil Carbon Clap développé par Ecoprod et homologué par le CNC.

Parallèlement, le groupe France Télévisions poursuit le déploiement de son plan de formation⁶⁰ pour les principaux postes opérationnels de l'écoproduction au sein du groupe : producteurs, directeurs de production, régisseurs, chargés de production. Un pass Ecoprod est délivré à l'issue de la formation.

Les studios du groupe installés à Vendargues et gérés par France.tv studio représentent à ce jour le premier site de production écoresponsable de France qui poursuit la mise en place de pratiques écoresponsables, selon une démarche d'amélioration continue. Ces studios, représentant plus de 16 000 m² de plateaux et des infrastructures modernes de post production et d'effets visuels numériques, accueillent notamment la fiction quotidienne *Un si grand soleil*. Un certain nombre d'actions et de bonnes pratiques sont en place depuis plusieurs années, comme notamment :

- Mutualisation de la menuiserie et optimisation du stock décors, réutilisation des décors, formation dédiée à l'écoresponsabilité de leur fabrication ;
- Utilisation de matériaux ayant un écolabel ;
- Installation d'un système de climatisation et de chauffage économique et d'un système d'automatisation de mise en veille des installations le cas échéant ;
- Contrôle de la luminosité par rapport à la luminosité naturelle ;
- Communication et sensibilisation des collaborateurs du site à l'écoproduction ;
- Diminution du papier sur les tournages ;
- Tri des déchets ;
- Optimisation de la gestion technique des bâtiments ;
- Mise à disposition de repas végétariens issus des produits en circuit court ;
- Installation d'un dessiccateur pour le recyclage des déchets organiques du restaurant.

Engagée en faveur de la RSE, France.tv studio a obtenu la labellisation LUCIE 26000⁶¹ en décembre 2022. Cette distinction démontre l'engagement de la filiale dans une véritable démarche de respect de toutes ses parties prenantes conformément aux principes du

⁵⁹ Plan sur trois ans. 2022 : année de l'incitation des professionnels de l'audiovisuel à s'engager dans une transformation durable de leur activité ; 2023 : définition de nouvelles règles ; 2024 : mise en œuvre de nouvelles obligations notamment en matière de contreparties aux aides publiques

⁶⁰ Formation « Parcours Ecoprod en entreprise cinéma et audiovisuel »

⁶¹ Le référentiel LUCIE 26000 est une déclinaison pratique et pragmatique de la norme ISO 26000 pour les organisations. Il a pour objectif de les aider les organisations à s'approprier les différentes thématiques de la responsabilité sociétale

développement durable. France.tv studio, conformément à la Charte de gouvernance responsable rédigée dans le cadre de cette labellisation, s'engage notamment, dans ses réflexions et prises de décisions, à rechercher systématiquement le meilleur équilibre entre performance économique, respect de l'environnement, préoccupations sociales et exemplarité de gouvernance. Un comité de pilotage RSE, composé de collaborateurs issus des différentes activités de la filiale, veille au respect de ces engagements et en suit l'évolution.

Dans le cadre du projet France 2030, France.tv studio se développe sur le site de Vendargues avec la construction d'un nouveau studio qui permettra d'augmenter la capacité de production de France Télévisions en complémentarité de l'offre actuelle. Sur ce site, un hectare est spécifiquement dédié à un bassin de rétention, afin d'avoir un espace consacré à la biodiversité. Par ailleurs, sont prévus l'installation de panneaux solaires, la récupération des eaux pluviales et des eaux grises et l'aménagement d'un parking en dalle green pour assurer la perméabilité des sols. L'objectif est d'obtenir pour ce bâtiment les labels BDO⁶² Argent et BREEAM⁶³ Very Good.

France Télévisions Publicité est également engagée dans une démarche d'écoproduction, avec notamment l'adhésion à l'association Ecoprod et le respect de la charte de l'écoproduction pour les productions Le Lab et France Télévisions Publicité Conseil.

4.4.1.3 Empreinte carbone

Le volume des gaz à effet de serre (GES) pour l'exercice 2024 sur le périmètre groupe tel que défini dans la note méthodologique (§ 4.3.3.1 ci-dessous) s'élève à 12 801 TCO₂e, en hausse de 1,35 % par rapport à la donnée 2023 qui s'élevait à 12 631 TCO₂e.

L'électricité représente 62% des émissions du groupe, ce qui s'explique par le fait que chacun des 180 sites est raccordé au réseau électrique contrairement aux autres énergies.

Par ailleurs, nous constatons une augmentation significative de la consommation d'essence (+13 % entre 2023 et 2024). Parallèlement la consommation de diesel baisse de 12 %. Cette évolution s'explique par une politique de transition de la flotte de véhicules du groupe avec un abandon progressif du diesel au profit de l'hybride.

Enfin, l'évolution du périmètre (meilleure intégration des données manquantes et intégration du bâtiment Quadrans) et la mise à jour du facteur d'émission du mix électrique français ont également contribué à augmenter les émissions comptabilisées.

Le scope 1, qui comprend les consommations de fioul, de gaz, de carburants (essence et diesel) et les émanations de fluides frigorigènes, baisse de 2,8 %, passant de 4 456 TCO₂e en 2023 à 4 333 TCO₂e en 2024. Le scope 2, qui comptabilise les consommations en énergie électrique et de chauffage, connaît une hausse de 3,6 %, passant de 8 175 TCO₂e en 2023 à 8 468 TCO₂e en 2024.

⁶² Bâtiment Durable Occitanie

⁶³ Originaire du Royaume-Uni, la certification BREEAM est devenue la norme pour évaluer la qualité d'un bâtiment d'un point de vue environnemental

Le bilan carbone du groupe France Télévisions réalisé sur les données d'activité de 2021 a été publié sur le site de l'ADEME en 2024. La réalisation du bilan carbone complet du groupe France Télévisions sur les données 2024 et de la feuille de route associée afin de suivre une trajectoire de décarbonation alignée avec les impératifs de l'Accord de Paris, sont en cours de finalisation.

Il convient de noter que, dans le cadre des travaux en cours sur le bilan carbone complet de France Télévisions, le poste relatif aux émissions directes et indirectes de gaz à effet de serre liées aux activités de transport amont et aval de l'activité n'est pas significatif pour France Télévisions.

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

En 2024, France Télévisions reste le premier média des Français, avec 29,8% de part d'audience⁶⁴. France Télévisions a touché 81 % de la population en moyenne chaque semaine⁶⁵ quel que soit l'écran (télévision, ordinateur, mobile et tablette). Le groupe se démarque par l'utilité de son offre, la multiplicité de ses canaux, la diversité de ses programmes et son lien avec les Français.

Cette capacité à mobiliser, alerter et fédérer fait de France Télévisions un acteur dans la transformation culturelle et l'adaptation de nos sociétés aux enjeux de la transition écologique.

Quelques exemples de programmes ayant contribué en 2024 à la sensibilisation du public en matière environnementale (liste non exhaustive) :

- **Météo-climat**

Pour renforcer la couverture au quotidien des enjeux liés au climat, France Télévisions a lancé, en mars 2023, un journal météo-climat diffusé deux fois par jour (chaque soir et à la mi-journée) sur France 2 et France 3, soit près de 110 heures de programmes par an. Au-delà des prévisions météo, ce rendez-vous propose des reportages en format court, des informations chiffrées et des interventions d'experts pour mettre en lumière les effets du changement climatique et favoriser l'adoption de pratiques écologiques. L'environnement étant l'un des premiers sujets de préoccupation des Français, le journal météo-climat privilégie l'interactivité avec le public via le hashtag Climat #OnVousRépond sur franceinfo.fr et un QR code pour permettre aux téléspectateurs de poser des questions à la rédaction nationale et aux référents scientifiques.

⁶⁴ Part d'audience 4 ans et plus. Source Médiamétrie-Médiamat

⁶⁵ Source : Médiamétrie/ Médiamat Thématik. Agrégat France.tv VAD avec France 4 (janvier-octobre 2024)

- **L'environnement dans les magazines d'information**

52 émissions ont traité des thématiques liées à la protection de l'environnement et au développement durable sur l'année 2024, soit un total de près de 30 heures d'antenne. 47 intervenants en lien avec l'environnement ont été reçus en plateau dans l'ensemble des magazines de l'Information.

- ***Envoyé Spécial***: 11 reportages de 28 minutes (exemples : « Un jardinier révolutionnaire », « Inondations », « Alerte au moustique tigre ») et une émission spéciale de 110 minutes en prime time « Au cœur du monde agricole »
- ***Complément d'Enquête*** : cinq enquêtes de 52 minutes, avec par exemple « Pour qui roule la FNSEA ? », « Electricité : l'injuste prix », La guerre du climat »
- ***Nous les Européens*** : 11 émissions de 26 minutes et 1 numéro spécial de 52 minutes, avec par exemple, « Laponie, l'appel du Grand Nord », « Islande, les pionniers du Nord », « Eau, comment échapper à la pénurie », « La Grèce au secours de ses fonds marins », « Le rêve d'une Europe plus verte », « Monténégro : l'appel des grands espaces », « Canaries : promopêche »
- ***13h15 Le samedi et 13h15 Le dimanche*** : une série documentaire de 90 minutes (consacrée à la marée noire provoquée par le naufrage de l'Amoco Cadiz, ses conséquences et la dépollution des côtes) et sept reportages de 30 minutes (exemples : « Paysans, 10 ans après », « Les inondés », « Un homme et des orques »)
- ***L'Événement*** : huit émissions avec plusieurs invités liés à l'écologie (élections européennes et législatives). A titre illustratif, *L'Événement* a consacré le 16 mai un numéro entier en prime-time, pendant la campagne des européennes, à l'agriculture et à la transition écologique
- ***Dimanche en Politique*** : sept émissions avec des invités liés à l'écologie

- **Documentaires Investigation/Enquête/Climat**

- ***Vert de rage*** (France 5) : enquêtes avec des scientifiques sur les grands scandales environnementaux et les graves pollutions (exemples : « La contamination à petit feu », « Amiante, nos écoles malades », « Armes, l'héritage toxique »)
- ***Sur le front*** (France 5) : enquête et découverte de nos écosystèmes les plus précieux, au plus près des femmes et des hommes qui consacrent leur vie à protéger la biodiversité, à dénoncer les excès de notre société de consommation et proposent des solutions pour rendre notre monde plus "vert" (exemples : « Où enterrent-ils nos poubelles », « La face cachée des forêts françaises », « Enquête sur la terre qui nous nourrit » ; « Fromages : où est passé notre terroir ? », « Les réseaux sociaux vont-ils tuer le tourisme ? »)

- ***Sale temps pour la planète*** : portraits d'hommes et de femmes qui, sur tous les continents, luttent pour sauver la planète du désastre annoncé (exemples : « Le Nord en surchauffe », « Aude, l'eau dans tous ses états », « Corse, les possibilités d'une île »)
- ***Vivre loin du monde*** : un citoyen anglais suit des hommes et des femmes qui ont renoncé au luxe et au style de vie du monde moderne afin de profiter d'une nouvelle vie en pleine nature, avec par exemple, « Une cabane au fond des bois », « Montagnes galloises », « L'île de Rathlin », « Islande », « La forêt Ecosaise »
- ***Climat : des résistants en Outre-mer*** (France 3) : à la rencontre d'hommes et de femmes qui affrontent l'impact du dérèglement climatique dans les territoires d'Outre-mer (montée des eaux, ouragans, épisodes durables de sécheresse ou inondations brutales) et s'investissent solidairement pour proposer des solutions inédites

- **Documentaires Découverte/animalier**

Exemples de magazines qui, au détour de leurs explorations, abordent des thématiques environnementales :

- ***Silence, ça pousse !*** : conseils et astuces, créations originales autour du végétal et initiatives écologiques
- ***En société*** : mise en lumière de femmes et d'hommes qui marquent l'époque, interrogent, inspirent ou dérangent la société
- ***Météo à la carte*** : émission interactive et informative pour comprendre l'impact de la météo sur la santé, la nature, l'histoire et certains métiers
- ***Echappées belles*** : évasion et rencontres autour du globe
- ***Thalassa, aventures extrêmes*** : émission pour les passionnés des océans et des mers dans des aventures intenses, aux quatre coins de la planète
- ***Rendez-vous en terre inconnue*** : mise en lumière de la parole d'hommes et de femmes vivant dans des zones particulièrement reculées, à la découverte de leur mode de vie, de leur culture et de leur vision du monde
- ***Nos terres inconnues*** : exploration des terroirs français, des paysages, de l'environnement et rencontre des habitants
- ***Des racines et des ailes*** : découverte du patrimoine, rencontre de passionnés qui se mobilisent pour défendre et valoriser la culture et le patrimoine au cœur des régions
- ***Faut pas rêver*** : découverte et évasion, rencontres authentiques au cœur de la France ou d'une région du monde
- ***Science grand format*** : le grand spectacle de la science à travers des documentaires dédiés aux nouvelles découvertes archéologiques, spatiales et biologiques de notre planète

- Rendez-vous sur les antennes régionales France 3 et Outre-mer 1^{ère}
 - Sur les antennes régionales France 3 (liste non exhaustive)
 - En région Auvergne Rhône-Alpes avec *L'info en + Climat*, rendez-vous hebdomadaire de sept minutes sur des initiatives positives destinées à réduire l'impact de l'homme sur le réchauffement climatique
 - En région Aquitaine avec *NoA sur Mer*, le magazine de la mer diffusé sur NoA ; *NoA sur Terre*, le magazine dédié à l'agriculture en Nouvelle-Aquitaine (avec par exemple « Agriculture de précision », « Circuits courts », « L'apiculture ») ; *Se réinventer en Nouvelle-Aquitaine* présente des solutions locales à l'urgence climatique (exemples : « Tri des biodéchets, mode d'emploi », « Les vignes face au changement climatique », « Se déplacer autrement »)
 - En région Normandie avec Pistes vertes : à la rencontre de normands qui prennent des initiatives en faveur de l'environnement et de la biodiversité
 - Sur France 3 Auvergne-Rhône-Alpes, à la rencontre des femmes et des hommes qui cultivent l'âme de la montagne à travers leurs engagements
 - Sur France 3 Corse Via Stella, *Empreinte verte* est un magazine culturel abordant des thématiques environnementales et citoyennes (exemples : « Comment éveiller la conscience écologique », « Le vélo un mode de déplacement vertueux ») ; *Corsica salvatica* est une série documentaire qui invite à la découverte du monde du sauvage et de l'extraordinaire biodiversité de la Corse (exemples : « Le monde des champignons », « Regards sur la grande bleue ») ; *Andemu* : des passionnés font découvrir la Corse aux téléspectateurs par des balades originales (terroir, artisanat, culture, patrimoine, faune, flore)
 - Sur France 3 Val de Loire, le documentaire « La vie sans voiture » explore l'adoption de nouveaux modes de déplacement ; « La Pile, mon village nucléaire » présente l'histoire, les accidents et les dangers de la Pile, la centrale nucléaire de Saint-Laurent-des-Eaux
 - Sur les antennes des Outre-mer 1^{ère} (liste non exhaustive)
 - *De la Mère à la Terre en Outre-mer* : portraits de femmes témoins de savoirs ancestraux pour un monde plus durable et un avenir plus respectueux des enjeux écologiques
 - *À la vie, À la Terre* : émission qui explore les impacts du dérèglement climatique sur des territoires magnifiques
 - *Au-delà des récifs coralliens, la vie* : mise en lumière de la relation sacrée entre le peuple polynésien et son environnement marin
 - *Bora Bora, le laboratoire du futur* : mise en avant, du patrimoine naturel de la « perle du Pacifique » et de l'engagement de ses îliens, entre tradition et modernité
 - *Nouvelle-Calédonie : écosystèmes en péril*

- *Latitudes Outre-mer* : magazine dont un certain nombre de sujets traite des enjeux environnementaux

- **Offre éducative**

La plateforme éducative Lumni offre de nombreux contenus pédagogiques dont plusieurs thématiques dédiées aux enjeux de la transition écologique.

Cette offre pour les élèves est complétée par des opérations d'éducation aux médias et de lutte contre la désinformation notamment auprès des éco-délégués.

- **Offre publicitaire**

France Télévisions a signé son Contrat Climat en 2022. France Télévisions Publicité est également signataire du Contrat Climat du Syndicat National de la Publicité TV (SNPTV). Ainsi, France Télévisions et France Télévisions Publicité ne proposent plus de voyages et/ou vols longs courrier comme dotation dans les émissions de jeux.

En complément de cet engagement France Télévisions Publicité propose un ensemble d'offres commerciales respectueuses de la transition écologique destinées aux annonceurs soucieux de mettre en avant leurs actions responsables :

- Ecrans « Territoire Responsable⁶⁶ » ;
- Ecrans « Greenspirit⁶⁷ » ;
- Goodvertising⁶⁸ TV et digital
- Programmes courts consacrés au développement durable.
- Dons en numéraire à des associations (dont France Nature Environnement)
- Campagnes pro bono⁶⁹
- Participation au programme « Transition en commun » de Radio France.

Quelques exemples de programmes courts : Volvo hybride « Mon déclic nature » (série de programmes courts en télévision dans lesquels des personnalités décrivent un geste du quotidien en faveur de l'environnement) ; France Bois Forêt et son programme court « Laisse entrer la nature » (où les vertus de la nature et d'un environnement préservé sont promues) ; « La minute électrique » avec Renault pour son modèle Zoé et un programme d'information

⁶⁶ France Télévisions Publicité donne la parole aux entreprises pour raconter leurs initiatives et engagements responsables en faveur de l'environnement

⁶⁷ France Télévisions Publicité propose les écrans « Green Spirit » autour de contextes affinitaires et puissants qui seront réservés aux spots publicitaires des produits les plus respectueux de l'environnement selon les normes reconnues et validées par l'ADEME (Agence de la transition écologique)

⁶⁸ Les marques et France Télévisions Publicité s'engagent à reverser une part du budget de la campagne sous la forme d'un don

⁶⁹ Pro bono, locution latine signifiant "pour le bien public" ; une campagne pro bono est une campagne de publicité réalisée gracieusement par une agence pour le compte d'un annonceur (généralement une association défendant une cause d'intérêt général)

pour favoriser une alimentation plus saine et plus durable avec Aprifel ; « Agissons avec Jamy » (qui donne des conseils pour consommer durablement et polluer moins).

En outre, France Télévisions Publicité fait partie des 18 régies publicitaires digitales engagées dans le programme Sustainable Digital Ad Trust⁷⁰ du SRI⁷¹ pour promouvoir une publicité responsable (obtention du niveau Platine avec une note moyenne de 71/100).

4.4.2 Gestion des ressources non énergétiques

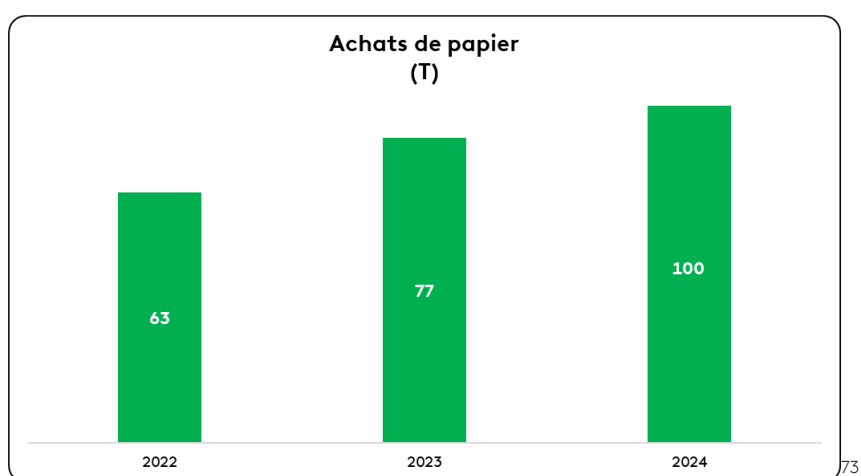
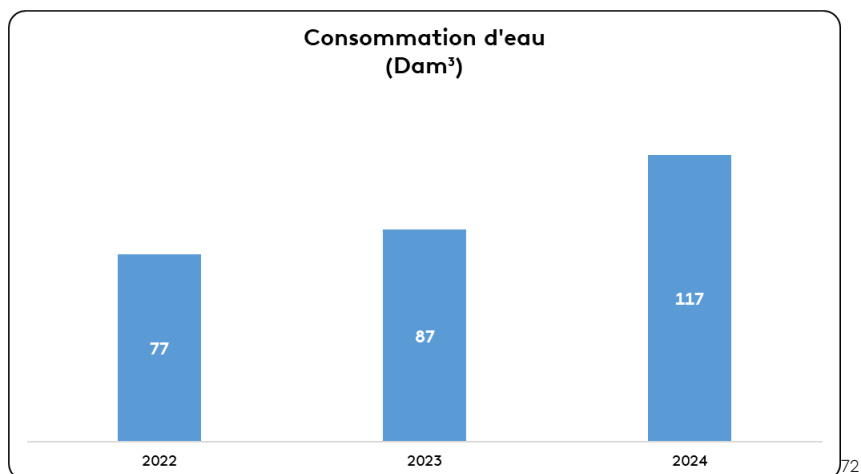
Les consommations d'eau au sein du groupe ont augmenté de 35 % entre 2023 et 2024. Cette hausse est principalement liée à une évolution du périmètre (davantage de sites pris en compte et intégration du site parisien de Quadrans), à des travaux réalisés sur des conduites d'eau potable (notamment sur le site de Polynésie après une fuite importante) et au surcroît d'activité lié aux Jeux Olympiques et Paralympiques 2024. Des efforts ont néanmoins été réalisés afin de réduire les consommations. A titre illustratif, on peut citer l'installation, à Strasbourg, de robinets thermostatiques bridables, et, à Mayotte, de réducteurs de pression et de mécanismes d'optimisation dans les sanitaires. Sur le site de Vendargues, Francetv studio a réduit le temps d'arrosage et limité les écoulements dans les sanitaires.

On constate une hausse de 30 % des **achats de papier** entre 2023 et 2024, ce qui s'explique principalement par une évolution du périmètre (davantage de sites pris en compte et intégration du site parisien de Quadrans) et à des effets de décalage dans le temps entre achats et consommation. Malgré cette hausse constatée, le groupe France Télévisions poursuit sa politique de dématérialisation dans toutes ses activités.

France Télévisions poursuit également son engagement dans la promotion d'un approvisionnement en produits durables pour **l'alimentation de son restaurant d'entreprise**. C'est le cas des fruits et légumes pour lesquels le restaurant d'entreprise privilégie continuellement un approvisionnement en circuits courts. Au restaurant d'entreprise du siège à Paris, sont désormais proposés dans les menus un plat végétarien, voire végétarien. Par ailleurs, un effort particulier est fait dans la réduction des déchets organiques, par leur revalorisation.

⁷⁰ Le programme Sustainable Digital Ad Trust (SDAT) a pour objectif de valoriser toutes les transitions des régies du SRI en faveur d'une publicité digitale plus responsable – technologiques, business ou environnementales

⁷¹ Créée en 2023, le SRI est une organisation interprofessionnelle qui représente les intérêts des régies dans la chaîne de valeur de la publicité digitale en France



4.4.3 Gestion des déchets

4.4.3.1 Gestion des déchets cinq flux⁷⁴

Au fil des années, France Télévisions consolide son dispositif de tri et de collecte des déchets cinq flux. L'enjeu réside dans la consolidation des systèmes de collecte pour ces cinq types de déchets, dorénavant à l'échelle de tout le groupe. Le process commence en interne avec des dispositifs de pré-collecte, suivis d'une collecte réalisée par un prestataire, qui peut être soit public soit privé, voire s'effectuer par l'intermédiation du propriétaire des locaux pris à bail par France Télévisions. En effet, la gestion des déchets au sein de certains de nos sites, notamment ceux à l'étranger, est parfois assurée par le logeur. Lorsque la collecte des

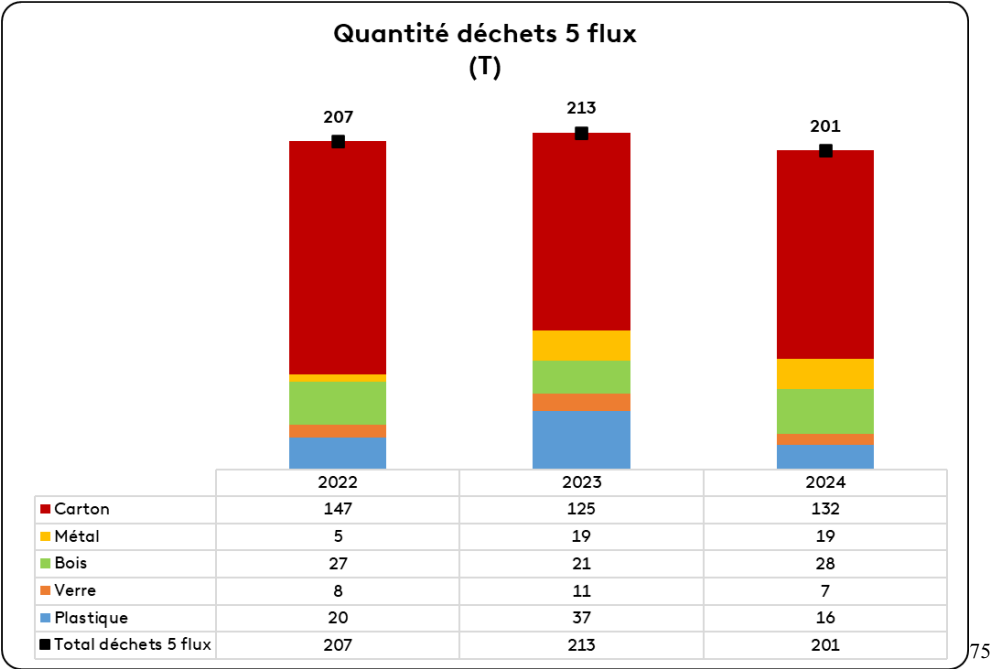
⁷² En 2024 : 180 sites (représentant 100 % des m2), en 2023 : 104 sites (86% des m2), en 2022 : 45 sites (environ 77 % des m2)

⁷³ En 2024 : 180 sites (représentant 100 % des m2), en 2023 : 170 sites (92 % des m2), en 2022 : eau 45 sites (environ 77 % des m2)

⁷⁴ Papier-carton, plastique, verre, bois et métal

déchets cinq flux de France Télévisions est réalisée par un service public, sans possibilité de pesage en interne et sans délivrance d'un bordereau de suivi, aucune donnée ne peut être reportée. Dans ce cas, le traitement écologique des déchets est assuré par ledit service public.

Evolution des quantités collectées :



La collecte des déchets cinq flux est rendue difficile par leur identification et leur quantification, aussi bien quand il s’agit d’un site propriété du groupe France Télévisions, que d’un site pris à bail. Le périmètre de collecte a été étendu entre 2023 et 2024, davantage de contributeurs aux données environnementales ayant pu renseigner l’indicateur mais, pour certains sites, l’enlèvement des déchets se déroulant de manière indifférenciée par les services des mairies, aucune donnée ne peut être collectée. Les tonnages de déchets sont variables d’un site à l’autre, ce qui est principalement lié à l’activité des sites et aux efforts de collecte. L’impact de la hausse d’activité liée aux Jeux Olympiques et Paralympiques 2024 a été particulièrement sensible sur les volumes de déchets papier-carton et bois. Des processus de réemploi des déchets sont en cours au sein de nos studios de production.

À titre illustratif, voici quelques actions en matière de gestion des déchets sur les sites en régions : dans une démarche de gestion responsable des déchets, des poubelles dédiées au tri sélectif ont été installées à Reims. À Toulouse, cette initiative a été étendue au restaurant d’entreprise avec des containers pour les matières organiques et recyclables. À Nantes, des équipements vétustes ont été recyclés et du mobilier a été revalorisé en partenariat avec

⁷⁵ En 2024 : déchets cinq flux 180 sites (représentant 100 % des m2)
En 2023 : papier-carton 74 sites (86 % des m2), plastique, verre, bois, métal 73 sites (85 % des m2).
En 2022 : déchets cinq flux 43 sites (75 % des m2)

ELISE⁷⁶. À Poitiers, des bacs pour déchets organiques ont été mis en place. À Nancy, un contrat a permis d'intégrer les biodéchets au tri effectué à la cantine. À Vendargues, France.tv studio a supprimé les poubelles individuelles au profit de points de collecte, et des gobelets réutilisables ont été acquis. Dans nos bureaux de Moscou et Washington, des dispositifs permettent le recyclage des piles, plastiques et cartons.

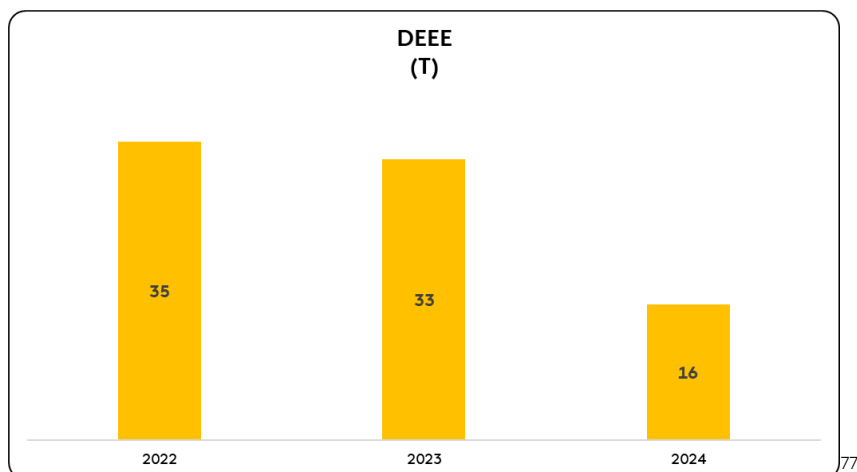
Focus France Télévisions Publicité : l'entreprise poursuit son engagement :

- Diminution de l'utilisation du papier ;
- Suppression des plastiques à usage unique et recyclage ;
- Imprimantes paramétrées recto / verso ;
- Dématérialisation de la gestion des notes de frais ;
- Dématérialisation de la facturation (novembre 2020) : 80 % des factures annonceurs dématérialisée depuis fin 2022 ;
- Achats responsables (labels TFC et Ecocert) ;
- Suppression des gobelets plastiques (janvier 2020) dans les distributeurs de boissons chaudes, aux fontaines à eau (gobelets en carton recyclable) et dans les salles de réunion (remplacement des bouteilles d'eau par des carafes d'eau filtrée). Possibilité d'utiliser des tasses dans les distributeurs de boissons chaudes à la place des gobelets en carton.

4.4.3.2 Gestion des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE)

Dans le but de simplifier et sécuriser la traçabilité de la gestion de ses déchets dangereux, France Télévisions a recours depuis juillet 2022 à la plateforme numérique TRACKDECHETS du Ministère de la Transition Ecologique, où ses bordereaux de suivi des déchets (BSD) désormais dématérialisés sont collectés, ce qui contribue à une stabilisation et à une traçabilité de ces déchets dangereux. En 2024, le total des DEEE collectés au sein du groupe est de 16 tonnes, soit une baisse de 51,8 % par rapport à 2023. À Poitiers, des accus rechargeables ont remplacés les piles jetables. En Nouvelle-Calédonie, des initiatives de collecte ont été mises en œuvre pour les piles et les cartouches d'encre.

⁷⁶ Fondée en 1997, ELISE (Entreprise Locale d'Initiative au Service de l'Environnement) est née de la double idée d'assurer la collecte et le recyclage des papiers de bureau et de créer une activité visant à assurer un emploi stable à des personnes en difficultés d'insertion, notamment pour cause de handicap.



Il convient de noter qu'une quantité non négligeable des DEEE fait l'objet d'un réemploi en interne, comme le montre le tableau ci-après :

Taux de réemploi du matériel IT		
Du 01/10/2023 au 30/09/2024	Sites Parisiens	Hors Sites Parisiens
PC fixes	86%	82%
PC portables	64%	79%
Ecrans	32%	97%
Imprimantes	100%	100%
Global bureautique	55%	83%

La filiale France.tv studio a confié la gestion de son matériel électronique usagé aux services de collecte et de revalorisation de Manutan⁷⁸, labellisé par l'ADEME⁷⁹. France.tv studio a obtenu une certification Manutan, qui souligne les efforts de l'entreprise pour revaloriser ses produits électroniques usagés et réduire son empreinte environnementale.

Le matériel électronique usagé de la filiale France Télévisions Publicité est récupéré par le broker ATF GAIA (entreprise adaptée).

⁷⁷ En 20024 : 180 sites (représentant 100 % des m2). En 2023 : 157 sites (91% des m2). En 2022 : 45 sites (77% des m2)

⁷⁸ Le service de collecte et revalorisation de Manutan permet aussi de financer l'insertion professionnelle de personnes en situation d'exclusion et de précarité, en effectuant le traitement des produits électroniques chez Ateliers Sans Frontières (groupe Arès), qui accompagne la réinsertion professionnelle de ses salariés

⁷⁹ Agence de la transition écologique

4.5 Informations sociales

4.5.1 Effectif propre

4.5.1.1 Informations sociales et politique ressources humaines

Les politiques, plans d'actions et indicateurs de performance présentés dans ce chapitre couvrent France Télévisions SA, à savoir 89,6 % des effectifs du groupe.

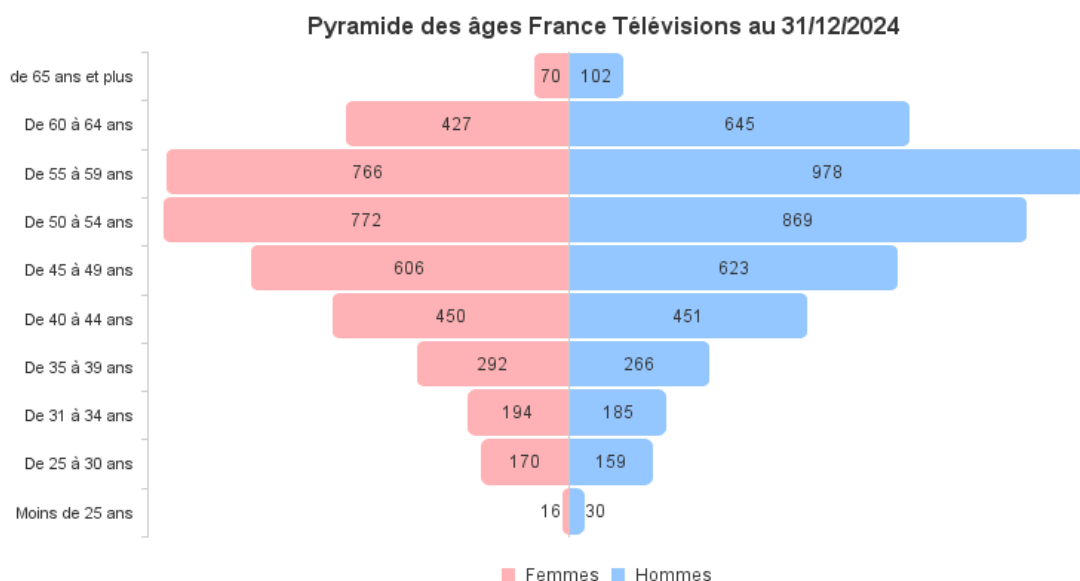
La fonction Ressources humaines accompagne managers et collaborateurs dans leur propre transformation, au service de la transformation de toute l'entreprise. Elle a décidé de questionner son modèle, ses pratiques et ses façons de faire.

A ce titre, en septembre 2024, a été nommée une directrice en charge de l'accompagnement RH de la transformation, qui a notamment pour mission de définir, proposer et mettre en œuvre la stratégie d'accompagnement RH des transformations, en tenant compte des besoins des collaborateurs et des directions. Il lui appartient également de mesurer et d'évaluer l'impact des initiatives d'accompagnement sur la performance et l'engagement des collaborateurs.

4.5.1.1.1 Emploi (France Télévisions SA)

Le niveau d'ETP⁸⁰ moyens annuels constaté à fin 2024 (France Télévisions SA) s'établit à 8 931,7 ETP, en économie par rapport au budget. Le niveau d'ETP moyens annuels des effectifs non permanents s'établit à 1 260,9 ETP moyens annuels. Le taux de recours aux collaborateurs non permanents s'établit ainsi à 14,1 % à fin 2024, en diminution de 0,4 point par rapport à 2023. Cette diminution traduit les efforts réalisés par l'entreprise en matière de contrôle des effectifs malgré une activité élevée (élections législatives, Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris). Dans ce contexte, la part de l'intermittence est aussi en diminution par rapport à l'année dernière et s'établit à 7,3 % (vs 7,6 % en 2023 ; 7,6 % en 2022 ; 7,3 % en 2021 ; 6,3 % en 2020 et 7,2 % en 2019).

⁸⁰ Equivalents temps plein



Embauches, licenciements et autres départs (France Télévisions SA)		
Nombre d'embauches	Nombre de licenciements	Nombre de départs autres (1)
328	89	205

(1) Les autres départs correspondent à des départs en retraite, des démissions et des fins de contrat ou de période d'essai.

4.5.1.1.2 Politique ressources humaines (France Télévisions SA)

- 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

2024 a vu le renfort de l'offre managériale et de sa mise en visibilité.

- Le programme « un manager, une formation » a été lancé en septembre 2024 avec pour ambition que chaque manager suive au moins une formation au catalogue de l'université d'ici au 31 décembre 2025 ;
- Poursuite des programmes de développement des compétences managériales : formation « 1er pas dans le management » (dix sessions regroupant 94 managers), et « cursus managérial » (neuf sessions en 2024 regroupant 81 managers) ; des ateliers thématiques dispensés au cours du cursus managérial sont également proposés à des managers hors cursus pour actualiser leurs connaissances (parmi les thèmes d'ateliers : les points clés du droit du travail, le contrôle interne et la gestion des risques, intégrer la diversité dans sa pratique managériale, prévention du harcèlement, dialogue social, finances et gestion au quotidien ;

- Poursuite du programme prise de fonction pour les directeurs (trois directeurs en 2024) ;
- Trois groupes de co-développement et de partage de pratiques managériales ;
- Poursuite de l'implication des managers dans le développement professionnel de leur équipe avec le déploiement des rencontres de développement professionnel organisées par les équipes RH avec les managers à l'issue des entretiens annuels pour définir les plans d'actions (300 rencontres organisées entre mai et septembre 2024 vs 263 en 2023) ;
- Déploiement, à la faveur du projet Campus, d'un parcours spécial destiné à toute la communauté managériale francilienne. Chacun de manager concerné est invité à rejoindre un parcours en trois ateliers :
 - o « Moi, manager Campus » : mieux se connaître pour mieux interagir et fonctionner ;
 - o « Moi et mon équipe dans Campus » : tirer le meilleur parti de la dynamique collective de nos équipes ;
 - o « Mon équipe et le reste du monde avec Campus » : se coordonner et synchroniser avec notre environnement (quartiers d'équipe, Campus, extérieur).

➤ Développer la qualité de vie et les conditions de travail

France Télévisions doit préserver la santé et la sécurité des salariés, améliorer leurs conditions de travail et tendre à leur bien-être au travail.

Afin de répondre à son obligation de résultat en matière de protection de la santé et de la sécurité des salariés dans l'entreprise, notamment en matière de harcèlement moral ou sexuel et/ou d'agissements sexistes, et de prendre toutes dispositions nécessaires en vue de prévenir les agissements de harcèlement, la direction de France Télévisions a mis en place un comité unique de traitement des signalements.

Cette nouvelle procédure doit permettre :

- De garantir que tout signalement fera l'objet d'un traitement ;
- De s'assurer de l'équité et de la neutralité dans le traitement des signalements ;
- D'avoir une vision globale de la situation au niveau de l'entreprise, permettant la mise en place de plans d'actions adaptés et ciblés.

En parallèle, en 2024, la direction a également pu :

- Mettre à disposition des managers et des acteurs RH un guide « Prévention, Santé & QVCT » composé de fiches pratiques portant sur des thèmes variés (évaluation des risques, ergonomie, espaces de discussion et de proposition, équipe de veille locale, addictions, souffrance au travail, logement, violences conjugales, télétravail, ...) ;
- Animer des formations à l'intention des managers dans le cadre des modules du cursus managérial telles que « manager par la QVCT » et « prévenir et lutter contre le harcèlement » ;

- Améliorer le cursus de formation des Animateurs Prévention Sécurité en développant la prévention primaire (neuf principes généraux de prévention et différents niveaux de prévention) et en renforçant le module sur les risques psychosociaux ;
- Déployer de nouvelles formations pour renforcer l'action managériale :
 - o Détecter et prévenir les situations sensibles ;
 - o Réguler les tensions par les techniques de médiation ;
- Compléter l'offre d'accompagnement en créant et en animant des ateliers pratiques à l'intention des acteurs RH) sur les thèmes suivants :
 - o Fondamentaux de la prévention ;
 - o Aider un collaborateur en souffrance / Agir en cas d'évènement grave ;
 - o Analyse d'accident du travail ;
- Elaborer de nouveaux process qui seront déployés en 2025 :
 - o Un process d'analyse des accidents du travail ;
 - o Une méthodologie d'évaluation de la charge de travail ;
 - o Un guide sur comment agir sur l'absentéisme ;
 - o Un guide portant sur la réalisation des enquêtes internes ;
- Lancer une campagne d'appel au volontariat et former 320 sauveteurs et secouristes du travail ;
- Organiser des webinaires animés par des assistants sociaux pour informer sur des thèmes tels que les salariés aidants ou la gestion d'un budget ;
- Lancer une enquête interne sur le télétravail en questionnant les télétravailleurs et les non-télétravailleurs ;
- Informer les salariés sur les services du 1% logement et de nos autres partenaires via l'organisation d'un forum digital annuel et de permanences tout au long de l'année ;
- Elaborer une nouvelle fiche sur le bruit en lien avec le service de prévention et de santé au travail autonome du siège ;
- Accompagner en situation une quinzaine de collectifs (analyse de situations de collectifs dégradées, entretiens individuels et collectifs, facilitation, ...) ;
- Organiser une action visant à informer et sensibiliser les salariés sur les violences faites aux femmes : projection d'un documentaire coproduit par France 3, débat avec des experts sur les violences conjugales et information sur les acteurs ressources en interne à France Télévisions.

Ainsi et au-delà de l'obligation légale, les enjeux humains, économiques et sociétaux incitent l'entreprise à accentuer ses actions en faveur de la prévention.

➤ **Créer une entreprise inclusive, ouverte à la diversité et conforme à l'égalité de traitement**

• **Mesures prises en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes**

En 2024, nous avons prorogé notre accord par un avenant n°1 signé le 10 juin à l'unanimité, prolongeant les dispositions de l'accord pour une durée de deux ans avec l'ambition de poursuivre le travail sur :

- L'augmentation de la part de femmes dans les effectifs ;

- Le rééquilibrage de la part des femmes dans les métiers genrés essentiellement masculins et la part des hommes dans les métiers de la gestion d'entreprise ;
- L'amélioration de la part des femmes dans l'encadrement PTA⁸¹ et journalistes ;
- La progression de la part des femmes journalistes à la rédaction des sports à 18,5 % (lors de la signature de l'avenant) conformément à la Charte pour une plus grande égalité femmes-hommes dans les rédactions sportives signée par France Télévisions en juin 2023. Pour cela, notre entreprise s'efforcera de développer l'attractivité de la rédaction des sports et d'encourager les mobilités.

Nous avons poursuivi l'évènementialisation des sujets liés à la diversité sous forme de « temps de » (égalité professionnelle, fiertés, handicap).

Ainsi, nous avons réalisé une seconde édition de l'opération « Mars, le temps de l'égalité professionnelle et de la mixité ». Il s'est agi de parler, agir et réfléchir sur l'égalité professionnelle tout au long du mois de mars.

L'objectif est de s'engager et de témoigner en Outre-mer, en régions et dans les sites parisiens durant tout le mois de mars, au-delà de la journée internationale des droits des femmes du 8 mars. C'est pourquoi un plan d'actions d'envergure a été imaginé à destination des collaborateurs et collaboratrices, mais aussi en externe grâce à une programmation spéciale de France Télévisions sur ses antennes « Les battantes ».

Voici les principales actions tenues en interne :

- Un visuel commun sur tous les territoires de France Télévisions ;
- Des communications internes tout au long du mois de mars sur tous les canaux (MonEspace (intranet), affichage dynamique, newsletters, ...) ;
- Des affiches pour tous les sites avec les chiffres clés de l'entreprise sur la part de femmes à France Télévisions, dans les différentes familles de métiers, dans l'encadrement et des mots clés ;
- La création d'un sticker « allié.e de l'égalité prof » pour afficher sur son ordinateur ou son téléphone son « alléitude », son engagement pour la mixité et l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes au sein de l'entreprise ;
- Des outils pour animer des échanges et sensibiliser : fiches pratiques pour les managers et la filière Ressources Humaines, des mises en situation grâce à la réalité virtuelle ;
- Des webinaires et des conférences sur le thème des « Stéréotypes de genre et le sexisme » ;
- Un quizz, jeu concours pour tester ses connaissances sur l'égalité professionnelle femmes/hommes avec des lots à gagner : une égabox et le N°15 du magazine Chut : « Brisons les codes Femmes & Numérique »
- La mise en avant de portraits vidéo sur MonEspace de femmes rôles modèles dans des métiers ou activités sous-genrés (grandes reporters de guerre, femmes à la technique, femmes formatrices internes, ...), des témoignages de salariées qui ont suivi le cursus « Carrière au féminin » ;

⁸¹ Personnels techniques et administratifs

- Un partenariat avec le magazine Chut et la valorisation de rôles modèles femmes à la tech' et au numérique : quatre portraits de femmes France.tv dans le n°15 « Brisons les codes Femmes & Numérique » ;
- Un témoignage Event Chut ! le 26 mars au Forum des Images : participation de nos rôles modèles à la tech' et au numérique : cinq conférences, quatre ateliers d'éducation au numérique pour les jeunes, quatre stands forum de l'emploi ; de nombreuses collégiennes, lycéennes, étudiantes et professionnelles attendues ;
- La réalisation de portraits de femmes inspirantes à France Télévisions pour illustrer « la place des femmes dans l'audiovisuel » : réalisés par des élèves de la Classe Alpha (partenariat avec l'INA / jeunes sans réseau) ;
- La sortie du guide des parentalités et son flyer pour accompagner toutes les formes de parentalités à France Télévisions ;
- L'effort de formation s'est poursuivi en faveur de la ligne managériale sur les questions d'égalité et de mixité professionnelle, de potentiels féminins avec le cursus « Carrière au féminin » de l'Université France Télévisions qui accueille deux promotions de femmes par an et à l'intention de toutes et tous les salariés avec le module de sensibilisation en e-learning « Egalité femmes/hommes, adoptez la bonne posture ».

Par ailleurs et comme chaque année, a été opéré un examen des situations de disparité salariale et un déploiement de mesures individualisées de rattrapage.

Enfin, la part des femmes continue de progresser dans l'entreprise. C'est ainsi, tous efforts confondus, que la part des femmes atteint 46,6 % au sein de l'entreprise en 2024 vs 45,2 % en 2019.

Signalons que, pour la quatrième année consécutive, l'index égalité professionnelle de France Télévisions est égal à 99/100.

• Mesures prises en faveur de l'emploi et de l'insertion des personnes handicapées

En décembre 2023, nous avons prorogé notre accord par un avenant n°1 signé à l'unanimité, prorogeant les dispositions de l'accord pour une durée de deux ans avec l'ambition de poursuivre le travail sur le maintien dans l'emploi, l'intégration au sein des effectifs de France Télévisions de nouveaux talents en CDI/CDD, alternance et stage mais aussi des mesures nouvelles en termes de prévoyance et d'aides financières.

En 2024, s'est tenue la troisième édition de l'opération « Novembre, le temps du handicap » à France Télévisions avec en parallèle une mobilisation des antennes.

Dans le cadre de notre accord, l'objectif de ce temps de mobilisation est de favoriser l'échange, l'action et la réflexion sur le handicap.

En voici les principales actions :

- Un visuel commun sur tous les territoires de France Télévisions ;
- Des communications internes tout au long du mois de novembre sur tous les canaux (MonEspace, affichage dynamique, newsletters, ...) ;
- La mise en ligne sur l'intranet d'un autodiagnostic et d'un tutoriel, pour remplir sans difficulté son dossier RQTH pour la Maison Départementale du Handicap ;

- Une exposition de BD dans le hall de la Maison France Télévisions sur le handicap invisible : les différentes typologies et pathologies, l'irrégularité des symptômes, la fatigue, les traitements, leurs effets secondaires, ... ;
- Des rencontres avec le plein de Duodays, une belle diversité de métiers et de territoires a été représentés (29 sites de France Télévisions mobilisés) et plus de 100 duos formés en interne et sur les antennes en 2024 ;
- De la sensibilisation au handicap avec des actions de proximité sur les sites de France Télévisions et de ses filiales, en Outre-mer, régions et sur les sites parisiens en collaboration avec l'Agefiph⁸² ;
- Des actions de prévention visuelle et auditive sous forme d'ateliers pendant tout le mois de novembre 2024 ;
- Des petits déjeuners en collaboration avec des ESAT⁸³ pour faire évoluer les représentations des salariés sur le handicap et créer du lien ;
- Des informations de fond sur le handicap et sur les actions de France Télévisions, notamment son accord à partager en interne : accompagner les personnes en situation de handicap (démarche RQTH, dispositifs pour les salariés aidants familiaux, maintien dans l'emploi, évolution de carrière, ...), présentation des différents partenariats et des initiatives pour atteindre l'objectif de 13 à 15 embauches de travailleurs handicapés (CDI-CDD), deux alternants et 15 stagiaires à fin 2024 ;
- La poursuite de l'édition d'un flyer sur les mesures contenues dans notre accord handicap et notamment les mesures nouvelles négociées à l'occasion de l'avenant 1 et l'envoi par la DRH d'un courrier personnalisé à chaque collaborateur / collaboratrice en situation de handicap pour rappeler les principales dispositions prévues par l'entreprise ;
- L'inspiration via des témoignages de rôles modèles, salariés de France Télévisions en situation de handicap et Super Héros au quotidien ;
- Une conférence sur le handicap invisible et les troubles « dys » (au Siège) animée par la Présidente de la Fédération française de troubles « dys » ;
- En avant-première, une projection (sous-titrée et audiodécrite) dans la Maison France Télévisions d'une fiction issue d'une histoire vraie avec le Comité national consultatif des personnes en situation de handicap « Danser sa vie » interprétée par une comédienne en fauteuil.

Par ailleurs, le maintien dans l'emploi reste un investissement très important de l'accord avec un budget annuel de 420 K€, renforcé par des mesures nouvelles telles que la participation de l'entreprise à l'achat d'un véhicule.

L'accès à la formation s'est poursuivi (notamment la vigilance sur le suivi des travailleurs handicapés non formés à trois ans). Le suivi des rémunérations fait aussi l'objet d'un examen attentif et systématique chaque année (54 mesures ces trois dernières années). La

⁸² Organisme paritaire français institué par la loi du 10 juillet 1987, l'Association de gestion du fonds pour l'insertion des personnes handicapées (Agefiph) est chargée de soutenir le développement de l'emploi des personnes handicapées

⁸³ Les établissements ou services d'aide par le travail (ESAT) sont des établissements médico-sociaux qui offrent aux personnes handicapées des activités diverses à caractère professionnel et un soutien médico-social et éducatif

professionnalisation des organisations syndicales, de la filière Ressources Humaines et des managers s'est poursuivie pour garantir l'égalité des chances et l'équité de traitement. En 2024, plus de deux cents personnes ont suivi une action de formation liée à la diversité dont le module « Diversité » du cursus managérial suivi par une centaine de managers. L'offre de formations notamment sur le thème du handicap et de la diversité avait été totalement repensée au dernier trimestre 2023 pour fédérer plus de stagiaires accueillis sur l'exercice 2024.

Enfin, la préparation de l'audit à mi-parcours du Label Alliance qui se tiendra à France Télévisions du 19 au 28 mai 2025, a été l'occasion de tester un pilote de sensibilisation et de formation à diversité et à l'inclusion auprès des comités de direction.

Actuellement le taux d'emploi des personnes en situation de handicap est de 7,7 % à France Télévisions soit 582 salariés et près de 80 nouvelles RQTH ont été enregistrées en 2023/2024, fruit d'un important travail interne de sensibilisation et d'information.

C'est ainsi et, afin de répondre à toutes questions, qu'une adresse générique a été récemment créée en interne : @handicap.

- **Mesures prises en faveur de l'emploi et de l'insertion des jeunes sans réseau**

De nouveaux dispositifs pour favoriser l'insertion professionnelle de profils plus diversifiés ont été imaginés en collaboration avec l'INA ces dernières années.

C'est ainsi que la Classe Alpha propose un cursus de préqualification aux métiers de l'audiovisuel et du numérique à des jeunes de 17 à 25 ans. Accessible sans conditions de diplômes, elle vise à permettre à ses élèves de débiter un parcours de formation ou à s'engager vers l'insertion professionnelle. France Télévisions contribue aux enseignements pédagogiques dispensés au sein de la formation et favorise l'insertion professionnelle en accueillant des élèves en stage ou en alternance à l'issue de coaching days et de jobdatings animés par les équipes de la filière des Ressources Humaines de l'entreprise. Plus d'une trentaine de jeunes sont actuellement en poste à France Télévisions.

Après quatre années d'expérimentation, c'est désormais le temps de la pérennisation du dispositif avec de plus en plus l'accueil des étudiants issus de la Classe Alpha en régions au sein du réseau France 3.

Camille Diao, journaliste à France Télévisions, a été la marraine de la promotion 4 (2023/2024) qui accueillait 64 étudiants (dont deux jeunes guadeloupéens dans le cadre d'un partenariat monté avec notre station ultramarine Guadeloupe La 1^{ère}, la mission locale in situ, Cap Emploi de la région et la Région La Guadeloupe). A l'issue de leur formation 13 jeunes ont rejoint en septembre 2024 France Télévisions (dix en alternance et trois en stage).

En septembre 2024, la cinquième promotion de la Classe Alpha a fait son entrée au sein du cursus de formation.

Pour France Télévisions, toutes promotions confondues, ce sont près de 20 % des jeunes qui ont été accueillis, soit en alternance pour deux ans, soit en stage de plusieurs mois depuis le début.

Par ailleurs, nous avons poursuivi une politique de partenariats active. Avec notamment JobIRL, le réseau social de l'orientation qui connecte les jeunes et les professionnels, qui a pour ambition de mettre en lien des jeunes sans réseau avec des professionnels de France Télévisions (informations métiers, mentorat, partage de réseau). Nous avons expérimenté un dispositif d'accueil de jeunes non cooptés dans le cadre de leur stage obligatoire de seconde avec la Direction des moyens et des reportages au sein de la Direction de l'information. Durant 15 jours, 20 jeunes ont été accueillis à France Télévisions avec la mobilisation des salariés engagés. L'expérience s'est montrée concluante bien que chronophage.

Le partenariat avec les Entreprises pour la Cité a également été poursuivi dans la perspective d'accueil de stagiaires : les salariés ont participé au programme Innov'avenir qui consiste à intervenir dans les collèges et lycées pour présenter les métiers de France Télévisions et les différents parcours au sein de l'entreprise. Plusieurs d'entre eux ont des activités bénévoles d'ambassadeur ou de mentor auprès de jeunes sans réseaux dont nous faisons connaissance via les partenaires associatifs avec lesquels nous travaillons et que nous soutenons.

Après le lancement du partenariat avec La Chance pour la diversité dans les médias, la prépa gratuite aux concours des écoles de journalisme, présente à Paris, Bordeaux, Grenoble, Marseille, Rennes, Strasbourg, Toulouse, nous avons fait en 2024 la promotion du parrainage auprès des salariés journalistes : visite de rédactions, accueil de stagiaires et d'alternants, participation au réseau d'insertion de La Chance, collaboration régulière à des groupes de travail thématiques avec d'autres sociétés issues des médias.

Nous avons également renouvelé nos conventions de partenariat et de mécénat avec des écoles de journalisme reconnues par la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi des Journalistes qui consiste à nous engager dans le recrutement d'alternants, soit en situation de handicap, soit issus de milieux défavorisés et pour certains, d'octroyer des Bourses de Vie. France Télévisions est également mécène de la préparation égalité des chances de l'Ecole Supérieure de Journalisme de Lille. Le centième anniversaire de cette école a été fêté dans les locaux de la Maison de France Télévisions avec l'animation de tables rondes autour de la diversité des talents en octobre 2024.

Comme chaque année, nous avons réservé une partie de la taxe d'apprentissage aux écoles ou organismes œuvrant pour la diversité et développé des partenariats auprès d'écoles ou d'associations en vue de développer le vivier de candidatures issues de la diversité.

- **Mesures prises en faveur de l'inclusion des personnes LGBTQIA+**

Dans le cadre du déploiement de nos engagements au service d'une entreprise toujours plus inclusive, il s'est agi de parler, agir et réfléchir sur l'orientation sexuelle et l'identité de genre avec, en 2024, le déploiement de trois épisodes du « Temps des Fiertés ». Symétrie des intentions oblige, les antennes ont également de leur côté développé une offre de programmes.

Le Temps des Fiertés à France Télévisions, c'est l'opportunité de parler au sein de notre entreprise du sujet de l'orientation sexuelle et de l'identité de genre, en vue de progresser collectivement et de lutter contre les stéréotypes et les discriminations.

- Les discriminations LGBTphobes sont à la hausse et souvent sous-estimées par les non LGBT+ ;
- Chacun a un rôle à jouer pour être inclusif, réactif en tant que témoin de propos déplacés, aidants et ouverts au dialogue pour accepter la visibilité choisie et la différence ;

Les trois temps proposés en interne :

- Episode 1 - 17 mai 2024 #lutte IDAHOT (Journée mondiale contre l'homophobie, la transphobie et la biphobie) ;
- Episode 2 – deuxième quinzaine de juin 2024 #fête Quinzaine des Fiertés ;
- Episode 3 - 10 octobre 2024 #visibilité Journée du coming-out, rôles modèles LGBT + & Allié.e.s L'Autre Cercle.

En voici les actions principales :

- Un visuel commun sur tous les territoires de France Télévisions ;
- Des communications internes durant les trois épisodes sur tous les canaux (MonEspace, affichage dynamique, newsletters, ...) ;
- Le partage des derniers chiffres et constats : baromètre de L'Autre Cercle et rapport SOS Homophobie 2023 ;
- La poursuite de l'exploitation du baromètre d'inclusion au travail LGBTQI+ conduit au sein de France Télévisions avec L'Autre Cercle en 2022 ;
- La distribution d'affiches en collaboration avec SOS Homophobie « Et Vous ? » : questionnement sur les stéréotypes et fiches mises à disposition des salariés sur le sens des mots et les bonnes pratiques en tant que salarié, manager et RH ;
- La mise à disposition des RH d'outils pour le quotidien : fiche transidentité, éventail SOS homophobie ;
- La sortie d'un guide pratique pour accompagner les salariés en transition, à destination des RH et des managers ;
- Des actions de sensibilisation autour d'un quizz à l'occasion de la « Journée internationale contre l'homophobie, la transphobie et la biphobie » organisé en interne avec Les Entreprises pour la Cité ;
- L'organisation d'un défi sur Spart en mai 2024 (application de sport) déclinée auprès des salariés volontaires de France Télévisions dans le cadre de la préparation aux Jeux Olympiques. Extrait « *Le saviez-vous ? 22 % des personnes LGBT ont déjà évité de pratiquer des activités sportives par crainte de subir des moqueries, des injures ou des agressions (IFOP, 2019). Aujourd'hui c'est l'IDAHOT, la journée internationale de lutte contre l'homophobie, la transphobie et la biphobie. Postez sur votre équipe une photo illustrant vos activités sportives avec le dossard Temps des fiertés ou le sticker alliés LGBT et devenez allié.e.s de l'inclusion ! Gagnez en participant au concours du "Temps des Fiertés à France Télévisions !* »
- Une conférence/débat en juin 2024 co-animée par Têtu Connect et la Drag Race KittySpace sur « L'histoire des savoirs » ;
- Le lancement du concours photo en juin 2024 « Temps des Fiertés » : « Vous aimez la photo et vous souhaitez nous faire part de votre talent ? L'angle ? Traitez du thème LGBT+ et des Jeux Olympiques » ;

- La projection en octobre 2024, suivie d'un débat au siège de France Télévisions sur « La Pride des champs » en présence de l'équipe de France 3 Poitiers et du réalisateur ;
- La diffusion de deux guides de L'Autre Cercle : le Guide VOILAT, pour l'inclusion des femmes lesbiennes au travail et le Guide des Allié.e.s LGBTQ+ ;
- Des rôles modèles Allié.e.s et LGBTQI+. La désignation par L'Autre Cercle d'un nouveau rôle modèle à France Télévisions en octobre 2024 dans la catégorie « Dirigeant LGBTQ » ;
- La distribution de symboles Allié.e.s pour les salariés (sticker) durant les trois épisodes du Temps des Fiertés à France Télévisions ;
- Des témoignages vidéo de salariés de France Télévisions sur la parentalité, le coming-out, l'importance de l'engagement des rôles modèles LGBTQ.

En parallèle de la sensibilisation, nous avons poursuivi d'une part la formation du management avec l'intervention en Comité de direction de notre partenaire Têtu Connect sur « le sens des mots » ou « être soi au travail » notamment auprès des rédactions de France Info, d'autre part de l'effort de sensibilisation des salariés avec le module « LGBTQI+ : l'inclusion au travail », suivi par plus de 800 personnes (cumul depuis son lancement courant 2021).

4.5.1.1.3 [Politique ressources humaines de France Télévisions Publicité](#)

En 2024, la société a obtenu le label RSE décerné par Positive Compagny. La note obtenue (deux étoiles sur trois, soit 67,37/100) est la récompense d'un travail accompli. La note acquise dès la première année de son évaluation situe la société dans le Top 50 des entreprises évaluées et comme la seule de ce classement parmi les entités de 250 à 500 collaborateurs.

La société a fait le choix de mettre le soutien de ses collaborateurs aidants au cœur de sa politique RH. Cette politique a consisté en la mise en place de conférences destinées à informer et à sensibiliser les collaborateurs comme les managers avec un « café des aidants », ainsi qu'un portail d'accès à une plateforme d'assistantat social élargie à d'autres problématiques sociales. L'obtention, en 2024, du label Cap'Handeo – Entreprise engagée auprès des salariés aidants a couronné l'ensemble des actions ainsi déployées.

L'année 2024 a également été marquée par le lancement ou la poursuite de plusieurs actions de formation collective importantes. Elles ont notamment porté sur la loi Sapin II, le harcèlement, la cybersécurité, le RGPD, la prise de parole en public, l'efficacité commerciale et l'utilisation de l'intelligence artificielle. Ces actions ont concerné aussi bien la ligne managériale que l'ensemble des collaborateurs.

Plusieurs actions ont porté sur l'inclusion en entreprise des personnes en situation de handicap. Outre sa participation au DuoDay, la société a initié des actions de sensibilisation (ateliers, conférences, questionnaires sur le handicap) et incité ses collaborateurs à participer à une « course solidaire ».

La société a, par ailleurs, développé une politique de dons active et engagée, dans l'univers du handicap et plus globalement auprès d'actions associatives, solidaires ou environnementales, dans le cadre de sa politique RSE.

4.5.1.1.4 Politique ressources humaines de France.tv studio

France.tv studio a consolidé sa politique RH en faveur du déploiement des orientations stratégiques de l'entreprise marquées par la volonté de :

- Renforcer la position de France.tv studio comme producteur moteur de la stratégie de création de France Télévisions ;
- Développer l'accessibilité au-delà de France Télévisions et des modèles linéaires ;
- Répondre aux nouveaux usages et modes de consommations audios et visuels.

Cette politique RH se fixe comme priorités :

- D'assurer la gestion des compétences et garantir l'employabilité des salariés dans un contexte de turn-over soutenu par rapport à l'année précédente, avec des emplois en CDI représentant 30 % des effectifs ; en 2024, 44 recrutements ont été réalisés pour 14 départs en CDI ;
- De maintenir un équilibre entre la mobilité interne, le recrutement de nouvelles compétences et l'intégration de personnel non-permanents ;
- De poursuivre et continuer à renforcer la parité et l'égalité hommes/femmes à compétence égale ;
- D'assurer le respect des objectifs de recrutements de personnel en situation de handicap.

Les plans d'action mis en œuvre en 2024 ont été :

- **Le renforcement de l'identification des compétences** avec pour objectif d'actualiser ou créer, en fonction des besoins, un référentiel de compétences par emploi. Il rassemble l'ensemble des compétences requises, organisées de la façon suivante :
 - Prérequis pour la tenue du poste ;
 - Activités principales du poste ;
 - Compétences techniques ;
 - Compétences métier et organisationnelles ;
 - Aptitudes.
- **L'évolution du plan de développement des compétences** de France.tv studio : ce plan vise à anticiper les actions répondant aux besoins des salariés tout en considérant l'accompagnement nécessaire au déploiement des orientations stratégiques et de la politique sociale de l'entreprise.
Les domaines suivants sont particulièrement centraux dans la formation professionnelle déployée par France.tv studio :
 - La sécurité, la qualité, l'hygiène et l'environnement ;
 - Les techniques métiers ;
 - Le réglementaire ;
 - Le management ;
 - Outils / Logiciels.

En complément de ces sujets, **le plan de formation 2025** apportera une attention renforcée aux enjeux liés à la transition écologique et à l'Intelligence Artificielle, avec une démarche de sensibilisation et d'acculturation continue des collaborateurs.

Transmission des savoirs et gestion des stagiaires/alternants

France.tv Studio place la transmission des savoirs au cœur de sa politique RH pour favoriser l'échange intergénérationnel et répondre aux enjeux stratégiques de l'entreprise. Les programmes de gestion des stagiaires et alternants permettent d'intégrer de jeunes talents tout en valorisant les expertises internes.

Les actions clés :

- Développement de partenariats avec des écoles et universités pour adapter les formations aux besoins de l'entreprise ;
- Réflexion en 2025 d'un programme structuré pour les stagiaires d'observation, favorisant immersion et apprentissage rapide, en collaboration avec la Direction des Ressources Humaines et la Direction de la Stratégie.

Ces initiatives contribuent à l'enrichissement des savoirs au sein de l'entreprise tout en renforçant son positionnement en tant qu'acteur innovant et responsable.

4.5.1.1.5 Politique ressources humaines de France Télévisions Distribution

En 2024, la politique RH de France Télévisions Distribution a notamment permis les actions suivantes :

- Accompagner les salariés lors de l'emménagement dans les nouveaux locaux de Campus et répondre à leurs besoins ;
- Assurer l'intégration de nouvelles compétences pour le développement de nouvelles activités commerciales de Clipping à l'AVOD ;
- Former une équipe projet à la RSE dans l'objectif d'obtenir le label Lucie ESG, et sensibiliser régulièrement les salariés à ces sujets en 2025 ;
- Veiller à une qualité de vie au travail, notamment par la dispense de formations sur le harcèlement moral, sexuel et les agissements sexistes pour l'ensemble des salariés de l'entreprise ;
- Poursuivre la mise en conformité de France Télévisions Distribution à la loi Sapin II : par la formation éthique et anti-corruption pour l'ensemble des salariés, qui sera reconduite en 2025 et la communication sur le dispositif d'alerte ;
- Créer des synergies avec France.tv studio notamment par la mutualisation des services généraux afin d'avoir une offre et un accompagnement complet pour le quotidien des salariés ;
- Poursuivre la sensibilisation au handicap avec la venue mensuelle d'une association de non-voyants/mal-voyants pour des journées bien-être proposées aux salariés ;
- Ajouter des fonds supplémentaires relatifs à l'épargne salariale pour garantir une offre de choix plus large de placement, avec des niveaux de risques différents ;
- Négocier des mesures collectives (augmentations collectives, primes de partage de la valeur) pour valoriser l'effort de tous les salariés ;
- Engager une réflexion sur un système d'informations RH pour être plus efficace et performant pour piloter l'activité ;
- Inciter à la mobilité douce en revalorisant la prise en charge vélo pour 2025 ;

- Garantir l'accessibilité à des formations et sensibilisations pour tous via le e-learning de l'Université France Télévisions (formation éthique, diversité, ergonomie, écologie, etc.).

4.5.1.2 Risques sociaux liés à la transformation de l'entreprise

Les politiques et plans d'actions présentés dans ce chapitre couvrent uniquement France Télévisions SA, soit 89,6 % des ETP du groupe France Télévisions (équivalents temps plein).

Les indicateurs de performance présentés couvrent les deux périmètres suivants :

- D'une part les données consolidées France Télévisions SA, France Télévisions Publicité, France.tv studio et France Télévisions Distribution, soit 99,9% des ETP du groupe France Télévisions ;
- D'autre part les données France Télévisions SA, soit 89,6 % des ETP du groupe France Télévisions.

Dans un contexte 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 est de respecter la trajectoire financière de France Télévisions et de poursuivre nos missions prioritaires et d'amplifier les quatre priorités stratégiques de France Télévisions : l'information de service public, la proximité dans tous les territoires, le renforcement de notre présence auprès des jeunes notamment par le numérique, l'exposition de la culture sous toutes ses formes ainsi que le développement de la création audiovisuelle et cinématographique.

En 2024, 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 ont été mobilisés à ce titre.

En 2024, sur un plan de politique sociale d'ensemble, 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 IRP⁸⁴, télétravail, rémunérations, GPEPP⁸⁵) ;
- Continuer à suivre les sujets de l'entreprise, parfois de manière innovante, donnant lieu à une information et consultation ou une évolution des accords.

⁸⁴ IRP : Instances représentatives du personnel

⁸⁵ GPEPP : Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences et des Parcours Professionnels

Deux projets très importants ont été lancés en 2022 et conduits sur 2023 et 2024, l'un ayant trait à la régionalisation de France 3 et l'autre touchant l'implantation immobilière de France Télévisions à Paris.

Sur la régionalisation, le projet ICI (initialement dénommé TEMPO), a eu pour vocation de donner aux 24 antennes régionales du réseau France 3 l'entière responsabilité des éditions du midi et du soir. Ce projet a abouti en septembre 2023 et ce, conformément au planning envisagé lors de son lancement.

S'agissant du projet immobilier parisien, dénommé Campus, il s'agit du regroupement des emprises parisiennes dans le quartier du siège de France Télévisions. Après recueil de l'avis du CSE central du 25 mai 2022 et du Conseil d'administration de France Télévisions, il a été décidé la prise à bail de deux emprises à proximité des locaux actuels de France Télévisions à Paris. Concrètement, ce rapprochement s'est traduit par l'abandon de 11 sites et le déménagement des équipes concernées en 2024 et au premier semestre 2025.

Deux autres projets ont été lancés en 2023 et conduits en 2024. Il s'agit :

- Du renouvellement des outils de gestion des programmes et des antennes (projet Sherlock) dans ses différents phasages ;
- Du projet d'évolution de l'organisation des activités de tournage léger de la Fabrique (projet EQT) ;

Enfin, deux derniers projets ont débuté en 2024 et se poursuivront en 2025 :

- Le projet de renouvellement des systèmes de fabrication du siège (projet Genesys) ;
- Le projet d'évolution des moyens mobiles de la fabrique (vidéo mobile).

4.5.1.2.1 Stratégie et politiques

La stratégie des ressources humaines s'est articulée en 2024 autour de huit grands axes :

- **L'accompagnement de la transformation de l'entreprise**

La stratégie des Ressources Humaines de France Télévisions a visé à accompagner les projets de transformation de l'entreprise dans un contexte d'évolutions constantes des technologies, des usages, de concurrence renforcée des plateformes et des réseaux sociaux ainsi que l'évolution nécessaire de l'offre dans une société française de plus en plus fragmentée.

- **La contribution à la performance économique et au pilotage social**

La maîtrise des ETP, la gestion de la masse salariale, la recomposition des effectifs et la mise en place de nouvelles organisations ont été des sujets de préoccupation constante.

- **La formation et acculturation des managers à la conduite du changement**

L'accompagnement des managers a été un axe fort du Plan de Développement des Compétences 2024 avec notamment des formations à la conduite du changement comprenant tous les aspects de la préparation au passage devant les instances

décisionnelles et la mise en œuvre de stratégies adaptées pour gérer les transitions et les adaptations nécessaires.

- **Le renforcement de la cohésion sociale**

Un plan de communication RH interne a été mis en œuvre pour favoriser la compréhension, la collaboration et les échanges transverses autour de thématiques fédératrices.

- **La garantie de l'exercice des fonctions régaliennes**

La DRH a assuré l'exercice des fonctions régaliennes, en particulier dans la maîtrise des risques pénaux, financiers, sociaux et d'image avec une gestion rigoureuse de ces aspects comme un prérequis pour la stabilité et la réputation de l'entreprise.

- **Le développement et l'autonomie des salariés**

L'ambition en 2024 a été de favoriser le développement et l'autonomie des salariés en leur offrant une visibilité claire sur la politique RH et sur les services disponibles à leur intention tout en poursuivant la digitalisation des processus RH. Cela a compris des opportunités de formation et de développement personnel, permettant à chacun de progresser dans sa carrière.

- **Le développement de la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEPP)**

L'attractivité et la fidélisation des jeunes talents ainsi que le soutien de la politique de mobilité interne et de reconversions ont été à nouveau des priorités pour l'entreprise. Par ailleurs, un diagnostic de l'emploi plus fin a permis de monter des plans d'action, pour réduire les écarts entre les compétences souhaitées et les compétences en place.

- **La poursuite des actions en matière d'inclusion, de diversité et d'égalité des chances**

Fidèles à nos engagements, nous avons poursuivi nos actions autour des piliers de notre politique diversité.

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

- Développer une marque employeur forte et attractive auprès des talents rares ;
- Améliorer le diagnostic de l'emploi au service d'actions de formation et de redéploiement des effectifs ;
- Créer une dynamique de discussions et de négociations pour faire évoluer notre référentiel de compétences ;
- Développer les compétences sur les nouveaux outils, les nouvelles organisations, l'accompagnement des managers, le soutien de la politique RSE et le développement de l'employabilité sur les compétences « cœur de métier » ;
- Poursuivre les actions autour de la diversité, l'inclusion et l'égalité des chances.

L'année 2024 a été marquée par :

- La poursuite d'un fort investissement dans la formation professionnelle (données provisoires⁸⁶) :
 - Au titre du plan de développement des compétences, 16 796 stagiaires ont été formés en 2024, soit 6 386 salariés permanents et non permanents formés pour un total de 26 310 jours de formation ;
 - 82 % de ces jours ont été dispensés par france.tv Université. Elle a ainsi réalisé 21 558 jours de formation ;
 - Par ailleurs, sur cette même période, france.tv Université a eu recours à 259 formateurs internes à hauteur de 2 365 jours de formation (dont préparation des stages).
- Le suivi personnalisé par secteur des indicateurs clé en matière de respect du cadre budgétaire des effectifs, de performance du processus de recrutement, d'engagements en matière de renouvellement générationnel, de recrutement d'alternants, de mixité des métiers et des effectifs, de recrutement de collaborateurs en situation de handicap ;
- La reprise des négociations autour de l'évolution des métiers avec la conclusion de quatre accords ;
- La mise en œuvre d'un ambitieux programme d'accompagnement des managers franciliens à la faveur de l'organisation en quartiers d'équipes (« Flex office » dans une zone déterminée pour une équipe) lors de leurs déménagements ;
- La refonte du process reconversion et des mesures d'accompagnement de la mobilité interne ;
- La préparation de l'audit à mi-parcours du label Alliance (diversité et égalité des chances) ;
- La préparation d'une revue de personnel pilote pour la filière RH ;
- Un projet de revue des processus, des rôles et responsabilités RH en vue d'une plus grande efficacité et lisibilité.

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

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 politique RH de l'entreprise ;
- 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.

⁸⁶ Les données définitives seront dans le bilan social d'avril 2025

➤ Dialogue social

En 2024, France télévision a poursuivi le maintien d'un dialogue social régulier avec les différents représentants du personnel dans le cadre des projets de transformation de l'entreprise présentés aux différentes instances du personnel mais également lors des différentes négociations qui ont principalement porté sur l'évolution des métiers.

Elle a ainsi accompagné les directions opérationnelles lors des projets suivants :

- Le renouvellement des outils de gestion des programmes et des antennes (projet Sherlock) dans ses différents phasages ;
- Le projet d'évolution de l'organisation des activités de tournage léger de la Fabrique (projet EQT) ;
- Le projet de renouvellement des systèmes de fabrication du siège (projet Genesys) ;
- Le projet d'évolution des moyens mobiles de la fabrique (vidéo mobile).

Cette année, la direction de France Télévisions a également négocié un accord sur les parcours professionnels des représentants du personnel et leur garantie salariale qui a abouti en juillet 2024 à un accord valablement signé.

Ce nouvel accord a notamment pour objectif de rappeler la nécessité de concilier l'activité professionnelle et l'exercice d'un mandat, l'égalité de traitement (en matière de déroulement de carrière, d'accès à la formation, de rémunération...) entre les détenteurs d'un mandat et les autres salariés de l'entreprise et la prise en compte de l'expérience et des compétences acquises dans l'exercice de certains mandats pour l'évolution de carrière des intéressés.

Il comprend un dispositif de formation et/ou sensibilisation à destination des managers et des salariés au dialogue social et aux droits et obligations des représentants du personnel.

Il prévoit pour les représentants du personnel une action de communication renforcée quant au respect des règles de gestion sur leurs droits mais également un dispositif de formation spécifique.

Les dispositions relatives à la formation viennent consacrer les actions déjà mises en œuvre et les renforcer.

Les représentants du personnel pourront bénéficier d'entretiens spécifiques (lors de leur prise, en cours, ou en fin de mandat), de garantie de rémunération et de garantie d'évolution de classification individuelle.

Ces différents dispositifs ont notamment pour objectif de fluidifier l'exercice du mandat de représentant du personnel entre les élus et les managers.

L'année 2024 est marquée enfin par le début du processus électoral de renouvellement des mandats des élus aux CSE et des représentants de proximité des différents établissements de France Télévisions. Sa mise en œuvre a débuté en fin d'année 2024 avec la Guadeloupe qui votera début 2025 et se poursuivra au premier semestre 2025 dans les autres établissements de l'entreprise.

4.5.1.2.2 Plans d'actions

➤ **Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Parcours Professionnels**

L'année 2024 a été marquée par la poursuite de la mise en œuvre opérationnelle de l'accord sur la Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Parcours Professionnels (GPEPP) signé en février 2022 avec de nombreuses discussions autour des emplois :

- Présentation détaillée par périmètre (siège, réseau France 3, Outre-mer) du diagnostic de l'emploi, des plans d'actions des directions opérationnelles en matière d'évolution des métiers et des compétences auprès des organisations syndicales ;
- Discussions d'avril à novembre dans le cadre d'un dialogue social renouvelé sur la méthode en vue de la création de métiers plus polyvalents (cadre technique de réalisation, technicien de plateau, technicien d'exploitation décors, assistant d'exploitation des équipements de plateau, monteurs spécialisés mixage, infographie, médiamanagement, conception contenu éditorial, monteurs étalonneurs animateur radio/tv/numérique, chargé d'édition numérique, concepteur de contenus de communication multimédias, data journalistes, social média manager) avec quatre nouveaux emplois créés à date et poursuite des échanges prévue en 2025 ;
- Discussions en vue de créer des filières d'évolution métiers permettant de donner une meilleure lisibilité sur les parcours possibles à des salariés actuellement sur des emplois en décroissance (filière plateau-décors-machinerie / filière électricien éclairagiste) ;
- Nombreuses discussions sur les évolutions des pratiques professionnelles en lien avec les évolutions technologiques (caméras et régies automatisées, tournages avec drones et smartphones, etc) ;
- Préparation d'un séminaire d'échange sur l'évolution du métier de journaliste ;
- Animation de webinaires métiers à destination des documentalistes et de la filière Ressources Humaines pour élargir la connaissance des métiers et des passerelles de mobilité et donner des perspectives avec l'arrivée de l'Intelligence artificielle générative ;
- Les démarches d'échanges et partenariats RH se sont poursuivies avec nos partenaires audiovisuels de l'UER, des MFP, de l'AFDAS, dans un souci de mutualisation des bonnes pratiques plus particulièrement sur l'utilisation de l'Intelligence artificielle sur nos métiers.

➤ **Le plan de développement des compétences**

L'accompagnement des collaborateurs dans leur parcours professionnel et le développement de leurs compétences reste un enjeu majeur de l'entreprise et un axe stratégique de la politique RH.

En 2024, l'entreprise a continué d'investir dans la formation dans un champ d'intervention très large en suivant des lignes directrices qui s'inscrivent à la fois à moyen terme, mais aussi dans une continuité avec les années passées.

Il s'est agi de déployer une offre en adéquation avec les besoins opérationnels et en cohérence avec les valeurs et la raison d'être de France Télévisions.

Cela s'est traduit par le déploiement d'actions conséquentes en matière de volumétrie et des stages plus confidentiels pour répondre à des montées en compétences sur des sujets très ciblés.

Au titre du plan de développement des compétences, 14 581 stagiaires ont été formés au 30 novembre 2024 (hors e-learning) soit 5 993 salariés permanents et non permanents formés pour un total de 23 628 jours de formation.

84 % de ces jours ont été dispensés par france.tv Université. Elle a ainsi réalisé 19 898 jours de formation au 30 novembre 2024.

Par ailleurs, sur cette même période, elle a eu recours à 235 formateurs internes à hauteur de 2 083 jours de formation (dont préparation des stages).

La garantie des expertises a été au cœur de la démarche de formation. Les salariés ont eu la possibilité de se mettre à niveau sur des pratiques professionnelles qui font partie de leur cœur de métier.

A titre d'exemple, on peut citer :

- Pour les journalistes avec des programmes tels que *Techniques d'interview en plateau, Rédiger et enregistrer un commentaire dans le reportage, Perfectionnement de la présentation du JT, Gérer le breaking news...*
- Pour les techniciens avec des programmes de formation tels que *Les formats de fichiers audio et vidéo, Les fondamentaux des réseaux IP, Perfectionnement éclairage LED, Ingénierie de la vision, Qualité du signal audio et vidéo, Mise en image...*
- Pour les personnels techniques et administratifs (PTA) avec des stages relatifs aux questions juridiques au sens large (le réglementaire temps de travail, le droit du travail, la déontologie des antennes...), la gestion du mode projet et des cursus métiers : cursus achats ; cursus programmation pour l'Outre-mer ; cursus communication pour le réseau France 3.

Une partie conséquente du Plan de développement des compétences 2024 a été consacré à l'accompagnement des évolutions technologiques, sociétales et organisationnelles.

La poursuite du déploiement d'outils - *NRCS (gestion des flux de l'information)* dans le réseau régional hexagonal et dans les stations ultramarines ; *MOSAR (nouvelle régies)* pour France 3, les grands capteurs, les écrans tactiles ; *Sherlock (outil de gestion des programmes)* et le démarrage du projet *Zénon* pour les radios en Outre-mer - ont été accompagnés par d'importants plans de formation, structurés et portés souvent par des formateurs internes.

L'acculturation sur les mutations technologiques contemporaines a été poursuivie avec des programmes autour de l'IA, l'IP, la dématérialisation, la cybersécurité avec des opérations terrain de formation et de sensibilisation aux enjeux associés.

Parallèlement, le programme autour des fondamentaux des pratiques informatiques et des outils de travail internes a été poursuivi pour limiter le décrochage de certains salariés dans l'utilisation de ces outils.

Afin de consolider la culture numérique et digitale des populations antennes, programmes et communication, une offre de formation a été repensée en quatre grands axes : tendances et stratégies éditoriales autour des nouveaux process de création et de diffusion ; stratégie et techniques d'exposition des productions sur le numérique ; stratégie de marque dans un environnement dématérialisé ; culture et démocratisation de l'usage des data.

Par ailleurs, des stages pointus ont été programmés pour permettre aux salariés de l'entreprise d'être au fait des évolutions de la société dans toute sa diversité. On citera pour exemple :

- Des nouvelles tendances sociétales et créatives avec pour exemple *Décryptage des tendances et méthodes créatives* ;
- Des enjeux environnementaux avec deux stages à destination des journalistes : *Le traitement de l'information sur les enjeux climatiques et la biodiversité* et *Intégrer les enjeux climatiques dans le reportage* ; des stages à destination des acteurs de la production avec le parcours éco-production ;
- De la désinformation avec par exemple : *Fact checking, vérifier l'info sur le web et les réseaux sociaux*.

Des plans de formation ont été déployés dans le cadre de la mise en œuvre de projets stratégiques à l'instar :

- Du projet ICI en régions avec pour exemple des accompagnements face caméra, des formations à l'édition, des cursus pour continuer à consolider le vivier des scriptes et des encadrants ;
- De la réforme de l'information dans le réseau des 1^{ères} avec des stages autour de l'investigation, de l'édition, de l'encadrement éditorial au sein d'une organisation en média global.

L'entreprise a accompagné des salariés en reconversion ou en mobilité forte avec la mise en place par l'Université de parcours collectifs mais aussi de montées en compétence sur-mesure en individuel, organisées en interne et en externe.

En 2024, le volume de formations dédiées au management a été conséquent. Au-delà des parcours structurants autour de la prise de fonction managériale et du cursus managérial très complet, l'offre s'est élargie avec notamment la formation sur la culture du feedback et des accompagnements dans la prise de fonction managériale. Des modules autonomes sur des volets spécifiques comme la finance, le contrôle interne, le harcèlement, le droit du travail... ont été reconduits.

Le réseau formation a assuré la bonne tenue des formations obligatoires en matière de sûreté et de sécurité au travail. Outre les formations aux équipements de sécurité, à l'ergonomie, à la pénibilité, à la sécurité sur les tournages spécifiques à l'environnement de france.tv, l'Université a programmé des formations au principe de prévention primaire d'évaluation des risques professionnels.

L'offre de formation en matière de santé et de qualité de vie au travail a été renouvelée pour permettre de toucher un public plus large et de répondre aux nouveaux enjeux de prévention et de détection des risques.

Les actions de formation autour de la lutte contre le harcèlement moral et sexuel et contre les agissements sexistes ont été reconduites ainsi que la prévention contre le cyberharcèlement pour les journalistes, présentateurs et animateurs.

La reprise des formations aux « gestes qui sauvent », au siège mais aussi en région, amorcée au deuxième semestre 2023, a été confirmée tout comme les formations Sauveteur Secouriste du Travail (SST) à la suite d'un appel à volontariat.

Le plan volontariste de formation des acteurs de terrain de l'information sur les risques encourus en reportage a été reconduit en hexagone et Outre-mer avec pour illustration *Savoir se protéger et gérer les agressions en reportage*, le programme FAR (face aux risques de catastrophes industrielles, nucléaires, naturelles...), les formations aux risques encourus en zones de guerre.

Les stages consacrés au développement personnel mais aussi à l'efficacité professionnelle qui contribuent à améliorer le bien-vivre et le bien-être au travail ont rencontré un vif succès à l'instar de *Mieux se connaître pour mieux travailler avec les autres*, *La gestion des situations complexes*, *La gestion des tensions professionnelles*, *S'approprier les nouvelles organisations du travail*...

En matière de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE), le plan pluriannuel ambitieux de déploiement des formations autour de *Ethique et lutte contre la corruption* a continué d'être déployé notamment auprès des salariés des Outre-mer.

La part belle a été faite également aux formations à l'éducation aux médias (EMI) avec la reconduction d'un parcours certifiant en collaboration avec l'INA et Radio France, mais aussi l'organisation de journées de sensibilisation pour permettre aux salariés d'être armés pour aller parler de nos activités et enjeux aux jeunes générations.

L'offre de formation s'est déployée selon différentes modalités qui ont chacune leur vertu. L'offre digitale sur *Monkiosque formation* et *tous.learn* a continué à être étoffée, à la fois pour permettre de toucher facilement un large public mais aussi pour favoriser l'ancrage de savoirs en amont et en aval des formations.

➤ Focus formation diversité et égalité des chances

France Télévisions s'est vu renouveler en 2023 le label AFNOR Diversité et le label Egalité professionnelle (label Alliance). Aussi, il s'est agi de continuer à former les salariés, managers et élus sur ces sujets.

Les formations diversité ont concerné 349 stagiaires (données au 30 novembre 2024).

L'offre de formation autour des enjeux de la prise en compte du handicap, de la diversité et de la lutte contre les discriminations a été remaniée fin 2023 pour gagner en lisibilité avec une offre resserrée : *Passons le cap du handicap*, *Mon job : accompagner le handicap* et *La diversité dans tous ses états*.

Des actions spécifiques à destination des élus et des managers, membres des comités de direction, ont été mises en œuvre afin de les sensibiliser et de les former à ces problématiques. Elles se poursuivront en 2025.

Des formations valorisant la diversité et les différences ont été reconduites à l'instar du *cursus Carrières au féminin*, *Recruter sans discriminer*, la préparation à la retraite avec *La retraite, un nouveau projet de vie*.

L'offre de formation pour les managers aborde ces thématiques à travers le *Cursus managérial* et des modules autonomes, à destination de tous les managers, à l'instar de *Connaitre et comprendre ma contribution en tant que manager – Diversité / Harcèlement*.

France Télévisions a continué à programmer des formations au principe de prévention primaire des risques professionnels.

Des actions de formation autour de la *Lutte contre le harcèlement moral et sexuel et contre les agissements sexistes* ont été reconduites ainsi que la *Prévention contre le cyberharcèlement* pour les journalistes, présentateurs et animateurs TV ou web.

Enfin, l'offre digitale, en libre accès pour tous, s'est enrichie avec cinq nouveaux e-learning :

- Identifier et combattre la grossophobie ;
- Favoriser l'inclusion de la neurodiversité ;
- Appréhender les micro-agressions ;
- Handicap en entreprise, adopter les bons réflexes ;
- Parentalité, retraite, bien gérer ses transitions de vie.

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

Pour la troisième année consécutive, les rencontres de développement RH menées entre les managers et leurs responsables RH à l'issue de la campagne des entretiens annuels ont permis de regarder, cas par cas, la trajectoire professionnelle des collaborateurs.

Ces rencontres couplées au diagnostic de l'emploi permettent de mesurer l'écart entre les besoins en compétences et l'existant et permettent de prendre des décisions en matière de recrutement, d'attribution d'action de formation, de mobilité, de reconversion.

Ainsi, en 2024 :

Les différentes démarches en faveur de la mobilité interne, de la reconversion et du développement des parcours professionnels ont été poursuivies en 2024 notamment via :

- 294 collaborateurs ont bénéficié d'une mobilité interne ;
- 215 CDD et intermittents ont été intégrés sous contrat à durée indéterminée ;
- 109 collaborateurs ont été accompagnés dans un départ à la retraite ;
- 18 collaborateurs ont bénéficié d'une reconversion professionnelle interne et 16 ont initié ce parcours en 2024 (qui se terminera en 2025).

➤ Poursuite du déploiement du SIRH Marguerite et autres évolutions outils

L'application SAP Success Factors déployé progressivement en 2023 est pleinement fonctionnelle en 2024. Les modules Recrutement, Performance pour la réalisation des

entretiens annuels et professionnels, LMS (plateforme de modules e-learning) et Formation (collecte des besoins de formation) sont utilisés par l'ensemble des directions de l'entreprise. Les reportings permettant le pilotage des différents processus (recrutement, mobilité, entretiens, formation) sont élaborés et accessibles principalement à la fonction RH. En 2024, le module Rémunération est ouvert à l'ensemble des managers afin de dématérialiser le processus de revalorisation des salaires. Les données de paie interfacées avec ce nouveau module permettent aux managers d'avoir une visibilité sur les rémunérations annuelles de leurs N-1. Par ailleurs, dans le cadre de la revue annuelle des salaires, les managers peuvent émettre des demandes de revalorisation soumises à validation des DRH via un workflow simplifiant et sécurisant les échanges de données. L'outil intègre par ailleurs les règles de rémunérations définies dans l'Accord collectif (par exemple les pourcentages maximum d'augmentation) permettant de fiabiliser le processus de revalorisation.

Les titres restaurant sont par ailleurs dématérialisés en 2024 avec la possibilité dorénavant pour les salariés éligibles d'utiliser soit une carte Titre Restaurant soit une application de paiement sur smartphone. Ce sont ainsi un peu plus de 369 000 titres qui ont été utilisés de façon électronique en 2024. Le processus a été revisité à cette occasion en centralisant la commande des titres restaurant à la Direction de la gestion du personnel et paie, permettant de sécuriser le processus et d'améliorer la comptabilisation des titres.

Enfin, une expérimentation de l'IA est faite en mettant en place une première version de base de données RH qui fait appel à de la datascience afin de fournir des analyses plus poussées grâce à l'intelligence artificielle.

4.5.1.2.3 Indicateurs de performance

Taux de turnover⁸⁷ :

- 4,5 % en 2024 sur le périmètre France Télévisions SA, France Télévisions Publicité, France.tv studio et France Télévisions Distribution (vs 6,1% en 2023) ;
- 4,1 % en 2024 sur le périmètre France Télévisions SA (vs 5,7 % en 2023 ; 4,5 % en 2022 ; 3,6 % en 2021 ; 5,6 % en 2020 et 3,9 % en 2019).

Nombre de jours de grève sur l'année⁸⁸ :

- 39 jours de grève en 2024 sur le périmètre France Télévisions SA, France Télévisions Publicité, France.tv studio et France Télévisions Distribution (vs 138 jours de grève en 2023) ;
- 39 jours de grève en 2024 sur le périmètre France Télévisions SA pour 2 196,5 jours non payés au motif « grève » (vs 137 jours de grève pour 9 909 jours non payés au motif « grève » en 2023 ; 16 jours de grève pour 2 231 jours non payés au motif

⁸⁷ Calculé sur l'effectif CDI : ((nombre d'entrées en année N + nombre de sorties en année N) / 2) / ETP de janvier de l'année N

⁸⁸ Calculé de la façon suivante : nombre de jours pour lesquels un préavis de grève a été déposé sur l'année fiscale (du 1er janvier au 31 décembre)

« grève » en 2022 ; 62 jours de grève pour 2 308 jours non payés au motif « grève » en 2021 ; 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). Cette variation à la baisse entre 2023 et 2024 du nombre de jours de grève s'explique par une forte diminution des mouvements sociaux en 2024.

% de seniors dans l'entreprise⁸⁹ (55 ans et plus) :

- 35,7 % en 2024 sur le périmètre France Télévisions SA, France Télévisions Publicité, France.tv studio et France Télévisions Distribution (vs 34 % en 2023) ;
- 37 % en 2024 sur le périmètre France Télévisions SA (vs 35,3 % en 2023 ; 34,1 % en 2022 ; 33,2 % en 2021 ; 31,3 % en 2020 et 31,8 % en 2019) malgré un grand nombre de départs dans le cadre du plan de départ volontaire ayant majoritairement concerné des départs pour motif retraite ; la moyenne d'âge de l'entreprise reste élevée à plus de 49,7 ans.

% de collaborateurs absents pour maladies inférieures ou égales à trois jours rapportés aux effectifs présents moyens annuels⁹⁰ :

- 22,9 % en 2024 sur le périmètre France Télévisions SA, France Télévisions Publicité, France.tv studio et France Télévisions Distribution (vs 23,5 % en 2023) ;
- 23,3 % en 2023 sur le périmètre France Télévisions SA (vs 24,1 % en 2023 ; 19,1 % en 2022 ; 17,5 % en 2021 ; 21 % en 2020 et 29 % en 2019). On note une diminution des collaborateurs absents sur une courte durée. L'année 2024 s'est caractérisée par moins d'absences mais des durées de celles-ci plus longues.

4.5.1.3 Risques liés à la sûreté des sites, du personnel et du public et risques liés à la cybersécurité

2024 a constitué une année charnière pour France Télévisions en matière d'activité liée aux sujets de sécurité et de sûreté avec pour point d'orgue : les Jeux Olympiques et Paralympiques organisés en France au cours de l'été.

L'investissement de la Direction de la Sécurité et de la Sûreté dans la préparation de l'évènement, à l'aune de l'entreprise, a été constante dès le dernier trimestre 2023 et sa contribution a été majeure. Les défis sécuritaires se sont multipliés au gré des opérations

⁸⁹ Calculé en divisant l'effectif CDI âgé de 55 ans et plus, présent à la fin du mois de décembre de l'année fiscale, par l'effectif permanent en CDI à cette même date

⁹⁰ Calculé en divisant le nombre de collaborateurs en CDI absents pour maladies inférieures ou égales à trois jours sur l'année fiscale par l'effectif permanent annuel moyen présent sur l'année fiscale. Cet indicateur exclut les maladies professionnelles et les accidents de travail et de trajet

conçues durant cinq mois par la Direction des Antennes et des Programmes et ont nécessité une adaptation en temps réel des équipes et des dispositifs pour les relever. Au-delà du nombre de ces dispositifs, c'est leur amplitude et leur complexité qui ont entraîné une charge de travail intense.

4.5.1.3.1 Stratégie et politiques

En interne, la Direction de la sécurité et de la sûreté a mis en place, en 2023, une nouvelle organisation mieux adaptée à nos activités et plus lisible. Deux pôles distincts ont été ainsi créés, en sécurité, d'une part et en sûreté, d'autre part, ce qui a donné lieu au recrutement, fin avril 2024, de deux directeurs adjoints pour chacun de ces deux secteurs. La complémentarité de ces profils et de ceux des personnels affectés dans leurs services respectifs permet désormais de répondre en continu à l'étendue des besoins identifiés, tant sur le plan opérationnel que dans une dimension plus stratégique.

La retransmission officielle par France Télévisions des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 s'est traduite par des dispositifs de sécurité exceptionnels depuis l'arrivée de la flamme à Marseille le 8 mai jusqu'à la parade olympique du 14 septembre. Chaque équipe, infrastructure et plateau excentré a bénéficié de la protection constante d'opérateurs spécifiques (agents de sécurité, maîtres-chiens et agents de protection rapprochée), pilotée par la Direction de la Sécurité et de la Sûreté en liaison avec les forces de sécurité intérieure compétentes. De nombreux échanges avec les autorités en charge de la sécurité publique ont été initiés en amont et entretenus tout au long de la période. Ils ont permis d'obtenir des arbitrages et des autorisations administratives décisifs pour France Télévisions (tel que créer un plateau au-dessus du toit du musée de l'Homme, place du Trocadéro à Paris), moyennant des moyens de sécurité inégalés. En interne, l'organisation du travail de la direction a été adaptée afin d'assurer en continu (de 4h30 à minuit, sept jours sur sept) l'accompagnement opérationnel des principales installations, pendant les jeux olympiques comme pour les jeux paralympiques, tout en poursuivant l'encadrement courant des autres opérations spéciales et événements de France Télévisions (commémoration des 80 ans du débarquement en Normandie, Festival International du Film de Cannes, élections européennes et élections législatives...).

La politique de gestion de crise a connu un essor notable en 2024. A la faveur des Jeux, il a pris différentes formes dès le début de l'année : veille active en matière de renseignements, analyse de risques spécifiques, conception de scénarii-types de traitement d'incidents et équipement logistique et technique d'une salle de crise dédiée au Comité de direction, ouvertures de canaux de messagerie instantanée dédiés puis activation d'une cellule de crise en conduite opérationnelle. La Direction de la Sécurité et de la Sûreté a également organisé et participé à des exercices de crise. Elle a notamment conduit un exercice spécialement dédié au Comité de direction de la Présidente en avril.

En parallèle des Jeux Olympiques et Paralympiques, la Direction de la Sécurité et de la Sûreté a activé dès le mois de mai un dispositif de gestion de crise jusqu'en décembre pour soutenir la direction régionale de Nouvelle-Calédonie la 1^{ère} suite aux émeutes intervenues sur le territoire de l'île. Elle a ainsi contribué à acheminer des ressources liées à la sécurité, au profit des personnels (équipements de protection individuelle, agents de protection rapprochée, trackers...) et a diligencé une mission d'expertise sur place courant novembre.

Ce dispositif a été prolongé au bénéfice de Mayotte la 1^{ère} en décembre suite au passage du cyclone Chido. Il est à ce jour toujours actif.

La sécurité des équipes de tournage et des infrastructures dans des secteurs dangereux, sur le territoire national comme à l'international, est demeuré un axe essentiel de l'activité de la direction, en matière de préparation et de suivi.

La participation de la Direction de la Sécurité et de la Sûreté dans la poursuite du projet Campus s'est accrue en 2024 via une approche complète des questions de sécurité et sûreté. Des orientations ont été et sont prises au regard des enjeux posés et des besoins recensés. Des adaptations sont également opérées en fonction de l'exploitation courante des bâtiments, une fois que les installations ont eu lieu.

S'agissant de l'activité de sécurité incendie, le renouvellement d'un avis favorable de la part de la commission de sécurité à l'issue de sa visite triennale organisée au siège de France Télévisions en novembre 2024 a permis de valider le travail de remise à niveau du bâtiment entrepris depuis 2019.

Sécurité informatique

Au cours de l'année 2024, France Télévisions a poursuivi son partenariat avec les sociétés de l'audiovisuel public en matière de sécurité informatique.

Ce partenariat se concrétise notamment au sein du groupe de travail sur les Technologies de l'Audiovisuel Public (TAP) qui se réunit sur une base mensuelle pour partager les retours d'expérience de chaque membre, coordonner les futurs projets et réaliser des synergies d'achat.

Fin 2023, un plateau d'équipe commun a été mis en place pour accueillir les réunions de ce groupe de travail et faciliter les synergies entre les membres. Les différents échanges et synergies se sont focalisés sur les plans de protection cybersécurité des Jeux Olympiques de Paris 2024.

Le Centre opérationnel de sécurité (SOC), 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 SOC.

Durant l'année 2024, France Télévisions a poursuivi ses actions de renforcement et sécurisation de ses infrastructures informatiques critiques, en lien avec l'Agence Nationale de la Sécurité des Systèmes d'Information (ANSSI).

4.5.1.3.2 Plans d'actions

Les principales actions réalisées par la Direction de la sécurité et de la sûreté en 2024 ont porté sur :

- La création d'un site Intranet dédié à la Direction de la Sécurité et de la Sûreté dans l'espace intranet de l'entreprise (MonEspace) contenant informations pratiques, coordonnées et services en ligne ;
- L'accompagnement sécurité et sûreté des Jeux Olympiques et Paralympiques (illustré par de multiples communications à destination des personnels) ;
- Le renforcement du dispositif de gestion de crise ;
- La poursuite du pilotage du plan de continuité d'activité en cas d'indisponibilité du siège de France Télévisions liée à une crue majeure de la Seine ;
- La poursuite de l'exécution du schéma directeur de mise en conformité incendie du siège de France Télévisions ;
- Le pilotage des dossiers sûreté et sécurité du projet Campus ;
- Les actions de sensibilisation et formation :
 - o Dispositifs de sécurité mis en place par l'Etat à l'occasion des Jeux Olympiques et Paralympiques à Paris, interventions auprès des différents Comités de direction métiers ;
 - o Sessions de sensibilisation à la sécurité incendie dites « camion feu » ;
 - o Formation des chargés d'évacuation incendie.

Sur les sujets de cybersécurité, France Télévisions a poursuivi ses actions de renforcement et de sécurisation de ses infrastructures informatiques critiques, en lien avec l'Agence Nationale de Sécurité des Systèmes d'Information (ANSSI), conformément aux chantiers identifiés dans la feuille de route cybersécurité formalisée en 2022. Les actions suivantes ont notamment été mises en œuvre :

- Définition et mise en place du plan de sécurisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. Ce plan d'action visait notamment à :
 - o Mettre en place la coordination et les échanges avec les différentes autorités compétentes et le comité d'organisation ;
 - o Renforcer les systèmes informatiques concourant directement à la production des jeux ;
 - o Mettre en place les organisations et procédures de gestion de crise et de continuité d'activité ;
 - o Renforcer la supervision cybersécurité.
- Renforcement de l'acculturation cyber des collaborateurs (campagnes de phishing, communication, sensibilisation, formation ...) ;
- Renforcement des dispositifs de gestion de crise cybersécurité ;
- Poursuite des actions d'évaluation de la sécurité des fournisseurs dans le cadre de la stratégie d'intégration de la sécurité dans les projets informatiques et techniques ;
- Poursuite des actions de renforcement des SI et infrastructures informatiques.

4.5.1.3.3 Indicateurs de performance

Sites sensibles inspectés par les équipes de la Direction de la sûreté et de la sécurité : 4 en 2024 (vs 8 en 2023, 13 en 2022 et 13 en 2021)

Nombre d'opérations spéciales ayant bénéficié d'un dispositif de sécurité de la part de France Télévisions : 26 en 2024 (vs 15 en 2023, 33 en 2022 et 15 en 2021), auxquels s'ajoutent 56 jours d'opérations spéciales pour les Jeux Olympiques et Paralympiques entre le 22 juillet et le 16 septembre 2024

Nombre de plans locaux élaborés et déposés en préfecture : 0 en 2024 (vs 4 en 2023, 9 en 2022 et 12 en 2021) ; au total, 30 plans déjà déposés

Nombre de dossiers de sécurité rédigés : 14 en 2024 (vs 10 en 2023, 19 en 2022 et 12 en 2021)

Personnels sensibilisés/formés à la sécurité incendie : 186 en 2024

Nombre de plaintes déposées au nom de France Télévisions : 13 recensées en 2024

Nombre d'incidents de sécurité informatique non critiques détectés et traités : 1 693 alertes traitées en 2024 (vs 1 922 en 2023 et 1 762 en 2022). La baisse du nombre d'alertes entre 2023 et 2024 correspond à une amélioration des règles de détection pour réduire les faux positifs. Pour rappel, la hausse du nombre d'alertes entre 2022 et 2023 correspondait à une augmentation du périmètre fonctionnel de supervision.

Nombre d'incidents de sécurité informatique critiques : 1 en 2024 (vs 1 en 2023 et 1 en 2022)

4.5.2 Consommateurs et utilisateurs finaux

4.5.2.1 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.

L'aspect particulièrement anxiogène des actualités depuis la crise sanitaire débutée en 2020, l'accélération de la crise climatique, le déclenchement de la guerre en Ukraine en février 2022 et la reprise de la guerre au Proche-Orient depuis le 7 octobre 2023, ont entraîné un nouveau phénomène appelé « fatigue informationnelle » qui pousse une partie des français à se mettre en retrait des rendez-vous d'information et à désactiver les notifications de leur smartphone. A cela s'ajoute la défiance envers le travail des journalistes.

4.5.2.1.1 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 antennes⁹¹. La chaîne de validation des contenus mis à l'antenne constitue un élément fort de sécurisation, qui implique le contrôle éditorial, artistique et technique.

Par ailleurs, un guide des bons usages des réseaux sociaux est disponible pour tous les collaborateurs de France Télévisions, et notamment les journalistes, dans l'usage et l'utilisation des réseaux sociaux.

En raison de l'arrivée dans nos métiers de l'Intelligence artificielle, une note interne relative à l'utilisation de l'intelligence artificielle générative est mise à la disposition des journalistes.

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

4.5.2.1.2 [Plans d'actions](#)

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

En 2024, la Direction de la réglementation, de la déontologie et du pluralisme des antennes (DRDP) 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 l'ARCOM :

- Avant diffusion : conseil 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), à savoir : lutte contre les discriminations ; sauvegarde de l'ordre public ; respect des droits de la personne et de la dignité humaine ; traitement des affaires judiciaires ; le pluralisme, l'honnêteté, l'indépendance de l'information et la rigueur dans le traitement de l'information ;
- Analyse des programmes pour y apposer la signalétique jeunesse adéquate ;
- Vigilance quant à l'application de l'ensemble des règles liées au pluralisme politique ;
- Coordination de la diffusion et des bilans des obligations d'antenne de France Télévisions (campagnes sur la signalétique, de lutte contre l'obésité, contre les discriminations, charte alimentaire, charte contre le dopage ...) ;
- 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. Cette mission a été particulièrement dense en 2024, du fait notamment des campagnes électorales pour les scrutins européens du 9 juin et législatifs des 30 juin et 7 juillet ;

⁹¹ 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...

- Suivi et déclaration à l'ARCOM des temps de parole et d'antenne ;
- Coordination avec l'ARCOM 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 drogues, de produits alcoolisés ou tabagiques, placement de produit...) et du parrainage, le droit à l'information sportive (droit de citation, événements d'importance majeure...). La DRDP a été particulièrement sollicitée en 2024 dans le cadre de la diffusion, par France Télévisions, des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris ;
- Après diffusion : gestion / coordination de l'intégralité des problématiques liées à la réglementation antenne, que ce soit en lien avec l'ARCOM (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 ;
- Depuis fin 2022, une formation intitulée Déontologie et réglementation des programmes est proposée pour les salariés de France Télévisions à l'Université France Télévisions.

▪ Direction de l'information

- Poursuite de la transparence sur le travail des journalistes avec le #NosSources qui donne accès aux sources des journalistes (études, sondages, livres, références liées aux experts interviewés, etc...) au public via un renvoi dans les sujets des JT sur le site franceinfo.fr ;
- Renforcement de l'analyse de la véracité et de l'origine des images et vidéos qui circulent sur les réseaux sociaux, notamment autour des conflits en Ukraine et au Moyen-Orient, par la cellule les Révélateurs ;
- Création d'un service dédié aux enjeux de climat et d'environnement à la rédaction nationale de France Télévisions avec des journalistes spécialistes qui travaillent sur les enjeux climatiques, mise en place de séances de travail avec des experts du GIEC, de formations pour l'ensemble des journalistes sur cette thématique, ce qui renforce à la fois l'expertise et la lutte contre la désinformation climatique et les climato-sceptiques ;
- Création du journal Météo-Climat en mars 2023, un rendez-vous quotidien de pédagogie autour des questions environnementales, à une heure de grande écoute et avec un dispositif participatif ;
- Des efforts déjà enclenchés pour limiter l'empreinte carbone des sujets de reportage. Nos équipes privilégient les journalistes déjà sur place pour couvrir des événements, et sinon se conforment à la règle édictée — de prendre le train sur les trajets en France métropolitaine — pour limiter les émissions de nos déplacements.
- Renforcement des liens avec le public : poursuite de la délocalisation des JT 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 des élections européennes.

- 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 Faux* sur franceinfo canal 27 et repris sur franceinfo.fr et dans les journaux de France 2 ; la rubrique *Vrai ou Faux* sur franceinfo.fr qui reprend tous les sujets produits par France Télévisions, Radio France et Arte sur la désinformation.
- Renforcement de 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.
- Lancement d'un JT quotidien à destination du jeune public (12-18 ans) diffusé à partir du 18 septembre 2023 sur Youtube, Snapchat, TikTok, franceinfo et franceinfo canal 27 à 18h55.
- 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 ultra-marins). 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...).

4.5.2.1.3 Indicateurs de performance

- **Etude annuelle IFOP de l'image de l'information (mars 2024)** : 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 11 au 19 mars 2024. Sur la confiance, l'information du service public reste largement devant ses concurrents :

Sur la confiance, l'information du service public reste largement devant ses concurrents :

- Les JT régionaux de France 3 se placent en tête avec 81%
- Les JT France 2 à 74%
- franceinfo est la chaîne Info la mieux notée de son univers (73%)
- Au global, le niveau d'appréciation (note moyenne sur 10) des offres d'information de france.tv est plus élevé que celui de ses concurrentes :
 - JT : 6,7 en moyenne pour les JT nationaux de France 2, France 3 et les JT régionaux de France 3 versus 6,4 pour les JT des chaînes privées TF1 et M6,
 - Chaines info : 6,2 pour franceinfo TV canal 27 versus 5,2 pour les trois concurrentes privées (BFM, C News et LCI),
 - Site/app : 5,9 pour franceinfo versus 5,3 pour les quatre concurrents mesurés (Le Monde, Le Figaro, 20 minutes et BFM).
- Auprès du grand public l'information de france.tv se distingue particulièrement par son information de proximité et avec la chaîne franceinfo

(meilleure note d'appréciation par rapport à ses concurrentes sur la plupart des items sondés : accessible, utile dans le paysage audiovisuel, respectueuse de ses publics, proche des préoccupations de son public, image positive des femmes).

- Dans un contexte général de défiance vis-à-vis des médias, les offres d'information de france.tv se distinguent sur la notion de la confiance : comprises globalement, les offres d'information de france.tv (les JT nationaux de France 2, les JT régionaux de France 3 et franceinfoTV) bénéficient de la confiance de 76% de la population sondée versus 59% pour les offres privées (TF1, M6 et les chaînes infos BFM, CNews et LCI)
- Chacune dans leur périmètre domine leurs concurrents sur cet item.
- 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 crédibilité de l'information délivrée et sa capacité à créer du lien entre les citoyens.

➤ **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	2023	2024
% de sujets dans les éditions nationales	France 2	France 2
Diversité handicap	0,4	1,8
Diversité sociale	2,1	1,0
Diversité LGBTQIA+	0,2	0,1
Diversité ethno culturelle	0,3	0,4
Diversité origine	9,5	8,8
Femmes intervenant dans les sujets	67,5	67,3
Experts hommes	72,2	70,7
Expert(e)s Expertes femmes	27,8	29,3
Invités hommes	61,6	64,9
Invité(e)s Invitées femmes	38,4	35,1

Information	2023	2024
Nombre de sujets Outre-mer dans les éditions nationales	France 2	France 2

13h	66	134
20h	77	169
Total éditions France 2	143	303

Depuis septembre 2023, il n’y a plus d’éditions nationales de France 3. L’analyse ne porte plus en 2024 que sur les éditions nationales diffusées sur France 2.

Le nombre de sujets Outre-mer a beaucoup augmenté en 2024 du fait d’une actualité très importante : couverture des manifestations des indépendantistes en Nouvelle-Calédonie, des émeutes en Martinique (provoquées par l’augmentation du coût de la vie) et à la suite du cyclone Chido à Mayotte fin 2024.

4.5.2.1.4 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 (l’Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique – ARCOM – ex-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 ;
- Le Contrat Média Climat institué par la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets ;
- La Charte de bonne conduite des éditeurs et de leurs régies visant à assurer la conformité et à encadrer le volume et la concentration des communications commerciales en faveur des opérateurs de jeux d’argent et de hasard sur les services de TV et V&D du 7 novembre 2022 sous l’égide de l’Autorité Nationale des Jeux (ANJ) et de l’ARCOM.

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 parrainage⁹² 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.

⁹² Spot court ou animation graphique présentant le parrain d'une émission télévisée

C. Le contrôle a posteriori : le rôle du JDP et de l'ARCOM

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 l'ARCOM constate un manquement lié à des obligations législatives, réglementaires ou à des engagements conventionnels, elle 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 à l'ARCOM le cas échéant l'adoption de l'une des sanctions prévues par la loi ou sa convention. Il appartient ensuite à l'ARCOM de décider s'il y a lieu de prononcer une sanction. Celle-ci tiendra compte de la gravité du manquement.

4.5.2.2 Engagements sociétaux : diversité et égalité des chances

France Télévisions a poursuivi en 2024 son engagement contre toute forme de violence ou de discrimination, en matière de handicap, de parité et de droits des femmes, d'inclusion sur la question LGBTQIA+ et de diversité ethno-sociale et socioculturelle.

4.5.2.2.1 Handicap

En 2024, France Télévisions a poursuivi ses engagements au service d'une ambition forte et au travers des actions suivantes :

- Une couverture et une visibilité sans précédent des Jeux Paralympiques 2024 :

Un dispositif exceptionnel a été mis en place pour couvrir l'intégralité de la compétition. France Télévisions a ainsi proposé un volume exceptionnel de diffusion (comprenant les épreuves, les émissions et les rediffusions des Jeux Paralympiques de Paris 2024 sur France 2 et France 3), puisqu'il a presque triplé par rapport aux Jeux Paralympiques de Tokyo : 104 heures à Tokyo vs un total de 265 heures pour Paris 2024, dont 185 heures d'épreuves, auxquelles se sont ajoutées plus de 1 000 heures de diffusion sur la chaîne numérique Paris 2024 et le multi flux.

Au total, plus de 50 millions de Français ont partagé les émotions des para-athlètes. Ces chiffres représentent un niveau d'audience jamais atteint pour des Jeux Paralympiques.

Au-delà de la retransmission des épreuves, un dispositif éditorial complet, mobilisant l'ensemble des genres de programmes et toutes les antennes, a été déployé tout au long de l'année afin de valoriser des parasportifs et leurs disciplines dans plusieurs magazines sportifs, des sujets dédiés dans les JT, sur Télématin et sur les antennes Outre-mer la 1^{ère} ainsi qu'un suivi du parcours des athlètes paralympiques en lice :

Les magazines sportifs « *Champions d'exception* », « *Tout Le Sport* » et « *Stade 2* » avec des sujets dédiés à des para-athlètes ; l'émission quotidienne « *Aux Jeux, citoyens !* » (diffusée en amont des Jeux) avec Théo Curin, qui invitait notamment des athlètes paralympiques dans sa pastille « Théo le taxi » (ex : le champion de para-athlétisme Nantenin Keita) ; sur la page Paris 2024 de france.tv : « *Une histoire, un drapeau* » ; « *Le tuto paratennis* » avec Zoé Maras ; les « *Autoportraits* » et « *L'Odyssée* » ; la série « *Vestiaires* » (qui comprend parmi ses comédiens des athlètes paralympiques qui étaient en lice pour les Jeux) ; enfin sur France 2, la diffusion du documentaire « *A corps perdus* » de Thierry Demaizères.

- Des visages emblématiques :

France Télévisions joue un rôle dans la représentation des personnes en situation de handicap sur ses antennes. Figure familière des téléspectateurs de France Télévisions après avoir notamment participé à « *Echappées Belles* », « *Le magazine de la santé* » ou l'émission pour enfants « *T'es au top* », Théo Curin est devenu en septembre 2024 le premier animateur d'un jeu quotidien, lui-même en situation de handicap. Dans Slam, il accompagne chaque jour les téléspectateurs.

- Une mission de service public sur la question du handicap

France Télévisions revendique clairement une mission de service public relative à la question du handicap, comportant plusieurs volets parmi ses engagements :

- 7^e édition nationale du DuoDay (21 novembre 2024), pendant la *Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées*. Une centaine de Duos constituées pour découvrir les métiers de l'audiovisuel lors de cette journée. Certains duos ont été formés à l'antenne, notamment aux côtés de la rédaction de l'information et des Sports ;
- 38^e édition du Téléthon : le Téléthon 2024 s'est déroulé les 29 et 30 novembre (30 heures d'antenne), avec Mika comme parrain. Aux côtés des animateurs de France Télévisions, des malades et des familles, des chercheurs, des milliers de bénévoles mobilisés partout en France sont venus soutenir le combat contre les maladies rares porté par l'AFM-Téléthon ;
- France Télévisions s'engage : avec #tous.engagés - Être #activateurdeprogrès, le groupe fait partie de la communauté des entreprises qui pensent que les personnes handicapées les font progresser et font progresser la société tout entière.

- Des programmes engagés

Les programmes de France Télévisions abordent le handicap sans préjugé. Dans les fictions, les magazines ou les programmes de découverte, une personne en situation de handicap peut être journaliste, sportif, enquêteur ou candidat à l'élection présidentielle à l'instar de la série « *Dans l'ombre* » (diffusée le 30 octobre 2024). En diffusant à des heures de très grande écoute « *Les rencontres du Papotin* »⁹³ ou encore la série « *Astrid et Raphaëlle* », France Télévisions est l'un des premiers diffuseurs en Europe pour porter le regard et la parole de personnes autistes.

Par ailleurs, au cours d'une soirée spéciale inédite (31 janvier 2024), la fiction « *Droit de regard* »⁹⁴ et le documentaire « *L'Odyssée des enfants d'Ulys* » ont abordé la thématique de la déficience visuelle (qui touche 1,7 millions de Français) et ont été suivis d'un débat.

- Un partenariat entre France Télévisions et le CNC⁹⁵ au service de l'inclusion

A l'occasion de la réunion annuelle entre France Télévisions et le CNC qui s'est tenue le mardi 19 novembre, France Télévisions a réaffirmé son engagement pour l'accessibilité de ses programmes et une plus juste représentation de la diversité de la société française.

- Des innovations pour renforcer l'accessibilité des offres

France Télévisions sous-titre 100 % des programmes de ses chaînes nationales et s'engage au quotidien à rendre ses programmes plus accessibles. Grâce à une étroite collaboration avec les associations et le CNC, France Télévisions a mené des expérimentations ayant permis de déployer des innovations technologiques répondant aux exigences et aux attentes des personnes sourdes ou malentendantes.

Pour rendre les Jeux Olympiques et Paralympiques accessibles à tous, les antennes de France Télévisions ont proposé sept heures par jour d'audiodescription en direct, ainsi que des sous-titres synchronisés sur la chaîne olympique Paris 2024.

En mars 2024, franceinfo est devenue la première offre d'information en France proposant un sous-titrage synchronisé à l'image tous les jours de 6h30 à minuit. Ce sont donc 12 heures de sous-titrage automatique qui s'ajoutent aux 6 heures 15 déjà produites par France.tvaccess (France.tv studio). Cette évolution, ayant nécessité trois ans d'expérimentations en lien avec les associations de sourds et malentendants, a été rendue possible par la mise en œuvre d'une solution technologique innovante développée en interne.

franceinfo propose également trois éditions par jour en langue des signes française.

⁹³ A noter l'exportation de ce concept dans le monde entier : Espagne, Danemark, Belgique, Pays Bas, Royaume Uni, Allemagne...)

⁹⁴ A noter que l'actrice de « *Droit de regard* » est elle-même non-voyante

⁹⁵ Conseil national consultatif des personnes handicapées

- Focus France Télévisions publicité

Durant toute la période des Jeux Olympiques et Paralympiques Paris 2024, France Télévisions Publicité a renforcé son engagement en faveur de l'inclusion des personnes sourdes et malentendantes en offrant à tous les annonceurs qui le souhaitent le sous-titrage de leurs messages publicitaires. Les spots publicitaires ont été transcrits par les équipes Diffusion de France Télévisions Publicité, avec le soutien de France.tv access, filiale de France.tv studio et leader français du sous-titrage TV pour sourds et malentendants. Depuis les JOP, cette disposition est proposée aux annonceurs qui le souhaitent.

Par ailleurs, depuis décembre 2024, les messages publicitaires des annonceurs sont disponibles en audiodescription sur toutes les chaînes de France Télévisions.

4.5.2.2.2 Diversité ethnoculturelle

France Télévisions veille à promouvoir une pluralité des visages sur ses antennes, notamment dans les fictions, par le choix des animateurs, des chroniqueurs et journalistes, tous représentatifs de l'éclectisme culturel de la population française.

En 2024, plusieurs actions ont été mises en place par France Télévisions pour améliorer la représentation des diversités sur ses antennes :

- Des programmes de sensibilisation des équipes éditoriales, avec des modules de formation et des outils internes en constante évolution pour intégrer les impératifs de programmation et de reporting (ex : reporting des programmes mettant en avant les diversités) ;
- Un partenariat avec l'Université Paris 8 pour soutenir un projet de recherche dirigé par Maxime Cervulle et Sarah Lécossais, co-auteurs de l'étude Cinégalités portant sur la représentation de la diversité dans le cinéma français avec deux objets d'étude :
 - o La représentation de la diversité dans les programmes de flux de journée ;
 - o La perception par les téléspectateurs de la diversité telle qu'elle est représentée à l'écran.

Par ailleurs, la diversité des équipes a un impact sur la richesse des programmes, notamment pour la valorisation des territoires ultramarins (création d'un comité éditorial et un comité d'experts pluridisciplinaires pour mener à bien la politique éditoriale en la matière).

Par ailleurs, France Télévisions a obtenu le label Alliance Diversité et Egalité Professionnelle de l'AFNOR (renouvelé en juillet 2023) qui met en valeur les actions de formation et de communication, les baromètres mis en place ou encore le dialogue social.

4.5.2.2.3 Egalité femmes hommes

La journée internationale des droits des femmes, célébrée le 8 mars dans de nombreux pays est l'occasion pour France Télévisions de réaffirmer son engagement au quotidien pour les femmes, pour leurs droits et dans la lutte contre les violences à leur égard.

#8MarsTousLesJours : France Télévisions a déployé un dispositif éditorial inédit sur ses antennes autour du 8 mars 2024, journée internationale des droits des femmes, avec une grande soirée le 5 mars sur France 2 et sur france.tv, ouverte par le film « L'Événement » adapté du roman d'Annie Ernaux (récit autobiographique d'un avortement clandestin en 1963, Lion d'or à la Mostra de Venise), suivi de la diffusion du documentaire France TV Slash « IVG le droit d'en parler ».

Dans la Collection « Toutes ensemble » : dès le 29 février, france.tv a proposé un dispositif global, comprenant une collection de longs-métrages ainsi qu'une offre de documentaires traitant de la situation et des droits des femmes dans le monde avec des réalisatrices et actrices qui font le cinéma mondial à travers deux thématiques spéciales :

- La première honore les grandes pionnières du cinéma, avec un court-métrage sur Germaine Dulac et six films des réalisatrices Alice Guy, Lois Weber, Germaine Dulac et Mary Ellen Bute ;
- La seconde valorise la sororité à travers quatre films qui soulignent la solidarité entre femmes de tous horizons : du Liban à la France en passant par Israël ou encore la Turquie...

France Télévisions met aussi en lumière les combats et destins de femmes qui luttent pour leur liberté, leur place et le rôle de femmes d'hier et d'aujourd'hui dans la société, la culture, les arts, la science.

Portraits de femmes battantes : diffusion de portraits de femmes inspirantes, pionnières, héroïnes de leur époque, parfois méconnues. Sportive, artiste, avocate, impératrice... Récit de leurs combats et de leurs victoires :

- « *Un Nobel par-delà les barreaux* » dans *Envoyé spécial* : l'histoire d'une femme que le régime iranien cherche à faire taire par tous les moyens : Narges Mohammadi, prix Nobel de la paix 2023 ;
- Dans *La case du siècle*, « *Gisèle Halimi, la cause des femmes* » : ce documentaire retrace l'engagement de Gisèle Halimi qui a œuvré toute sa vie pour la libération de l'avortement et la criminalisation du viol et est à l'initiative de grands combats.
- A travers des portraits d'artistes :
 - o Le documentaire « *Frida Kahlo* » ;
 - o Le documentaire « *Jane Birkin... et nous* ».
- Parmi l'offre régionale (quelques exemples) :
 - o « *Le berceau vide* » (documentaire sur France 3 Grand Est) : ce film donne la parole aux femmes dont la vie a basculé en quelques mois ;
 - o « *Paludiers au féminin* » dans le magazine Littoral (France 3 Bretagne) : longtemps, dans les marais salants de Guérande, « paludière » a désigné les épouses de paludiers, travaillant à la récolte du sel sans statut, dans l'ombre de leur mari. Aujourd'hui, elles sont 15 % à la tête de leur propre exploitation ;
 - o « *S'il sait que je suis là il me tue* » (France 3 Centre-Val de Loire) : la réalisatrice nous fait découvrir l'insoutenable quotidien des femmes frappées, injuriées, harcelées, contrôlées, jalousees, isolées, violées ou dévalorisées par leur compagnon.
- Pour l'offre Outre-mer, en linéaire et sur le numérique, une programmation spéciale :

- Dans le magazine « *outremer.lemag* » (sur La1ere.fr et sur les antennes du Réseau des 1^{ère}) : Mathilde Lebon, originaire de Saint-Benoît de La Réunion s'associe avec son amie Lamia Mounavaraly pour faire découvrir l'association « *Aujourd'hui Les Citoyennes* », dont la mission est de donner tous les outils aux jeunes Réunionnaises pour qu'elles puissent s'engager dans la vie publique, que ce soit dans les médias, en politique ou dans une association.
- Sur l'ensemble des antennes du Réseau des 1^{ère} a été diffusé la comédie « *Le mariage de Rosa* » (multirécompensée en Espagne), au sujet d'une femme qui, à la veille de ses 45 ans, décide de reprendre le contrôle de sa vie ;
- La 1^{ère} Musique a proposé une édition spéciale de son émission musicale « *Les Muses* ». Au micro de Natacha Moustoifa, les déléguées aux droits des femmes des neuf territoires d'Outre-mer racontent leur parcours en toute liberté et sans tabou, guidées par les musiques qui les caractérisent. L'égalité dans le travail, le droit à l'éducation, la contraception, les abus sexuels, les violences intrafamiliales sont leurs combats quotidiens ;
- Dans *#MaParole* sur La1ère.fr, un portrait de Marie-Josée Perek qui raconte son parcours, de son enfance en Guadeloupe à une carrière pleine de rebondissements.
- Enfin l'Information sur l'ensemble des antennes du Réseau des 1^{ère} et sur l'offre numérique Outre-mer : dans le cadre des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, les rédactions du Réseau des 1^{ères} ont proposé un documentaire « *JO Paris 2024 : Outre-mer, terres de champions* » ; il s'agit de portraits de sportives issues de l'élite du sport en Outre-mer, porteuses d'espoirs de médailles.

En 2024, France Télévisions a également réaffirmé son engagement en faveur du sport au féminin.

France Télévisions participe chaque année à l'opération « Sport au féminin », initiée par l'Arcom en 2018, le Ministère des Sports et le Secrétariat d'État chargé de l'égalité entre les femmes et les hommes, avec le soutien du Comité national olympique et sportif français et le Comité paralympique et sportif français, qui vise à développer le sport féminin et combattre les stéréotypes et discriminations qui perdurent envers les filles et les femmes dans ce domaine. Dès le lancement de cette opération, France Télévisions s'y est associé, et a fait le choix de l'accompagner en promouvant le sport au féminin à travers toutes ses offres. Ainsi, chaque année les antennes linéaires et numériques de France Télévisions se mobilisent pour proposer une programmation spéciale (autour de fin janvier), notamment dans les magazines sportifs Tout le Sport, Destination 2024, Stade 2, et sur la plateforme france.tv.

Lors de la diffusion linéaire des JOP de Paris (sur France 2, France 3 et ponctuellement France 5), un effort significatif d'équilibre entre les genres a ainsi été réalisé puisque France Télévisions a quasiment atteint la parité de diffusion avec près de la moitié (47 %) du temps d'antenne consacrée aux compétitions entrant dans les catégories de « sport féminin », « féminin et masculin » et « mixtes » représentant ainsi 230 heures de compétition consacrées à ces trois catégories intégrant à l'antenne au moins une athlète féminine, sur un total de 486 heures de compétition diffusées en linéaire. Parmi ces 230 heures, 191 heures

ont été consacrées à des compétitions uniquement féminines, soit 39 % du temps d'antenne. Ainsi, le sport féminin n'a jamais été autant exposé que pendant les Jeux de Paris 2024.

Outre la diffusion des compétitions de sport féminin, France Télévisions fournit également un effort de mixité sur ses plateaux et un traitement journalistique engagé sur les enjeux de violences sexistes et sexuelles au sein du monde sportif.

France Télévisions diffuse également des sujets sur la thématique des femmes dans le sport, comme « Maternité, la fin d'un obstacle pour les sportives de haut niveau ».

Enfin, sur l'ensemble des antennes de France Télévisions, les femmes sont davantage présentes à l'antenne, ont davantage la parole que sur les chaînes privées et enregistre un taux d'expertes quasi paritaire sur l'ensemble de ses plateaux (49,3 % vs 47 % en 2023).

4.5.2.2.4 Orientation sexuelle et identité de genre

Dans le cadre de son engagement contre toutes les formes d'exclusions, de violences, de harcèlement et de discriminations, France Télévisions a proposé une programmation spéciale autour de la Journée internationale de la lutte contre l'homophobie, la transphobie et la biphobie le 17 mai 2024, à la fois sur ses antennes linéaires nationales, régionales et ultramarines et sur la plateforme france.tv avec notamment le documentaire inédit « Homosexuels et lesbiennes face au nazisme ».

Les programmes de France Télévisions mettent également en valeur la diversité des identités, avec notamment la diffusion de la saison 3 de « Drag Race France » sur france.tv et France 2. Les émissions quotidiennes, telles que « Ça commence aujourd'hui » ou « La maison des maternelles » permettent à des personnes de tous horizons d'affirmer leur identité et de s'exprimer librement. La plateforme france.tv diffuse également une collection de films et de courts-métrages LGBTQIA+.

4.5.2.2.5 Droits de l'enfant, harcèlement, jeunes et seniors

- Droits de l'enfant

À l'occasion de la Journée internationale des droits de l'enfant, et dans le cadre de son engagement sur cette question de société essentielle, France Télévisions a de nouveau, en 2024, fortement mobilisé l'ensemble de ses antennes, linéaires et numériques.

A titre illustratif, France Télévisions a diffusé en janvier 2024 sur la plateforme Okoo, France 4 et France 3 la série animée « Tu dis, tu stoppes ! », visant à sensibiliser l'ensemble de la société (enfants, parents, professionnels et citoyens) et à protéger les enfants contre les différentes formes de violences. Cette initiative fait écho au Plan de lutte contre les violences

faites aux enfants 2023-2027⁹⁶. « Dans les yeux d'Olivier » sur France 2 a également abordé le thème « Enfants : les victimes oubliées des violences conjugales ».

- Lutte contre le harcèlement scolaire

Depuis 2015, France Télévisions s'est engagée dans la lutte contre le harcèlement scolaire. En 2024, un dispositif éditorial d'envergure autour de la Journée nationale du 7 novembre a été mis en place. Au cœur d'une soirée continue, le documentaire inédit « Lindsay, la mécanique du harcèlement », suivi d'un débat pour interpeller sur l'engrenage insidieux et tragique du cyberharcèlement. La plateforme france.tv agrège tout au long de l'année ces contenus sur une page dédiée « Harcèlement à l'école - Écouter, agir » qui se réactualise. Depuis le 1^{er} novembre, avec la diffusion en avant-première du film « Mourir à 13 ans » sur France 3 Grand Est, elle bénéficie d'une mise en avant renforcée sur la page d'accueil.

Okoo et Lumni, les plateformes jeunesse de France Télévisions, se mettent à hauteur d'enfant pour donner les clés de compréhension aux plus jeunes et aux élèves avec, entre autres, une émission spéciale dans Okoo-koo, l'émission quotidienne, le magazine « T'es au top » sur France 4 ou encore la fiction « Askip ». Sur Lumni, un dossier spécial est accessible, regroupant tous les contenus et répondant à trois axes : « Qu'est-ce que le harcèlement ? Comment agir ? et Le cyberharcèlement ». Un segment « Harcèlement » est également présent de façon permanente sur l'accueil des pages primaire et collège.

France Télévisions a relayé, dans son dispositif éditorial, le 3018, numéro unique, anonyme et gratuit, pour signaler les situations de harcèlement et de violences numériques endurées par les mineurs.

L'ensemble des réseaux sociaux de France Télévisions ont également été mobilisés autour du #HarcèlementScolaire pour informer, alerter, et inviter à libérer la parole, avec #AimeSansHaine.

- Jeunes adultes

Skam a fait son retour pour la douzième saison sur Slash et CoLoLoCo est diffusé sur Okoo. Ces fictions nous immergent dans l'univers d'enfants et de jeunes aux identités diverses. Elles explorent les questions qui les touchent à chaque étape de leur vie, permettant ainsi à des jeunes et des enfants de tout âge de s'identifier ; « T'es au Top », animé par Théo Curin, est le premier magazine dédié aux enfants pour explorer leurs réflexions ; « Prodiges » et « Prodiges Pop » mettent en lumière les talents des jeunes de 10 à 16 ans, célébrant des virtuoses du classique et de la pop dans un divertissement captivant, et sur Paris Ile de France et france.tv, le documentaire diffusé dans La France en Vrai « Grigny, les vélos de la liberté » nous emmène dans un collège où des professeurs ont lancé un défi à leurs élèves : apprendre à pédaler.

⁹⁶ Présenté le 20 novembre 2023 par la Première Ministre Elisabeth Borne au troisième Comité interministériel à l'enfance (CIE)

France 3, ses antennes régionales, les antennes du réseau des 1^{ère} du pôle Outre-mer et francetv Slash se sont mobilisés pour la huitième édition du concours « Filme ton quartier ». Ce concours, ouvert à tous à partir de 16 ans, célèbre la diversité de la France, la francophonie et met en lumière de nouveaux talents d'où qu'ils viennent villages, villes, territoires ruraux, et quartiers.

Pour détecter de nouveaux talents, France Télévisions a signé un partenariat avec l'INA et créé « La Classe Alpha », qui propose un cursus gratuit de pré-qualification aux métiers de l'audiovisuel et du numérique à des jeunes de 17 à 25 ans, accessible sans condition de diplômes. Une formation initiale, dont Camille Diao a été la marraine en 2024. Cette année, 21 jeunes sont en poste dans ce cadre chez France Télévisions, dont 20 alternants et un intermittent.

« Ma Parole ! » La Fondation Engagement Médias pour les Jeunes, réunissant France Télévisions, France Télévisions Publicité, France Médias Monde et TV5 Monde, sous l'égide de la Fondation de France, a lancé un nouvel appel à projets visant à soutenir des initiatives et des structures d'intérêt général orientées vers la valorisation de l'expression. Ces actions mobilisent l'écriture, l'éloquence, la parole et la confiance en soi pour contribuer à une meilleure intégration des jeunes dans la société. En soutenant l'égalité des chances auprès des jeunes sur tout le territoire, la Fondation confirme la responsabilité et l'engagement des médias du service public dans la société (Initié par l'unité documentaire de France Télévisions et francetv Slash, « Filme ton quartier » est en association avec la Fondation Engagement Médias pour les Jeunes et en partenariat avec MOUV).

- Séniors

Toutes les tranches d'âge de la société sont représentées sur France Télévisions, notamment les séniors. Quelques exemples de programmes :

- « Ça commence aujourd'hui » permet au quotidien de présenter des vies qui transcendent les préjugés. L'émission met en avant des histoires inspirantes, comme « Seniors et amoureux », « On peut rencontrer le bonheur à plus de 70 ans », ou encore « Influenceuses à 54 et 71 ans » ;
- France Télévisions a également consacré aux séniors une soirée en continu en diffusant le documentaire « Tous nos vieux de bonheur », suivi d'un débat animé par Marina Carrère d'Encausse : rencontre avec des personnalités inspirantes qui nous montrent que la vieillesse peut être synonyme de liberté et de projets.

4.5.2.3 Importance prise par le droit des données personnelles et les risques liés à une défaillance

Le règlement général sur la protection des données personnelles (RGPD) est entré en application en mai 2018. Ce règlement a remplacé la directive européenne de 1995 sur la protection des données à caractère personnel (95/46/CE), par une législation unique, afin

de mettre fin à la fragmentation juridique entre les Etats membres de l'Union européenne. Il oblige les entreprises et organisations établies sur le territoire européen ou qui ciblent des résidents européens à garantir la protection et le bon usage des données personnelles collectées et traitées dans le cadre de leurs activités.

La protection des données personnelles s'appuie sur d'autres textes, tels que la directive sur la vie privée dans les communications électroniques (directive « ePrivacy »), la loi « Informatique et Libertés » du 6 janvier 1978 modifiée, ou encore le code des postes et communications électroniques pour les aspects relatifs à la prospection commerciale.

La mise en conformité au droit des données personnelles suppose une connaissance fine des données collectées par l'entreprise, des traitements opérés, de leurs finalités, des modalités et des durées de stockage des données, des échanges effectués, des conditions de sécurité qui les entourent.

Les manquements au droit des données personnelles, l'imprudence et la négligence dans le traitement de données sont depuis plusieurs années lourdement sanctionnées : des amendes administratives prononcées par la CNIL (Commission nationale de l'informatique et des libertés), des sanctions pénales et le paiement de dommages-intérêts aux personnes concernées. Les autorités de contrôle prononcent des sanctions financières toujours plus élevées, comme l'illustre par exemple la sanction record de 290 millions d'euros prononcée par l'autorité néerlandaise, en coopération avec la CNIL, à l'encontre de la société UBER le 22 juillet 2024.

Les enjeux sont multiples : 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 20 millions d'euros ou 4% du chiffre d'affaires (le chiffre le plus élevé étant retenu), et les sanctions pénales jusqu'à 300 K€ d'amendes (et cinq ans d'emprisonnement pour les infractions les plus graves)).

Le début de l'année 2024 a été marqué par une intensification du pouvoir de contrôle de la CNIL, notamment par le recours à la procédure simplifiée, ce qui a conduit la CNIL, dans ce cadre, à déclarer 28 sanctions entre janvier et septembre 2024.

La CNIL a porté une attention particulière sur la conformité des opérations et traitements liés à la prospection commerciale, avec le prononcé de plusieurs sanctions importantes entre la fin de l'année 2023 à aujourd'hui, envers des acteurs jouant un rôle différent mais complémentaires dans la mise en place du démarchage électronique : à l'encontre de CANAL + (notamment pour manquement à l'obligation de recueillir le consentement pour la mise en œuvre de la prospection commerciale par voie électronique) ; à l'encontre de TAGADAMEDIA (pour absence de consentement univoque, libre et éclairé) et à l'encontre de FORIOU (la collecte du consentement n'était pas assuré par un acte positif clair et dénué d'ambiguïté).

4.5.2.3.1 Politique de mise en conformité

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, en application de l'article 39 du RGPD, 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 analyse d'impact relative à la protection des données et vérifier l'exécution de celle-ci (...) »*.

La lettre de mission du DPO prévoit notamment qu'il lui revient de *« définir et veiller à l'application du plan de mise en conformité au RGPD au sein de l'entreprise ; élaborer et veiller à l'exécution des règles et procédures internes relatives à la protection des données à caractère personnel, y compris par le moyen d'audit en vous appuyant au besoin sur la direction de l'audit interne (...) »*.

Le délégué à la protection des données s'appuie actuellement sur une équipe de plusieurs collaborateurs qui mettent en œuvre le programme global de conformité RGPD.

Un réseau de 38 référents a été désigné dans les directions de France Télévisions et ses filiales. Ils ont reçu une formation d'une journée à l'Université France Télévisions. Leur rôle s'est avéré essentiel au moment de l'inventaire des traitements ; le rôle actuel des référents varie selon les directions, le nombre et la nature des traitements en cours dans la direction et des projets envisagés. Ils constituent souvent l'interlocuteur principal entre les équipes de sa direction et le service DPO.

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. Une réflexion est en cours pour assurer une nouvelle session de formation ad hoc, destinée aux personnes nouvellement arrivées.

Des 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 des outils de mise en conformité (modèle de « fiche de traitement », modèle d'« annexe RGPD » jointe au contrat d'acquisition/de prestation) ont été mis à disposition de l'ensemble des collaborateurs, dans un espace partagé « RGPD ». Les documents ont été régulièrement actualisés.

Par ailleurs, diverses procédures, modèles, matrices d'analyse, politiques et outils, destinés à gérer la relation et le travail avec les services (ou à formaliser une méthode de travail harmonisée interne du service RGPD) ont également été créés et diffusés. Au sein du service RGPD, différents documents ont permis de coordonner une méthode de travail, et notamment les suivants : un programme global de conformité RGPD sur la base de critères objectifs a été défini pour l'entreprise, ainsi qu'une procédure interne de fonctionnement du service du DPO, dont l'objectif a été de définir les règles de fonctionnement et les méthodes de travail harmonisées au sein du service du DPO. Par ailleurs, une répartition des directions et des chantiers a été définie pour piloter les activités du pôle, ainsi qu'une schématisation des demandes arrivant au service du DPO a abouti à la clarification des problématiques

traitées au quotidien grâce à l'identification de cas de figure-types et l'association à chacun de ces cas de figure d'une procédure adaptée à suivre. Une méthode uniformisée en ce qui concerne la réalisation et le suivi des « rendez-vous RTD », a également été créée afin d'unifier la méthode de collaboration entre le service du DPO et les opérationnels. Le terme RTD désigne les Responsables de Traitement par Délégation (de pouvoir).

Par ailleurs, différents documents ont permis d'optimiser la méthode de travail avec les services, et notamment les suivants : la procédure RGPD-achats (mise à jour en août 2024), qui décrit les étapes (selon les cas) dans les processus d'acquisition d'un outil ou d'achat de prestation impliquant un traitement de données. Elle détaille ce qui relève du service RGPD, de la direction des achats, et des RTD. La mise en place d'une méthode de conduite des analyses et des actions de remédiation du service du DPO a quant à elle vocation à harmoniser le processus d'analyse de la conformité des traitements tout en s'assurant de sa complétude. Un tableau d'évaluation des risques sur les données personnelles a également été créé et inséré dans la dernière version du modèle de la fiche de traitement (juillet 2024) sur la base de critères objectifs, permettant ainsi d'associer des processus adaptés à chaque traitement en fonction des risques qu'il soulève. Une procédure de gestion des demandes d'exercice des droits a également été élaborée, ainsi qu'une procédure de gestion des violations de données personnelles.

L'acquisition d'un outil de gestion de la conformité RGPD renommé en projet interne « RC RGPD » (Référentiel de Conformité RGPD) en décembre 2022 a permis de lancer dès janvier 2023 un vaste projet de centralisation de l'ensemble des actions, procédures et documentations liées à la conformité RGPD de l'entité mère et des filiales.

Après la phase d'intégration de l'ensemble des informations jusqu'alors présentées sous forme de tableau et fiches et la vérification de l'absence d'erreurs, le RC RGPD est aujourd'hui utilisé au quotidien pour piloter les chantiers de la conformité au RGPD par service, direction ou entité juridique, en centralisant les informations, fluidifiant les échanges, fournissant des indicateurs et mesures statistiques et tableaux de bord.

Ce projet a fait l'objet tout au long de l'année 2023 d'une intégration au sein du service DPO. Ainsi, un plan de reprise des données a été planifié et exécuté afin de s'assurer de la réussite de l'intégration des données dans le logiciel acquis.

Avant intégration, les données ont été préalablement vérifiées afin de s'assurer de leur qualité (suppression des doublons, des informations obsolètes ou incorrectes) et les difficultés particulières anticipées (gestion de la multiplicité des sources des données reprises, anticipation de la complexité de reprise de certaines données) ; le transfert a été suivi d'un contrôle humain.

En 2025, la collecte d'informations sur les traitements de données sera simplifiée, et renseignée directement par les collaborateurs en ligne, grâce à l'acquisition en septembre 2024 d'un nouveau module du logiciel. Ce module permettra une remontée et gestion simplifiée des flux de données (remontée des contributions des différents services, directions et entités juridiques à grande échelle pour l'ensemble des collaborateurs).

Le déploiement de ce nouveau module de l'outil fera l'objet d'un accompagnement et d'une communication aux collaborateurs.

4.5.2.3.2 Plans d'actions

Lors de la première phase du plan d'action (réalisation de l'inventaire) les traitements identifiés ont été inscrits au registre des traitements de données.

Ce registre des traitements a ensuite fait l'objet d'une reprise des données vers le nouvel outil de gestion de la conformité RGPD en 2023. Les « fiches inventaires » (granularité très fine, par outil) réalisées lors de l'inventaire initial ont été reprises dans le nouveau logiciel de conformité conformément à une approche plus globale de « fiches de traitement ». Toutes les informations détaillées pertinentes ont néanmoins été conservées, afin d'assurer un pilotage optimal des traitements et une documentation de conformité complète. Cette optimisation du registre des traitements a été rendue possible car l'outil acquis par le service du DPO permet d'associer plusieurs outils à une seule fiche de traitement, pour les traitements concernés. Cette nouvelle approche a conduit à simplifier le processus des analyses et remédiations tout en optimisant le pilotage de celles-ci, grâce au développement d'un modèle de questionnaire qui doit être créé, complété et associé à chaque fiche de traitement.

Par ailleurs, une assistance est toujours apportée aux équipes opérationnelles pour le lancement de leurs nouveaux projets (analyse du contexte ; conseils de mise en conformité ; rédaction de clauses contractuelles, etc.), en parallèle d'une démarche d'autonomisation des acteurs internes, notamment dans le cadre d'activités redondantes et présentant peu de risques mais un volume important de demandes pour le service DPO (certaines mentions d'informations pour questionnaires et formulaires, certains cas de figure dans les projets d'achats...). Cette autonomisation est accompagnée de supports spécifiques (supports de formation, procédures d'accompagnement détaillées...), ainsi que de modèles (à adapter) rendant cette autonomie possible.

Les nouveaux dossiers qui présentent un risque élevé sont eux toujours étudiés au cas par cas. Le service DPO est intégré dans les principaux comités projets des directions.

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 applicables.

A titre d'exemple, 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).

En ce qui concerne les documents et procédures, le service du DPO les a régulièrement mis à jour. L'accès des collaborateurs aux documents et procédures fera l'objet en 2025 d'une évolution importante par la refonte et la création d'un nouvel espace partagé optimisé.

Enfin, le projet RC RGPD va faire l'objet d'une évolution importante grâce à l'acquisition en 2024 du nouveau module, qui permettra de faciliter la contribution de tous les collaborateurs à tous les niveaux de l'entreprise à partir de 2025. Une remontée simplifiée des informations vers le Service du DPO sera ainsi rendue possible. La collaboration entre le service du DPO et les directions opérationnelles en sera fluidifiée tout en assurant une montée en compétences/connaissances des relais métiers. Un accompagnement des

collaborateurs des différentes directions opérationnelles est prévu lors de cette phase à travers la réalisation de rendez-vous réguliers avec le service DPO, ainsi que la mise à disposition de ressources dans le nouvel espace partagé du service DPO.

L'outil va centraliser l'ensemble de la documentation de conformité RGPD (notamment le registre des traitements, le registre des violations de données personnelles, le suivi des demandes d'exercices de droit, les audits (analyses remédiations, AIPD...)) sur un mode collaboratif simplifié entre le service RGPD et les directions opérationnelles.

4.5.2.3.3 Résultats du déploiement des politiques et plans d'actions

Existence de procédures internes : les procédures internes sont rédigées, mises à jour et disponibles via l'intranet (actuellement en refonte). Des mises à jour importantes ont eu lieu en 2024, et notamment en ce qui concerne la procédure RGPD Achat, la fiche de traitement, la procédure de gestion des violations de données personnelles.

Positionnement stratégique du délégué à la protection des données et document spécifiant ses missions : le DPO de France Télévisions et son service sont rattachés 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 (ressources externes, documentation, frais d'avocats, outil de gouvernance RGPD).

Mise en place d'actions de sensibilisation régulières : des actions de sensibilisation ont été mises en place depuis 2021, elles seront poursuivies en 2025, notamment à l'aide d'une méthode de réalisation et de suivi réguliers de rendez-vous RTD :

- Sensibilisation continue des interlocuteurs au sein des directions opérationnelles ;
- Accompagnement lié au projet RC RGPD et au nouveau module
- Formation des référents RGPD/référents achats/directions juridiques (DAHP notamment) : formation individuelle en cas de remplacement d'un collaborateur entre deux sessions de formation globale ;
- 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 l'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 à l'aide d'audits réalisés grâce au RC RGPD pour les traitements de données figurant au registre des traitements, depuis 2024 ;
- Pour les projets structurants, les recommandations sont faites via un email de recommandations du DPO aux directions opérationnelles pour mise en œuvre.

4.5.2.3.4 Actions envisagées pour 2025

En parallèle de l'étude des demandes des services, la première partie de l'année 2024 a été consacrée à un important travail de fond sur les procédures, modèles et matrices d'analyse. Au cours de l'année 2025, ce travail se poursuivra.

La mise à disposition du nouvel espace partagé RGPD facilitera la diffusion de l'information auprès des collaborateurs et l'accès simplifié aux procédures, modèles et matrices d'analyse, ainsi que la contribution des collaborateurs vers le service du DPO via le logiciel. Grâce au nouveau module complémentaire acquis, la remontée directe de formulaires saisis par les collaborateurs est possible (dans des espaces dédiés du logiciel), ce qui permettra de faciliter l'exploitation ultérieure des informations adressées au service DPO. A titre d'exemple, il sera possible de créer une fiche « violation de données personnelles » dans le registre des violations directement à partir des informations saisies par un collaborateur via un formulaire de signalement d'une violation de données personnelles disponible sur le nouvel espace dédié RGPD.

Afin de rappeler les fondamentaux et de faciliter la collecte d'informations en continu, des « rendez-vous RTD » seront poursuivis tout au long de l'année 2025.

Les réflexions sur les implications de l'IA en matière de protection de données personnelles se poursuivront en parallèle de l'élaboration de la stratégie de France Télévisions pour l'IA et l'adoption par la CNIL de ses dernières recommandations.

4.5.2.3.5 Focus 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 extérieures (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 et le regroupement de l'ensemble de la documentation établie par l'entreprise au titre de l'accountability dont, en premier lieu, le registre des traitements.

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.

➤ **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'accountability⁹⁷, 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 avec le développement de la pratique du télétravail.

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**

A la suite de l'entrée en vigueur en 2021 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, modification majeure du cadre applicable à l'activité publicitaire, cette dernière a publié plusieurs décisions venant préciser ce cadre, que ce soit en 2022, 2023 ou 2024.

L'année 2024 a ainsi été marquée par l'adoption, par la CNIL, de sa recommandation applications mobiles mais également par les mises en demeure de plusieurs éditeurs de sites web pour des bannières cookies trompeuses.

L'entreprise suit avec attention l'ensemble de ces développements et procède, lorsque cela est nécessaire, à la mise en conformité, en premier lieu avec les éditeurs qu'elle représente, des 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, de ses Conditions Générales de Vente et, côté fournisseurs, des contrats conclus avec ses différents prestataires techniques.

Enfin, un suivi régulier des décisions des autres autorités européennes et de l'EDPB est effectué afin d'adapter si nécessaire les pratiques de l'entreprise.

4.6 Informations sur la gouvernance

4.6.1 Impact économique

La mesure d'impact concerne les investissements programmes et hors programmes du groupe (montant investi et 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.

Par ailleurs, France.tv studio, dans le cadre du label LUCIE 26000, s'engage à créer des richesses, grâce à une performance financière. Cela passe notamment par :

⁹⁷ 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

- Assurer une performance économique et une sécurité financière à ses parties prenantes ;
- Contribuer au développement économique des régions dans lesquelles France.tv studio est implantée.

- **Investissements programmes et création audiovisuelle**

Premier soutien à la création audiovisuelle avec 50 % des investissements dans la création française, le groupe finance, à hauteur de 440,2 M€⁹⁸ en 2024, les œuvres patrimoniales de fiction, documentaire, animation et spectacle vivant. France Télévisions apporte également son soutien au cinéma, à hauteur de 65,4 M€⁹⁹ en 2024.

- **Etude d'impact socio-économique**

France Télévisions a commandé à l'agence Utopies une étude d'impact de son activité.

France Télévisions est une entreprise créatrice de valeurs. 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.

4.6.2 Conduite d'entreprise

4.6.2.1 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 Sapin II 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.

4.6.2.1.1 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

⁹⁸ Sous réserve de la validation des déclarations par l'ARCOM

⁹⁹ Sous réserve de la validation des déclarations par l'ARCOM

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.

4.6.2.1.2 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.

En matière de prévention des conflits d'intérêts, la campagne de déclaration des liens d'intérêts sur la plateforme dédiée par les CDI et CDD d'une durée égale ou supérieure à six mois a été menée pour 2024. 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 2024, les collaborateurs avaient toujours à leur disposition le e-learning sur le code de conduite anticorruption déployé fin 2019. De plus, une plateforme de demande dématérialisée des collaborations extérieures a été lancée en mars 2023. 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 »).

Ainsi, en 2024, 69,27 % des salariés ont rempli leur déclaration de liens d'intérêts et 451 demandes de collaborations extérieures ont été traitées.

En matière de politique « cadeaux et invitations », une campagne de communication interne a été menée fin 2024 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. Ce dispositif intègre également les thématiques du devoir de vigilance.

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. Cette procédure a été modifiée en 2023 suite à l'entrée en vigueur de la loi Wasserman et présentée aux instances représentatives du personnel.

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. Cette campagne de communication a été renouvelée à l'automne 2024 (écran de veille, affichage dynamique sur les sites, affichages papier, push...). Une communication à destination des tiers a également été déployée en 2023 via la diffusion d'une courte vidéo sur le site institutionnel de France Télévisions SA.

- **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. La mise à jour 2024 est en cours de validation. Les plans d'actions définis dans la cartographie 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 est fonctionnel depuis avril 2022. Pour les évaluations des tiers les plus à risque (niveaux 2 et 3 d'évaluation), le groupe a fait le choix de l'externalisation. Le dispositif a été déployé le 1^{er} août 2023 pour toutes les entités du groupe et la reprise du stock de tiers actifs est en cours de finalisation. Chaque nouveau tiers est évalué par France Télévisions SA depuis le 15 octobre 2023. Au 15 novembre 2024, 18 771 tiers ont été traités. 132 tiers de stock doivent encore être évalués.
- **Les procédures de contrôles comptables** sont en cours de déploiement. France Télévisions a acquis en 2022 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. Un total de 70 contrôles (opérés manuellement ou via l'outil d'automatisation) a été déployé. Le mapping entre la cartographie des risques Sapin II et les contrôles comptables ainsi que l'inventaire complet de ces contrôles ont été finalisés. Les contrôles comptables sur le processus de paie sont en cours de définition.
- **Le dispositif de formation** est déployé : 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 2021/2022. Afin de compléter ce module, France Télévisions a mis en place en 2022 une formation en présentiel organisée par l'Université France Télévisions à destination des tops managers et des populations les plus exposées, basée sur les résultats de l'exercice de cartographie des risques. 28 sessions ont été conduites en 2024.
- **Le dispositif de contrôle et d'évaluation interne** des mesures mises en œuvre est en place avec la Direction du contrôle interne et la Direction de la conformité, de l'éthique et de la déontologie pour le deuxième niveau et avec la Direction de l'audit interne pour le troisième niveau. La Direction de la conformité, de l'éthique et de la déontologie a mené sa troisième campagne de contrôles « éthique et conformité » en 2024. Chaque audit interne intègre par ailleurs les problématiques « éthique et conformité ».

4.6.2.1.3 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 a été menée début 2023 via une vidéo 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 notamment la diffusion d'un code de conduite des partenaires commerciaux en 2022 et la prise en compte des problématiques RSE dans les procédures d'évaluation des tiers déployées en 2023. En 2024, un article sur la prise en compte de la

condition animale sur les tournages a été intégré au code de conduite des partenaires commerciaux.

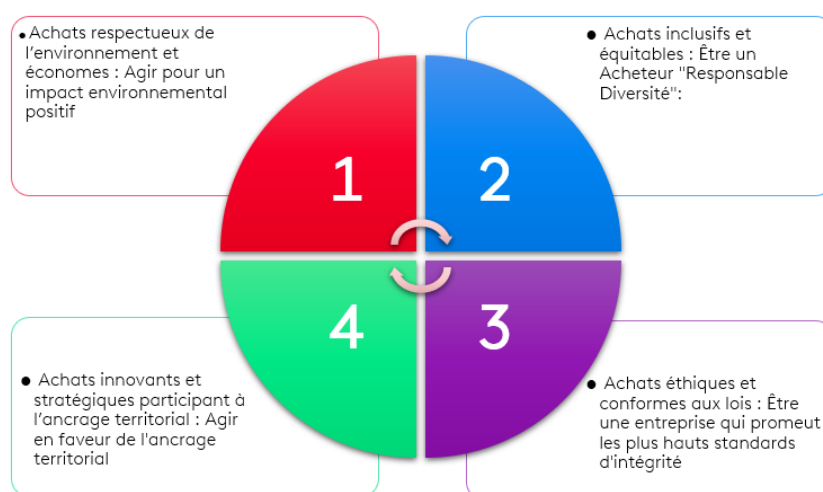
Le plan de vigilance du groupe est publié ci-dessous (§ 5).

4.6.2.1.4 Indicateurs de performance

Nombre d'alertes déposées en 2024 : 28 (27 via la plateforme dont un test et une par courrier) (vs 22 en 2023 et 11 en 2022). Une première communication a été effectuée fin 2020 sur le dispositif d'alerte, ce qui avait donné lieu à une hausse significative du nombre d'alertes déposées. Aucune communication n'a été effectuée en 2022, ce qui pourrait expliquer que les chiffres 2022 soient en deçà de ce qui avait été constaté en 2021. La communication a repris en octobre 2023 et a été poursuivie et accentuée à l'automne 2024.

4.6.2.2 Achats responsables

Pour améliorer et promouvoir, de façon continue, les attentes sociétales et environnementales dans toutes les étapes du processus achat, France Télévisions a défini sa politique achats responsables. Cette politique, disponible sur l'intranet et diffusée depuis le 4 décembre 2023, porte au travers de quatre grands piliers un certain nombre de valeurs et d'ambitions :



Pour mesurer les progrès et fixer des objectifs ambitieux, des indicateurs de suivi de performances engageants ont été créés ou revus :

Taux d'intégration de la RSE dans les marchés : France Télévisions s'engage à avoir un critère de sélection RSE d'un poids allant de 10% à 30% dans 80% de ces consultations pour 2024 et **100% pour 2025**.

Mesure de l'impact carbone : France Télévisions évalue, depuis 2021, le bilan carbone de ses achats (scope 3) et s'engage à poursuivre le suivi de cet indicateur dans les prochaines années.

Mesure de la part des achats « inclusifs » : L'objectif est d'atteindre un pourcentage d'achats inclusifs de **1,5% pour 2024 et 2% pour 2025**.

Innovation et ancrage territorial : L'objectif de favoriser l'accès aux fournisseurs locaux, ainsi que les entreprises TPE/PME/Travailleurs indépendants est mesuré au travers de deux indicateurs : part des achats réalisés auprès des TPE/ PME/ trav indo, part des achats réalisés avec le marché fournisseur de nos territoires (au niveau du département et de la région).

Au-delà de ces indicateurs, d'autres engagements sont pris et sont détaillés dans la politique achats responsables et notamment celui de :

- mettre en place un parcours de formation à destination des acheteurs et un programme de sensibilisation/formation pour les prescripteurs (octobre 2024) ;
- **s'engager vers le Label Relations Fournisseurs et Achats Responsables (RFAR) pour 2025 suite à la signature de la charte le 13 décembre 2023.**

Comme mentionné ci-avant, en complément de ces indicateurs, France Télévisions s'engage actuellement dans une démarche de labellisation RFAR¹⁰⁰ (Relations Fournisseurs et Achats Responsables). Cette initiative a débuté par la signature de la Charte RFAR le 13 décembre 2023, un acte symbolique auquel France Télévisions a associé plusieurs acteurs majeurs de l'audiovisuel public, tels que France Médias Monde, Arte GEIE, Arte France et l'INA.

Fort de ce premier engagement, France Télévisions souhaite désormais franchir une nouvelle étape en visant l'obtention du Label RFAR. Ce label représente une opportunité de valoriser et de renforcer les efforts déjà accomplis par France Télévisions pour maintenir des relations solides et durables avec ses fournisseurs, fondées sur des principes d'éthique, de transparence et de développement durable.

Le comité du Label ayant pris acte de la candidature de France Télévisions le 20 décembre dernier, un cabinet évaluateur a été contacté au début du mois de janvier 2025. Ce dernier procèdera à l'audit au cours du premier trimestre 2025.

Chiffres clés de l'année 2024 :

- **Taux des achats inclusifs¹⁰¹**

Le taux des achats inclusifs pour l'année 2024 s'élève à 1,3 %.

¹⁰⁰ Le label Relations fournisseurs et achats responsables (RFAR) distingue les entreprises ou entités publiques françaises ayant fait la preuve de relations durables et équilibrées avec leurs fournisseurs

¹⁰¹ Un achat inclusif est un achat réalisé auprès d'une structure de l'inclusion. Ces structures sont dites inclusives car elles favorisent le retour à l'emploi et l'insertion par le travail des personnes éloignées de l'emploi ou en situation de handicap

- **Part des PME**

Concernant les TPE-PME, France Télévisions continue de développer ses différentes actions afin de favoriser et de simplifier au mieux l'accès à la commande publique.

Pour le pôle des Achats Directs : Sur un total de 416 marchés notifiés, 328 sociétés titulaires sont des PME, incluant les micro-entreprises, ce qui représente 79 % de nos fournisseurs des achats directs.

Pour le pôle des Achats Indirects : sur 285 marchés notifiés, 196 sociétés titulaires sont des PME, dont certaines sont des micro-entreprises, ce qui représente 69 % de nos fournisseurs des achats indirects.

Ces marchés notifiés concernent chaque lot (un lot équivalant à un marché) et englobent l'ensemble des procédures et techniques d'achats, telles que les marchés spécifiques issus des SAD, les marchés subséquents issus des accords-cadres, ainsi que les procédures formalisées et les MAPA 1 et MAPA 2.

Pour l'ensemble des marchés des deux pôles confondus (Achats Directs et Indirects) : sur un total de 701 marchés notifiés pour les achats directs et indirects, 524 sociétés titulaires sont des PME, incluant les micro-entreprises, soit 75 % de nos fournisseurs sont des PME en 2024.

- **Taux de critères RSE dans les consultations**

En décembre 2024, 85 % des marchés notifiés (hors marchés spécifiques et marchés subséquents, SAD, Captivité) intègrent au moins un critère RSE.

France Télévisions a respecté ses engagements puisqu'elle s'était engagée sur un taux de 80 % pour l'année 2024.

- **Formation des acheteurs aux achats responsables et e-learning prescripteurs**

A l'heure actuelle, 100 % des acheteurs et coordinateurs ont été formés aux achats responsables. Mais également 100 % des cellules achats délégués ont été formées. Soit un total de 61 personnes.

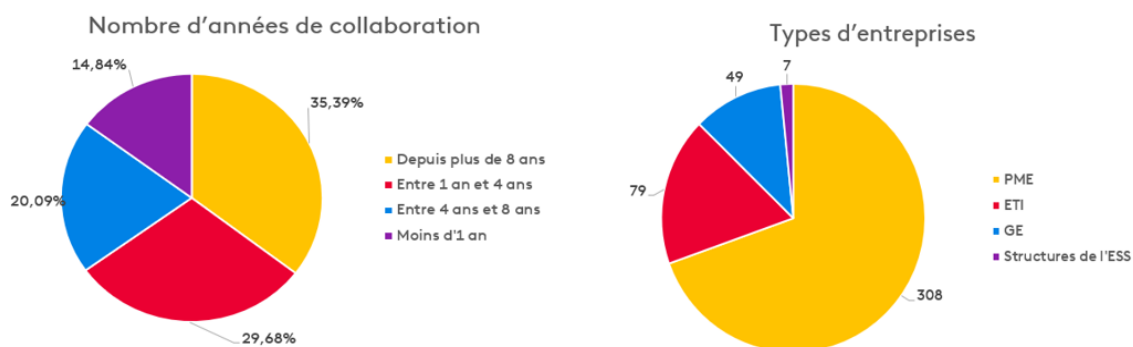
Pour l'ensemble des prescripteurs, un e-learning d'une durée de 30-40 minutes a été créé et mis à disposition sur l'intranet. Cet e-learning permet de sensibiliser l'ensemble des collaborateurs aux achats plus éthiques et responsables.

- **Evaluation de France Télévisions par ses fournisseurs**

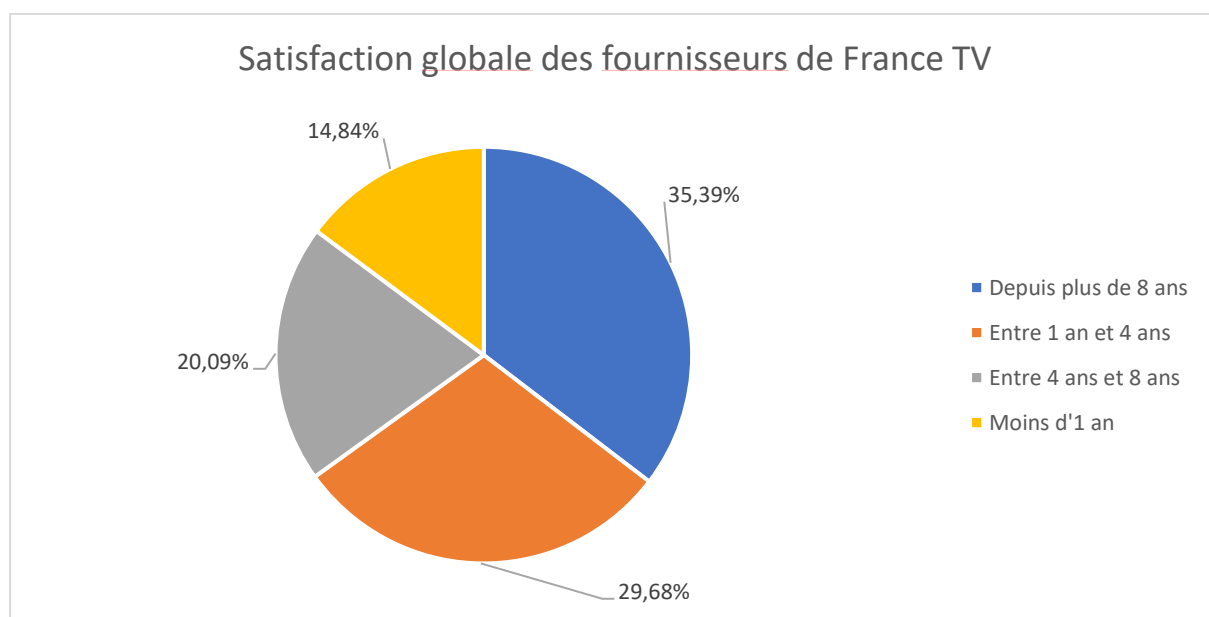
Dans le cadre des travaux réalisés en vue d'obtenir le Label RFAR, la Direction des Achats Hors Programmes (DAHP) a envoyé un formulaire d'évaluation le 1^{er} octobre 2024 à l'ensemble de ses fournisseurs. Cette évaluation a permis de faire un état des lieux et permettra de définir des axes d'amélioration en prenant en compte l'ensemble de leurs remarques et leurs attentes sur plusieurs points (délais de paiement, communication,

résolution des problèmes, équilibre des relations contractuelles, respect des principes de transparence des procédures, etc.).

Les fournisseurs ont eu jusqu'au 8 novembre pour répondre. A l'issue, 443 fournisseurs ont répondu et représentent les catégories suivantes :



La synthèse globale de l'évaluation est la suivante :



Points positifs :

- Un taux de satisfaction global très bon (49% en combinant « excellent et très satisfaisant ») ;
- La relation sur l'ensemble des thèmes est très bonne en début de contractualisation (50% en combinant satisfaisant et très satisfaisant) ;
- Après 8 ans de relation avec nos fournisseurs, le taux d'excellence arrive à 30% ;
- Après 8 ans de relation le taux de très satisfaisant atteint 30%.

Axes d'amélioration :

- Le taux d'insatisfaction est au plus élevé entre 4 et 8 ans de relations pour atteindre 25% ;
- Sur l'ensemble des entreprises, la période qui suscite le plus d'insatisfaction se situe entre 4 à 8 ans (25%) ;
- Les cahiers des charges sont trop succincts ;
- Les retours après consultations sont trop longs ou absents ;
- Certains marchés attribués ne reçoivent pas de commandes ;
- Demande de visibilité à plus de 3 mois pour mieux s'organiser ;
- Efforts à fournir sur les délais de paiements ;
- Meilleur accompagnement sur les critères RSE.

Amélioration des process et nouveautés :

- **Amélioration des modèles et process**

Dans sa démarche d'amélioration continue, la DAHP a créé et revu, au dernier trimestre 2024, l'ensemble de ses modèles de documents et process (contrats, grille d'analyse, outils de reporting, etc.) afin de faciliter le travail des équipes internes et d'intégrer les nouvelles obligations et exigences en matière RSE.

- **Les achats innovants**

Conformément à l'incitation gouvernementale de 2021 visant à investir dans l'innovation pour favoriser l'accès des PME aux marchés publics, la DAHP a intégré une démarche dédiée aux achats innovants.

Afin de concrétiser cet engagement, la DAHP a développé un processus interne spécifique qui respecte les règles de la commande publique tout en s'appuyant sur les dispositifs réglementaires d'assouplissement récemment introduits pour ce type d'achats. Cette approche permet d'encourager l'innovation, de soutenir les acteurs économiques émergents et de concilier performance et responsabilité dans ses pratiques d'achats.

Ce processus interne a été formalisé, en novembre 2024, dans un guide qui centralise les bonnes pratiques et retrace les étapes clés.

- **Bilan carbone**

La DAHP a réalisé son bilan carbone sur l'année 2023, mettant en lumière son engagement en faveur de la transition écologique. Cette évaluation s'est concentrée sur les achats du

groupe, en utilisant la méthode du ratio monétaire. Ce procédé permet d'estimer les émissions de gaz à effet de serre générées. Le calcul a été réalisé en fonction des montants dépensés par famille d'achats directs et indirects : Technologie et production, Infrastructures, télécom et diffusion, Informatique et numérique et prestations intellectuelles, moyens généraux et travaux.

Grâce à cette analyse, la DAHP a pu identifier les postes d'achat les plus émetteurs et prioriser des actions de réduction. Les résultats ont révélé que certains fournisseurs et services constituaient les principales sources d'émissions. Le bilan s'élève à 104 000 Teq CO2.

5. Plan de vigilance

France Télévisions répond pour la cinquième 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 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.

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 filiales¹⁰². 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.

¹⁰² 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

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).

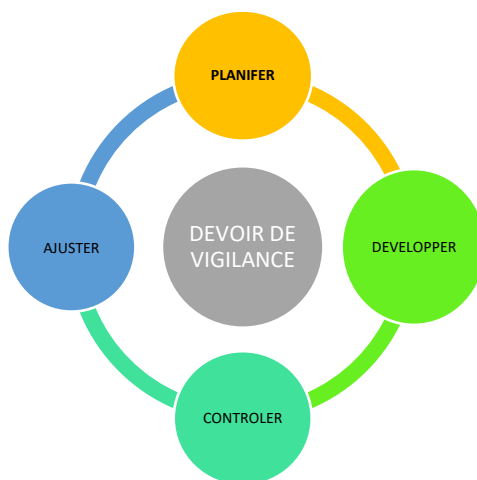
Par ailleurs, ce plan fait le bilan des actions menées au cours de l'année 2024 et rend compte des différents indicateurs déterminés lors des groupes de travail menés afin d'élaborer le Plan de vigilance du groupe.

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.

Ce plan de vigilance est rendu public.

5.1 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 démarche d'amélioration continue qui peut être représentée schématiquement de la manière suivante :



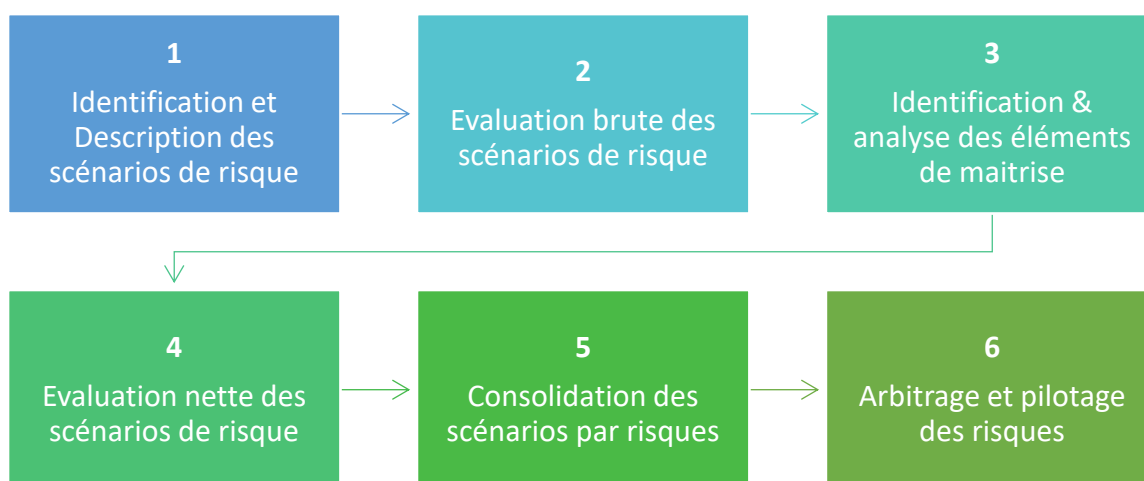
5.1.1 Méthodologie

Pour son premier travail de cartographie mené en 2020, le groupe France Télévisions s'est fait accompagner par un cabinet de conseil. 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 :



➤ Une identification et une hiérarchisation des enjeux RSE

Le groupe France Télévisions améliore encore sa démarche de matérialité. Pour réaliser sa cartographie des risques et identifier ses principaux enjeux, 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.

5.1.2 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 permet 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.

5.1.3 Mise à jour des macro-risques DPEF

Lors de la réunion de novembre 2023 portant sur la cartographie des risques 2024, le Comité des risques de France Télévisions a décidé, dans un souci de clarification des intitulés, de renommer les macro-risques DPEF.

Les principaux risques d'atteinte aux droits humains

	FTVSA + Filiales			Sous-traitants + Fournisseurs		
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque Devoir de Vigilance	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV
Droits humains	Veiller au respect des personnes et à la qualité du dialogue social	Accompagnement des transformations Relations sociales : dialogue social avec les OS et gestion des IRP	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)
	Veiller au respect des personnes et à la qualité du dialogue social	Accompagnement des transformations	Isolement 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	Accompagnement des transformations Relations sociales : dialogue social avec les OS et gestion des IRP	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	Respect des obligations	Couverture d'événements portant atteintes			

		Antennes et de la conformité	aux droits humains			
		Atteinte à la confiance dans l'information				

Les principaux risques d’atteinte en matière de santé et sécurité

	FTVSA + Filiales			Sous-traitants + Fournisseurs		
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque Devoir de Vigilance	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV
Santé et sécurité	Veiller à la santé et sécurité des collaborateurs	Planification opérationnelle et 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 physique (sites, personnel, public)	Déplacement dans des zones à risque (départ à l'étranger, zones de conflits etc...)	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 qualité du dialogue social	Sûreté physique (sites, personnel, public)	Non accessibilité des locaux aux personnes à mobilité réduite			
	Veiller à la santé et sécurité des collaborateurs	Sûreté physique (sites, personnel, public) Accompagnement des transformations Evolution des métiers et recrutement de nouvelles compétences	Troubles musculosquelettiques et risques psychosociaux			

Les principaux risques d'atteinte à l'environnement

	FTVSA + Filiales			Sous-traitants + Fournisseurs		
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque Devoir de Vigilance	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV
Environnement	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement et transition écologique	Non prise en compte de la transition énergétique	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement et transition écologique	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 et transition écologique	Pollution environnementale dans le cadre des tournages	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement et transition écologique	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 et transition écologique	Couverture d'événements à risque portant atteinte à l'environnementale			

Les principaux risques en matière de contenu des programmes

	FTVSA + Filiales			Publics		
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque Devoir de Vigilance	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV
Contenu des programmes	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Respect des obligations Antennes et de la conformité Atteinte à la confiance dans 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	Respect des obligations Antennes et de la conformité Atteinte à la confiance dans l'information	Programmes non adaptés à un jeune public
	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Respect des obligations Antennes et de la conformité Atteinte à la confiance dans l'information	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	Respect des obligations Antennes et de la conformité Atteinte à la confiance dans l'information	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	Respect des obligations Antennes et de la conformité Atteinte à la confiance dans l'information	Non-respect de la Charte des antennes du groupe (pluralisme, respect de la personne et de la dignité etc...)			
--	--	--	--	--	--	--

5.2 Actions adaptées d'atténuation des risques ou prévention des atteintes graves

France Télévisions a établi en concertation avec ses parties prenantes des mesures d'atténuation et/ou de prévention en réponse aux principaux risques identifiés dans la cartographie. Lors de l'élaboration du premier 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. Ces mesures sont enrichies chaque année dans le Plan de vigilance.

	FTVSA + Filiales*			
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque Devoir de Vigilance	Actions atténuation effectives
Droits humains	Veiller au respect des personnes et à qualité du dialogue social	Accompagnement des transformations Relations sociales : dialogue social avec les OS et gestion des IRP	Harcèlement et discrimination	Plusieurs dispositifs d'alerte mis en place : - Dispositif de traitement des signalements de harcèlement - Plateforme d'alerte professionnelle et éthique - Plateforme Allodiscrim - Référent harcèlement Sensibilisation et formation en ligne et présentiel des collaborateurs au harcèlement et à la non-discrimination. Présence de psychologue du travail au sein de l'entreprise. <u>Des Accords et labels :</u> - Renouvellement Label diversité délivré par l'AFNOR en 2023 - Renouvellement Label égalité professionnelle délivré par l'AFNOR en 2023 - Accord en faveur de l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes (7 juillet 2021). L'accord qui prenait fin en juin 2024 a été prorogé pour une durée de deux ans. - Politique parentalité - Renouvellement de la Charte d'engagements LGBT signée avec l'Autre cercle en 2023 - Prorogation de l'accord groupe Handicap du 24 février 2021 pour deux ans (jusqu'au 31/12/2025) - Charte de l'équilibre des temps (22 avril 2021)

				- Signature de la Charte pour une plus grande égalité femmes/ hommes dans les rédactions sportives (2023) <u>Plusieurs e-learning déployés :</u> - 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 » <u>Ainsi que des formations en présentiel :</u> - formation Passons le cap du handicap - formation Mon job : accompagner le handicap - formation Rh et référents égalité des chances - formation La diversité dans tous ses états - formation Coursus carrières au féminin - formation Mieux appréhender les questions de genre - formation Recruter sans discriminer - formation à destination des journalistes, présentateurs, animateurs sur la prévention du cyberharcèlement. <u>Organisation du Temps de l'égalité professionnelle à France Télévisions :</u> - Des professionnelles de la Tech et du Numérique de France Télévisions sont mises en avant dans le magazine CHUT ! - Interview de salariées de FTV filmées par des élèves de la classe alpha de l'INA.
	Veiller au respect des personnes et à la qualité du dialogue social	Accompagnement des transformations Relations sociales : dialogue social avec les OS et gestion des IRP	Isolement ou éloignement de l'environnement de travail	Suite à la signature de l'accord GPEPP en février 2022, un groupe de travail a été créé afin de préparer les négociations relatives aux dispositions sur la fin de carrière. Des actions de sensibilisation et formation : - Action de vigilance des managers sur l'isolement des collaborateurs en télétravail, management à distance - 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 - Formation des collaborateurs de France Télévisions aux outils office 365 avec mail de rappel tout au long de l'année. Formations permettant de diffuser la culture numérique et digitale : - Nouveaux process de création et de production, - Droit de l'audiovisuel à l'ère du numérique,

				- stages sur la convergence numérique des médias Formation pour les personnes éloignées du numérique : se familiariser avec les outils du numérique. - Accord sur le télétravail (18 mars 2021) <u>FTD</u> : l'ensemble des collaborateurs a été formé pendant 2 jours aux outils office 365 Diffusion de fiche télétravail sur les thèmes suivants : ● 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 <u>France.tv studio</u> : Mise en œuvre d'une politique spécialisée pour les seniors depuis 2014.
	Veiller au respect des personnes et à qualité du dialogue social	Accompagnement des transformations Relations sociales : dialogue social avec les OS et gestion des IRP	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 au sein de France Télévisions - Comité de traitement des signalements de situation de harcèlement au sein de FTV - Traduction des accords à travers une politique groupe dédiée en prenant en compte les différents droits applicables <u>France.tv studio</u> : Accord qualité de vie au travail depuis 2017
	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Respect des obligations Antennes et de la conformité Atteinte à la confiance dans l'information	Couverture d'événements portant atteintes aux droits humains	

*FTD : France Télévisions Distribution

FTP : France Télévisions Publicité

FTVS : France Télévisions Studio

	Sous-traitants + Fournisseurs			
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	Actions d'atténuation effectives
Droits humains	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)	-Adoption d'un Code de conduite des partenaires commerciaux et ajout systématique d'une clause conformité dans l'ensemble des contrats
	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)	-Adoption d'une politique « d'achats responsables » 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 Une formation RSE a été dispensée à l'ensemble des acheteurs hors programmes, au second semestre 2024.
	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	Un e-learning sur les achats responsables a été déployé à l'attention des prescripteurs internes de FTV. France Télévisions a également signé la charte RFAR (Relations Fournisseurs Achats Responsables) Création d'une page « Fournisseurs » sur le site institutionnel afin de présenter les enjeux et la politique d'achats responsables de France Télévisions. <u>-Plateforme d'alerte accessible aux sous-traitants et fournisseurs en lien direct avec France Télévisions (site institutionnel)</u> Obligation des partenaires commerciaux d'informer leurs salariés de l'existence de cette plateforme prévue dans le Code de conduite des partenaires commerciaux. Vidéo motion design présentant ce dispositif est disponible sur le site institutionnel. Plan d'actions en cours avec France.tv studio sur les lieux de tournage pour sensibiliser les collaborateurs et les prestataires et prévenir les comportements inappropriés (formation dispensée par le CNC, affiches...) <u>-Déploiement de la procédure d'évaluation des tiers intégrant un volet Devoir de vigilance.</u> Choix d'un cabinet d'intelligence économique en charge des audits prévus dans le Code de conduite des partenaires commerciaux en cas de manquements d'un tiers.

Focus sur le comité de traitement des signalements des situations de harcèlement moral ou sexuel et agissements sexistes :

A la suite de la clôture du dispositif “Lignes Directes Harcèlement”, un comité unique et centralisé de traitement des signalements de harcèlement moral, harcèlement sexuel ou d’agissement sexiste au sein de France Télévisions a été déployé par la Direction de la santé, du dialogue social et de la qualité de vie au travail. Ce nouveau dispositif vise à :

- À garantir que tout signalement fera l’objet d’un traitement ;
- À s’assurer de l’équité et de la neutralité dans le traitement des signalements ;
- À donner une vision globale de la situation au niveau de l’entreprise, permettant la mise en place de plans d’actions adaptés et ciblés.

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.

Un accord de Gestion prévisionnelle des emplois et des parcours professionnels a été signé le 10 février 2022.

En 2023 le dispositif de formation relative à l’acculturation sur les mutations technologiques contemporaines s’est poursuivi avec des programmes autour de l’IP, la dématérialisation, la cybersécurité. Ce dispositif de formation, décliné en fonction du public (tout public, journalistes, techniciens etc...) contribue à diffuser la culture numérique et digitale via les ateliers du numérique mais également via des programmes tels que « Nouveaux process de création et de production », « Le droit de l’audiovisuel à l’ère du numérique », et des stages sur la convergence numérique des médias.

Une formation spécifique dédiée aux personnes éloignées du numérique intitulée « Se familiariser avec les outils du numérique » a été déployée et reconduite.

Focus sur l’offre de formation Diversité et prévention du harcèlement moral, harcèlement sexuel et agissements sexistes

L’offre de formation autour des enjeux de prise en compte du handicap mais aussi de la diversité a été remaniée pour gagner en lisibilité avec :

- Passons le cap du handicap (tous publics) ;
- Mon job : accompagner le handicap (Rh et référents égalité des chances) ;
- La Diversité dans tous ses états (tous publics).

De nombreuses formations valorisant la diversité et les différences ont été reconduites à l’instar des cursus :

- Carrières au féminin,
- Mieux appréhender les questions de genre,
- Recruter sans discriminer.

Les actions de formation autour de la lutte contre le harcèlement moral et sexuel et contre les agissements sexistes font toujours l'objet d'une action volontariste.

Une nouvelle formation autour de la prévention contre le cyberharcèlement pour les journalistes, présentateurs et animateurs a été proposée.

	FTVSA + Filiales*			
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque Devoir de Vigilance	Actions atténuation effectives
Santé et sécurité	Veiller à la santé et sécurité des collaborateurs	Planification opérationnelle et son suivi	Non-respect de conditions de travail équitables et sûres (heures supplémentaires, temps de trajet, rémunération, type de contrat etc.)	- 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 accords d'entreprise sur les RTT et CP - Politique de recours à l'intermittence
	Veiller à la santé et sécurité des collaborateurs	Sûreté physique (sites, personnel, public)	Déplacement dans des zones à risque (départ à l'étranger, zones de conflits etc.)	- Référents et cellules existants <u>Procédure spéciale "zones à risques"</u> - 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 - Possibilité pour les journalistes et salariés de France Télévisions de refuser une mission. - Formation des journalistes - Formation sur la gestion des agressions verbales - Formation « Face aux risques » sur les risques industriels nucléaires et environnementaux (2 sessions en 2024) FTD : Accompagnement des commerciaux en déplacement à l'étranger (Afrique notamment) via une politique de prévention et une couverture assurantielle ad hoc.
	Veiller au respect des personnes et à qualité du dialogue social	Sûreté physique (sites, personnel, public)	Non accessibilité des locaux aux personnes à mobilité réduite	- Recensement au sein de France Télévisions 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 physique (sites, personnel, public) Accompagnement des transformations Evolution des métiers et recrutement de nouvelles compétences	Troubles musculosquelettiques et risques psychosociaux	- 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 Journalistes reporter d'image (JRI) en 2017 - Formation « Comment s'installer à son poste informatique ? » en présentielle à l'Université France Télévisions et sur sites, et via e-learning. - Formation « Manutention & port de charge » - Politique santé et sécurité - Une personne (ergonome) de la DSQVT en charge de la problématique France.tv studio : Visite annuelle d'une ergonome.
--	--	--	---	---

*FTD : France Télévisions Distribution
FTP : France Télévisions Publicité
FTVS : France.tv studio

	Sous-traitants + Fournisseurs			
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	Actions d'atténuation effectives
Santé et sécurité	S'assurer d'exercer avec des parties prenantes externes éthiques et responsables	Ethique et conformité	Pratiques illégales mettant en danger la santé des employés	<u>Adoption d'un Code de conduite des partenaires commerciaux et ajout systématique d'une clause conformité dans l'ensemble des contrats</u> -Adoption d'une politique d'achats responsables 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 Une formation RSE a été dispensée à l'ensemble des acheteurs hors programmes, au second semestre 2024. Un e-learning sur les achats responsables a été déployé à l'attention des prescripteurs internes de FTV. France Télévisions a également signé la charte RFAR (Relations Fournisseurs Achats Responsables) Création d'une page « Fournisseurs » sur le site institutionnel afin de présenter les enjeux et la politique d'achats responsables de France Télévisions. <u>-Plateforme d'alerte accessible aux sous-traitants et fournisseurs en lien direct avec France Télévisions (site institutionnel)</u> Obligation des partenaires commerciaux d'informer leurs salariés de l'existence de cette plateforme prévue dans le Code de conduite des partenaires commerciaux. Vidéo motion design présentant ce dispositif est disponible sur le site institutionnel. <u>-Déploiement de la procédure d'évaluation des tiers intégrant un volet Devoir de vigilance.</u> Choix d'un cabinet d'intelligence économique en charge des audits prévus dans le Code de conduite des partenaires commerciaux en cas de manquements d'un tiers.

Focus sur la Direction des reportages et des moyens de l'info

Une procédure de sécurité est appliquée avant chaque départ en reportage dans une zone à risque et se poursuit pendant toute la durée du reportage avec la création d'un groupe de discussion et une roadmap.

Ainsi, à chaque demande de reportage :

- Une commande détaillant le matériel nécessaire est établie et ce dernier est testé avant chaque départ.
- Des réunions préparatoires sont organisées avant le départ afin d'identifier tout risque potentiel.
- Les documents afférents sont compilés et envoyés à la direction de l'information et à la direction de la sécurité et de la sûreté de France Télévisions en cas de problème.

Le départ du salarié est annulé dans le cas où une information nécessaire à la préparation de la mission serait manquante.

Les salariés amenés à partir en zone à risque sont formés aux gestes de premier secours ainsi qu'aux situations d'urgence.

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 désormais considérés comme des déplacements sur des zones à risques.

Focus sur la situation à Mayotte depuis 2023

Depuis 2023, la situation s'est fortement dégradée à Mayotte du fait des affrontements des bandes armées, de l'insécurité, des crises sociales et sanitaires, entraînant une complication des conditions de sécurité, de vie et de travail des collaborateurs.

Afin de répondre à cette situation, les collaborateurs peuvent télétravailler et des chambres sont louées près de la station afin de leur éviter les trajets entre leur domicile et leur lieu de travail.

Fin 2024, Mayotte a été touchée par le cyclone Chido. Des mesures ont été déployées par la Direction afin de soutenir les salariés de la station :

- Mise en place d'une cellule psychologique pour les accompagner ;
- Distribution de matériel de protection (masques, gels, chaussures adaptées), notamment pour ceux qui doivent se rendre sur le terrain afin d'éviter l'inhalation des poussières et autres particules nuisibles soulevées par les travaux ou les déplacements ;
- Contrôle de vaccination : afin de s'assurer que chaque membre du personnel est à jour dans ses vaccinations pour garantir leur sécurité et leur santé, la Direction a organisé un contrôle mené par un infirmier qualifié ;

- Recensement des besoins pour soutenir les démarches des familles (scolarisation, relocalisation, etc.) ;
- Chaque collaborateur sur site reçoit deux carnets de tickets déjeuner pour faciliter le déjeuner des équipes sur site au quotidien ;
- À l'occasion de la visite ministérielle du 30 décembre 2024, Mayotte la 1ère s'est engagée pleinement et a proposé une édition spéciale sur ses quatre supports : télévision, radio, internet et réseaux sociaux.

	FTVSA + Filiales*			
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque Devoir de Vigilance	Actions atténuation effectives
Environnement	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement et transition écologique	Non prise en compte de la transition énergétique	En octobre 2022, France Télévisions a adopté un plan de sobriété énergétique applicable à l'ensemble du groupe. Ce plan comprend un ensemble de mesures dans la gestion technique des bâtiments et des équipements. Les collaborateurs du groupe sont incités à prendre part aux efforts en appliquant des écogestes au quotidien. En 2023, France Télévisions a adopté un Plan de transition écologique comprenant des engagements au niveau de la société, du secteur et des programmes : nouvelle trajectoire de décarbonation politique d'écoproduction, formation des salariés, participation aux groupes Sustainability et Green Production de l'UER... <u>Actions prises :</u> -Déploiement du plan vélo et mise en place d'un forfait mobilité durable - Température maximale des locaux à 19° en hiver et 26° en été. -Les fictions produites avec la fabrique et France.tv studio ont intégré un poste d'Eco manager -Les programmes « Un si Grand Soleil », « Deter », « Alex Hugo » et « ASKIP » sont labélisés Ecoprod - Deux programmes de divertissements ont obtenus le label Ecoprod : « 100% logique » et « le jeu des 1000 euros ». -Prestation de communication sur le salon Satis sur les enjeux climatiques et les captations sportives <u>Suivi d'indicateurs et fixation d'objectifs :</u> - Suivi des consommations d'énergie sur la base de la facturation - Objectifs chiffrés de réduction des GES intégrés à l'accord d'intéressement : 3,5% réduction/an de 2020 à 2022 - Réalisation d'un bilan carbone sur l'année 2021 par la direction de la RSE qui servira de base à l'élaboration de la feuille de route par la décarbonation de France Télévisions - Calcul du bilan carbone spécifique au sport -Déploiement de l'outil pour le calcul de carbone des productions, « Carbon Clap », en association avec Ecoprod dont France Télévisions est membre fondateur

				<u>Plusieurs formations déployées :</u> -Formation des développeurs / concepteurs pour un codage plus respectueux de l'environnement -E-learning développement durable et RSE -E-learning la transition écologique et Les éco-gestes - Formation des administrateurs de production et des équipes production de la Fabrique et France.tv studio -Formation obligatoire des équipes internes sur les modules e.learning proposé par France Télévisions Université - Mooc Imagine 2050 : formation de 90 minutes pour « penser nos contenus, nos visuels, nos « histoires » en intégrant une nouvelle culture dans la transition écologique et solidaire pour notre futur ». FTP et FTV Studio peuvent suivre, en plus du Mooc, une série de mini-modules plus spécifiques adressés à certains métiers (fabricants de contenus, conseiller programmes, communicant etc...) <u>Création d'un Comité RSE déployé par le Conseil d'Administration dont la principale mission est :</u> ● l'analyse et l'évaluation du bilan annuel RSE de France Télévisions ; ● l'anticipation des enjeux, opportunités et risques en matière de RSE concernant les missions assignées à la Société dans le cadre de son cahier des charges et de son contrat d'objectifs et de moyens. <u>Création d'un COPIL RSE</u> dont la première réunion s'est tenue le 18 septembre 2024 pour échanger sur les sujets RSE et se préparer à l'application de la directive européenne CSRD. <u>FTD :</u> Mise en place d'une offre LLD vélo avec versement d'une indemnité mensuelle Filiale dans un immeuble HQE <u>France.tv studio :</u> Le 20 décembre 2022 France.tv studio a obtenu la labellisation LUCIE. (Label de référence en matière de RSE en France, aligné sur la norme internationale de la responsabilité sociétale (RSE), l'ISO 26000.) <u>FTP :</u> Mise en œuvre d'un plan d'action : - mobilité : passage à 100% de la flotte automobile aux véhicules électriques ou hybrides en cours, - numérique responsable : externalisation des deux data centers vers des data centers green en cours (1 sur 2) - économie d'énergie : monitoring de la consommation d'énergie, installation de détecteur de présence pour l'électricité, « free-cooling » des salles informatiques, - implication des collaborateurs : mise en place d'un comité d'actions responsables, formation et
--	--	--	--	---

				sensibilisation Fresque du Climat, adoption d'un Guide des bonnes pratiques.
	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement et transition écologique	Pollution environnementale dans le cadre des tournages	- Elimination du plastique sur certains lieux de tournages (utilisation de gourdes, tasses etc.) - élimination du plastique/gobelets au 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 <u>FTP</u> : dans le cadre de la mise en œuvre de son plan d'action : - gestion des déchets : recyclage matériel informatique, arrêt bouteilles et gobelets en plastique.
	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement et transition écologique	Couverture d'événements à risque portant atteinte à l'environnementale	

*FTD : France Télévisions Distribution

FTP : France Télévisions Publicité

FTVS : France.tv studio

	Sous-traitants + Fournisseurs			
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	Actions d'atténuation effectives
Environnement	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement et transition écologique	Non-respect des normes environnementales d'un prestataire lors d'achat de matériel	<u>Adoption d'un Code de conduite des partenaires commerciaux et ajout systématique d'une clause conformité dans l'ensemble des contrats</u> Une formation RSE a été dispensée à l'ensemble des acheteurs hors programmes, au second semestre 2024. Un e-learning sur les achats responsables a été déployé à l'attention des prescripteurs internes de FTV. France Télévisions a également signé la charte RFAR (Relations Fournisseurs Achats Responsables) Création d'une page « Fournisseurs » sur le site institutionnel afin de présenter les enjeux et la politique d'achats responsables de France Télévisions. <u>-Plateforme d'alerte accessible aux sous-traitants et fournisseurs en lien direct avec France Télévisions (site institutionnel)</u> Obligation des partenaires commerciaux d'informer leurs salariés de l'existence de cette plateforme prévue dans le Code de conduite des partenaires commerciaux. Vidéo motion design présentant ce dispositif est disponible sur le site institutionnel. <u>-Déploiement de la procédure d'évaluation des tiers intégrant un volet Devoir de vigilance.</u> Choix d'un cabinet d'intelligence économique en charge des audits prévus dans le Code de conduite des partenaires commerciaux en cas de manquements d'un tiers. Engagement dans un plan de sobriété depuis fin 2022 <u>FTP</u> : dans le cadre de la mise en œuvre de son plan d'action : - achats responsables : intégration d'un critère RSE dans le choix des prestataires, FTP incite ses partenaires à adhérer à ECOPROD.
	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement et transition écologique	Pratiques de tournages d'une société de production non respectueuses de l'environnement	

Focus sur l'évaluation des tiers

Le chantier « Evaluation des tiers », débuté en janvier 2021 a été finalisé en octobre 2023.

La procédure d'évaluation de l'intégrité des tiers prévoit trois niveaux d'évaluation en fonction du niveau de risque inhérent à chaque tiers. Ainsi, plus un tiers est à risque, plus l'évaluation réalisée est approfondie. La première phase d'évaluation a été déployée en avril 2022. Elle consiste en l'évaluation des tiers les moins à risque via une matrice de priorisation.

Cette matrice permet d'évaluer sur la base de quatre critères (pays, domiciliation bancaire, devise, code APE), le niveau de risque d'un tiers. Un tiers à risque sera escaladé en niveau 2.

Le prestataire en charge des évaluations de niveau 2 et 3 a été choisi via un appel d'offre européen lancé en mars 2022. La phase 2 de l'évaluation des tiers a été lancée en octobre 2023.

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.

En 2024, France télévisions a évalué, en plus des tiers de flux, l'intégralité de son stock de tiers.

Adoption d'un code de conduite des partenaires commerciaux

Afin d'apporter une réponse aux risques identifiés dans la cartographie des risques découlant des activités des partenaires d'affaires pour le compte de France Télévisions, la société a déployé en juillet 2022 auprès de l'ensemble de ses partenaires un code de conduite des partenaires commerciaux, afin de s'assurer que ces derniers s'engagent à respecter des principes éthiques équivalents. Ce code contient notamment une clause d'audit et de résiliation permettant de contrôler le respect des engagements contractuels par les partenaires commerciaux et de mettre fin, le cas échéant, et en fonction de la gravité des manquements, aux relations commerciales.

Le Code de conduite des partenaires commerciaux est consultable sur l'intranet et sur le site institutionnel de l'entreprise.

Focus sur le plan de sobriété énergétique de France Télévisions

Outre la régulation de la température des locaux, le plan de sobriété prévoit pour l'ensemble de ses emprises l'extinction des enseignes lumineuses extérieures le soir, la programmation de l'extinction des locaux la nuit et le week-end hors process et la programmation de l'extinction des équipements (copieurs, écrans...) hors process.

En fonction des capacités techniques des sites et des conditions climatiques des différents territoires où France Télévisions possède des établissements, les mesures complémentaires suivantes peuvent être appliquées : par exemple, la programmation de l'extinction des lieux de circulation entre 21h et 6h ; l'ajustement du taux d'air neuf en fonction des effectifs ou le monitoring des consommations énergétiques par usage.

Des mesures sont également prévues pour les équipements informatiques, plateaux et studios, comme la réduction des besoins de climatisation des salles serveur (hausse des températures à 23°C) ; un plan de décommissionnement massif de nos anciens systèmes informatiques ; l'extinction des équipements de régie et de plateau pouvant être éteints et mise au noir pour les autres (en dehors des séquences de tournages et d'exploitations) et enfin l'alignement des températures été/hiver (19°-26°) des plateaux avec celles des locaux.

Enfin, un plan de communication interne est déployé afin d'inciter les collaborateurs de France Télévisions à participer à l'effort collectif de réduction à travers un ensemble d'écogestes et de bons usages à respecter, notamment l'extinction de tout équipement électrique non utilisé, le respect des bonnes pratiques du numérique responsable en matière de navigation, de stockage de données, de gestion des outils de visioconférences et de messageries et l'extinction systématique des pièces non occupées.

Focus sur la formation en lien avec la transition écologique

En soutien à la politique de transition écologique du groupe, France TV Université propose un panel de formations destinées à la fois à l'ensemble des salariés et à des publics ciblés en lien avec cette thématique.

Pour tous, deux e-learning :

- **La transition écologique** : qu'est-ce que c'est ? Quel est l'impact de l'audiovisuel en matière d'empreinte carbone ? Comment France Télévisions agit-elle ?
- **Les écogestes** : 15 minutes pour identifier comment chacun à son niveau peut réduire son empreinte carbone au-delà du simple fait d'éteindre son ordinateur ! (en ligne dans les prochains jours).

Pour les journalistes : formation « Traiter l'information sur les enjeux climatiques & la biodiversité » pour comprendre et savoir traiter des solutions liées au dérèglement climatique.

Pour les salariés dont le métier est lié à la production : le parcours écoproduction pour comprendre l'impact environnemental du secteur audiovisuel en France et ses conséquences et identifier les actions pour le réduire.

En 2024, une formation dédiée au « numérique responsable » a été proposée aux ingénieurs techniciens, chefs de projet et chefs de centre. Elle leur donnera des clés pour assurer une meilleure réduction de l'empreinte carbone de nos systèmes d'information.

	FTVSA + Filiales*			
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque Devoir de Vigilance	Actions atténuation effectives
contenu des	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Respect des obligations Antennes et de la conformité Atteinte à la confiance dans l'information	Incohérence entre l'engagement environnemental du groupe et le contenu de sa grille (émissions et publicités)	- 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 France Télévisions 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, de la journée mondiale de l'Océan, de la journée mondiale de la Terre ou de la tenue des COP

	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Respect des obligations Antennes et de la conformité Atteinte à la confiance dans l'information	Manquements à l'égalité homme/femme et à la représentativité des minorités dans les spots publicitaires et dans les programmes	- Contrat de régie qui lie France Télévisions à FTP qui garantit France Télévisions 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 - e-learning « luttons contre les stéréotypes à l'antenne ». - En 2022, diffusion sur internet de la série « Mal Entendus » : initiative commune de France Télévisions, France Média Monde, Arte France et de l'INA. Il s'agit de 6 pastilles vidéo pour démonter 6 grands clichés associés à la surdité
	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Respect des obligations Antennes et de la conformité Atteinte à la confiance dans l'information	Non-respect des obligations antennes (pluralisme, respect de la personne et de la dignité etc.)	Les règles relatives à la conformité des programmes aux différentes réglementations applicables aux contenus diffusés par France Télévisions sont au minimum mises en œuvre par : - 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 + action de sensibilisation sur la déontologie des antennes en lien avec l'Université. - Politique interne diversité et inclusion notamment dans les castings

*FTD : France Télévisions Distribution

FTP : France Télévisions Publicité

FTVS : France.tv studio

	Publics			
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	Actions d'atténuation effectives
contenu des programmes	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Respect des obligations Antennes et de la conformité Atteinte à la confiance dans l'information	Programmes non adaptés à un jeune public	- 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
	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Respect des obligations Antennes et de la conformité Atteinte à la confiance dans l'information	Non prise en charge des alertes remontées par les publics via les	- Plusieurs canaux de remontées téléspectateurs : le service des relations téléspectateurs, les médiateurs, les réseaux sociaux et directement les antennes elles-mêmes.

			dispositifs en place	
--	--	--	----------------------	--

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 a notamment la charge de la signalisation des programmes de France Télévisions.

La DRDP s'occupe également 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 ;
- Veiller à 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 trois ans, les alertes enlèvement ou encore les alertes sanitaires.... ;
- Assurer les missions de coordination et de conseil avant diffusion ;
- Coordonner 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.

Focus sur l'engagement de France Télévisions face à l'urgence climatique et à la crise énergétique : adoption d'un plan d'action

- Sur les antennes :
 - Accélération environnementale de l'offre d'information avec :
 - La création au sein de la rédaction nationale d'une équipe climat,
 - La délocalisation régulière du 13h de France 2 sur les lieux frappés par la crise climatique,
 - Une chronique hebdomadaire dédiée.
 - Une évolution des bulletins météo qui deviennent des bulletins météo/climat, pionniers du genre, qui mettent en perspective la météo en l'inscrivant dans le

contexte plus large du changement climatique et en donnant à chacun les clés de compréhension de ces phénomènes complexes¹⁰³ ;

- Des programmes plus concernés par le climat avec des opérations spéciales mobilisant l'ensemble des antennes : un prime tous les lundis soir sur France 5 et des programmes emblématiques.

- **En interne :**

- France Télévisions poursuit ses efforts pour réduire sa consommation d'eau et d'énergie (réduction énergétique de 43 % entre 2011 et 2023) et de réduction des émissions liées aux activités numériques et technologiques ;
- Signature de la charte "Relations fournisseurs et achats responsables" en 2024.

5.3 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'éditée par la loi sur le devoir de vigilance.

5.3.1 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 femmes/hommes ;
- Accords d'entreprise pour une meilleure prise en compte du handicap ;
- Politique de santé et sécurité ;
- Label diversité délivré par l'AFNOR en 2023 ;
- Différents canaux de signalements sont accessibles à l'ensemble des filiales ;

¹⁰³ Face au risque de coupures électriques au cours de l'hiver 2022/2023, France Télévisions a conclu un partenariat avec RTE afin d'informer, sensibiliser et accompagner les Français : météo énergétique et affichage des pictogrammes EcoWatt notamment lors des périodes de fortes tensions sur le réseau électrique

- Suivi d'indicateurs RH (turnover / absentéisme) ;
- Clauses contractuelles de respect du droit du travail systématiques ;
- Clause conformité adoptée par l'ensemble des filiales.

5.3.2 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 :

- **Niveau 1 : 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 ;
- **Niveau 2 : 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 ;
- **Niveau 3 : 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.

La première phase de l'évaluation des tiers (priorisation) a été lancée dans les différentes filiales en avril 2022.

France Télévisions a fait le choix d'externaliser la réalisation des évaluations de ses tiers. Un prestataire a été choisi par appel d'offres lancé en mars 2022. Les évaluations de niveaux 2 et 3 ont commencé en octobre 2023. Durant l'année 2024, les différentes filiales ont évalué leur stock de tiers.

5.1 Dispositifs de suivi des mesures mises en œuvre et d'évaluation de leur efficacité

	FTVSA + Filiales				Sous-traitants + Fournisseurs																																							
	Enjeu RSE	Macrorisque DEF	Macrorisque Devoir de Vigilance	KPI	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	KPI																																				
Droits humains	Veiller au respect des personnes et à la qualité du dialogue social	Accompagnement des transformations Relations sociales : dialogue social avec les OS et gestion des IRP	Harcèlement et discrimination	-% de turnover :					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 : <table><tr><td>2020</td><td>0,30%</td></tr><tr><td>2022</td><td>34%</td></tr><tr><td>2023</td><td>38%</td></tr><tr><td>2024</td><td>85%</td></tr></table>	2020	0,30%	2022	34%	2023	38%	2024	85%																								
				2020	0,30%																																							
				2022	34%																																							
				2023	38%																																							
				2024	85%																																							
				<table><tr><td></td><td>FTVsa</td><td>FTD</td><td>FTP</td><td>FTVS</td></tr><tr><td>2020</td><td>5,6%</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>2021</td><td>3,6%</td><td>17%</td><td>5%</td><td>-</td></tr><tr><td>2022</td><td>4,5%</td><td>-</td><td>8,19%</td><td>-</td></tr><tr><td>2023</td><td>5,7%</td><td>13,2%</td><td>9,1%</td><td>15,1%</td></tr><tr><td>2024</td><td>4,1%</td><td>10,2%</td><td>7,6%</td><td>16,4%</td></tr></table>										FTVsa	FTD	FTP	FTVS	2020	5,6%	-	-	-	2021	3,6%	17%	5%	-	2022	4,5%	-	8,19%	-	2023	5,7%	13,2%	9,1%	15,1%	2024	4,1%	10,2%	7,6%	16,4%		
					FTVsa	FTD	FTP	FTVS																																				
				2020	5,6%	-	-	-																																				
				2021	3,6%	17%	5%	-																																				
				2022	4,5%	-	8,19%	-																																				
2023	5,7%	13,2%	9,1%	15,1%																																								
2024	4,1%	10,2%	7,6%	16,4%																																								
Nombre de travailleurs handicapés embauchés :																																												
FTVsa :																																												
<table><tr><td></td><td>CDI</td><td>CDD</td><td>Alternants</td><td>Stagiaires</td><td>Total</td></tr><tr><td>2021</td><td>9</td><td>16</td><td>5</td><td>2</td><td>32</td></tr><tr><td>2022</td><td>8</td><td>10</td><td>2</td><td></td><td>20</td></tr><tr><td>2023</td><td>7</td><td>4</td><td></td><td></td><td>11</td></tr><tr><td>2024</td><td></td><td></td><td>2</td><td></td><td>15</td></tr></table>						CDI	CDD	Alternants	Stagiaires	Total	2021	9	16	5	2	32	2022	8	10	2		20	2023	7	4			11	2024			2		15										
	CDI	CDD	Alternants	Stagiaires	Total																																							
2021	9	16	5	2	32																																							
2022	8	10	2		20																																							
2023	7	4			11																																							
2024			2		15																																							
FTP et FTD en 2023 : 1																																												

				2024 : 0																																		
				<u>FTVS en 2023 : 2</u>																																		
				<u>Nombre de collaborateurs formés aux enjeux de la diversité pour FTVsa:</u>																																		
				<table><tr><td></td><td>FTVsa</td><td>FTD</td><td>FTP</td><td>FTVS</td></tr><tr><td>2020</td><td>209</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>2021</td><td>411</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>2022</td><td>258</td><td>-</td><td>40</td><td>-</td></tr><tr><td>2023</td><td>368</td><td>0</td><td>0</td><td>19</td></tr><tr><td>2024</td><td>349</td><td>0</td><td>59</td><td></td></tr></table>		FTVsa	FTD	FTP	FTVS	2020	209	-	-	-	2021	411	-	-	-	2022	258	-	40	-	2023	368	0	0	19	2024	349	0	59					
	FTVsa	FTD	FTP	FTVS																																		
2020	209	-	-	-																																		
2021	411	-	-	-																																		
2022	258	-	40	-																																		
2023	368	0	0	19																																		
2024	349	0	59																																			
				<u>Nombre de collaborateurs ayant suivi le e-learning « Reconnaître et prévenir les comportements inappropriés au travail » :</u>																																		
				FTVsa :																																		
				<table><tr><td>2021</td><td>569</td></tr><tr><td>2022</td><td>104</td></tr><tr><td>2023</td><td>20*</td></tr><tr><td>2024</td><td>149</td></tr></table>	2021	569	2022	104	2023	20*	2024	149																										
2021	569																																					
2022	104																																					
2023	20*																																					
2024	149																																					
				* Changement de plateforme en 2023.																																		
				<u>FTP : formation sur les problématiques du harcèlement</u>																																		
				<table><tr><td>2021</td><td>27</td></tr><tr><td>2022</td><td>255</td></tr><tr><td>2023</td><td>21</td></tr><tr><td>2024</td><td>0</td></tr></table>	2021	27	2022	255	2023	21	2024	0																										
2021	27																																					
2022	255																																					
2023	21																																					
2024	0																																					

			FTVS : l'ensemble des collaborateurs a suivi le e-learning sur la lutte contre le harcèlement Nombre d'alertes au niveau du groupe remontées via le dispositif d'alerte éthique : <table><tr><td>2020</td><td>10</td></tr><tr><td>2021</td><td>23</td></tr><tr><td>2022</td><td>20</td></tr><tr><td>2023</td><td>22</td></tr><tr><td>2024</td><td>28</td></tr></table>	2020	10	2021	23	2022	20	2023	22	2024	28														
2020	10																										
2021	23																										
2022	20																										
2023	22																										
2024	28																										
Veiller au respect des personnes et à la qualité du dialogue social	Accompagnement des transformations	Isolement ou éloignement de l'environnement de travail	Nombre de salariés ayant réalisé un diagnostic individuel (bilan de compétences) à des fins d'amélioration des compétences : 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. L'indicateur fait remonter les bilans de compétence dont nous avons connaissance. <table><tr><td></td><td>FTVsa</td><td>FTD</td><td>FTP</td><td>FTVS</td></tr><tr><td>2020</td><td>6</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>2023</td><td>2</td><td>0</td><td>3</td><td></td></tr><tr><td>2024</td><td>4</td><td>0</td><td>1</td><td></td></tr></table>		FTVsa	FTD	FTP	FTVS	2020	6				2023	2	0	3		2024	4	0	1		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)	
	FTVsa	FTD	FTP	FTVS																							
2020	6																										
2023	2	0	3																								
2024	4	0	1																								

			Formation Développer son projet professionnel : <table><tr><td></td><td>FTVsa</td><td>FTD</td><td>FTP</td><td>FTVS</td></tr><tr><td>2023</td><td>10</td><td>0</td><td>0</td><td></td></tr><tr><td>2024</td><td>0*</td><td>0</td><td>2</td><td></td></tr></table> *En 2024, nouvelle formation « Être acteur de son projet professionnel » en cours de lancement. FTD : 1 en 2021 Nombre d'entretiens professionnels réalisés en <table><tr><td></td><td>FTVsa</td><td>FTD</td><td>FTP</td><td>FTVS</td></tr><tr><td>2021</td><td>727</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>2022</td><td>771</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>2023</td><td>717</td><td>0</td><td>31</td><td></td></tr><tr><td>2024</td><td>828</td><td>0</td><td>133</td><td></td></tr></table>		FTVsa	FTD	FTP	FTVS	2023	10	0	0		2024	0*	0	2			FTVsa	FTD	FTP	FTVS	2021	727				2022	771				2023	717	0	31		2024	828	0	133					
	FTVsa	FTD	FTP	FTVS																																											
2023	10	0	0																																												
2024	0*	0	2																																												
	FTVsa	FTD	FTP	FTVS																																											
2021	727																																														
2022	771																																														
2023	717	0	31																																												
2024	828	0	133																																												
Veiller au respect des personnes et à la qualité du dialogue social	Accompagnement des transformations Relations sociales : dialogue social avec les OS et gestion des IRP	Non-respect des accords Qualité de vie au travail (QVT) et dégradation du climat social	-% de turnover : <table><tr><td></td><td>FTVsa</td><td>FTD</td><td>FTP</td><td>FTVS</td></tr><tr><td>2020</td><td>5,6%</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>2021</td><td>3,6%</td><td>17%</td><td>5%</td><td>-</td></tr><tr><td>2022</td><td>4,5%</td><td>-</td><td>8,19%</td><td>-</td></tr><tr><td>2023</td><td>5,7%</td><td>13,2%</td><td>9,1%</td><td>15,1%</td></tr><tr><td>2024</td><td>4,1%</td><td>10,2%</td><td>7,6%</td><td>16,4%</td></tr></table>		FTVsa	FTD	FTP	FTVS	2020	5,6%	-	-	-	2021	3,6%	17%	5%	-	2022	4,5%	-	8,19%	-	2023	5,7%	13,2%	9,1%	15,1%	2024	4,1%	10,2%	7,6%	16,4%	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											
	FTVsa	FTD	FTP	FTVS																																											
2020	5,6%	-	-	-																																											
2021	3,6%	17%	5%	-																																											
2022	4,5%	-	8,19%	-																																											
2023	5,7%	13,2%	9,1%	15,1%																																											
2024	4,1%	10,2%	7,6%	16,4%																																											

			- % de collaborateurs absents pour maladie inférieures ou égales à trois jours rapportés aux effectifs présents moyen annuel : <table><tr><td></td><td>FTVsa</td><td>FTD</td><td>FTP</td><td>FTVS</td></tr><tr><td>2020</td><td>21%</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>2021</td><td>17,5%</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>2022</td><td>19,1%</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>2023</td><td>24,1%</td><td>12,4%</td><td>18,7%</td><td></td></tr><tr><td>2024</td><td>23,3%</td><td>14,8%</td><td>20,2%</td><td>14,4%</td></tr></table> - Index de l'égalité H/F : <table><tr><td></td><td>FTVsa</td><td>FTD</td><td>FTP</td><td>FTVS</td></tr><tr><td>2019</td><td>9</td><td></td><td>88</td><td></td></tr><tr><td>2020</td><td>94</td><td>-</td><td>96</td><td>-</td></tr><tr><td>2021</td><td>99</td><td>93</td><td>96</td><td>92</td></tr><tr><td>2022</td><td>99</td><td>-</td><td>96</td><td>98</td></tr><tr><td>2023</td><td>99</td><td>91</td><td>96</td><td>-</td></tr><tr><td>2024</td><td>99</td><td>89</td><td>97</td><td></td></tr></table>		FTVsa	FTD	FTP	FTVS	2020	21%	-	-	-	2021	17,5%				2022	19,1%				2023	24,1%	12,4%	18,7%		2024	23,3%	14,8%	20,2%	14,4%		FTVsa	FTD	FTP	FTVS	2019	9		88		2020	94	-	96	-	2021	99	93	96	92	2022	99	-	96	98	2023	99	91	96	-	2024	99	89	97					
	FTVsa	FTD	FTP	FTVS																																																																				
2020	21%	-	-	-																																																																				
2021	17,5%																																																																							
2022	19,1%																																																																							
2023	24,1%	12,4%	18,7%																																																																					
2024	23,3%	14,8%	20,2%	14,4%																																																																				
	FTVsa	FTD	FTP	FTVS																																																																				
2019	9		88																																																																					
2020	94	-	96	-																																																																				
2021	99	93	96	92																																																																				
2022	99	-	96	98																																																																				
2023	99	91	96	-																																																																				
2024	99	89	97																																																																					
Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Respect des obligations Antennes et de la conformité Atteinte à la confiance dans l'information	Couverture d'évènements portant atteintes aux droits humains																																																																						

	FTVSA + Filiales*				Sous-traitants + Fournisseurs															
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque Devoir de Vigilance	KPI	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	KPI												
Santé et sécurité	Veiller à la santé et sécurité des collaborateurs	Planification opérationnelle et son suivi	Non-respect de conditions de travail équitables et sûres (heures supplémentaires, temps de trajet, rémunération, type de contrat, etc...)	<u>% de collaborateurs absents pour maladie inférieures ou égales à trois jours rapportés aux effectifs présents moyen annuel :</u>	S'assurer d'exercer avec des parties prenantes externes éthiques et responsables	Ethique et conformité	Pratiques illégales mettant en danger la santé des employés	<u>% de marchés hors programmes intégrant une clause RSE :</u> <table><tr><td>2020</td><td>0,30%</td></tr><tr><td>2022</td><td>34%</td></tr><tr><td>2023</td><td>38%</td></tr><tr><td>2024</td><td>85%</td></tr></table> FTD : <table><tr><td>2023</td><td>60%</td></tr><tr><td>2024</td><td>75%</td></tr></table>	2020	0,30%	2022	34%	2023	38%	2024	85%	2023	60%	2024	75%
				2020					0,30%											
				2022					34%											
				2023					38%											
				2024					85%											
				2023					60%											
				2024					75%											

	Veiller à la santé et sécurité des collaborateurs	Sûreté physique (sites, personnel, public)	Déplacement dans des zones à risque (départ à l'étranger, zones de conflits etc.)	<u>% de collaborateurs absents pour maladie inférieures ou égales à trois jours rapportés aux effectifs présents moyen annuel :</u> <table><tr><th></th><th>FTVsa</th><th>FTD</th><th>FTP</th><th>FTVS</th></tr><tr><td>2020</td><td>21%</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>2021</td><td>17,5%</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>2022</td><td>19,1%</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>2023</td><td>24,1%</td><td>12,4%</td><td>18,7%</td><td></td></tr><tr><td>2024</td><td>23,3%</td><td>14,8%</td><td>20,2%</td><td>14,4%</td></tr></table> <u>Nombre de déclaration d'accident (avant accord sécurité sociale) :</u> Accident du travail : <table><tr><th></th><th>FTVsa</th><th>FTD</th><th>FTP</th><th>FTVS</th></tr><tr><td>2021</td><td>295</td><td>0</td><td>1</td><td></td></tr><tr><td>2022</td><td>307</td><td>-</td><td>2</td><td>98</td></tr><tr><td>2023</td><td>404</td><td>0</td><td>1</td><td>13</td></tr><tr><td>2024</td><td>424</td><td>1</td><td>2</td><td></td></tr></table> Accidents de trajet : <table><tr><th></th><th>FTVsa</th><th>FTD</th><th>FTP</th><th>FTVS</th></tr><tr><td>2021</td><td>126</td><td>0</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>2022</td><td>135</td><td>0</td><td>0</td><td>-</td></tr><tr><td>2023</td><td>202</td><td>0</td><td>6</td><td>-</td></tr><tr><td>2024</td><td>193</td><td>3</td><td>4</td><td></td></tr></table>		FTVsa	FTD	FTP	FTVS	2020	21%	-	-	-	2021	17,5%				2022	19,1%				2023	24,1%	12,4%	18,7%		2024	23,3%	14,8%	20,2%	14,4%		FTVsa	FTD	FTP	FTVS	2021	295	0	1		2022	307	-	2	98	2023	404	0	1	13	2024	424	1	2			FTVsa	FTD	FTP	FTVS	2021	126	0	-	-	2022	135	0	0	-	2023	202	0	6	-	2024	193	3	4		S'assurer d'exercer avec des parties prenantes externes éthiques et responsables	Ethique et conformité	Pratiques illégales mettant en danger la sécurité des employés	
	FTVsa	FTD	FTP	FTVS																																																																																				
2020	21%	-	-	-																																																																																				
2021	17,5%																																																																																							
2022	19,1%																																																																																							
2023	24,1%	12,4%	18,7%																																																																																					
2024	23,3%	14,8%	20,2%	14,4%																																																																																				
	FTVsa	FTD	FTP	FTVS																																																																																				
2021	295	0	1																																																																																					
2022	307	-	2	98																																																																																				
2023	404	0	1	13																																																																																				
2024	424	1	2																																																																																					
	FTVsa	FTD	FTP	FTVS																																																																																				
2021	126	0	-	-																																																																																				
2022	135	0	0	-																																																																																				
2023	202	0	6	-																																																																																				
2024	193	3	4																																																																																					

	Veiller au respect des personnes et à la qualité du dialogue social	Sûreté physique (sites, personnel, public)	Non accessibilité des locaux aux personnes à mobilité réduite	<u>FTVsa :</u> <u>2020 :</u> 37,27% 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. <u>2021 :</u> 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. <u>2022 :</u> 12, 02% des bâtiments étaient partiellement inaccessibles (entrée principale ou accès aux étages ou sanitaire...) 6,90% des bâtiments étaient inaccessibles depuis la rue vers le bâtiment. <u>2023 :</u> 59.2% sont totalement conformes 19.1% sont partiellement conformes 19.1% sont non conformes <u>2024</u> 57% sont totalement conformes 23% sont partiellement conformes 20% sont non conformes				

			En 2024, France Télévisions n'a pas renouvelé le bail de certains bâtiments et a conclu de nouveaux bails dans le cadre du projet Campus. FTD : 0% en 2021 100% en 2023 et 2024 (EOS et Quadrans) FTP : siège non accessible au PMR. En région les collaborateurs sont dans les mêmes locaux que les collaborateurs du réseau France 3. FTVS : l'ensemble du bâtiment est accessible.																																								
	Veiller à la santé et sécurité des collaborateurs	Sûreté physique (sites, personnel, public)	Troubles musculo-squelettiques et risques psychosociaux	<table><tr><td></td><td>FTVsa</td><td>FTD</td><td>FTP</td><td>FTVS</td></tr><tr><td>2019</td><td>7</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>2020</td><td>1</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>2021</td><td>5</td><td>0</td><td>0</td><td>-</td></tr><tr><td>2022</td><td>-</td><td>-</td><td>0</td><td>-</td></tr><tr><td>2023</td><td>3</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2024</td><td>-</td><td>0</td><td>0</td><td></td></tr></table>		FTVsa	FTD	FTP	FTVS	2019	7	-	-	-	2020	1	-	-	-	2021	5	0	0	-	2022	-	-	0	-	2023	3	0	0	0	2024	-	0	0					
	FTVsa	FTD	FTP	FTVS																																							
2019	7	-	-	-																																							
2020	1	-	-	-																																							
2021	5	0	0	-																																							
2022	-	-	0	-																																							
2023	3	0	0	0																																							
2024	-	0	0																																								

*FTD : France Télévisions Distribution / FTP : France Télévisions Publicité/ FTVS : France.tv studio

	FTVSA + Filiales*				Sous-traitants + Fournisseurs																																	
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque Devoir de Vigilance	KPI	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	KPI																														
Environnement	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement et transition écologique	Non prise en compte de la transition énergétique	-Consommation énergétique (électricité) des sites : <table><thead><tr><th></th><th>FTVsa</th><th>FTP</th></tr></thead><tbody><tr><td>2020</td><td>57,9MWh</td><td>1,56MWh</td></tr><tr><td>2021</td><td>57,2MWh</td><td>1,55MWh</td></tr><tr><td>2022</td><td>57,3MWh</td><td>1,36MWh</td></tr><tr><td>2023</td><td>58MWh</td><td>1,30MKWh</td></tr><tr><td>2024</td><td>58,6MWh</td><td>1,11MkWh</td></tr></tbody></table> FTVsa : La consommation électrique a varié de - -0,93% entre 2020 et 2021 - -0,24 % entre 2021 et 2022 - - 6,1% entre 2022 et 2023 - +1% entre 2023 et 2024 FTP : La consommation électrique a baissé de - 1,2% entre 2020 et 2021 - 11, 82% entre 2021 et 2022 - 13% entre 2022 et 2023 - 15% entre 2023 et 2024 -Nombre de véhicules et part de véhicules hybrides et électriques :		FTVsa	FTP	2020	57,9MWh	1,56MWh	2021	57,2MWh	1,55MWh	2022	57,3MWh	1,36MWh	2023	58MWh	1,30MKWh	2024	58,6MWh	1,11MkWh	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement et transition écologique	Non-respect des normes environnementales d'un prestataire lors d'achat de matériel	-% de marchés hors programmes intégrant une clause RSE : <table><tbody><tr><td>2020</td><td>0,30%</td></tr><tr><td>2022</td><td>34%</td></tr><tr><td>2023</td><td>38%</td></tr><tr><td>2024</td><td>85%</td></tr></tbody></table> FTD : <table><tbody><tr><td>2023</td><td>60%</td></tr><tr><td>2024</td><td>75%</td></tr></tbody></table>	2020	0,30%	2022	34%	2023	38%	2024	85%	2023	60%	2024	75%
		FTVsa	FTP																																			
2020	57,9MWh	1,56MWh																																				
2021	57,2MWh	1,55MWh																																				
2022	57,3MWh	1,36MWh																																				
2023	58MWh	1,30MKWh																																				
2024	58,6MWh	1,11MkWh																																				
2020	0,30%																																					
2022	34%																																					
2023	38%																																					
2024	85%																																					
2023	60%																																					
2024	75%																																					
	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement et transition écologique	Pollution environnementale dans le cadre des tournages	- 1,2% entre 2020 et 2021 - 11, 82% entre 2021 et 2022 - 13% entre 2022 et 2023 - 15% entre 2023 et 2024 -Nombre de véhicules et part de véhicules hybrides et électriques :	Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement et transition écologique	Pratiques de tournages d'une société de production non respectueuses de l'environnement																															

				2021 : 1319 véhicules dont 21% d’hybrides et électriques 2022 : 11171 véhicules dont 25% d’hybrides et électriques 2023 : 1255 véhicules dont 29% d’hybrides et électriques 2024 : 1217 véhicules dont 36% d’hybrides et électriques FTP : 98% du parc des véhicules sont hybrides ou électriques. FTD : 100% du parc automobiles (2 véhicules) est hybrides ou électriques <u>-Nombre de déplacements professionnels/type (routier, aérien, rail) :</u> La crise sanitaire et les confinements ont contraint l’entreprise à réduire les déplacements de ses collaborateurs. Les données 2020 et 2021 ne sont donc pas représentatives. <u>FTP :</u> <table><tr><td></td><td>Automobile</td><td>Aérien</td><td>Train</td></tr><tr><td>2023</td><td></td><td>92</td><td>313</td></tr><tr><td>2024</td><td></td><td>81</td><td>882*</td></tr></table> <u>* dont 504 dans le cadre d’un séminaire FTP</u> <u>FTD :</u>		Automobile	Aérien	Train	2023		92	313	2024		81	882*				
	Automobile	Aérien	Train																	
2023		92	313																	
2024		81	882*																	

	Automobile	Aérien	Train
2023	0	27	104
2024	1	27	109

FTVsa :

FTV _{sq}	SCOPE 1	SCOPE 2
2020	4568 tonnes de Co2	9196 tonnes de Co2
2021	4982 tonnes de Co2	8747 tonnes de Co2
2022	4696 tonnes de Co2	8452 tonnes de Co2
2023 (périmètre groupe)	4456 tonnes de Co2	8175 tonnes de Co2
2024 (périmètre groupe)	4333 tonnes de Co2	8468 tonnes de Co2

<u>FTP</u>	SCOPE 1	SCOPE 2
2019	79 tonnes de Co2	232 tonnes de Co2
2020	67 tonnes de Co2	203 tonnes de Co2

			<table><tr><td>2023</td><td>46,4 tonnes de Co2</td><td>238 tonnes de Co2</td></tr><tr><td>2024</td><td></td><td></td></tr></table> - <u>Consommation d'eau et de papier des sites FTVsa :</u> <table><tr><td>2020</td><td>59 milliers de m3 d'eau et 105 tonnes de papier</td></tr><tr><td>2021</td><td>79 milliers de m3 d'eau et 64 tonnes de papier</td></tr><tr><td>2022</td><td>76 milliers de m3 d'eau et 63 tonnes de papier</td></tr><tr><td>2023</td><td>87 milliers de m3 d'eau et 77 tonnes de papier</td></tr><tr><td>2024</td><td>117 milliers de m3 d'eau et 100 tonnes de papier</td></tr></table> <u>Consommation d'eau et de papier FTP :</u> <table><tr><td>2023</td><td>2317 de m3 d'eau et 1038,84 kg de papier</td></tr><tr><td>2024</td><td></td></tr></table>	2023	46,4 tonnes de Co2	238 tonnes de Co2	2024			2020	59 milliers de m3 d'eau et 105 tonnes de papier	2021	79 milliers de m3 d'eau et 64 tonnes de papier	2022	76 milliers de m3 d'eau et 63 tonnes de papier	2023	87 milliers de m3 d'eau et 77 tonnes de papier	2024	117 milliers de m3 d'eau et 100 tonnes de papier	2023	2317 de m3 d'eau et 1038,84 kg de papier	2024					
2023	46,4 tonnes de Co2	238 tonnes de Co2																									
2024																											
2020	59 milliers de m3 d'eau et 105 tonnes de papier																										
2021	79 milliers de m3 d'eau et 64 tonnes de papier																										
2022	76 milliers de m3 d'eau et 63 tonnes de papier																										
2023	87 milliers de m3 d'eau et 77 tonnes de papier																										
2024	117 milliers de m3 d'eau et 100 tonnes de papier																										
2023	2317 de m3 d'eau et 1038,84 kg de papier																										
2024																											
Veiller au respect de l'environnement dans nos activités	Atteintes à l'environnement et transition écologique	Couverture d'évènements à risque portant atteinte à l'environnementale																									

*FTD : France Télévisions Distribution / FTP : France Télévisions Publicité/ FTVS : France.tv studio

	FTVSA + Filiales*				Publics														
	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque Devoir de Vigilance	KPI	Enjeu RSE	Macrorisque DPEF	Macrorisque DDV	KPI											
Contenu des programmes	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Respect des obligations Antennes et de la conformité Atteinte à la confiance dans 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	Respect des obligations Antennes et de la conformité Atteinte à la confiance dans l'information	Programmes non adaptés à un jeune public	Nombre de saisine du CSA/Arcom en 2021 : 0 2022 : 0											
	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Respect des obligations Antennes et de la conformité Atteinte à la confiance dans l'information	Manquements à l'égalité homme/femme et à la représentativité des minorités dans les spots publicitaires et dans les programmes.	Nombre d'expertes sur les antennes de FTVsa : <table><tr><td></td><td>France 2</td><td>France 3</td></tr><tr><td>2020</td><td>29,5</td><td>35%</td></tr><tr><td>2021</td><td>64,6%</td><td>63,9%</td></tr><tr><td>2022</td><td>62,9%</td><td>63,1%</td></tr></table> Premiers rôles féminins dans les fictions : 50% Baromètre CSA Personnes perçues comme étant en situation de handicap à l'antenne : 2021 : 0,7% Personnes perçues comme non blanches à l'antenne : 2021 : 17%		France 2	France 3	2020	29,5	35%	2021	64,6%	63,9%	2022	62,9%	63,1%	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Respect des obligations Antennes et de la conformité Atteinte à la confiance dans l'information	Non prise en charge des alertes remontées par les publics via les dispositifs en place
	France 2	France 3																	
2020	29,5	35%																	
2021	64,6%	63,9%																	
2022	62,9%	63,1%																	

	Veiller à la qualité et à la conformité des programmes	Respect des obligations Antennes et de la conformité Atteinte à la confiance dans l'information	Non-respect de la Charte des antennes du groupe (pluralisme, respect de la personne et de la dignité etc...)	Nombre de saisine du CSA/Arcom en 2021 : 0 2022 : 0 2023 : 2024 :				
--	--	--	--	---	--	--	--	--

*FTD : France Télévisions Distribution / FTP : France Télévisions Publicité/ FTVS : France.tv studio

5.2 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.

En 2023, la procédure d'alerte a été mise à jour afin de prendre en compte les apports de la loi Wasserman du 21 mars 2022 et du décret du 3 octobre 2022.

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. En septembre 2023, une motion design présentant le dispositif d'alerte du groupe à destination des parties prenantes a été mise en ligne sur le site institutionnel de France Télévisions. En septembre 2024, une nouvelle campagne de communication sur la plateforme d'alerte à destination des collaborateurs a été lancée.

Conformément à la loi Sapin II et à la loi visant à renforcer la protection des lanceurs d'alerte, dite loi Wasserman, 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.

6. PRESENTATION DES COMPTES ANNUELS ET EXPOSE SUR LES RESULTATS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DU GROUPE

Les comptes annuels de l'exercice clos le 31 décembre 2024 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.

6.1 Comptes consolidés du groupe France Télévisions

Au 31 décembre 2024, le périmètre de consolidation du groupe France Télévisions comprenait les sociétés suivantes :

Nom	Forme sociale	Adresse	SIREN	Méthode de consolidation	% Intérêts	31/12/2024	31/12/2023
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	329 924 963	IG		100,00	100,00
France.tvstudio	SASU	26 rue d'Oradour sur Glane 75015 Paris	335 175 188	IG		100,00	100,00
Sociétés de régies 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	379 518 368	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	413 969 841	IG		100,00	100,00
Société Civile Immobilière Valin	SCI	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	487 664 732	IG		100,00	100,00
France Télévisions SVOD	SAS	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	830 436 101	IG		100,00	100,00
France Télévisions Publicité Conseil	SAS	64-70 avenue Jean Baptiste Clément 92100 Boulogne Billancourt	382 258 622	IG		100,00	100,00
Réseau Outre Mer 1	SAS	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	520 674 359	IG		100,00	100,00
Societe de Gestion du Réseau R1	SAS	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	478 720 295	IG		100,00	100,00
France.tv presse	SASU	26 rue d'Oradour sur Glane 75015 Paris	894 512 276	IG		100,00	100,00
Les Tontons Truqueurs	SAS	26 rue d'Oradour sur Glane 75015 Paris	817 639 891	IG		100,00	100,00
DWARF Entertainment	SAS	23 rue d'Anjou 75008 Paris	844 638 932	IG		63,00	63,00
DWARF Technology	SAS	125 Imp Adam Smith, 34470 Perols	880 851 837	IG		63,00	63,00
DWARF Animation Studio	SASU	125 Imp Adam Smith, 34470 Perols	523 926 467	IG		63,00	63,00
GR UHD 1	SAS	7, Esplanade Henri de France 75907 Paris Cedex 15	980 640 742	IG		100,00	100,00
V Studios	SAS	660 Route Nationale 113 34740 Vendargues	985 296 862	IG		100,00	0,00
V Studios Immo	SCI	660 Route Nationale 113 34740 Vendargues	985 282 938	IG		100,00	0,00
SOCIETES INTEGREES PROPORTIONNELLEMENT							
SALTO	SNC	18-34 quai du point du jour 92100 Boulogne Billancourt	853 309 656	IP		0,00	33,33
SALTO GESTION	SAS	18-34 quai du point du jour 92100 Boulogne Billancourt	853 251 494	IP		0,00	33,33
SOCIETES MISES EN EQUIVALENCE							
TV5 Monde	SA	131 Avenue de Wagram 75017 Paris	381 962 612	MEE		47,82	47,82
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 Moulineaux	334 689 122	MEE		45,00	45,00
Planète + Crime Investigation	SA	1 Place du spectacle 92 130 Issy les Moulineaux	443 957 618	MEE		0,00	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.

Le rapport de gestion du groupe est inclus dans le rapport de gestion de la société conformément aux dispositions de l'article L225-100-1 du Code de commerce.

surperformance de la régie publicitaire lors de la diffusion des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024.

Le chiffre d'affaires relatif aux autres activités (175,3 M€) 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 qu'aux prestations techniques), les activités de diversification des régies Outre-mer, ainsi que des refacturations hors groupe au titre de la diffusion numérique (GR1, GR UHD1 et ROM 1).

M€	2024	2023	Variation 2024/2023
Ressources publiques	2 535,5	2 430,5	+4,3%
Publicité et parrainage	503,7	431,2	+16,8%
Autres	175,3	173,0	+1,3%
Chiffre d'affaires	3 214,6	3 034,7	+5,9%
Chiffre d'affaires constaté d'avance	81,2	-33,6	-341,9%
Total chiffre d'affaires net	3 295,8	3 001,1	+9,8%

Au chiffre d'affaires s'ajoutent les autres produits d'exploitation qui, à 96,6 M€ au 31 décembre 2024, contre 108,1 M€ au 31 décembre 2023, comprennent en particulier des reprises de provisions d'exploitation, notamment sur les programmes et les litiges salariés.

Charges

Les charges d'exploitation s'établissent à 3 401,1 M€ pour 3 116,1 M€ en 2023, soit une augmentation de 285 M€.

Le coût des programmes achetés s'élève à 1 020,2 M€, en augmentation de 150,8 M€, soit +17,3 %.

Les autres achats et charges externes s'élèvent à 702,6 M€. Ils augmentent de 59,8 M€, soit +9,3 % par rapport à l'exercice précédent.

Les dotations aux amortissements s'élèvent à 130,4 M€. Elles sont en augmentation de 9,6 M€ par rapport à l'exercice précédent, soit +7,9 %.

Les dotations aux provisions (65,3 M€) sont en diminution de 19,2 M€ par rapport à l'année précédente.

6.1.3 Analyse de l'activité

M€	2024	2023	Variation 2024/2023	Variation en %
Ressources Publiques	2 523,1	2 430,5	+92,6	+3,8%
Recettes Publicitaires	324,6	287,4	+37,2	+12,9%
Autres	28,4	31,1	-2,7	-8,7%
Chiffre d'affaires "antennes"	2 876,1	2 749,0	+127,1	+4,6%
Télévision	7,2	5,7	+1,5	+26,3%
Cinéma	8,4	7,1	+1,2	+17,4%
Chiffre d'affaires "producteur"	15,6	12,8	+2,7	+21,3%
France Télévisions Distribution	56,8	56,4	+0,4	+0,7%
France Télévisions Publicité et régies	144,5	116,3	+28,2	+24,2%
Autres	121,7	100,2	+21,5	+21,4%
Chiffre d'affaires "autres activités"	323,0	272,9	+50,1	+18,3%
Total chiffre d'affaires brut	3 214,6	3 034,7	+179,9	+5,9%
Chiffre d'affaires constaté d'avance	81,2	-33,6	+114,8	-341,7%
Total chiffre d'affaires net	3 295,8	3 001,1	+294,7	+9,8%

L'analyse par secteur d'activité fait apparaître des résultats correspondant à un traitement consolidé des comptes.

Coût de grille - M€	2024	2023	Variation 2024/2023	Variation en %
Information nationale	283,4	270,1	+13,3	+4,9%
Sport national	227,4	205,6	+21,8	+10,6%
Programme national	932,5	898,3	+34,2	+3,8%
Programme régional métropolitain	439,4	418,0	+21,4	+5,1%
Programme régional ultramarin	222,0	214,0	+8,0	+3,7%
Numérique	94,4	81,7	+12,6	+15,4%
France Télévisions	2 199,0	2 087,8	+111,3	+5,3%

Le coût de grille consolidé du groupe s'élève à 2 199 M€, net des reprises de provisions et produits constatés d'avance sur les droits sportifs, en augmentation de 5,3 % par rapport à l'exercice 2023.

6.1.4 Bilan, trésorerie et financement

Compte tenu du niveau de résultat, les capitaux propres du groupe s'établissent à 431 M€ au 31 décembre 2024.

La capacité d'autofinancement (+123,1 M€) est quasi-stable par rapport au 31 décembre 2023 où elle s'établissait à +122,3 M€.

La variation du besoin en fonds de roulement entraîne une consommation de trésorerie de -43,1 M€ sur l'exercice 2024. L'impact de la variation des stocks sur cette dernière est une diminution de 39,9 M€. La forte diminution des stocks liée à la diffusion des Jeux Olympiques

et Paralympiques de Paris 2024 est atténuée par l’activation des Jeux Olympiques et Paralympiques d’été de 2028 pour 55,5 M€. Sur l’exercice 2023, les stocks avaient augmenté de 74,9 M€.

Les flux de trésorerie liés à l’activité (+120,4 M€) n’ont pas contribué totalement au financement des flux d’investissements réalisés en 2024 (183,6 M€), en augmentation de 44,8 M€ par rapport à l’exercice précédent.

Le remboursement des dettes financières s’élève à 52,6 M€ sur l’exercice 2024.

En conséquence, la trésorerie, hors effet des variations de périmètre, s’est dégradée de 109,1 M€ sur l’exercice 2024. Elle est égale à un montant de -4,8 M€ au 31 décembre 2024 (contre 104,3 M€ au 31 décembre 2023).

M€	2024	2023
.....		
Capacité d'autofinancement	123,1	122,3
Variation du besoin en fonds de roulement	-2,7	-46,7
Investissements Programmes (hors Télévisions)	-29,7	-36,6
Investissements Autres	-135,5	-105,8
Cash flow libre	-44,8	-66,8
<u>Variation de Trésorerie hors effet des variations de périmètre</u>	<u>-109,1</u>	<u>-18,9</u>

6.2 Comptes sociaux de France Télévisions SA

6.2.1 Synthèse des comptes sociaux

Les principaux indicateurs financiers de France Télévisions SA concernant l’exercice 2024, résumés ci-dessous, sont mis en regard des éléments de l’exercice 2023.

M€	2024	2023
Ressources publiques	2 535,5	2 430,5
Recettes Publicitaires	382,0	325,4
Autres ventes et prestations de services	129,0	124,1
Chiffre d'affaires	3 046,6	2 880,0
Chiffre d'affaires constaté d'avance	81,2	-33,6
Chiffre d'affaires net	3 127,8	2 846,4
Résultat d'exploitation	-66,8	-56,4
Résultat financier	49,1	44,0
Résultat courant	-17,7	-12,4
Résultat exceptionnel	9,2	31,7
Résultat avant impôts	-8,5	19,3
Résultat net	7,5	35,1
Capacité d'autofinancement	93,3	111,4

Le tableau suivant fait apparaître des résultats correspondant à un traitement consolidé des comptes de la société France Télévisions S.A.

M€	2024	2023
Chiffre d'affaires	2 700,7	2 482,1
Résultat d'exploitation	-66,6	-56,2
Résultat financier	-3,0	-1,5
Résultat courant	-69,7	-57,7
Résultat exceptionnel	1,5	6,4
Résultat avant impôts	-68,1	-51,3
Résultat net	-52,0	-36,0
Capacité d'autofinancement	38,9	53,1

6.2.2 Analyse du compte de résultat

Produits

Par rapport à l'année précédente, le chiffre d'affaires est en augmentation de 166,6 M€. L'exercice 2024 est marqué par une augmentation de 105 M€ des ressources publiques (soit +4,3 %), par une augmentation des recettes de publicité et de parrainage de 56,6 M€ par rapport à l'exercice 2023 (+17,4 %) et par une augmentation des autres ventes et prestations de 4,9 M€ (+4 %).

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 chiffre d'affaires s'ajoutent les autres produits d'exploitation qui, à 1 035 M€ au 31 décembre 2024 (contre 1 054,8 M€ au 31 décembre 2023), comprennent en particulier des reprises de provisions sur les programmes et les litiges salariés, ainsi que la production immobilisée.

M€	2024	2023	Variation 2024/2023
Ressources publiques	2 535,5	2 430,5	4,3%
Publicité et parrainage	382,0	325,4	17,4%
Autres	129,0	124,1	4,0%
Chiffre d'affaires	3 046,6	2 880,0	5,8%
Chiffre d'affaires constaté d'avance	81,2	-33,6	-341,9%
Chiffre d'affaires net	3 127,8	2 846,4	9,9%
Production immobilisée	968,6	989,6	-2,1%
Autres Produits	66,4	65,2	1,8%
Total des produits d'exploitation	4 162,8	3 901,2	6,7%

Les charges d'exploitation s'établissent à 4 229,6 M€ (contre 3 957,6 M€ en 2023). Elles sont en augmentation de 272 M€ entre ces deux exercices.

Les autres achats et charges externes s'élèvent à 632 M€ contre 567,9 M€ sur l'exercice 2023, soit +11,3%. Cette augmentation est principalement liée à la diffusion des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024.

Les charges de personnel s'élèvent à 969,2 M€ sur l'exercice 2024 contre 918,3 M€ sur l'exercice 2023, soit une augmentation de 5,5%.

233

des autres immobilisations (91 M€), en augmentation de 13,1 M€ par rapport à l'exercice 2023.

Les dotations aux provisions s'élèvent à 60,1 M€ contre 79,1 M€ au 31 décembre 2023, soit une diminution de 19 M€.

Les autres charges d'exploitation sont quasi-stables par rapport à l'année précédente (166 M€ vs 164,9 M€).

M€	2024	2023
Coûts des programmes achetés	1 029,1	1 041,0
Autres achats et charges externes	632,0	567,9
Impôts et taxes	222,4	191,8
Charges de personnel	969,2	918,3
Dotation aux amortissements	1 150,7	994,6
Dotations aux provisions	60,1	79,1
Autres charges d'exploitation	166,0	164,9
Total charges d'exploitation	4 229,6	3 957,6

Résultat

Le résultat d'exploitation de l'exercice 2024 est une perte de 66,8 M€. Le montant de la perte au 31 décembre 2023 s'était élevé à 56,4 M€.

Le résultat financier s'établit à 49,1 M€. Il comprend principalement 54 M€ de dividendes reçus des filiales, contre 44,1 M€ en 2023.

Le résultat exceptionnel est positif de 9,2 M€. Il intègre principalement des plus-values de cession pour 2,7 M€, une reprise nette sur les amortissements dérogatoires à hauteur de 5,8 M€ et une reprise de provision pour risques et charges de 0,5 M€.

Le produit d'impôts sur les sociétés de 16 M€ sur l'exercice 2024 correspond principalement au produit d'impôt résultant de l'intégration fiscale.

Compte tenu de ces éléments, le résultat net ressort en bénéfice de 7,5 M€ au 31 décembre 2024 contre un bénéfice de 35,1 M€ en 2023.

Résultats et autres éléments caractéristiques de France Télévisions SA relatifs aux cinq dernières années

K€	2020	2021	2022	2023	2024
Capital en fin d'exercice					
Capital social	363 140	378 340	393 281	424 741	424 741
Nombre d'actions ordinaires existantes	18 157 000	18 917 000	19 664 050	21 237 050	21 237 050
Opérations et résultats de l'exercice					
Chiffre d'affaires hors taxes	2 875 977	2 853 929	2 813 215	2 846 401	3 046 654
Résultat avant impôts, participation des salariés et dotations aux amortissements et provisions	1 061 156	1 082 478	1 015 868	1 013 389	1 144 360
Impôts sur les bénéfices	-9 935	-15 297	-12 087	-15 749	-15 952
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	11 155	-80 256	-101 638	35 087	7 475
Résultats par action					
Résultat après impôts, participation des salariés mais avant dotations aux amortissements et provisions	0,0590	0,0580	0,0523	0,0485	0,0546
Résultat après impôts, participation des salariés et dotations aux amortissements et provisions	0,0006	-0,0042	-0,0052	0,0017	0,0004
Personnel					
Effectif moyen des salariés employés pendant l'exercice	9 021	9 050	8 950	8 825	8 932
Montant de la masse salariale de l'exercice	878 351	904 274	914 129	918 251	969 192

6.2.3 Bilan, trésorerie et financement

Les capitaux propres de France Télévisions SA s'établissent à 179,3 M€ au 31 décembre 2024.

La capacité d'autofinancement s'élève à +93,3 M€, la variation conjoncturelle du besoin en fonds de roulement entraîne une diminution de trésorerie de -90,6 M€ et la diminution du stock de programmes génère une augmentation de trésorerie de 38,7 M€, soit une génération de ressources liée à l'activité de +41,4 M€.

Les investissements s'établissent à 135,6 M€ en 2024.

Par ailleurs, les cessions des éléments d'actif ont représenté une ressource totale de 6,2 M€.

Au 31 décembre 2024, la trésorerie nette de France Télévisions SA est négative de 31,6 M€.

Enfin, il est précisé que le montant des factures fournisseurs au 31 décembre 2024 non réglées alors que leur date d'émission est antérieure aux conditions groupe – 60 jours fin de mois – s'élève à 37,4 M€.

6.2.4 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° 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	833	449	243	1533	3058
Montant total TTC des factures concernées	7 518 869,00	10 810 601,00	6 291 318,00	12 853 500,00	37 474 288,00
(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° 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 (3 724 647 €) et les retenues sur garanties (32 315 €) ont été retirées des factures.

Article D. 441 I, 2° 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	111	78	220	409
Montant total TTC des factures concernées	0,00	40 904 623,00	661 268,00	1 389 438,00	42 955 329,00
(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		

6.2.5 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), du shekel (ILS) 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 inférieures à 12 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 (celle-ci ayant été remboursée en totalité à fin décembre 2024).

La construction de l'immeuble Valin, achevée en février 2010, a également été financée par un crédit-bail d'une durée de 23 ans¹⁰⁴ porté par la SCI Valin dont le capital restant dû au 31 décembre 2024 est de 17 M€.

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 2024 est de 7,3 M€.

France Télévisions s'est vue octroyer également en 2020 par l'Etat français via l'Agence France Trésor une avance à long terme de 70 M€ portant intérêt à taux fixe et remboursée en totalité en décembre 2024.

Enfin, la société V STUDIO Immo filiale de France.tv studio s'est vue octroyer au printemps 2024, dans le cadre du projet France 2030 et de la construction d'un nouvel ensemble de studios à Vendargues, un prêt immobilier de 15,5 M€ à taux variable d'une durée de 17 ans. Ce prêt n'est pas encore tiré au 31 décembre 2024.

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) qui sont conclues avec des contreparties de premier rang. 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) qui 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 2024, le groupe disposait de 260 M€ de lignes de crédit bilatérales confirmées à échéance au 30 juin 2025, tirées à hauteur de 37,9 M€ à cette date.

¹⁰⁴ L'échéance finale de la dette est le 1^{er} avril 2033

6.2.6 Prêts interentreprises

Néant

6.2.7 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 un crédit d'impôts recherche non significatif sur l'exercice 2024.

6.2.8 Affectation du résultat

Nous vous proposons d'affecter le résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2024 de France Télévisions SA qui se traduit par un bénéfice de 7 475 003 € en totalité en report à nouveau.

Le compte Report à nouveau débiteur serait ainsi porté de moins 445 942 789 € à moins 438 467 786 €. 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 101 483 €, correspondant à des dépenses non déductibles fiscalement.

6.2.9 Niveau des capitaux propres

Au 31 décembre 2024, les capitaux propres sociaux de France Télévisions SA s'élèvent à 179,3 M€ pour un capital social de 424,7 M€, à savoir des capitaux propres sociaux correspondant à 42,2 % du capital social. Les capitaux propres de France Télévisions SA sont devenus inférieurs à la moitié du capital social au 31 décembre 2021. Conformément aux dispositions légales en vigueur, la société dispose d'un délai jusqu'à la clôture de l'exercice au 31 décembre 2026 pour procéder à la régularisation de sa situation financière, soit via reconstitution de ses capitaux propres, soit via la réduction de son capital social.

6.3 Résultats des filiales et participations du groupe

6.3.1 Cinéma

6.3.1.1 France 2 Cinéma

En 2024, France 2 Cinéma, poursuivant sa politique de qualité et de diversité, a comptabilisé 15,4 millions d'entrées, avec 35 films sortis, dont trois films dépassant le million d'entrées : *L'amour ouf* de Gilles Lellouche (plus de 4,8 millions d'entrées), *En fanfare* d'Emmanuel Courcol (plus de 1,6 million d'entrées) et *Emilia Perez* de Jacques Audiard (près de 1,1 million d'entrées). *L'amour ouf* se place en troisième place du box-office français de 2024 et

cinquième du box-office 2024 toutes nationalités confondues. La part de marché de France 2 Cinéma pour le cinéma français en 2024 représente près de 19,2 %.

Les films coproduits par France 2 Cinéma ont été nominés 41 fois à la 49ème Cérémonie des César et ont reçu treize prix dont le Meilleur film, la Meilleure réalisation, le Meilleur scénario et Meilleure actrice pour *Anatomie d'une chute* de Justine Triet et Meilleurs effets visuels, Meilleure musique et Meilleurs costumes pour *Le règne animal* de Thomas Cailley.

Anatomie d'une chute a continué de briller à l'international en 2024, décrochant l'Oscar du Meilleur scénario, deux Golden Globes et un BAFTA.

Les coproductions de France 2 Cinéma ont notamment été sélectionnées aux :

- Festival de Cannes avec dix films sélectionnés dont quatre en Compétition officielle (*Emilia Perez* de Jacques Audiard, *Marcello Mio* de Christophe Honoré, *L'amour ouf* de Gilles Lellouche et *Diamant Brut* d'Agathe Riedinger). *Emilia Perez* y a reçu le Prix du Jury et le Prix d'interprétations féminines ;
- Festival de San Sebastian avec *Quand vient l'automne* de François Ozon qui a remporté le prix du Meilleur scénario et Concha d'argent du meilleur second rôle, et *En fanfare* qui y a reçu le Prix du Public.

Emilia Perez a été choisi pour représenter la France lors des Oscar 2025.

Dix-neuf coproductions inédites de France 2 Cinéma ont été diffusées en prime sur France 2 ou France 3 sur 2024. Diffusé en hommage à Michel Blanc, le film *Je vous trouve très beau* (coproduction 2005) réalise par ailleurs la meilleure part d'audience cinéma de la chaîne France 2, toutes nationalités confondues, réunissant plus de 5,3 millions de téléspectateurs (28,7 % de part d'audience).

En 2024, l'obligation d'investissements de France 2 Cinéma s'est élevée à 37,6 M€, répartis entre la part producteur (15,1 M€) et la part antenne (22,5 M€, incluant la télévision de rattrapage). À la suite de l'entrée en vigueur de l'accord cinéma interprofessionnel du 17 mai 2024, les investissements ont été soumis à une nouvelle répartition, fixant un plafond de 37,5 % pour la part producteur et un minimum de 62,5 % pour la part antenne. Durant l'exercice, la filiale a coproduit 31 films (pour un total de 37 diffusions), dont huit premiers films, huit seconds films et un documentaire. France 2 Cinéma a soutenu les films de neuf réalisatrices malgré une offre de projets largement inférieure à celle de leurs homologues masculins.

Le portefeuille de la société comprend à ce jour 1 220 longs métrages.

Les recettes d'exploitation des films s'établissent en 2024 à 5,3 M€.

6.3.1.2 France 3 Cinéma

Les 31 films coproduits par France 3 Cinéma sortis en salles en 2024 ont totalisé 7,1 millions d'entrées.

Six films ont réalisé plus de 400 000 entrées : *Louise Violet* (647 700 entrées¹⁰⁵), *Vingt Dieux* (611 500 entrées¹⁰⁶), *N'avoue jamais* (591 400 entrées), *La plus précieuse des marchandises* (505 600 entrées¹⁰⁷), *Daaaaali !* (485 900 entrées), *Pas de vagues* (417 600 entrées).

Cette année encore, les coproductions France 3 Cinéma ont été largement remarquées en festivals avec trois César (dont meilleur film d'animation pour *Linda veut du poulet*, couronné de la même récompense aux Lumières de la presse internationale). Un Volpi du meilleur acteur à la Mostra de Venise (Vincent Lindon dans *Jouer avec le feu*). Le Prix Coup de cœur du jury à l'Alpe d'Huez pour *Bis Repetita*. Sept sélections toutes sections confondues au Festival de Cannes (notamment *Limonov*, *La balade* et *La plus précieuse des marchandises* en Compétition officielle, *Animale* à La semaine de la Critique et *Vingt Dieux* à Un certain regard qui remporte le prix de la Jeunesse). Le Prix du Meilleur réalisateur au Cartoon Movie attribué à Jérémie Perin pour *Mars Express*. Deux films sélectionnés à Locarno (*Mexico 86* et *Sauvages*).

33 diffusions de parts antenne de France 3 Cinéma ont eu lieu sur l'exercice, parmi lesquelles 20 diffusions sur les 26 diffusions des parts antennes des films hors d'animation, soit près de 77%, ont été programmées en prime time sur les antennes de France Télévisions.

De beaux scores d'audiences pour les coproductions France 3 Cinéma diffusées sur France 2 : *Permis de construire* : 22 % de part d'audience (soit 4,6 millions de téléspectateurs), *Le Test* : 19,3 % de part d'audience (soit 4,1 millions de téléspectateurs). *Délicieux* signe la meilleure audience cinéma de France 3 sur l'année 2024 avec 2,8 millions de téléspectateurs suivi de *La fine fleur* (2,7 millions de téléspectateurs).

En matière d'investissements en coproductions, le volume des engagements 2024 est de 23,9 M€, répartis à hauteur de 9,5 M€ en parts coproducteurs et de 14,4 M€ en parts antennes incluant la télévision de rattrapage et l'acquisition de droits AVOD, permettant ainsi à la filiale de coproduire 26 films. Dans un objectif de diversité, France 3 Cinéma a soutenu 15 premiers et seconds films (soit plus de la moitié de ses engagements), un film documentaire et trois films d'animation et s'est engagée auprès de 34 producteurs et 18 distributeurs différents.

Le portefeuille de la société comprend 1 048 films à fin 2024.

Les recettes d'exploitation des films s'établissent à 3 M€ sur l'année 2024.

6.3.2 [Production](#)

6.3.2.1 [France.tv studio](#)

Le chiffre d'affaires global de la société s'élève en 2024 à 113,7 M€ contre 111,1 M€ sur l'exercice précédent, soit une légère hausse de 2,3 %.

¹⁰⁵ En cours d'exploitation

¹⁰⁶ En cours d'exploitation

¹⁰⁷ En cours d'exploitation

Le résultat d'exploitation s'élève à -3,4 M€ en contributif au résultat consolidé groupe (contre -8 M€ en 2023).

Le résultat net social atteint 1,1 M€ en 2024 contre 3 M€ en 2023. En lien avec l'activité fictions, les crédits d'impôt audiovisuels contribuent au résultat net à hauteur de 9,5 M€ en 2024 (contre 10,8 M€ en 2023).

En 2024, l'activité de la société France.tv studio se décompose de la façon suivante :

- Production audiovisuelle (86 % du chiffre d'affaires) : France.tv studio intervient, selon les cas, en production déléguée ou en production exécutive. En 2024, France.tv studio a produit principalement des fictions dont le feuilleton quotidien *Un Si Grand Soleil*, la fin de la saison 1 de la série *Deter*, les épisodes 31 et 32 de la collection *Alex Hugo...*, des documentaires : *Le monde de Jamy*, *Dans les yeux d'Olivier*, *Affaires sensibles*, *Thalassa ...*, des magazines, dont les programmes quotidiens *Télématin* et *Aux jeux citoyens*, *Culture box*, *C'est toujours pas sorcier*, ... ou encore des événements tels que *Le Téléthon*, *La Fête de la musique*. A noter également la reprise des bandes annonces pour France Télévisions depuis mi-juin 2024, d'autres programmes dans le cadre des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, ainsi que des plateaux et des habillages totalisant 1 482 heures de programmes (en augmentation par rapport à 2023 qui totalisait 1 429 heures).
- Sous-titrage pour sourds et malentendants (12 % du chiffre d'affaires) : à fin 2024, 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 2024 est en progression de 9% par rapport à 2023 (13,5 M€ contre 12,4 M€), ce qui est principalement lié au sous-titrage en direct durant les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024.
Cette activité représente environ 21 464 heures sous-titrées en 2024 (dont 5 960 heures hors groupe) contre 19 830 heures en 2023 (dont 5 885 heures hors groupe).
- Multilingue (2 % du chiffre d'affaires) : cette activité, regroupant le doublage, l'audiodescription et le sous-titrage multilingue (en langue étrangère ou en français), est constituée à environ 69 % de clients hors groupe. Le chiffre d'affaires 2024 est en forte progression de 21 % par rapport à 2023, passant de 2,2 M€ à 2,7 M€, et ce grâce à la conquête de nouveaux clients.

6.3.2.2 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.

L'année 2024 se termine avec un chiffre d'affaires en baisse de 22 % se portant à 3,5 M€ contre 4,5 M€ en 2023. Ainsi, ont été livrés les captations *Justice*, des magazines tels que

Feuilleton 13h15, Samedi et Dimanche 13h15 et 20h30, Chasseurs d'images et Envoyé spécial, ou encore les plateaux Affaires sensibles.

En 2024, la société France.tv presse affiche un résultat net de près de 0,1 M€ contre 0,2 M€ en 2023.

6.3.2.3 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.

Depuis juillet 2023 la société Les Tontons Truqueurs est filiale à 100% de France.tv studio, qui détenait déjà 85% du capital depuis avril 2021.

Son chiffre d'affaires a progressé de 31 % par rapport à 2023 (passant de 1,7 M€ à 2,3 M€), notamment grâce à l'augmentation de la fabrication de décors virtuels (vs les tournages extérieurs), le début de la commercialisation des murs LED et également au développement de l'activité hors groupe qui représente 16 % du chiffre d'affaires.

Le résultat net est à l'équilibre (idem 2023).

6.3.2.4 Dwarf Entertainment

Dwarf Entertainment est une société qui existe depuis 2018 et dont France.tv studio détient 63% du capital social depuis le 15 mars 2023.

Elle détient 100% de ses deux filiales Dwarf Animation Studio et Dwarf Technology.

Holding du groupe Dwarf, elle porte la direction et le département finance-comptabilité du groupe, assurant le support de l'ensemble des trois entités qui le composent sur ces fonctions.

Son chiffre d'affaires baisse en 2024 (-12 % vs 2023), ce qui résulte principalement de la sous-activité de sa filiale Dwarf Animation Studio ayant entraîné une réduction des managements fees refacturés. La société n'a, en effet, pas de recettes externes.

Son résultat d'exploitation 2024 est déficitaire à -0,3 M€ (contre -0,4 M€ en 2023) du fait de sa sous-activité. La baisse d'activité est partiellement compensée par une baisse de la masse salariale (éléments variables liés à la cession en 2023) et l'absence de dépréciations d'actifs sur 2024 (dépréciation de projets dont le développement a été abandonné en 2023).

6.3.2.5 Dwarf Animation Studio

Dwarf Animation Studio est une société qui existe depuis 2010 et dont France.tv studio détient 63 % du capital social depuis le 15 mars 2023.

Elle est spécialisée dans la production exécutive de programmes d'animation en 3D CGI¹⁰⁸ (longs-métrages et séries).

Après un fort ralentissement de son marché en 2023 (gel puis réduction des commandes des plateformes US), le chiffre d'affaires progresse en 2024 (+10 % vs 2023), porté essentiellement par la production de la saison 6 de Ladybug.

Dwarf Animation Studio poursuit le recentrage de son activité sur le marché français et européen (Ladybug saison 7 à venir et projets de long-métrages en cours de discussion pour 2025).

Le niveau d'activité reste encore insuffisant pour atteindre le point mort. La sous-activité 2024, combinée à un résultat exceptionnel de +0,4 M€ (subvention CNC « Choc de modernisation ») et un résultat financier de près de -0,1 M€, entraîne un résultat net 2024 déficitaire à hauteur de -0,8 M€. La perte est néanmoins en forte réduction par rapport à 2023 (-1,8 M€).

6.3.2.6 Dwarf Technology

Dwarf Technology est une société qui existe depuis 2019 et dont France.tv studio détient 63% du capital social depuis le 15 mars 2023.

Société sans activité à ce jour, elle a été créée pour porter de futurs projets de développement R&D dans une entité séparée des autres sociétés du groupe. Son résultat net 2024 est à l'équilibre (idem 2023).

6.3.2.7 V Studios Immo

V Studios Immo est une SCI créée en février 2024 et dont France.tv studio détient 99,99 % du capital social et France Télévisions Gestion Immobilière les 0,01 % restant.

Faisant partie des lauréats France 2030, elle a vocation à porter de nouveaux studios de tournage près de Vendargues, dont la construction a démarré en novembre 2024.

Pour l'exercice 2024, cette société ne génère pas encore de chiffre d'affaires et termine avec un résultat net à l'équilibre.

¹⁰⁸ Les effets spéciaux numériques désignés par l'acronyme CGI (de l'anglais computer-generated imagery), correspondent à des effets spéciaux cinématographiques à base de programmes informatiques d'animation et d'images de synthèse

6.3.3 Publicité

6.3.3.1 France Télévisions Publicité

France Télévisions Publicité commercialise les espaces publicitaires de France 2, France 3, France 4, France 5, franceinfo, de chaînes thématiques extérieures à France Télévisions, de chaînes internationales et de sites internet.

En 2024, le remplissage des écrans publicitaires des chaînes France 2, France 3 et France 5 se situe à un niveau très élevé. 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 régions pour favoriser la négociation et générer des économies, mais également, essentiellement après 20 heures, pour rechercher la puissance des écrans. Ainsi en 2024, la part des investissements après 20 heures était de 54 % contre 50 % en 2013, ce qui impacte défavorablement les recettes publicitaires du groupe.

Dans un contexte économique et géopolitique difficile, le marché de la publicité TTV a cependant progressé de 4,1 % vs 2023 en France, porté par les Jeux Olympiques et Paralympiques et l'euro de football. Diffuseur officiel de Paris 2024, France Télévisions a vu ses recettes publicitaires progresser fortement en 2024, particulièrement sur le parrainage et le numérique.

Le chiffre d'affaires des services de télévision de France Télévisions a augmenté de 16,1 % par rapport à 2023. Le chiffre d'affaires des sites et plateformes numériques de France Télévisions a affiché une croissance de 49,9 % vs 2023, dynamisé par les très bonnes audiences (monétisables internes) réalisées sur le numérique – notamment Roland Garros, JOP -, le développement du programmatique, de l'adswitching et les offres publicitaires JOP 2024.

La régie continue de déployer une politique volontariste de reprise de valeur et attire de nouveaux annonceurs en poursuivant sa stratégie d'innovation et d'optimisation des inventaires TV (offre Total Vidéo). La technologie est aujourd'hui au cœur de la performance publicitaire des marques, nécessitant un fort développement des alliances et partenariats.

Les recettes publicitaires globales de France Télévisions Publicité ont augmenté en 2024 de 19 %. Le chiffre d'affaires social 2024 s'élève à 498,6 M€ (vs 421,9 M€ en 2023) et le résultat d'exploitation contributif au résultat consolidé groupe s'établit à 16,8 M€ (vs 11,2 M€ en 2023).

Le résultat net social est bénéficiaire de 13,5 M€ (vs 8,9 M€ en 2023).

6.3.3.2 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 Publicité Conseil.

Dynamisé par la diffusion des jeux de Paris 2024, le chiffre d'affaires social de France Télévisions Publicité Conseil s'élève à un niveau record de 5,5 M€ en 2024 (vs 4,8 M€ en

2023), provenant essentiellement de productions de billboards, de programmes courts et de refacturations.

Le résultat d'exploitation contributif au résultat consolidé groupe est bénéficiaire de 0,8 M€ (vs 1 M€ en 2023).

6.3.3.3 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 diminué en 2024 dans un contexte difficile : émeutes en Nouvelle Calédonie, mouvements sociaux aux Antilles et cyclone à Mayotte.

Le chiffre d'affaires social 2024 de France Télévisions Publicité Inter-Océans s'est élevé à 19,1 M€ en 2024 vs 19,6 M€ en 2023.

France Télévisions Publicité Inter-Océans affiche un résultat d'exploitation contributif au résultat consolidé groupe en bénéfice de 0,4 M€ (vs 0,7 M€ en 2023).

6.3.4 Edition

6.3.4.1 France Télévisions SVOD

Du fait de la liquidation, en 2024, des deux sociétés SALTO et SALTO Gestion portées par France Télévisions SVOD, il est prévu une transmission universelle de patrimoine (TUP) de France Télévisions SVOD au profit de France Télévisions en 2025.

6.3.4.2 SALTO et SALTO Gestion

Après l'arrêt de l'activité de Salto au 31 mars 2023, le processus de liquidation des deux sociétés SALTO et SALTO gestion a été achevé en décembre 2024.

6.3.4.3 Arte France

ARTE, chaîne culturelle franco-allemande à vocation européenne, a enregistré en 2024 de très bons résultats, preuve de l'adhésion du public à sa stratégie de développement d'un bouquet d'offres diversifiées, au plus près des usages (antenne, offre numérique propriétaire et chaînes sociales) et des territoires, dans les langues maternelles de la grande majorité des populations européennes. ARTE France est le pôle français de cette chaîne, qui compte également un pôle allemand et une filiale (GEIE) commune aux deux pôles.

En 2024 :

- La dotation publique pour ARTE France s'est élevée à 293,2 M€, soit une hausse de 3,3 % par rapport à 2023. S'y ajoutent 1,75 M€ au titre de la compensation de la taxe sur les salaires.
- Les programmes demeurent un axe stratégique prioritaire et les investissements d'ARTE France s'établissent à 158,3 M€ (plan de production et d'achats), ce qui représente une hausse de 6,7 M€ par rapport à 2023. ARTE France continue de privilégier la production d'œuvres de création originale européenne dans les domaines du cinéma, de la fiction, des documentaires et des spectacles.
- Les audiences antenne d'ARTE consolident les performances historiquement élevées réalisées les deux années passées, avec 3 % de part d'audience en France et 1,3 % en Allemagne. Le numérique continue quant à lui d'attirer un public de plus en plus nombreux, avec environ 185,3 millions de vidéos vues (hors reels) en moyenne chaque mois sur l'année 2024, stable par rapport à l'année passée.
- 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 audiovisuels, cinéma, numériques, 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 entretient par ailleurs une réelle 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 présente 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 se matérialise en outre par la forte progression de son offre européenne en quatre langues additionnelles (espagnol, anglais, italien, polonais) de +10 % par rapport à 2023 toutes plateformes confondues, soit un total de près de 110 millions de vues.

6.3.4.4 TV5 Monde

A la demande de l'État, 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. En janvier 2022, la société anonyme TV5MONDE SA est devenue une SAS notamment pour intégration dans de bonnes conditions de son nouvel actionnaire monégasque. Depuis lors les actions de France Télévisions représentent 46,42 % du capital.

Créée en 1984, TV5MONDE est l'un des plus grands réseaux mondiaux de télévision. Ses huit chaînes généralistes régionalisées francophones sont distribuées dans plus de 200 pays et

territoires dans le monde auprès de plus de 437 millions de foyers effectivement raccordés (+6 millions vs 2023), et portées dans des offres spécifiques d'opérateurs au travers de 480 millions d'abonnements mobiles dans le monde, majoritairement en Asie. Ses deux chaînes thématiques (TiVi5MONDE la chaîne jeunesse et TV5MONDE Style, la chaîne Art de Vivre) sont présentes dans 79 millions de foyers aux côtés d'une des généralistes.

TV5MONDE diffuse le meilleur des programmes de l'audiovisuel francophone, sous-titrés en 11 langues, associant les radiodiffuseurs publics de six pays : la France, la Suisse, le Canada, le Québec, la Fédération Wallonie-Bruxelles et Monaco. TV5MONDE fait rayonner les programmes de ses partenaires partout dans le monde et diffuse aussi des productions propres et des programmes acquis dans le paysage audiovisuel francophone.

Son audience hebdomadaire est de plus de 62 millions de téléspectateurs par semaine notamment en Afrique (mesurée seulement sur 25 pays, soit 40 % de la distribution), et près de 40 millions de vidéos sont vues chaque mois dans les offres numériques.

2024 est la dernière 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, plateforme gratuite, francophone et mondiale lancée fin 2020, avec un catalogue de plus de 6 000 heures à fin 2024, 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 2024, la plateforme comptabilise 43,3 millions de visites (+22 % vs 2023) et 21 millions de vidéos démarrées (+11% vs 2023). Si la durée moyenne de visionnage est stable à 19 minutes, le nombre de clients qui choisissent de s'authentifier est en nette croissance à 5,7 %.

Valeur fondamentale de TV5MONDE, le développement durable passe par la sensibilisation des publics aux enjeux environnementaux avec le label « chaîne de la planète » pour tous les programmes dont le sujet principal est lié au développement durable qui recense 3 148 heures diffusées en 2024 (+40 % depuis le début du plan). Par ailleurs, TV5MONDE a confié à Greenly la mesure de son empreinte carbone complète, soit intégrant les émissions de carbone des publics qui regardent ce qui représente 93 % du bilan. Pour les 7 % restants (12,3 kilotonnes de CO₂ en 2023), qui dépendent de TV5MONDE, elles sont en baisse notamment grâce à plus de 10 % d'économie sur la consommation électrique.

L'équilibre budgétaire est de nouveau atteint en 2024.

6.3.4.5 Partenariat avec le groupe Canal+ : Planète+ Crime

France Télévisions a cédé, le 5 juillet 2024, sa participation représentant 34% du capital et des droits de vote de la société Planète+ Crime à Canal+ Thématiques Sport.

Cette société, qui était détenue à 66 % par le groupe Canal+ et à 34 % par France Télévisions, produisait initialement le signal des chaînes Planète+ Thalassa et Planète+ Crime éditées et commercialisées par la SAS Canal+ Thématiques. Depuis le 1er janvier 2016, la société

assurait la production de la seule chaîne Planète+ Crime qui comptait 5,8 millions d'abonnés en France fin 2023 (satellite, câble et ADSL).

6.3.5 Multiplex

6.3.5.1 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 évènements majeurs sont, en 2024 :

- Un nouveau paysage audiovisuel de la TNT avec :
 - o La non-reconduction des autorisations d'émettre de C8 (Groupe Canal+) et NRJ 12 (Groupe NRJ) et l'autorisation de deux nouvelles chaînes gratuites qui commenceront à émettre en 2025 ;
 - o La restitution par le groupe Canal+ des fréquences TNT de ses chaînes payantes qui va libérer un multiplex (R3) à l'exception de Paris Première (groupe M6). Certains éditeurs ont exprimé des marques d'intérêt auprès de l'ARCOM pour reprendre les ressources libérées afin de faire de l'UHD. Les chaînes de Canal+ s'arrêteront en juin 2025 ;
 - o Une nouvelle numérotation des chaînes de la TNT avec France 4 qui passera en 4 et un bloc des chaînes d'info dont France info en 16. GR1 accompagnera ses évolutions avec notamment les évolutions techniques liées aux changements de numérotation ;
 - o Le rachat d'Altice Média par le groupe CMA CGM qui a conduit à la restitution des fréquences des télé locales BFM Alsace et BFM Paris compte tenu de la réglementation relative à la cession de sociétés titulaires d'autorisation d'émettre. Après nouvel appel à candidatures de l'ARCOM portant sur la ressource ainsi libérée, les nouvelles autorisations ont été délivrées par l'ARCOM le 19 décembre 2024 à BFM Alsace et BFM Lyon et les chaînes ont été redémarrées par GR1 à cette même date.
- Les mises en concurrence : 291 émetteurs du réseau R1 ont été remis en concurrence en 2024 ;
- Les marchés du transport secours GR1 et de la tête de réseau sont en cours de renouvellement. Un important travail de sourcing a été entrepris pour bien comprendre les évolutions technologiques liées à ces prestations. Les nouveaux marchés vont être attribués en 2025 ;
- La poursuite des adaptations du réseau de diffusion pour faciliter la diffusion des matinales France 3 / France Bleu. Six nouvelles matinales ont été ouvertes en 2024 dont celles de France Bleu Gascogne sur un nouvel émetteur au Pic du Midi dont la

puissance sera augmentée en 2025 pour assurer une meilleure desserte de la zone de couverture en particulier dans les Landes.

En 2024, le chiffre d'affaires social s'élève 34 M€ (vs 33,7 M€ en 2023) et le résultat d'exploitation contributif au résultat consolidé groupe s'élève à 0,7 M€ (vs 0,5 M€ en 2022).

6.3.5.2 GR UHD1

La société GR UHD1 a été créée en octobre 2023 pour assurer la gestion du réseau UHD "R9" après autorisation délivrée par l'ARCOM.

GRUHD1 diffuse France 2 en UHD de manière pérenne depuis le 11 janvier 2024 et a diffusé en UHD M6 pendant l'Euro 2024 et France 3 pendant les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024.

Un réseau de 210 émetteurs couvrant 74 % de la population française a été mis en service avant le début des JOP.

Compte tenu de contraintes budgétaires de France télévisions qui n'ont été connues qu'en fin d'année 2024, GR1 a résilié quelques émetteurs pour permettre à France Télévisions de faire des économies sur les coûts de diffusion UHD.

Compte tenu des marques d'intérêt de certains éditeurs pour diffuser en UHD sur la TNT (cf ci-dessus), GRUHD 1 pourrait être amenée à accueillir de nouvelles chaînes au sein du multiplex et à les diffuser en UHD. Des adaptations de la tête de réseau, du réseau de transport et du réseau de diffusion seraient alors nécessaires.

6.3.5.3 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 1^{ère} 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 événements majeurs dans la vie du réseau ROM1 à l'Outre-mer en 2024 sont :

- Les télévisions locales privées et associatives : la situation financière de ces télévisions reste très fragile ;
- À la suite de la notification du marché de diffusion sur les neuf zones ultramarines en 2023 à la société TDF, 2024 a été consacrée à la réalisation des recettes sur la plupart des géographies ;
- L'ARCOM a autorisé en 2023 la diffusion de France 2 en UHD et de France 3 en UHD (pour cette dernière uniquement pendant la période des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024) sur les zones ultramarines de Guadeloupe, Martinique,

Guyane, Mayotte, Réunion, Nouvelle Calédonie, Polynésie, Wallis et Futuna et Saint Pierre et Miquelon. L'ARCOM a également autorisé début 2024 la société ROM1 à être l'opérateur de multiplex des programmes UHD de France Télévisions, France 2 et France 3. L'ensemble des sites ont été démarré sur le premier et le deuxième trimestre 2024, et les téléspectateurs ultramarins ont pu bénéficier des images et du son UHD des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 ;

- Les événements en Nouvelle Calédonie : la montée des tensions en Nouvelle Calédonie a donné lieu à de multiples dégradations. Fort heureusement, le réseau de ROM1 n'a pas été impacté et la diffusion des programmes a pu se poursuivre sans perturbations ;
- Le cyclone Chido à Mayotte. Le 14 décembre 2024, la cyclone Chido a ravagé l'île de Mayotte. L'ensemble des réseaux TV, Radio, Télécom ont été hors service. Grâce à une mobilisation sans précédent des équipes de France Télévisions et de TDF, le prestataire de diffusion de ROM1 à Mayotte, les réseaux ont pu être remis en service assez rapidement (quelques jours pour la plupart des sites) malgré de gros dégâts sur les infrastructures où trois gros pylônes ont été cassés.

En 2024 le chiffre d'affaires social est de 19,2 M€ (vs 18,7 M€ en 2023). Le résultat d'exploitation contributif au résultat consolidé groupe est positif à 1,7 M€ (vs 0,6 M€ 2023).

6.3.6 Diversification

6.3.6.1 France Télévisions Distribution

L'unité de diversification du groupe France Télévisions a pour objectif de maximiser le développement de ressources propres du groupe via la vente de programmes, le développement de partenariats autour de spectacles vivants et d'expositions, la création de produits dérivés, l'édition musicale, etc. France Télévisions Distribution travaille avec les producteurs et avec France Télévisions afin de trouver chaque jour la meilleure façon de faire vivre et de rentabiliser leurs programmes au-delà des diffusions d'antennes du groupe.

La filiale a réalisé en 2024 un chiffre d'affaires de 61,1 M€ (vs 61,4 M€ en 2023), un résultat d'exploitation en contributif groupe de 6,5 M€ (vs 6,9 M€ en 2023) et un résultat net social de 5,7 M€, en baisse de 0,2 M€ par rapport à celui de 2023.

Son activité 2024 a été marquée par une complexification des marchés de la distribution internationale et de la licence. De nouvelles règles d'accès aux mandats de ventes (distribution) plus restrictives pour la filiale et le fort recul des préventes internationales grèvent également son chiffre.

Dans ce contexte, la filiale a tenté de tirer son épingle du jeu sur ses différents métiers :

- La Distribution de droits à l'international réalise un chiffre d'affaires de 21 M€ en baisse de 12 % et représente 36 % du chiffre d'affaires total de la filiale. Pour rappel, ce pôle rassemble les activités de commercialisation des droits linéaires et non linéaires sur les marchés français et internationaux pour tous les genres (cinéma, fiction, animation, documentaires, droits de formats ou « remakes »).

En 2024, le chiffre d'affaires du pôle reste largement porté par les fictions et notamment par les séries historiques de l'antenne (*Capitaine Marleau*, *Astrid et Raphaëlle*, *Alex Hugo*).

- Le pôle Divertissements enregistre en 2024 une croissance de son activité avec une progression de 11 % par rapport à 2023, en particulier sur les recettes des Jeux antennes et grâce à la coproduction de spectacles vivants prestigieux, tel que *West Side Story* ou *Les Misérables (Théâtre du Châtelet)*. L'édition musicale (notamment via la librairie musicale créée par la filiale) connaît également une progression notable de 40 % et porte son chiffre d'affaires à 3,2 M€.
- Les revenus issus des parts de coproductions et droits à recettes de France Télévisions sont en progression de 26 % grâce à une accélération de la collecte en 2024.
- Le pôle Vidéo (physique et numérique), ancien cœur de métier de France Télévisions Distribution, continue d'enregistrer une baisse de son activité (-6 % sur la Vidéo physique et la TVOD), moins forte que la baisse du marché. L'AVOD progresse quant à elle de 4 %.
- Le pôle des Droits Dérivés (Licences) réussit à se maintenir, dans un contexte de marché difficile avec un secteur du jouet en baisse de 5 %, grâce au succès de la licence *Bluey (BBC Studios)*. Les coéditions avec la presse sont en retrait de 30 %.

6.3.6.2 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.

Parmi les faits marquants de l'année 2024, on note principalement :

- Le lancement, au 1^{er} janvier, de la mesure de l'audience de la télévision sur tous les écrans digitaux à domicile. Cette évolution majeure se traduit par :
 - l'intégration des écrans internet à domicile dans la référence Médiamat
 - l'extension de l'univers de référence du Médiamat à la population France entière.
- En septembre, la prise en compte du preview par programme de télévision dans le Médiamat, mesure de référence TV.
- La poursuite des développements de la mesure éditoriale du total vidéo afin de mesurer, en 2025, dans un premier temps, l'audience des principales plateformes de streaming vidéo et, dans un second temps, d'intégrer l'audience des contenus vidéos de ces plateformes.
- La poursuite des travaux sur les mesures Cross Média Publicitaires afin de proposer au marché une mesure dédoublée des campagnes TV et digitales sur la base

d'indicateurs comparables. Ces travaux concernent, d'une part, la mesure TV et CTV avec des premières mesures automatiques des campagnes publicitaires et déduplication depuis juin et, d'autre part, la mesure Cross Vidéo Pub sur tous les écrans.

- L'évolution des dispositifs des mesures vidéo sur internet avec pour ambition d'élaborer une nouvelle offre en 2025 qui viendra compléter la mesure du total Vidéo à travers Vidéo Census Data et Vidéo Census Marché.

6.3.7 Immobilier et services

6.3.7.1 Société Civile Immobilière France Télévisions (SCI)

En 2024, l'activité de la SCI France Télévisions consiste en la gérance de la Maison France télévisions dont elle est propriétaire et qu'elle loue à France Télévisions.

Sur cet exercice, le chiffre d'affaires social s'élève à 28 M€.

6.3.7.2 Société Civile Immobilière Valin (SCI)

La SCI Valin est crédit-preneur de l'immeuble Valin loué à France Télévisions depuis 2011. Le bail en cours a pris effet le 1^{er} avril 2019 pour une durée de neuf années.

Pour 2024, le chiffre d'affaires social s'élève à 4,2 M€.

6.3.7.3 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, et qui est loué à France Télévisions Publicité.

Les comptes de l'exercice 2024 de la société France Télévisions Gestion Immobilière affichent un chiffre d'affaires social de 2 M€.

6.4 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.

6.5 Evénements intervenus depuis la clôture de l'exercice

La Loi de Finances 2025 a acté, en février 2025, une diminution de 25,8 M€ des ressources publiques 2025 de France Télévisions, passant d'un montant de 2 531,6 M€ à 2 505,8 M€.

Ce retrait des ressources a pour conséquence une dégradation du résultat d'exploitation budgété en 2025. Il s'établit désormais à -72,4 M€ ; le résultat net s'établit quant à lui à -64,3 M€.

6.6 Evolution prévisible de la situation du groupe et perspectives d'avenir

Le Conseil d'Administration de France Télévisions a approuvé, le 18 décembre 2024, le budget 2025 qui préserve les missions de l'entreprise dans un contexte de baisse des ressources. Construit à partir du niveau de concours publics du projet de loi de finances antérieur à la censure du gouvernement et en attente de la loi de finances pour 2025, le budget 2025 de France Télévisions s'établit sur une trajectoire économique très contrainte :

- Avant impact de la Loi de Finances 2025, les ressources publiques prévisionnelles sont en diminution de 86 M€ par rapport à la trajectoire prévue par le projet de Contrat d'objectifs et de moyens 2024-2028 de l'entreprise, tel que discuté entre l'Etat et France Télévisions au cours du troisième trimestre 2024. Le chiffre d'affaires prévisionnel 2025 du groupe devrait également connaître une diminution des ressources propres de l'entreprise, après une année marquée par un niveau exceptionnel de recettes publicitaires grâce aux Jeux de Paris 2024 ;
- En outre, le groupe devra faire face à l'évolution naturelle de ses charges et glissements liés aux indexations diverses et à l'inflation.

Dans ce contexte, France Télévisions poursuivra en 2025 une politique de gestion rigoureuse de ses ressources, avec des arbitrages exigeants concernant le niveau de ses effectifs et la maîtrise de sa masse salariale, les dépenses de programmes et les projets d'investissements. L'entreprise maintiendra dans le même temps ses grandes orientations stratégiques telles que définies dans le projet de COM en préservant ses missions essentielles d'information, de présence dans les territoires et de soutien à la création audiovisuelle et cinématographique.

En janvier 2025, l'ARCOM a acté l'évolution de la numérotation de la TNT. Cette décision prévoit deux changements de canaux pour des chaînes du groupe France Télévisions : dès le 6 juin 2025, France 4 occupera le canal 4 et franceinfo le canal 16. Le regroupement des quatre chaînes historiques (France 2, France 3, France 4 et France 5) en un bloc continu et cohérent du canal 2 au canal 5, offrira aux publics un accès simplifié à toute la diversité et à la complémentarité des offres du groupe. En outre, dans un contexte préoccupant de remise en question de l'accès à une information vérifiée sur les réseaux sociaux, le regroupement des chaînes d'information en continu en un bloc homogène valorisera le pluralisme et l'exigence de l'offre de la TNT. Au sein de ce bloc, repositionnée sur le canal 16, franceinfo poursuivra son engagement en faveur d'un traitement approfondi, vérifié et équilibré de l'actualité grâce à la mobilisation de l'ensemble de l'audiovisuel public.

Après le lancement de l'application commune ICI par France Bleu et France 3 il y a plus de trois ans et, en 2023, le passage sous pavillon ICI des éditions d'information de France 3 (ICI Matin, ICI 12/13 et ICI 19/20), la nouvelle marque "ICI Radio Tv Digital" devient, à partir du 6 janvier 2025, la marque de proximité de France Télévisions et Radio France. Cette

marque, dont le lancement est accompagné par une large campagne de communication déployée sur tout le territoire, permettra de renforcer la visibilité des offres de proximité des deux entreprises qui conservent leurs particularités et leurs orientations éditoriales, tout en renforçant leurs collaborations.

Dans le cadre du projet Campus, le premier semestre 2025 verra la poursuite et le quasi-achèvement du rapprochement de l'ensemble des équipes franciliennes du groupe, à travers de nouvelles étapes structurantes : d'une part, la régie France Télévisions Publicité et l'Université France Télévisions quitteront les sites de Boulogne et Linois pour s'installer entre le printemps et l'été dans l'immeuble Quadrans, aux côtés des filiales Francetv Studio et France Télévisions Distribution ; d'autre part, la Maison de France Télévisions accueillera en juin l'ensemble des équipes hexagonales du Pôle Outre-mer (aujourd'hui installées à Malakoff), à l'exception des équipes de diffusion dont l'emménagement est prévu au premier semestre 2026.

2025 est l'année de construction et de pré-commercialisation des deux premiers bâtiments du site V Studios à Vendargues, dont la livraison de la VEFA¹⁰⁹ et la mise en exploitation sont prévues début 2026, à l'issue de 14 mois de travaux. La phase de conception du projet a obtenu le label Bâtiment Durable Occitanie (BDO) Argent, label également visé en 2025 pour la phase de construction. Le projet vise à terme la double labellisation BDO Argent et BREEAM Very Good, dans le cadre de son fort engagement sur les sujets RSE.

7. 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

7.1 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.

Après examen des conventions conclues et autorisées au cours d'exercices antérieurs dont l'exécution a été poursuivie au cours de l'exercice social, le Conseil d'administration a décidé de maintenir toutes les autorisations données antérieurement, ces conventions répondant toujours aux critères qui avaient conduit le Conseil à donner initialement son accord à la conclusion de celles-ci.

¹⁰⁹ La VEFA (vente en l'état futur d'achèvement) et les financements correspondants sont portés par la SCI V Studios Immo, l'exploitation sera portée par la SAS V Studios, filiales de France.tv studio

7.2 Conventions relevant de l'article 47-6 de la loi 86-1067 du 30 septembre 1986

Le Conseil de France Télévisions a approuvé le Contrat d'objectifs et de moyens avec l'Etat pour la période de 2020 à 2022. Un avenant applicable en 2023 a été approuvé par le Conseil d'administration du 10 janvier 2023. Cet avenant a été remis en question en 2024 par la suppression d'une partie des concours publics inscrits dans le COM, pour un montant de 32,6 M€.

Ce contrat relate les objectifs stratégiques de France Télévisions sur la période.

8. ANNEXES

8.1 Liste des établissements

LISTE ETABLISSEMENTS SECONDAIRES DE FRANCE TELEVISIONS au 31/12/2024	SIRET	
BORDEAUX (33)	432766947	00282
BAYONNE (64)	432766947	00274
MONT DE MARSAN (40)	432766947	00266
PAU (64)	432766947	01884
PERIGUEUX (24)	432766947	00258
ESTILLAC / AGEN (47)	432766947	00035
DAX (40)	432766947	00381
DUON (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	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
VANDOEUVRE 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
SARREGUEMINES (57)	432766947	00415
STRASBOURG (67)	432766947	00613
MULHOUSE (68)	432766947	00027
MARSEILLE (13)	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

LISTE ETABLISSEMENTS SECONDAIRES DE FRANCE TELEVISIONS au 31/12/2024	SIRET	
ROUEN (76)	432766947	01686
CAEN (14)	432766947	00191
ALENCON (61)	432766947	01454
CHERBOURG OCTEVILLE (50)	432766947	01256
LE HAVRE (76)	432766947	01942
AVRANCHES (50)	432766947	00837
EVREUX (27)	432766947	01058
DIEPPE (76)	432766947	01959
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	01926
CHARTRES (28)	432766947	00357
CHATEAUROUX (36)	432766947	01934
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 15 (75)	432766947	01983
PARIS 15 (75)	432766947	01967
PARIS 15 (75)	432766947	01975
PARIS 15 (75)	432766947	01991
MELUN (77)	432766947	00324
BOIS D'ARCY (78)	432766947	01769
VERSAILLES (78)	432766947	01587
MALAKOFF (92)	432766947	01041
SAINT CLOUD (LE FRANAY) (92)	432766947	01736
BOBIGNY (93)	432766947	01306
BOBIGNY (93)	432766947	01900

LISTE ETABLISSEMENTS SECONDAIRES DE FRANCE TELEVISIONS au 31/12/2024	SIRET	
CERGY-LR-HAUT (95)	432766947	01892
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
TOULOUSE (31)	432766947	00704
PERPIGNAN (66)	432766947	01801
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	01918
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	01744
NOUVELLE CALEDONIE NOUMEA (98)	n° RIDET: 0 984 138.001	
NOUVELLE CALEDONIE POINDEMIÉ (98)	n° RIDET: 0 984 138.002	
NOUVELLE CALEDONIE KONE (98)	n° RIDET: 0 984 138.005	
NOUVELLE CALEDONIE LIFOU (98)	n° RIDET: 0 984 138.004	
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)	-	-

8.2 Mandats et fonctions des mandataires sociaux de France Télévisions

Mandats et Fonctions des mandataires sociaux de France Télévisions au cours de l'exercice 2024

BASTE-REGIS Karine Salariée France Télévisions	France Télévisions	SA	Administrateur représentant des salariés (+ Membre du comité stratégique)	
BAYLE Laurent	France Télévisions	SA	Administrateur indépendant nommé par le CSA (+ Président du comité des rémunérations)	
	Les musicales franco-russes de Toulouse		Président	
	C'est vous l'avenir	Fondation d'entreprise Société Générale	Membre	
	Erda	Association Loi 1901	Membre du conseil d'administration	
	La Biennale de Lyon	Association Loi 1901	Président	
	Art Explora	Fondation d'utilité publique	Membre du conseil d'administration	jusqu'au 10/12/2024
	Fondation Les Arts Florissants - William Christie	Fondation	Président du Conseil d'administration	à compter du 31/01/2024
BERNIS Valérie Administratrice indépendante	ATOS	Société européenne	Administrateur indépendant, Présidente du Comité RSE, Membre du comité des rémunérations	jusqu'au 02/01/2024
	AROP	SAS	Administrateur, secrétaire générale du conseil d'administration	
	CHAUVEAU SA	SA	Administrateur	
	France Télévisions	SA	Administrateur indépendant nommé par le CSA (+ Membre du Comité Stratégique - Présidente du Comité RSE - Membre du Comité des engagements)	jusqu'au 04/07/2024
	Lagardère	SA	Administrateur indépendant, membre du comité d'audit	
BORCHIO FONTIMP Alexandra Sénatrice des Alpes-Maritimes, Conseillère départementale des Alpes Maritimes, Membre de la commission de la culture, de l'éducation, de la communication et du sport au Sénat	France Télévisions	SA	Administrateur représentant le Sénat	
	Côte d'Azur France Tourisme	Association Loi 1901	Présidente	
	Fédération hospitalière de France Région PACA	Association Loi 1901	Vice-Présidente	
CALVEZ Céline Députée	France Télévisions	SA	Administrateur représentant l'assemblée nationale	jusqu'au 09/06/2024
DE PALMAS Alexandre Directeur exécutif de CARREFOUR France	France Télévisions	SA	Administrateur indépendant nommé par le CSA puis l'ARCOM (+ Président du comité d'audit et des comptes - Président du comité des engagements)	renouvelé le 19/12/2024
	CARREFOUR France	SAS	Président	
	Servicios Financieros Carrefour	Société étrangère (Espagne)	Président du Conseil d'administration et administrateur	jusqu'au 31/03/2024
de RINQUESEN Nathanaël Salarié France Télévisions	France Télévisions	SA	Administrateur représentant des salariés (+ Membre du comité stratégique - Membre du comité RSE)	

DESPORTES Marc-Henri Directeur Général Délégué de Worldline jusqu'au 30 septembre 2024 Directeur Général de Worldline à compter du 1er octobre 2024	France Télévisions	SA	Administrateur indépendant nommé par le CSA (+ Président du comité stratégique)	
	Worldline	SA (société cotée)	Directeur Général Délégué	jusqu'au 30/09/2024
	Worldline	SA (société cotée)	Directeur Général	à compter du 01/10/2024
	Worldline IGSA (anciennement dénommée Ingenico Group)	SA	Directeur Général	renouvelé le 29/10/2024
	Worldline IGSA (anciennement dénommée Ingenico Group)	SA	Administrateur	
	Worldline IGSA (anciennement dénommée Ingenico Group)	SA	Président du Conseil d'administration	à compter du 29/10/2024
	CAWL (Formerly Worldline Bidco 1)	SA	Directeur Général	jusqu'au 19/03/2024
	CAWL (Formerly Worldline Bidco 1)	SA	Administrateur	
	Twint	AG (société de droit suisse)	Administrateur	renouvelé le 07/04/2024
	Worldline IT Services UK	Limited (société de droit britannique)	Administrateur	jusqu'au 14/06/2024
	Worldline NV/SA	NV (société de droit belge)	Administrateur	
	Worldline Merchant Services Italia (anciennement dénommée Axepta)	S.p.A. (société de droit italien)	Président du Conseil d'administration	
	Worldline Australia Pty Ltd (anciennement dénommée Payment Acceptance Australia Pty Ltd)	Limited (société de droit australien)	Administrateur	
	Worldline PAYONE Holding (anciennement dénommée Ingenico PAYONE Holding)	Gesellschaft mit beschränkter Haftung - GmbH (société de droit allemand)	Membre du Comité des actionnaires	
	Worldline PAYONE Holding (anciennement dénommée Ingenico PAYONE Holding)	Gesellschaft mit beschränkter Haftung - GmbH (société de droit allemand)	Président du Comité des actionnaires	à compter du 01/10/2024
	EPI Company	SE (société de droit belge)	Administrateur (nomination faite sous condition suspensive de l'approbation du régulateur belge NBB)	à compter du 13/12/2024
ERNOTTE CUNCI Delphine Présidente Directrice Générale de France Télévisions	France Télévisions	SA	Présidente Directrice Générale - Représentante légale	
	Médiamétrie	SA	Représentante permanente de France Télévisions au Conseil d'administration	
	Arte France	SA à directoire	Représentante permanente de France Télévisions au Conseil de surveillance	renouvelé en 2024
	SCI Valin France Télévisions	SCI	Représentante légale de France Télévisions, Gérant	
	Centrale Supelec	EP à caractère scientifique, culturel et professionnel	Membre du Conseil d'administration	
	Centrale Supelec	EP à caractère scientifique, culturel et professionnel	Présidente du Conseil d'administration	
	TV5 Monde	SAS	Présidente du Conseil d'administration	
	Union Européenne de Radio- Télévision (UER)	Association des Radiodiffuseurs nationaux	Présidente de l'Union Européenne de Radio- Télévision (UER)	renouvelé en juillet 2024 à compter du 01/01/2025
	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	
	Vodafone Group Public Limited Company	Limited company (société de droit britannique)	Mandat d'administratrice non exécutif (+ membre du comité des rémunérations)	
	Académie des technologies	Etablissement public	Membre titulaire	
	Le Siècle	Association Loi 1901	Membre du conseil d'administration	
FERRAND Carole Directrice stratégie et développement de Motier à compter du 1er septembre 2024	France Télévisions	SA	Administrateur indépendant nommé par l'ARCOM (+ Membre du Comité des engagements)	à compter du 01/08/2024
	SANOFI	SA	Administrateur indépendant, Présidente du Comité d'audit (depuis le 30/04/2024)	
	TERRA NOVA	Association Loi 1901	Présidente d'honneur et administrateur	

GAUQUELIN Gustave Secrétaire général de l'Agence des Participations de l'Etat, en charge de la RSE	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 RSE - Membre du comité des engagements)	du 11/03/2024 au 05/07/2024
	Compagnie Nationale du Rhône	SA d'intérêt général	Membre du conseil de surveillance en qualité de représentant de l'Etat	du 01/01/2024 au 10/12/2024
	Aéroport de Toulouse – Blagnac (ATB)	SA	Membre du conseil de surveillance en qualité de représentant de l'Etat	à compter du 01/01/2024
GREGOIRE Emmanuel Député, membre de la commission des affaires culturelles et de l'éducation à l'assemblée nationale, Conseiller de Paris et Conseiller métropolitain	France Télévisions	SA	Administrateur représentant l'assemblée nationale	à compter du 02/10/2024
HURARD François Administrateur de l'Etat du grade transitoire, nommé dans l'emploi d'inspecteur général des affaires culturelles	France Télévisions	SA	Administrateur représentant l'Etat	
	Fondation France-Israël	Fondation	Membre du conseil d'administration en qualité de représentant du ministre chargé de la culture	
JACOB Olivier Administrateur de l'Etat de grade transitoire, 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	
JANNET 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 - Membre du comité RSE)	jusqu'au 11/04/2024
	Qualitel formation	SASU	Membre du conseil de surveillance	
	Qualitel 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)	
	BPI France	SA	Censeur	
	SNCF SA	SA	Membre du conseil d'administration (+ Membre du comité d'audit et des comptes)	
	AFPA (Etablissement public chargé de la formation professionnelle des adultes)	EPIC	Membre du conseil d'administration	
	SOLIDEO (Société de livraison des ouvrages olympiques)	EPIC	Membre du conseil d'administration	
KREIS Guillemette Directrice de participations Services et Finance à l'agence des participations de l'Etat	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 RSE - Membre du comité des engagements)	à compter du 05/07/2024
	Arte France	SA à directoire	Représentante de l'Etat au Conseil de surveillance	à compter de 2024
	La Poste	SA	Administratrice et membre du comité d'audit (présidente), membre du comité de gouvernance, rémunération et nomination, membre du comité stratégique	à compter de 2024
	Alcatel Submarine Networks (ASN)	SASU	Administratrice et membre du comité d'audit, membre du comité de gouvernance, rémunération et nomination, membre du comité stratégique	à compter du 31/12/2024
	BPIFrance Participations	SA	Administratrice et membre du comité d'audit et des risques, membre du comité d'investissements	à compter du 24/06/2024
	BPIFrance Investissement	SASU	Administratrice et membre du comité d'audit et des risques, membre du comité d'investissements	à compter du 24/06/2024

LENEVEU Guillemette Directrice Générale de l'UNAF (Union nationale des associations familiales)	France Télévisions	SA	Administrateur indépendant nommé par l'ARCOM (+Membre et Présidente du Comité RSE depuis le 18/10/2024)	à compter du 11/04/2024
	UNAFOR	SA	Cogérante	
	Leneveu institution	SA	Administrateur	
	Asset participations opéra	SA	Administrateur	
	FONDATION MEDERIC ALZHEIMER	Fondation reconnue d'utilité publique	Administrateur	
	INED (Institut National d'Etudes démographiques)	Établissement public à caractère scientifique et technologique	Administrateur	
PHILBERT Florence Directrice générale 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 - Membre du comité RSE)	
	Radio France	SA	Membre du conseil d'administration en qualité de représentant de l'Etat	
	Bibliothèque nationale de France (BNF)	EPA	Membre de droit, en tant que directrice générale des médias et des industries culturelles, (ou son représentant), du conseil d'administration	
	BNF- Partenariats	SAS, filiale de la Bibliothèque nationale de France	Membre de droit du comité stratégique, en tant que directrice générale 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 directrice générale des médias et des industries culturelles, du conseil d'administration	
	Centre National du Livre (CNL)	EPA	Membre de droit, en tant que directrice générale des médias et des industries culturelles, du conseil d'administration	
	Centre National de la Musique (CNM)	EPIC	Membre de droit, en tant que directrice générale des médias et des industries culturelles, du conseil d'administration	
	Bibliothèque publique d'information (BPI)	EPA	Membre de droit, en tant que directrice générale 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 directrice générale des médias et des industries culturelles, du conseil d'administration	
	Centre national d'art et de culture Georges-Pompidou (CNAP-GP)	EPA	Membre de droit, en tant que directrice générale des médias et des industries culturelles, du conseil d'administration	
	Institut Français	EPIC	Membre de droit, en tant que directrice générale des médias et des industries culturelles, du conseil d'administration	
	Opérateur du patrimoine et des projets immobiliers de la culture (OPPIC)	EPA	Membre de droit, en tant que directrice générale des médias et des industries culturelles, du conseil d'administration	
	ARTE GEIE	GEIE	Représentant de l'Etat à l'assemblée générale du groupement	
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 RSE - Membre du comité des engagements)	jusqu'au 10/01/2024
	ARTE France	SA	Représentant de l'Etat au Conseil de surveillance	jusqu'au 10/01/2024
	ARTE GEIE	GEIE	Membre représentant l'Etat à l'assemblée générale	jusqu'au 10/01/2024
	Bpifrance Participations	SA	Représentant de l'Etat au Conseil d'administration	jusqu'au 10/01/2024
	Bpifrance Investissement	SA	Représentant de l'Etat au Conseil d'administration	jusqu'au 10/01/2024
	La Poste	SA	Représentant de l'Etat au Conseil d'administration	jusqu'en juin 2024
	La Française des Jeux	SA	Représentant de l'Etat au Conseil d'administration	jusqu'en juin 2024