

R É P U B L I Q U E F R A N Ç A I S E

MISSION INTERMINISTÉRIELLE
PROJETS ANNUELS DE PERFORMANCES
ANNEXE AU PROJET DE LOI DE FINANCES POUR

2010

MÉDIAS



NOTE EXPLICATIVE

Cette annexe au projet de loi de finances est prévue par l'article 51-5° de la loi organique du 1er août 2001 relative aux lois de finances (LOLF). Conformément aux dispositions de la loi organique, ce document développe l'ensemble des moyens regroupés au sein d'une mission et alloués à une politique publique. Il comprend les projets annuels de performances des programmes qui lui sont associés.

Cette annexe par mission récapitule les crédits (y compris les fonds de concours et attributions de produits attendus) en les détaillant par programme, action, titre et catégorie.

Elle inclut une présentation de la programmation pluriannuelle des crédits de la mission sur la période 2009-2011.

Suite aux modifications apportées à la maquette missions/programmes/actions dans le cadre de la construction du projet de loi de finances pour 2010 et afin de permettre une analyse des écarts avec la loi de finances pour 2009, il a été décidé de retraiter, lorsque cela était nécessaire, les données de la loi de finances pour 2009 dans les documents budgétaires annexés au projet de loi de finances pour 2010.

Chaque programme constitutif de la mission est ensuite détaillé. Les parties relatives aux programmes comprennent les éléments suivants :

■ **La présentation des crédits du programme et des dépenses fiscales associées**

Les crédits, constitués d'autorisations d'engagement (AE) et de crédits de paiement (CP), sont détaillés selon la nomenclature par destination (programmes et actions) et par nature (titres et catégories). L'évaluation des fonds de concours et attributions de produits attendus en 2010 est précisée.

Le cas échéant, les dépenses fiscales rattachées au programme sont indiquées ainsi que leur évaluation (qui figure également dans le tome II de l'annexe Voies et moyens).

■ **Le projet annuel de performances qui regroupe**

- la présentation stratégique du programme ;
- la présentation du programme et de ses actions ;
- la présentation des objectifs et des indicateurs de performance ;
- la justification au premier euro des crédits qui développe le contenu physique et financier du programme ainsi que les déterminants de la dépense et présente un échéancier des crédits de paiement associés aux autorisations d'engagement ;
- une présentation des principaux opérateurs et de leurs emplois ;
- la présentation des coûts associés à chaque action.

Sauf indication contraire, **les montants de crédits figurant dans les tableaux du présent document sont exprimés en euros**. Les crédits budgétaires sont présentés, selon l'article 8 de la LOLF, en autorisations d'engagement et en crédits de paiement.

TABLE DES MATIÈRES

Mission

MÉDIAS 7

Présentation de la programmation pluriannuelle 8

Indicateurs principaux de la mission 12

Récapitulation des crédits 14

Programme 180

PRESSE 17

Présentation stratégique du projet annuel de performances 18

Présentation des crédits et des dépenses fiscales 20

Présentation du programme et des actions 25

Objectifs et indicateurs de performance 30

Justification au premier euro 35

Analyse des coûts du programme et des actions 48

Programme 312

SOUTIEN À L'EXPRESSION RADIOPHONIQUE LOCALE 51

Présentation stratégique du projet annuel de performances 52

Présentation des crédits et des dépenses fiscales 54

Présentation du programme et des actions 57

Objectifs et indicateurs de performance 60

Justification au premier euro 62

Analyse des coûts du programme et des actions 66

Programme 313

CONTRIBUTION AU FINANCEMENT DE L'AUDIOVISUEL 69

Présentation stratégique du projet annuel de performances 70

Présentation des crédits et des dépenses fiscales 72

Présentation du programme et des actions 76

Objectifs et indicateurs de performance 80

Justification au premier euro 82

Programme 115

ACTION AUDIOVISUELLE EXTÉRIEURE 87

Présentation stratégique du projet annuel de performances 88

Présentation des crédits et des dépenses fiscales 90

Présentation du programme et des actions 93

Objectifs et indicateurs de performance 99

Justification au premier euro 106

MISSION

MISSION**MÉDIAS**

Présentation de la programmation pluriannuelle	8
Indicateurs principaux de la mission	12
Récapitulation des crédits	14

PRÉSENTATION DE LA PROGRAMMATION PLURIANNUELLE

François FILLON Premier ministre

Frédéric MITTERRAND Ministre de la Culture et de la communication

PRÉSENTATION STRATÉGIQUE DE LA MISSION

Dans un environnement de plus en plus concurrentiel et marqué par d'importants bouleversements technologiques, les défis auxquels les médias doivent faire face sont nombreux. Le passage au numérique, la modification des modes de consommation des médias, la concurrence internationale accrue et les besoins nouveaux de l'audiovisuel public sont autant de gageures auxquelles les différents bénéficiaires des crédits de la mission « Médias » auront à répondre dans les trois prochaines années.

Les sociétés de l'audiovisuel extérieur de la France, France 24, RFI et TV5 Monde, dont les crédits sont regroupés au sein du programme « Action audiovisuelle extérieure », devront dans les prochaines années, grâce à la mise en œuvre de la réforme de l'audiovisuel extérieur, s'adapter à ce nouveau contexte afin de pouvoir rivaliser avec les grands médias internationaux et affirmer la place de la France comme grande puissance médiatique à l'étranger.

Le monde de la presse devra quant à lui s'adapter aux nouvelles exigences technologiques et économiques du secteur. Ces mutations ont été au cœur des débats des États généraux de la presse du dernier trimestre 2008 qui devraient aboutir à l'évolution de l'ensemble des dispositifs existants dans les prochaines années.

La composante radiophonique de la mission, à travers le programme « Soutien à l'expression radiophonique locale », sera également concernée par ces mutations puisqu'aux besoins récurrents de fonctionnement des radios associatives s'ajouteront les besoins nouveaux liés au lancement de la radio numérique.

Depuis 2009, la mission « Médias » complète en outre, avec le programme « Contribution au financement de l'audiovisuel », le financement de France Télévisions, dans le cadre de la réforme de l'audiovisuel public qui se traduit notamment par la suppression progressive de la publicité sur les antennes du groupe et une évolution importante de son modèle économique.

Enfin, à partir de 2010, la mission « Médias » permettra de financer le passage à la télévision tout numérique à travers le programme « Contribution au financement de l'audiovisuel » confortant ainsi l'action publique en faveur de la généralisation de la télévision numérique à tous les foyers, avec une offre enrichie et une meilleure qualité d'image et de son.

PRÉSENTATION DE L'ÉVOLUTION PLURIANNUELLE DES CRÉDITS POUR 2009-2011

La loi de programmation des finances publiques pour la période 2009-2011 a prévu que les crédits alloués à la mission « Médias » s'élèvent à 1 012,2 M€ en 2009, 1 000,6 M€ en 2010 et 989,1 M€ en 2011.

En ce qui concerne la presse, la mise en œuvre des mesures décidées par le Président de la République à l'issue des États généraux de la presse écrite se traduit par l'engagement financier de l'État sur trois ans à partir de 2009 en vue de permettre aux entreprises de presse la réalisation des réformes structurelles d'importance. L'effort consenti en 2009 s'est traduit par une ouverture de crédits supplémentaires de 150,8 M€ en loi de finances rectificative, conduisant à une dotation au titre de l'action « Aides à la presse », de 317,1 M€ en 2009 contre une dotation de 166,3 M€ initialement votée en loi de finances pour 2009. Cet effort, qui sera poursuivi au cours de l'année 2010, conduit à un dépassement du plafond fixé par le budget triennal pour 2010.

Concernant l'audiovisuel, le PLF 2010 respecte le plafond global fixé par le budget triennal pour 2010.

Dans le détail :

- les crédits du programme « Presse » en 2010 enregistrent une hausse de près de 51% par rapport aux crédits inscrits en loi de finances pour 2009, soit 419,3 M€ en 2010 contre 277,7 M€ en 2009. Il a été inscrit 144,7 M€ de crédits supplémentaires par rapport au montant prévu en 2010 par la programmation triennale (274,6 M€) ;
- les crédits du programme « Action audiovisuelle extérieure » inscrits dans le PLF 2010 s'élèvent à 199,1 M€, en diminution de 34 M€ par rapport au montant voté en loi de finances initiale (LFI) pour 2009. Ces crédits sont inférieurs de 19 M€ au montant prévu pour 2010 par la programmation triennale, le financement public global de la société Audiovisuel Extérieur de la France et de ses filiales étant toutefois en progression entre 2009 et 2010 par le biais du programme « Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure » de la mission « Avances à l'audiovisuel public » ;
- les crédits alloués au programme « Soutien à l'expression radiophonique locale » s'établissent à 29 M€ en 2010 contre 26,5 M€ en LFI pour 2009, afin notamment de tenir compte des besoins nouveaux liés au lancement de la radio numérique ;
- les crédits alloués au programme « Contribution au financement de l'audiovisuel » en LFI pour 2009 s'élevaient à 473 M€. La programmation pluriannuelle prévoyait 480,9 M€ en 2010. Les crédits du programme s'élèvent en PLF 2010 à 497,9 M€. En effet, si les crédits à destination de France Télévisions en 2010 sont au niveau prévu (457,9 M€), le périmètre du programme est modifié : d'une part, le financement complémentaire et conditionné de Radio France par ce programme du budget général introduit en LFI 2009 n'est pas reconduit (Radio France bénéficie en PLF 2010 exclusivement d'une dotation de la mission « Avances à l'audiovisuel public ») ; d'autre part, le programme « Contribution au financement de l'audiovisuel » accueille à partir de 2010 le financement du processus de passage à la télévision numérique (40 M€ prévus pour 2010 contre 15 M€ dans la LFI 2009).

■ PRÉSENTATION DES RÉFORMES

La mission « Médias » est marquée par des réformes ambitieuses sur la période 2009-2011, qui ont d'ores et déjà connu des étapes importantes.

Le programme « Presse » rassemble les crédits permettant de mettre en place le plan de réforme de la presse décidé à l'issue des États généraux de la presse écrite. Ce plan sur trois ans (2009-2011) comprend des mesures structurelles, destinées à surmonter les handicaps français en matière de distribution et d'impression, à favoriser la lecture de la presse, et à inventer un cadre pour le développement numérique de la presse.

En matière de distribution, les réformes visent à augmenter la capillarité du réseau avec l'ouverture de points de vente supplémentaire et à mieux organiser les relations entre les différents niveaux de la chaîne de distribution (messageries, dépositaires et diffuseurs).

Les crédits du programme « Presse » permettent également de fidéliser ou de conquérir de nouveaux lecteurs pour la presse. L'augmentation des crédits du fonds d'aide au portage de la presse quotidienne d'information politique et générale permet d'assurer le développement du portage de la presse à domicile, et l'abonnement de chaque jeune de 18 ans à un quotidien de son choix pendant un an constitue une mesure d'encouragement à la lecture pour les jeunes.

L'action de l'État en faveur du développement numérique de la presse est déjà engagée, avec le vote de la loi n°2009-669 du 12 juin 2009 favorisant la diffusion et la protection de la création sur Internet, qui permet la reconnaissance du statut d'éditeur de presse en ligne. Cette reconnaissance doit être complétée par des textes réglementaires définissant notamment les critères pour qu'un service de presse en ligne puisse être reconnu, et créant un fonds d'aide au développement des services de presse en ligne. Ce fonds sera ouvert aux services de presse en ligne reconnus, qu'ils soient ou non la déclinaison d'un titre imprimé, afin de contribuer au financement de leurs projets de développement numérique.

Le programme «Action audiovisuelle extérieure », qui réunit les crédits destinés à la société holding Audiovisuel Extérieur de la France et à travers elle France 24, RFI et TV5 Monde, permet de regrouper les crédits nécessaires à la mise en œuvre de la réforme de l'audiovisuel extérieur de la France, décidée par le Président de la République. Cette réforme vise à améliorer la cohérence, la lisibilité et l'efficacité de la politique audiovisuelle extérieure française. Elle a également pour objectif de moderniser et mieux coordonner les actions des sociétés France 24, RFI et TV5 Monde, en particulier à travers la mise en place de synergies entre ces trois sociétés.

Cette réforme est aujourd'hui largement engagée : la constitution du groupe audiovisuel extérieur de la France autour de la société holding AEF, qui nécessitait des réorganisations capitalistiques, est désormais achevée. La société holding AEF, créée en avril 2008, détient donc 100% de RFI et France 24, ainsi que 49% de TV5 Monde.

Par ailleurs, la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision a marqué une étape importante de la réforme, puisqu'elle réaffirme le rôle de pilotage stratégique et de coordination d'AEF qui devient la société nationale de programmes chargée de l'audiovisuel extérieur de la France, et lui donne ainsi toute légitimité pour être l'instrument principal de la mise en œuvre de cette réforme.

Le programme « Soutien à l'expression radiophonique locale » connaîtra également une réforme importante avec la création d'aides spécifiques destinées aux radios associatives qui seront diffusées en mode numérique, afin de garantir leur présence dans le futur paysage radiophonique.

Enfin, le programme « Contribution au financement de l'audiovisuel » correspond à deux actions publiques majeures :

- la réforme de la télévision publique. Annoncée par le Président de la République en janvier 2008 et traduite par la loi n°2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision, la réforme de France Télévisions a été initiée, notamment au travers de la suppression de la publicité entre 20h et 6h depuis 2009, qui sera suivie de la suppression totale de toute publicité à compter de la date d'extinction de la diffusion analogique (cette suppression ne concerne toutefois pas la publicité sur les antennes régionales, sur le réseau France outre-mer et sur Internet, ni la publicité pour les biens et services présentés sous leur appellation générique), mais aussi de la transformation de France Télévisions en entreprise unique et en média global afin d'améliorer son efficacité opérationnelle et d'inscrire la stratégie du groupe dans le contexte de développement rapide des nouvelles technologies et d'une nouvelle ambition éditoriale pour la télévision publique de tous les Français en matière de culture, de connaissance et de création notamment.

Dans le cadre de cette réforme, France Télévisions est dotée d'un nouveau cahier des charges adopté par décret le 25 juin 2009 et un avenant sera apporté au contrat d'objectifs et de moyens (COM) la liant à l'État, qui couvrira la période 2009-2012.

- le passage à la télévision tout numérique. La loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication modifiée par la loi du n° 2007-309 du 5 mars 2007 relative à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur organise l'extinction de la diffusion analogique et le basculement vers la télévision tout numérique. Il est ainsi prévu :
 - une campagne nationale d'information destinée à informer les téléspectateurs des conditions de passage à la télévision tout numérique. Cette campagne démarre en septembre 2009 ;
 - un fonds d'aide destiné à assurer la continuité de réception pour les foyers exonérés de redevance audiovisuelle les plus démunis ;
 - un fonds d'aide complémentaire, destiné spécifiquement aux foyers ne recevant plus la télévision par voie terrestre à l'issue du processus, annoncé en juillet dernier par le Premier ministre ;
 - un accompagnement renforcé pour venir en aide aux personnes âgées ou handicapées ;
- la participation de l'État au groupement d'intérêt public (GIP) « France télé numérique » : ce groupement réunissant l'État et les chaînes nationales diffusées par voie hertzienne terrestre en mode analogique (France Télévisions, ARTE France, TF1, Canal+ et M6) a pour mission d'organiser et de financer les actions destinées à informer les téléspectateurs sur les conditions de l'extinction de la diffusion analogique des services de télévision et les mesures prises pour assurer la continuité de la réception au niveau national et local. Les dépenses du GIP sont réparties entre ses membres de la façon suivante : État (50%), France Télévisions (15%), ARTE France (5%), TF1 (10%), Canal+ (10%) et M6 (10%).

2009-2011 / RAPPEL DES MONTANTS VOTÉS DANS LA LOI DE PROGRAMMATION DES FINANCES PUBLIQUES

Avertissement

Les montants reprennent les plafonds par mission hors contribution au compte d'affectation spéciale « Pensions » prévus à l'article 6 de la loi n° 2009-135 du 9 février 2009 de programmation des finances publiques pour les années 2009-2012.

(en milliards d'euros)

	LFI 2009 / LPFP 2009 <i>hors CAS Pensions</i>	LPFP 2010 <i>hors CAS Pensions</i>	LPFP 2011 <i>hors CAS Pensions</i>
Plafond des autorisations d'engagement	1,02	1,01	0,99
Plafond des crédits de paiement	1,01	1,00	0,99

2010 / PLAFOND DE LA MISSION

(en millions d'euros)

	PLF 2010 au format LPFP (1) <i>hors CAS Pensions</i>	PLF 2010 (2) <i>hors CAS Pensions</i>	PLF 2010
Plafond des autorisations d'engagement	1 145	1 145	1 145
Plafond des crédits de paiement	1 145	1 145	1 145

(1) Ce montant correspond au plafond 2010 du budget triennal actualisé pour le PLF 2010 qui figure dans le rapport préparatoire au débat d'orientation des finances publiques.

(2) Ce montant tient compte des modifications de périmètre impactant la mission : transferts de crédits entre missions du budget général et budgétisation ou débudgétisation de crédits (comme par exemple les loyers budgétaires ou la décentralisation).

Médias

Mission | INDICATEURS PRINCIPAUX DE LA MISSION

INDICATEURS PRINCIPAUX DE LA MISSION

■ OBJECTIF : Contribuer au développement de la diffusion de la presse

Indicateur 180-2.1 : Diffusion des titres aidés

Sous-indicateur <i>(voir le détail dans la présentation de l'objectif n° 2 du programme n° 180)</i>	Unité	Prévision 2010
Diffusion des titres les plus aidés.	M d'ex.	1 416
Diffusion des titres aidés à faibles ressources publicitaires et de petites annonces	M d'ex.	188,5

Indicateur 180-2.2 : Développement du portage de la presse

Sous-indicateur <i>(voir le détail dans la présentation de l'objectif n° 2 du programme n° 180)</i>	Unité	Prévision 2010
Exemplaires portés / (exemplaires postés + exemplaires portés)	%	67

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

Indicateur 115-1.1 : Audience réelle

Sous-indicateur <i>(voir le détail dans la présentation de l'objectif n° 1 du programme n° 115)</i>	Unité	Prévision 2010
Audience réelle	% audience	
France 24		
a) Afrique francophone (TNS Sofres)	/ 30 derniers jours	
- Sénégal	%	90-100
- Côte d'Ivoire		90-100
- Gabon		80-90
b) Europe (EMS)	/ 30 derniers jours	>5
c) Maghreb, Moyen-Orient (TNS Sofres)	/ 30 derniers jours	
- Maroc		70-80
- Algérie		80-90
- Tunisie		60-70
- Egypte		>20
RFI		
a) Afrique francophone (IMMAR / TNS Sofres)	veille	
- Abidjan (Côte d'Ivoire)		28
- Dakar (Sénégal)		17
- Kinshasa (RDC)		23
b) Proche-Orient (Ipsos-Stat)	veille	
- Liban		4,5
- Arabie Saoudite		1,5
TV5 Monde		
a) Afrique francophone (TNS Sofres)	/ 7 derniers jours	

Sous-indicateur <i>(voir le détail dans la présentation de l'objectif n° 1 du programme n° 115)</i>	Unité	Prévision 2010
- Abidjan (Côte d'Ivoire)		59
- Dakar (Sénégal)		
- Kinshasa (RDC)		58
b) Europe (EMS)	/ 30 derniers jours	12
c) Maghreb, Moyen-Orient		
- Algérie (IMMAR)	/ 7 derniers jours	augmentation
d) Asie		
- Inde (Tam India)	/ 7 derniers jours	stabilité

RÉCAPITULATION DES CRÉDITS

RÉCAPITULATION DES CRÉDITS PAR PROGRAMME ET ACTION

Numéro et intitulé du programme et de l'action		Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
		Ouvertes en LFI pour 2009	Demandées pour 2010	FDC et ADP attendus en 2010	Ouverts en LFI pour 2009	Demandés pour 2010	FDC et ADP attendus en 2010
180	Presse	282 691 351	419 311 337		277 691 351	419 311 337	
01	Abonnement de l'État à l'AFP	111 382 348	113 387 230		111 382 348	113 387 230	
02	Aides à la presse	171 309 003	305 924 107		166 309 003	305 924 107	
312	Soutien à l'expression radiophonique locale	26 524 800	29 000 000		26 524 800	29 000 000	
01	Soutien à l'expression radiophonique locale	26 418 800	28 884 000		26 418 800	28 884 000	
02	Fonction support	106 000	116 000		106 000	116 000	
313	Contribution au financement de l'audiovisuel (libellé modifié) (LFI 2009 retraitée)	488 000 000	497 875 000		488 000 000	497 875 000	
01	France Télévisions (libellé modifié)	473 000 000	457 875 000		473 000 000	457 875 000	
02	Passage à la télévision tout numérique (nouveau)	15 000 000	40 000 000		15 000 000	40 000 000	
115	Action audiovisuelle extérieure	233 070 000	199 070 000		233 070 000	199 070 000	
01	Action audiovisuelle extérieure (libellé modifié)	233 070 000	199 070 000		233 070 000	199 070 000	

RÉCAPITULATION DES CRÉDITS PAR PROGRAMME ET TITRE

Numéro et intitulé du programme et du titre	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Ouvertes en LFI pour 2009	Demandées pour 2010	FDC et ADP attendus en 2010	Ouverts en LFI pour 2009	Demandés pour 2010	FDC et ADP attendus en 2010
180 / Presse	282 691 351	419 311 337		277 691 351	419 311 337	
Titre 3. Dépenses de fonctionnement	111 382 348	113 387 230		111 382 348	113 387 230	
Titre 6. Dépenses d'intervention	171 309 003	305 924 107		166 309 003	305 924 107	
312 / Soutien à l'expression radiophonique locale	26 524 800	29 000 000		26 524 800	29 000 000	
Titre 3. Dépenses de fonctionnement	106 000	116 000		106 000	116 000	
Titre 6. Dépenses d'intervention	26 418 800	28 884 000		26 418 800	28 884 000	
313 / Contribution au financement de l'audiovisuel (libellé modifié) (LFI 2009 retraitée)	488 000 000	497 875 000		488 000 000	497 875 000	
Titre 6. Dépenses d'intervention	488 000 000	497 875 000		488 000 000	497 875 000	
115 / Action audiovisuelle extérieure	233 070 000	199 070 000		233 070 000	199 070 000	
Titre 6. Dépenses d'intervention	233 070 000	199 070 000		233 070 000	199 070 000	
Total pour la mission	1 030 286 151	1 145 256 337		1 025 286 151	1 145 256 337	
Dont :						
Titre 3. Dépenses de fonctionnement	111 488 348	113 503 230		111 488 348	113 503 230	
Titre 6. Dépenses d'intervention	918 797 803	1 031 753 107		913 797 803	1 031 753 107	

PROGRAMME 180

PRESSE

MINISTRE CONCERNÉ : FRÉDÉRIC MITTERRAND, MINISTRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION

Présentation stratégique du projet annuel de performances	18
Présentation des crédits et des dépenses fiscales	20
Présentation du programme et des actions	25
Objectifs et indicateurs de performance	30
Justification au premier euro	35
Analyse des coûts du programme et des actions	48

PRÉSENTATION STRATÉGIQUE DU PROJET ANNUEL DE PERFORMANCES

Laurence FRANCESCHINI

Directeur du développement des médias

Responsable du programme n° 180 : Presse

La presse écrite contribue de manière essentielle à l'information des citoyens et à la diffusion des courants de pensées et d'opinions. Ce support permet en effet une appropriation active de l'information, une mise en perspective des événements, une confrontation des commentaires et des analyses et, à travers cela, la construction d'une véritable conscience culturelle et politique. Sa vitalité et son avenir sont ainsi des enjeux majeurs de notre vie démocratique.

C'est la raison pour laquelle l'État s'attache, de longue date, à soutenir ce secteur stratégique. Une loi du 4 thermidor an IV posait déjà les principes de l'aide postale au transport de presse en reconnaissant à cette dernière un tarif privilégié. Bien évidemment, les dispositifs d'aide à la presse ont continûment évolué depuis.

L'année 2009 a ainsi été marquée par l'adoption d'un ensemble de mesures en faveur de la presse décidées par le Président de la République en conclusion des États généraux de la presse écrite. L'effort de l'État se traduit par l'engagement sur trois ans d'un programme de modernisation et d'investissement dans le secteur de la presse, permettant de mettre en œuvre des réformes structurelles d'importance. L'effort consenti en 2009 s'est traduit par une ouverture de crédits supplémentaires de 150,8 M€ en loi de finances rectificatives conduisant à une augmentation de 90% des crédits alloués à l'action « aides à la presse », soit une dotation de 317,1 M€ en 2009 contre une dotation de 166,3 M€ initialement votée en loi de finances pour 2009. Cet effort sera ainsi poursuivi au cours de l'année 2010 qui verra la montée en puissance des dispositifs d'aide renouvelés à l'issue des États généraux de la presse écrite. Ainsi, l'ensemble des crédits du programme presse en 2010 enregistrent une hausse de près de 51% par rapport aux crédits inscrits en loi de finances pour 2009, soit 419,3 M€ en 2010 contre 277,7 M€ en 2009.

Plusieurs objectifs principaux les animent aujourd'hui : garantir la liberté de la presse, soutenir le développement de sa diffusion, conforter les conditions de son pluralisme et de son indépendance et favoriser sa modernisation. La modernisation du secteur constituant un objectif intermédiaire, la stratégie de l'État en matière d'aides à la presse poursuit en définitive deux objectifs fondamentaux : le développement de la diffusion de la presse et la préservation de son pluralisme et de sa diversité.

Afin de favoriser la diffusion de la presse d'information politique et générale, un plan massif d'aide au développement du portage à hauteur de 70 M€ accessible également aux publications qui apportent régulièrement des informations et commentaires sur l'actualité de l'ensemble des disciplines sportives, est mis en œuvre à partir de 2009 et reconduit en 2010 afin de développer cette activité qui contribue à la fidélisation des lecteurs.

Ces axes majeurs de la politique publique en faveur de la presse se retrouvent dans les principaux objectifs de performance retenus pour le programme (objectif n°2 : Contribuer au développement de la diffusion de la presse ; objectif n°3 : Veiller au maintien du pluralisme de la presse).

Par ailleurs, à l'issue du recentrage du soutien public sur le « cœur de cible » que constitue la presse quotidienne d'information politique et générale opéré sur la quasi-totalité des dispositifs d'aide, l'effort pour privilégier davantage les aides aux projets engagé au cours des dernières années se poursuit avec un soutien accru aux projets permettant au secteur d'entrer définitivement dans l'ère du numérique (objectif n°4 : Améliorer le ciblage et l'efficacité des dispositifs d'aide). Pour accompagner les mutations qui touchent le monde de la presse face aux nouvelles exigences technologiques du secteur, l'État renforce son soutien financier en faveur des nouveaux services de presse en ligne à hauteur de 20 M€.

S'agissant de l'Agence France-Presse, un nouveau contrat d'objectifs et de moyens (COM), liant l'agence à l'État pour la période 2009-2013, a été signé le 18 décembre 2008. Il a pour objectif principal de l'aider à opérer un tournant stratégique et technologique important, afin de conforter son statut d'agence d'information à vocation mondiale. Pour ce faire, le COM doit lui permettre d'améliorer sa rentabilité en accroissant notamment ses recettes commerciales, et de se doter des moyens technologiques et financiers nécessaires pour affronter le nouvel environnement numérique et économique mondial.

Les objectifs relatifs à l'Agence France Presse ont été fusionnés dans un objectif unique (objectif n°1 : Contribuer au développement et à l'efficacité de la gestion de l'Agence France-Presse) décliné en 2 indicateurs qui doivent permettre de mesurer le degré de réalisation du COM.

RÉCAPITULATION DES OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

OBJECTIF 1	Contribuer au développement et à l'efficacité de la gestion de l'Agence France-Presse
INDICATEUR 1.1	Développement de produits et de marchés à fort potentiel de croissance
INDICATEUR 1.2	Chiffre d'affaires et résultat net de l'AFP
OBJECTIF 2	Contribuer au développement de la diffusion de la presse
INDICATEUR 2.1	Diffusion des titres aidés
INDICATEUR 2.2	Développement du portage de la presse
OBJECTIF 3	Veiller au maintien du pluralisme de la presse
INDICATEUR 3.1	Nombre de titres d'information politique et générale
OBJECTIF 4	Améliorer le ciblage et l'efficacité des dispositifs d'aide
INDICATEUR 4.1	Effet de levier des aides directes d'investissement à la presse
INDICATEUR 4.2	Part de l'aide publique globale accordée à la presse quotidienne d'information politique et générale

PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

2010 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS DEMANDÉS

2010 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 3 Dépenses de fonctionnement	Titre 6 Dépenses d'intervention	Total pour 2010	FDC et ADP attendus en 2010
01	Abonnement de l'État à l'AFP	113 387 230		113 387 230	
02	Aides à la presse		305 924 107	305 924 107	
Total		113 387 230	305 924 107	419 311 337	

2010 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 3 Dépenses de fonctionnement	Titre 6 Dépenses d'intervention	Total pour 2010	FDC et ADP attendus en 2010
01	Abonnement de l'État à l'AFP	113 387 230		113 387 230	
02	Aides à la presse		305 924 107	305 924 107	
Total		113 387 230	305 924 107	419 311 337	

2009 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LOI DE FINANCES INITIALE)

2009 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 3 Dépenses de fonctionnement	Titre 6 Dépenses d'intervention	Total pour 2009	Prévisions FDC et ADP 2009
01	Abonnement de l'État à l'AFP	111 382 348		111 382 348	
02	Aides à la presse		171 309 003	171 309 003	
Total		111 382 348	171 309 003	282 691 351	

2009 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 3 Dépenses de fonctionnement	Titre 6 Dépenses d'intervention	Total pour 2009	Prévisions FDC et ADP 2009
01	Abonnement de l'État à l'AFP	111 382 348		111 382 348	
02	Aides à la presse		166 309 003	166 309 003	
Total		111 382 348	166 309 003	277 691 351	

PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR TITRE ET CATÉGORIE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Ouvertes en LFI pour 2009	Demandées pour 2010	Ouverts en LFI pour 2009	Demandés pour 2010
Titre 3. Dépenses de fonctionnement	111 382 348	113 387 230	111 382 348	113 387 230
Dépenses de fonctionnement autres que celles de personnel	111 382 348	113 387 230	111 382 348	113 387 230
Titre 6. Dépenses d'intervention	171 309 003	305 924 107	166 309 003	305 924 107
Transferts aux ménages	24 703 989	22 699 107	24 703 989	22 699 107
Transferts aux entreprises	146 605 014	283 225 000	141 605 014	283 225 000
Total	282 691 351	419 311 337	277 691 351	419 311 337

DÉPENSES FISCALES¹**Avertissement**

Le niveau de fiabilité des chiffrages de dépenses fiscales dépend de la disponibilité des données nécessaires à la reconstitution de l'impôt qui serait dû en l'absence des dépenses fiscales considérées. Par ailleurs, les chiffrages des dépenses fiscales ne peuvent intégrer ni les modifications des comportements fiscaux des contribuables qu'elles induisent, ni les interactions entre dépenses fiscales.

Les chiffrages présentés pour 2010 ont été réalisés sur la base des seules mesures votées avant le dépôt du projet de loi de finances pour 2010. L'impact des dispositions fiscales de ce dernier sur les recettes 2010 est, pour sa part, présenté dans les tomes I et II de l'annexe « Évaluation des Voies et Moyens ».

DÉPENSES FISCALES PRINCIPALES SUR IMPÔTS D'ÉTAT (3)

(En millions d'euros)

Dépenses fiscales sur impôts d'État contribuant au programme de manière principale		Chiffrage pour 2008	Chiffrage pour 2009	Chiffrage pour 2010
730305	Taux de 2,10 % applicable aux publications de presse Taxe sur la valeur ajoutée <i>Objectif : Aider le secteur de la presse</i> <i>Bénéficiaires 2008 : 2 000 entreprises - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Fiabilité : Bonne - Création : 1976 - Dernière modification : 1987 - Fin d'incidence budgétaire : dépense fiscale non-bornée - CGI : 298 septies</i>	200	200	200
320131	Réduction d'impôt pour souscription au capital des sociétés de presse Impôt sur les sociétés <i>Objectif : Aider le secteur de la presse</i> <i>Bénéficiaires 2008 : (nombre non déterminé) entreprises - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Fiabilité : Bonne - Création : 2006 - Dernière modification : 2007 - Fin d'incidence budgétaire : 2011 - CGI : 220 undecies</i>	€	€	€
230403	Déduction spéciale prévue en faveur des entreprises de presse Impôt sur le revenu et impôt sur les sociétés <i>Objectif : Aider le secteur de la presse</i> <i>Bénéficiaires 2008 : 52 entreprises - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Fiabilité : Très bonne - Création : 1959 - Dernière modification : 2009 - Fin d'incidence budgétaire : 2011 - CGI : 39 bis, 39 bis A</i>	€	€	€
Coût total des dépenses fiscales²		200	200	200

¹ Les dépenses fiscales ont été associées à ce programme conformément aux finalités poursuivies par ce dernier.

« € » : coût inférieur à 0,5 million d'euros ; « - » : dépense fiscale supprimée ou non encore créée ; « nc » : non chiffrable.

² Le « Coût total des dépenses fiscales » constitue une somme de dépenses fiscales dont les niveaux de fiabilité peuvent ne pas être identiques (cf. caractéristique « Fiabilité » indiquée pour chaque dépense fiscale). Il ne prend pas en compte les dispositifs inférieurs à 0,5 million d'euros (« € »). Par ailleurs, afin d'assurer une comparabilité d'une année sur l'autre, lorsqu'une dépense fiscale est non chiffrable (« nc »), le montant pris en compte dans le total correspond au dernier chiffrage connu (montant 2009 ou 2008) ; si aucun montant n'est connu, la valeur nulle est retenue dans le total. La portée du total s'avère enfin limitée en raison des interactions éventuelles entre dépenses fiscales. Il n'est donc indiqué qu'à titre d'ordre de grandeur et ne saurait être considéré comme une véritable sommation des dépenses fiscales du programme.

■ DÉPENSES FISCALES SUBSIDIAIRES SUR IMPÔTS D'ÉTAT (1)

(En millions d'euros)

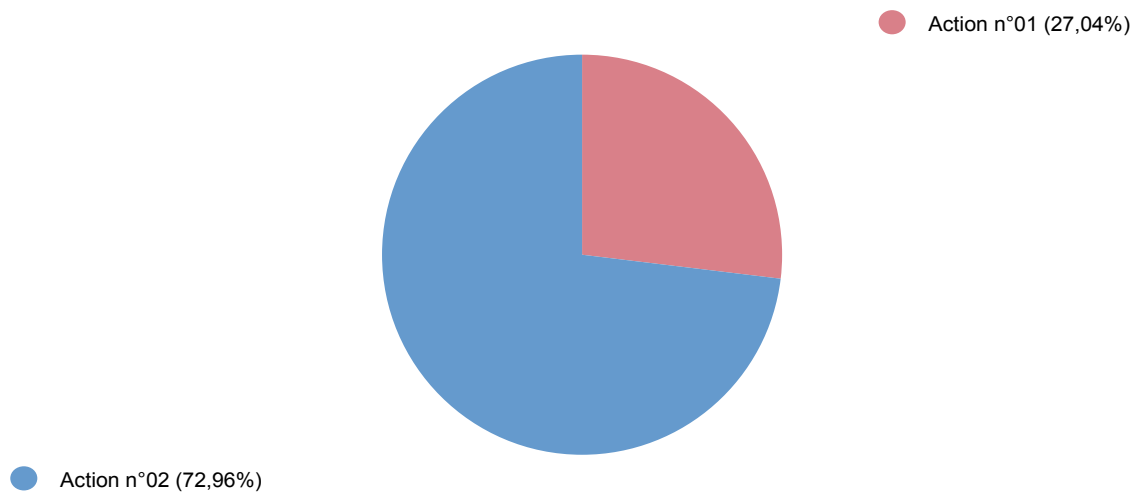
Dépenses fiscales sur impôts d'État contribuant au programme de manière subsidiaire		Chiffrage pour 2008	Chiffrage pour 2009	Chiffrage pour 2010
720203	Exonération des publications des collectivités publiques et des organismes à but non lucratif Taxe sur la valeur ajoutée <i>Objectif : Aider les collectivités locales et les organismes à but non lucratif</i> <i>Bénéficiaires 2008 : (nombre non déterminé) entreprises - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données autres que fiscales - Fiabilité : Ordre de grandeur - Création : 1976 - Dernière modification : 1976 - Fin d'incidence budgétaire : dépense fiscale non-bornée - CGI : 298 duodecies</i>	1	1	1
Coût total des dépenses fiscales		1	1	1

PRÉSENTATION DU PROGRAMME ET DES ACTIONS

PRÉSENTATION PAR ACTION DES CRÉDITS DEMANDÉS

Numéro et intitulé de l'action		Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
01	Abonnement de l'État à l'AFP	113 387 230	113 387 230
02	Aides à la presse	305 924 107	305 924 107
Total		419 311 337	419 311 337

Répartition par action des autorisations d'engagement demandées pour 2010



PRÉSENTATION DU PROGRAMME

Les aides accordées par l'État au secteur de la presse écrite constituent l'un des volets de la politique de la communication, qui vise à faciliter l'exercice de la liberté d'expression et de la liberté d'information indispensable à la vie démocratique.

Les aides à la presse écrite prennent la forme d'aides directes et d'aides indirectes. Les aides directes, dont les crédits sont inscrits au sein de la mission « Médias », sont destinées à soutenir la diffusion des publications de presse, à permettre le maintien de celles qui bénéficient de faibles ressources publicitaires et à soutenir la modernisation de la presse écrite. Il faut cependant préciser qu'une partie de l'aide au transport postal de la presse voit ses crédits inscrits au sein du programme « Développement des entreprises et de l'emploi » de la mission « Economie ».

Figurent également au sein du programme « Presse » les crédits consacrés par l'État au financement des abonnements qu'il souscrit auprès de l'Agence France-Presse (AFP).

La mise en œuvre de la politique publique présentée dans ce programme s'appuie également sur des dépenses fiscales en faveur de la presse.

Le taux « super réduit » de la TVA réservé depuis 1977 aux quotidiens et assimilés a été étendu à tous les périodiques à partir du 1^{er} janvier 1989 par l'article 88 de la loi n°87-1060 du 30 décembre 1987. L'imposition des publications de presse au taux de TVA de 2,10% a représenté, par rapport à l'assujettissement au taux réduit de 5,5%, une dépense fiscale de 200 millions d'euros en 2008.

Les dispositions de l'article 39 bis A du code général des impôts permettaient, jusqu'au 31 décembre 2006, aux entreprises de presse éditant soit un quotidien ou un hebdomadaire, soit une publication mensuelle ou bimensuelle consacrée pour une large part à l'information politique d'affecter en franchise d'impôt une partie de leurs profits à des investissements nécessaires à leur exploitation. Les entreprises concernées pouvaient ainsi retrancher de leur bénéfice imposable, dans certaines limites, soit les dépenses effectuées au cours de l'exercice pour l'acquisition d'équipements, soit une provision destinée à leur permettre de faire face au financement ultérieur de ce type d'investissements. Ce dispositif a été prorogé jusqu'en 2010 par la loi de finances pour 2007 qui a notamment étendu le périmètre des investissements éligibles à la prise de participation dans d'autres entreprises de presse ou des entreprises intervenant dans la chaîne de fabrication ou de distribution de la presse. L'article 39 bis A du code général des impôts a par ailleurs été modifié par la loi n°2009-669 du 12 juin 2009 « Création et Internet » en étendant d'une part son champ d'application à la presse en ligne et, d'autre part, le périmètre des investissements éligibles aux dépenses d'immobilisation imputables à la recherche, au développement technologique et à l'innovation. Enfin, une modification de l'article 17 de l'annexe 2 du code général des impôts conduira en 2010 à inclure dans le champ des bénéficiaires la presse spécialisée de périodicité au maximum mensuelle consacrée pour une large part à l'information politique et générale.

Par ailleurs, un autre mécanisme de réduction d'impôt sur les sociétés existe pour les entreprises entrant dans le capital des entreprises de presse éditant des publications d'information politique et générale (article 220 *undecies*). La réduction d'impôt est égale à 25% du montant des sommes versées au titre des souscriptions en numéraire au capital de ces sociétés. Elle a représenté une dépense fiscale d'un montant de moins de 500 000 euros en 2008.

D'autres mécanismes d'aides indirectes complètent le dispositif de soutien à la presse. Sur le plan fiscal, on peut évoquer l'exonération de la taxe professionnelle pour les entreprises de presse, la faculté pour les collectivités locales d'exonérer les diffuseurs de presse de la taxe professionnelle ou l'allocation forfaitaire pour frais d'emploi des journalistes. Sur le plan des cotisations sociales, on peut mentionner le régime dérogatoire de calcul des cotisations des vendeurs colporteurs et des porteurs de presse, les modalités de calcul des cotisations sociales des journalistes et le statut social des correspondants locaux de presse. Dans le cadre des États généraux de la presse écrite, une mesure nouvelle tendant à l'exonération de charges patronales des rémunérations des vendeurs-colporteurs et porteurs de presse a été adoptée en loi de finances rectificative pour 2009 dont le coût est estimé à 12 M€ en 2010.

Le responsable du programme est le **directeur du développement des médias**.

RÉCAPITULATION DES ACTIONS

- ACTION n° 01 : Abonnement de l'État à l'AFP
- ACTION n° 02 : Aides à la presse

PRÉSENTATION DES ACTIONS

ACTION n° 01

Abonnement de l'État à l'AFP

27 %



Sont présentés dans cette action les abonnements souscrits par les administrations au service d'information générale de l'Agence France-Presse (AFP) dans le cadre d'une convention prévue par la loi instituant l'AFP.

Afin de l'aider à maintenir sa position internationale et la qualité de son information, l'État a décidé de s'engager aux côtés de l'Agence en vue de l'accompagner dans une phase décisive de son redressement et de sa modernisation. Un premier contrat d'objectif et de moyens (COM) a été signé le 20 novembre 2003 entre l'État et l'Agence, dont l'ambition était le développement de l'Agence et l'affirmation de son rayonnement international et européen.

Lui succède un nouveau COM signé le 18 décembre 2008, qui lie l'État et l'AFP jusqu'en 2013 et qui doit permettre à l'Agence de conforter et de moderniser son statut d'agence d'information à vocation mondiale dans un contexte international marqué par de fortes mutations technologiques et économiques.

À ce titre, l'AFP s'engage à accroître notamment les recettes commerciales engendrées par les marchés et les produits à fort potentiel de croissance et à améliorer ses principaux indicateurs de rentabilité économique. En contrepartie, l'engagement de l'État se traduit par une revalorisation des crédits inscrits au titre de ses abonnements à l'AFP sur toute la durée du COM et par un accompagnement financier du projet de modernisation 4XML de l'AFP à hauteur de 20 M€.

ACTION n° 02

Aides à la presse

73 %



Cette action regroupe les crédits du programme consacrés aux aides directes à la presse écrite. Elle vise à favoriser l'information du citoyen et à conforter les conditions du pluralisme du débat démocratique, auquel la presse écrite apporte une contribution essentielle.

Ces aides ont été renforcées en 2009 par un ensemble de mesures décidées par le Président de la République à la suite des États généraux de la presse écrite, afin de permettre aux entreprises concernées d'être mieux à même de surmonter les difficultés économiques structurelles et conjoncturelles du secteur. L'effort consenti par l'État en 2009 s'est traduit par une augmentation de 90% des crédits alloués à l'action « aides à la presse » faisant passer la dotation de 166,3 M€ à 317,1 M€.

Le soutien renforcé de l'État en faveur de ce secteur important de l'économie nationale sera poursuivi en 2010, se traduisant par une augmentation de près de 140 M€ au titre de l'action « aides à la presse » entre les crédits ouverts en loi de finances pour 2009 (166,3 M€) et ceux inscrits pour 2010 (305,9 M€), soit une hausse de 84%. L'effort poursuivi en 2010 porte en particulier sur les aides à la diffusion avec un soutien massif au développement du portage à hauteur de 70 M€, et sur les aides à la modernisation (modernisation et informatisation du réseau des diffuseurs de presse à hauteur de 13,3 M€ et aide au développement des services de presse en ligne à hauteur de 20,2 M€).

Les leviers d'intervention dont dispose la direction du développement des médias, en charge de cette action, prennent la forme d'aides à la diffusion, d'aides au pluralisme et d'aides à la modernisation du secteur, chacune de ces aides faisant l'objet d'une présentation détaillée dans la partie du PAP consacrée à la justification des crédits. L'existence de dispositifs ciblés permet d'apporter une réponse adaptée à chacun des besoins du secteur.

Les aides à la diffusion comprennent une aide au transport postal de la presse, une aide à la SNCF pour le transport de presse, une aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger et une aide au portage.

L'essentiel de ces dispositifs ont été révisés au cours des dernières années afin d'assurer un meilleur ciblage et une plus grande efficacité des aides (concentration de l'aide à la SNCF sur les seuls quotidiens d'information politique et générale ; détermination de pays prioritaires et de seuils d'éligibilité pour l'aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger).

Les aides au pluralisme comprennent une aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires et une aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces. Outre les subventions versées dans ce cadre, les titres éligibles à ces aides bénéficient également d'une majoration de l'aide postale et, depuis 2005, de taux de subvention majorés dans le cadre du fonds d'aide à la modernisation et de seuils spécifiques de diffusion et d'actions de promotion dans le cadre du fonds d'aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger. Se range également dans la catégorie des aides au pluralisme, l'aide à la presse hebdomadaire régionale.

À ces instruments traditionnels, ont été récemment ajoutés de nouveaux dispositifs destinés à favoriser la modernisation du secteur pour répondre à ses faiblesses structurelles (importance excessive des coûts de fabrication, déficiences du circuit de distribution, difficultés économiques et sociales affectant le réseau des diffuseurs) :

- l'aide à la modernisation sociale de la presse quotidienne d'information politique et générale vise à accompagner la démarche du secteur pour adapter ses conventions collectives et parvenir à des conditions d'exploitation plus viables ;
- l'aide à la modernisation de la distribution de la presse quotidienne nationale accompagne l'effort de restructuration engagé par les Nouvelles messageries de la presse parisienne (NMPP), seule société de messageries assurant la distribution au numéro de la presse quotidienne, et contribue ainsi à la préservation des équilibres du système coopératif de distribution de la presse ;
- l'aide à la modernisation du réseau des diffuseurs de presse a pour objectif de contrer l'érosion des ventes au numéro en favorisant les investissements nécessaires pour améliorer les conditions d'exposition de la presse, l'attractivité des points de vente et l'informatisation des flux.

Les aides à la modernisation intègrent également des dispositifs plus anciens mais rénovés pour s'adapter aux évolutions technologiques du secteur comme l'aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale.

OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

OBJECTIF n° 1 : Contribuer au développement et à l'efficacité de la gestion de l'Agence France-Presse

Deux indicateurs et six sous-indicateurs ont été retenus pour cet objectif. Ils doivent permettre de mesurer le degré de réalisation du contrat d'objectifs et de moyens qui lie l'État et l'Agence jusqu'en 2013.

Le premier indicateur rend compte des performances commerciales de l'Agence en mesurant le développement de produits et de marchés à fort potentiel de croissance au travers de deux sous-indicateurs : le chiffre d'affaires provenant des marchés à fort potentiel de croissance et celui provenant de l'offre multimédia.

Le second indicateur mesure l'impact financier de la dynamique commerciale engagée par l'Agence. Conformément aux objectifs du dernier COM, l'AFP a augmenté ses recettes commerciales hors abonnement de l'État ; ces dernières atteignent désormais près de 60 % du chiffre d'affaires total. Dans le cadre du nouveau COM, un nouvel accroissement de la part des recettes commerciales de l'Agence, hors abonnements de l'État, sera recherché.

Ont été isolées les données les plus significatives : le CA total, le CA hors abonnements de l'État et le résultat net de l'Agence.

Les prévisions chiffrées ont été inscrites dans le COM (2009-2013).

La cible retenue pour chaque indicateur correspond à l'objectif qui a été fixé par le COM pour l'année 2013, dernière année couverte par le contrat.

INDICATEUR 1.1 : Développement de produits et de marchés à fort potentiel de croissance

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2013 Cible
CA provenant des marchés à fort potentiel de croissance	M€				35,9	38,7	48,9
CA provenant de l'offre multimédia	M€				19,2	21,9	34,7

Précisions méthodologiques

Les marchés à fort potentiel de croissance sont l'Amérique du Nord, le Moyen-Orient, l'Asie et l'Europe (hors France et filiales). L'offre multimédia est constituée notamment du journal Internet, de la vidéo et de la photo.

Cet indicateur étant issu du nouveau COM 2009-2013, les données sur le réalisé 2007 et 2008 ne sont pas disponibles.

Sources des données : AFP. Données inscrites dans le COM (2009-2013).

INDICATEUR 1.2 : Chiffre d'affaires et résultat net de l'AFP

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2013 Cible
CA total	M€	262,7	270,9		278,1	289,6	320,5
Abonnements de l'État	M€	107,7	107,7	109,7	109,6	111,6	117,7
CA hors abonnements de l'État	M€	155,0	163,2		168,4	178	202,7
Résultat net de l'AFP	M€	6,1	0,9		1,2	1,7	8,4

Précisions méthodologiques

Les chiffres sur le réalisé sont donnés au taux de change réel. Les prévisions sont données au taux de change du COM et ressortent du budget prévisionnel de l'Agence. NB : Le montant des abonnements de l'État diffère de l'inscription en loi de finances dans la mesure où il est ici exprimé hors taxes.

Sources des données : AFP, données certifiées par le commissaire aux comptes s'agissant du réalisé.

OBJECTIF n° 2 : Contribuer au développement de la diffusion de la presse

Cet objectif est décliné à travers deux indicateurs qui visent à mesurer concrètement l'impact des aides directes à la presse sur sa diffusion. Le premier cherche à évaluer cet impact sur la diffusion des titres les plus aidés, le second portant plus particulièrement sur la diffusion de la presse par abonnement.

Le premier indicateur mesure d'une part, l'évolution de la diffusion des titres les plus aidés, pris dans leur ensemble, et d'autre part, l'évolution de la diffusion des titres aidés à faibles ressources publicitaires et de petites annonces qui constituent le « cœur de cible » du dispositif d'aides publiques en faveur de la diffusion de la presse.

La cible retenue pour ces deux sous-indicateurs, à savoir la stabilité de la diffusion des titres concernés, constitue un véritable critère de performance compte tenu de la tendance lourde, observable depuis plusieurs années, d'une forte érosion des ventes. L'amélioration de la tendance observée en 2007, année marquée par des échéances électorales majeures, ne s'est pas poursuivie en 2008.

Plus précisément, s'agissant du premier sous-indicateur, il permet d'observer que la diffusion des titres les plus aidés en 2008 connaît une légère érosion (- 1,3 %) entre 2007 et 2008, toutefois un peu moins marquée que pour l'ensemble de la presse écrite payante (- 1,9 %), selon les données publiées par l'OJD (association pour le contrôle de la diffusion des médias) en mars 2009.

S'agissant du deuxième sous-indicateur, son évolution sur la période 2007-2008 permet d'observer une légère érosion des ventes des titres bénéficiant des aides au pluralisme d'environ -0,4 %.

On observe ainsi que la presse aidée résiste plutôt bien à la baisse générale des ventes observée en 2008.

Le second indicateur est un nouvel indicateur qui cherche à mesurer l'évolution du mode de diffusion de la presse d'information politique et générale par abonnement au moment où l'État apporte un soutien massif au développement du portage de cette catégorie de presse. S'agissant des exemplaires vendus par abonnement, la presse quotidienne régionale d'IPG est portée à 77,4 % en 2007 et à 78,3 % en 2008 tandis que la presse quotidienne nationale d'IPG est portée à 45,8 % en 2007 et à 49,2 % en 2008.

INDICATEUR 2.1 : Diffusion des titres aidés

(du point de vue du citoyen)

indicateur de la mission

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2011 Cible
Diffusion des titres les plus aidés.	M d'ex.	1 438	1 420	1 490	1 416	1 416	1 416
Diffusion des titres aidés à faibles ressources publicitaires et de petites annonces	M d'ex.	196,1	195,4	155,0	188,5	188,5	188,5

Précisions méthodologiques

Le premier sous indicateur représente la diffusion payée annuelle (France + étranger) des titres qui ont bénéficié en 2008 de 75 % des aides directes allouées au secteur de la presse. Le second représente la diffusion payée annuelle (France + étranger) des titres qui ont bénéficié en 2008 de l'aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires ou de l'aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces. Le contenu du périmètre de chacun des sous-indicateurs n'est pas

rigoureusement identique d'une année sur l'autre, ce qui explique l'écart avec les chiffres présentés dans le PAP 2009 et les données sur le réalisé 2007 et 2008.

Sources des données : Tableaux de suivi des éditeurs - validation par l'OJD (organisme diffusion contrôle).

INDICATEUR 2.2 : Développement du portage de la presse

(du point de vue du contribuable)

indicateur de la mission

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2011 Cible
Exemplaires portés / (exemplaires postés + exemplaires portés)	%	60,1	61,1		64,5	67	69

Précisions méthodologiques

L'indicateur mesure le rapport entre les exemplaires de presse d'IPG distribués par portage et l'ensemble des exemplaires distribués par portage et par voie postale.

Sources des données : Tableaux de suivi des éditeurs pour les données relatives au portage ; La Poste : données relatives à la distribution de la presse par voie postale

OBJECTIF n° 3 : Veiller au maintien du pluralisme de la presse

Ce deuxième objectif assigné à la politique publique des aides directes à la presse est décliné à travers un indicateur et deux sous-indicateurs qui visent à faire apparaître la diversité des titres de presse contribuant le plus significativement à l'information du citoyen et au débat démocratique. Sont ainsi observées : d'une part, l'évolution du nombre total de titres nationaux et locaux d'information politique et générale (IPG), toutes périodicités confondues (dits titres ciblés) ; d'autre part, l'évolution du nombre de quotidiens nationaux et locaux d'information politique et générale. Le rôle de l'État en la matière ne saurait être d'agir sur la création de titres nouveaux, et se limite par conséquent à préserver les conditions actuelles d'expression du pluralisme en luttant contre les disparitions de titres. C'est pourquoi la cible assignée aux deux sous-indicateurs retenus est la stabilité par rapport au dernier réalisé. Les résultats détaillés ci-après démontrent qu'effectivement, le dispositif de ciblage n'a pas d'impact mesurable sur les créations de titres d'IPG (celles-ci dépendant largement du contexte économique du secteur) mais contribuent à maintenir le nombre de titres d'IPG et ont un impact qualitatif en incitant la presse d'information à enrichir son contenu relevant du caractère d'IPG.

La progression favorable des deux sous-indicateurs constatée depuis 2005, s'est poursuivie en 2008, au-delà des prévisions initiales pour ce qui concerne le premier sous-indicateur. Plus précisément, le solde positif de 7 titres d'information politique et générale supplémentaires s'explique par le ciblage nouvellement accordé à 11 titres (dont 5 publications créées en 2008 et 6 titres précédemment admis au bénéfice du régime économique de la presse de droit commun et dont le contenu éditorial a évolué dans un sens conforme au caractère d'IPG), tandis que 4 perdaient leur ciblage (suite à une cessation de parution ou à un changement de périodicité pour deux d'entre eux, les deux autres ayant été radiés faute d'une demande de renouvellement d'inscription formulée dans les temps).

D'une manière générale, le nombre de quotidiens d'IPG est stable en 2008, la presse hebdomadaire régionale demeure la famille de presse qui rassemble le plus de titres ciblés (63% du total). Pour ce qui concerne les quotidiens d'information politique et générale, on observe une stabilité absolue de cette catégorie de presse, le nombre de quotidiens nationaux, régionaux et locaux d'information politique et générale demeurant inchangé. La presse quotidienne d'IPG demeure cette année encore la deuxième famille la plus représentée au sein de la presse ciblée.

Ainsi, les indicateurs relatifs à la presse d'IPG reflètent l'évolution du secteur lui-même, notamment la relative vitalité de la presse hebdomadaire régionale et de la presse magazine, qui comptent respectivement 3 et 2 titres créés et ciblés en 2008.

INDICATEUR 3.1 : Nombre de titres d'information politique et générale

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2011 Cible
Nombre de titres d'information politique et générale.	Nbre	390	397	389	397	397	397
Nombre de quotidiens d'information politique et générale.	Nbre	96	96	84	96	96	96

Précisions méthodologiques

Le nombre retenu est celui des publications d'information politique et générale au sens de l'article D.19-2 du code des postes et des communications électroniques qui bénéficient à ce titre d'un agrément spécifique délivré par la commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP). Aux termes de cet article, présentent un caractère d'information politique et générale les publications qui « apport(ent) de façon permanente sur l'actualité politique et générale, locale, nationale ou internationale, des informations et des commentaires tendant à éclairer le jugement des citoyens ».

Sources des données : Commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP).

OBJECTIF n° 4 : Améliorer le ciblage et l'efficacité des dispositifs d'aide

Le souci de l'efficacité et du meilleur ciblage des dispositifs d'aides publiques à la presse est au cœur de la démarche du programme. Deux indicateurs s'efforcent de mesurer le degré d'atteinte de cet objectif.

Le premier mesure l'effet de levier des principales aides au projet accordées dans le cadre du programme presse : l'aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale, l'aide au développement des services en ligne des entreprises de presse, l'aide à la modernisation des diffuseurs de presse. On constate ainsi qu'avec un euro d'argent public, on finance des projets d'un montant plus de trois fois supérieur avec un impact déterminant sur la capacité du secteur à mettre en œuvre les réformes nécessaires de ses processus de production et de son cycle de distribution et plus récemment à franchir le saut technologique vers le numérique. Ainsi, les projets permettant le passage au numérique des titres de presse font l'objet d'un soutien marqué dans le cadre du nouveau fonds d'aide aux services de presse en ligne. Par ailleurs, les projets de modernisation informatique des points de vente des diffuseurs de presse concernent une part toujours plus importante (70 %) de l'ensemble des subventions accordées à ce titre.

Le second indicateur mesure la part des aides attribuées chaque année aux quotidiens d'information politique et générale sur l'ensemble des aides. Faisant l'objet d'une adaptation constante afin de donner une vue plus complète de la politique de soutien à la presse, l'indicateur distingue aujourd'hui les aides directes et les aides indirectes. S'agissant des aides directes, du fait du resserrement progressif des dispositifs d'aide sur cette catégorie de titres conduit depuis ces dernières années, ce taux s'établit désormais à un niveau de 91 %, en nette augmentation par rapport à 2006. Avec un taux stable d'environ 37 %, le bénéfice des aides indirectes est en revanche moins concentré sur la presse quotidienne d'information politique et générale.

INDICATEUR 4.1 : Effet de levier des aides directes d'investissement à la presse

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2011 Cible
Effet de levier des aides directes d'investissement à la presse		4,3	3,1	4,3	3,4	4	4

Précisions méthodologiques

L'effet de levier des aides à l'investissement attribuées dans le cadre du fonds d'aide à la modernisation de la presse, du fonds d'aide au développement des services en ligne des entreprises de presse et de l'aide à la modernisation des diffuseurs de presse est mesuré par le rapport entre le montant total des projets soutenus et le montant des aides attribuées pour soutenir ces projets.

Sources des données : DDM

INDICATEUR 4.2 : Part de l'aide publique globale accordée à la presse quotidienne d'information politique et générale

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2011 Cible
Aides directes (programme "Presse")	%	91,2%	90,3%	91%	91%	91%	91%
Aides indirectes	%	36,6%	37%	37%	37%	37%	37%

Précisions méthodologiques

L'indicateur relatif aux aides indirectes retrace les données concernant le taux « super-réduit » de TVA.

L'indicateur est mesuré par le rapport entre le montant des aides accordées à la presse quotidienne d'information politique et générale et le montant total des aides.

Sources des données : aides directes : DDM ; aides indirectes : DGI, retraitement DDM à partir de l'enquête statistique de la DDM

JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

ÉLÉMENTS TRANSVERSAUX AU PROGRAMME

Numéro et intitulé de l'action / sous-action	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total	Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total
01 Abonnement de l'État à l'AFP		113 387 230	113 387 230		113 387 230	113 387 230
02 Aides à la presse		305 924 107	305 924 107		305 924 107	305 924 107
Total		419 311 337	419 311 337		419 311 337	419 311 337

SUIVI DES CRÉDITS DE PAIEMENT ASSOCIÉS À LA CONSOMMATION DES AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="text-align: center;">AE LFI 2009 + reports 2008 vers 2009</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">(1)</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">284 891 351</td></tr> </table>	AE LFI 2009 + reports 2008 vers 2009	(1)	284 891 351		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="text-align: center;">CP LFI 2009+ reports 2008 vers 2009</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">(2)</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">286 078 191</td></tr> </table>	CP LFI 2009+ reports 2008 vers 2009	(2)	286 078 191		
AE LFI 2009 + reports 2008 vers 2009											
(1)											
284 891 351											
CP LFI 2009+ reports 2008 vers 2009											
(2)											
286 078 191											
Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2008	AE demandées pour 2010	CP demandés sur AE antérieures à 2010*	CP demandés sur AE nouvelles en 2010	Total des CP demandés pour 2010	Prévision du solde des engagements non couverts par des CP au 31/12/2010						
(3)	(4)	(5)	(6)	(7) = (5) + (6)	(8)						
69 949 017	419 311 337	19 008 583	400 302 754	419 311 337	44 271 533						
					Estimation des CP 2011 sur engagements non couverts au 31/12/2010						
					(9)						
					17 643 668						
					Estimation des CP 2012 sur engagements non couverts au 31/12/2010						
					(10)						
					12 086 591						
					Estimation du montant maximal de CP nécessaires après 2012 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2010**						
					(11) = (8) - (9) - (10)						
					14 541 274						

* Cette case n'a pas vocation à correspondre à un calcul théorique de la tranche des CP 2010 pouvant couvrir les engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2009.

** Ces données constituent un calcul arithmétique maximal ne prenant pas en compte les désengagements de crédits rendus nécessaires en gestion.

L'écart entre la consommation d'AE et celle de CP est exclusivement lié à la gestion de l'aide à la modernisation de la presse. En effet, les subventions accordées et engagées au titre de cette aide ne sont effectivement payées, par tranches, qu'à réception des factures correspondantes. Les opérations de paiement s'étalent donc sur plusieurs mois voire plusieurs années selon le rythme d'investissement des entreprises.

Les CP demandés sur AE antérieures à 2010 et les estimations de CP 2011, 2012 et après 2012 sur les engagements non couverts au 31/12/2010 correspondent donc aux crédits de paiement prévisionnels nécessaires au versement aux éditeurs des subventions au titre de l'aide à la modernisation de la presse, après réalisation des projets aidés. (À noter : ces prévisions s'appuient sur la moyenne des % des CP dépensés sur les AE de chaque année entre 1999 et 2009 avec prise en compte de la liquidation des 5 M€ de CP du projet « abonnements jeune » la même année que les engagements correspondants).

Le tableau ci-après correspond à la dernière estimation réalisée par la DDM des besoins prévisionnels en CP sur des engagements antérieurs à 2010 :

CP sur engagements antérieurs à 2009 et sur engagements 2009-2010 - Estimation prévisionnelle							
En €	CP sur engagements antérieurs à 2006	CP sur engagements 2006	CP sur engagements 2007	CP sur engagements 2008	CP sur engagements 2009	CP sur engagements 2010	Total CP sur engagements antérieurs
CP 2009	4.518.894	2.736.757	5.799.859	5.500.000	6.000.000		24.555.510
CP 2010	3.357.537	1.492.777	2.658.269	6.000.000	5.500.000	5.800.000	24.808.583
CP 2011	1.799.722	1.243.981	1.449.965	2.750.000	6.000.000	4.400.000	17.643.668
CP 2012	1.330.695	497.592	1.208.304	1.500.000	2.750.000	4.800.000	12.086.591
CP 2013	1.235.744	248.796	483.322	1.250.000	1.500.000	2.200.000	6.917.862
CP 2014	969.348	248.796	241.661	500.000	1.250.000	1.200.000	4.409.805
CP 2015	1.221.947	0	241.661	250.000	500.000	1.000.000	3.213.608

Le montant prévisionnel des besoins en CP sur des engagements réalisés en 2009 et 2010 s'appuie sur l'hypothèse d'un taux de couverture des AE par des CP de 78 %.

Concernant le montant des engagements antérieurs non couverts par des paiements au 31/12/2008, la différence de 19,2 M€ entre le montant inscrit dans l'échéancier (69,9 M€) et le montant évalué par la DDM (50,7 M€) s'explique par :

- une consommation d'AE du fonds d'aide à la modernisation de la presse (FDM) relative à des dossiers de subventions accordées entre 1999 et 2007 qui n'auront pas à être couvertes par des CP pour cause de dossiers soldés inférieurs à 100%. Ces AE non consommées au titre de conventions signées entre 1999 et 2007 mais qui n'ont pas fait l'objet à ce stade d'un retrait d'engagement sont estimées à 10,3 M€ ;
- une prévision de dossiers engagés avant 2009 dont le solde sera inférieur à 100% qui conduira à une sous-consommation de CP en 2009 estimée à 6,5 M€ ;
- des abandons de projets qui ne donneront lieu à aucun paiement, soit 2 M€ d'AE.

Les AE non réellement consommées, évaluées à ce stade à environ 19 M€, et n'ayant pas encore fait l'objet de retrait d'engagements, seront régularisées au cours de l'année 2010.

Presse

Programme n° 180 | JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

JUSTIFICATION PAR ACTION

ACTION n° 01 : Abonnement de l'État à l'AFP

	Titre 2	Hors titre 2	Total
Autorisations d'engagement		113 387 230	113 387 230
Crédits de paiement		113 387 230	113 387 230

ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT

Catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Dépenses de fonctionnement autres que celles de personnel	113 387 230	113 387 230

Le nouveau contrat d'objectif et de moyens (COM) qui lie l'État et l'Agence France-Presse (AFP) a été signé le 18 décembre 2008.

Le montant des abonnements de l'État à l'AFP pour 2010 est fixé à 113 387 230 € et correspond à une augmentation de 1,8 % par rapport au montant accordé à l'Agence en 2009.

ACTION n° 02 : Aides à la presse

	Titre 2	Hors titre 2	Total
Autorisations d'engagement		305 924 107	305 924 107
Crédits de paiement		305 924 107	305 924 107

ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

DÉPENSES D'INTERVENTION

Catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Transferts aux ménages	22 699 107	22 699 107
Transferts aux entreprises	283 225 000	283 225 000

SOUS-ACTION N°1 : AIDES À LA DIFFUSION

• Sous-action n° 1-1 : Aide au transport postal de la presse d'information politique et générale

Le protocole d'accord signé le 23 juillet 2008 entre l'État, la presse et La Poste définit le cadre des relations entre la presse et La Poste pour le transport et la distribution de la presse jusqu'en 2015. L'État y confirme la mission de service public de transport postal de la presse confiée à La Poste et pérennise son engagement financier pour une

durée, historiquement longue, de sept ans. L'État souhaite ainsi continuer à garantir le pluralisme de la presse et sa diffusion postale sur l'ensemble du territoire, à des tarifs compatibles avec les équilibres économiques des acteurs.

Dans le cadre du nouveau protocole d'accord, des efforts sont demandés à la presse en termes d'augmentation tarifaire et à La Poste en termes de gain de productivité. Tout en proposant la création d'un tarif de service universel pour les éditeurs qui le souhaitent, le nouvel accord prévoit des tarifs différenciés pour la presse d'information politique et générale, qui contribue à la vitalité du débat démocratique dans notre pays.

Afin de compenser les surcoûts de la mission de service public de transport postal de la presse, l'État s'engage à apporter à La Poste une contribution annuelle qui sera de 242 M€ en 2009, 2010 et 2011, et évoluera ensuite selon la séquence suivante : 232 M€ en 2012, 217 M€ en 2013, 200 M€ en 2014, 180 M€ en 2015. Cette contribution continuera de faire l'objet d'une répartition des crédits entre le programme « Presse » et le programme « Développement des entreprises et de l'emploi » de la mission « Économie ».

En raison du changement radical du contexte économique depuis la signature des accords, le Président de la République a décidé le 23 janvier 2009, lors de la clôture des États généraux de la presse écrite, que « la mise en œuvre de l'accord presse – Poste [serait] reportée d'un an, le manque à gagner pour la Poste étant intégralement compensé par l'État ».

Le report implique que les tarifs appliqués en 2009 sont les mêmes que ceux de 2008. Cette disposition exceptionnelle en réponse à la situation d'urgence de la presse écrite, ne remet pas en cause l'accord signé le 23 juillet entre l'État, les éditeurs et La Poste. En conséquence, les tarifs 2009 prévus par l'accord sont appliqués mais les effets des hausses tarifaires (revalorisation et inflation) qui en résultent sont neutralisés pour tous les éditeurs sur la facture, via l'application d'une remise. Une ouverture de crédits d'un montant de 25,4 M€ a été votée en loi de finances rectificative du 20 avril 2009 sur le programme « Presse » pour compenser, en 2009, en faveur de La Poste, le manque à gagner né de l'application des tarifs 2008.

Pour 2010, l'aide au transport postal, qui prévoit une contribution budgétaire de 242 M€, est répartie sur le programme « Presse » à hauteur de 83 M€ et sur le programme « Développement des entreprises et de l'emploi » à hauteur de 159 M€. Par ailleurs, la compensation, en faveur de La Poste, du manque à gagner lié au moratoire d'un an, est estimée pour 2010 à 28 M€. Ces crédits sont également inscrits sur le programme « Presse ».

• **Sous action n°1-2 : Réduction du tarif SNCF pour le transport de presse**

En application de l'article 41 du cahier des charges de la SNCF, approuvé par le décret n°83-817 du 13 septembre 1983, l'État peut demander à la SNCF la fourniture de prestations de transport spécifiques, prévues par des conventions. Une convention déterminant les conditions de prise en charge par l'État d'une partie du coût du transport de la presse par la SNCF lie, chaque année, l'État à la SNCF. Le soutien de l'État est, depuis 2005, concentré sur l'acheminement des quotidiens d'information politique et générale dans le cadre d'un plan de transport annuel.

Le système de tarification est construit sur les espaces mis à disposition pour le transport de la presse et réservés sur une base annuelle. Le coût annuel du transport des quotidiens pour 2010 est calculé avec l'hypothèse d'une reconduction du nombre d'espaces dédiés au transport de presse mis à disposition par la SNCF et du nombre de bénéficiaires entre 2009 et 2010. Plus d'une trentaine de quotidiens bénéficient des remises tarifaires accordées par la SNCF.

Ainsi, en 2010, la participation de l'État au financement du plan de transport des quotidiens d'information politique et générale s'élèvera à 5 800 000 € (TTC).

• **Sous-action n°1-3 : Aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger**

L'aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger est destinée à faciliter la diffusion, hors de France, des quotidiens et des publications périodiques français qui apportent une contribution significative au rayonnement de la pensée et de la culture françaises.

Les règles régissant le fonds d'aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger sont fixées par le décret n°2004-1311 du 26 novembre 2004. Ce fonds est divisé en deux sections. La répartition des crédits entre les deux sections est effectuée par le directeur du développement des médias.

La 1^{ère} section est destinée à encourager la réduction du coût du transport à l'étranger des titres diffusés par vente au numéro. Les crédits alloués au titre de cette 1^{ère} section sont déterminés en fonction de la diffusion des titres concernés et de son évolution sur des zones géographiques prioritaires. Depuis 2008, cette section est recentrée sur la seule presse d'information politique et générale.

La 2^{nde} section est destinée à soutenir les actions de promotion de la presse française à l'étranger. L'aide de l'État prend la forme de remboursements partiels de frais liés au manque à gagner dû à la baisse des prix de vente, ainsi que ceux liés à la prospection et à la promotion des titres à l'étranger.

Le montant total de crédits nécessaires pour financer cette aide en 2010 atteint 1 950 000 €.

La répartition prévisionnelle pour 2010 entre les deux sections est la suivante : 850 000 € pour la 1^{ère} section et 1 100 000 € pour la 2^{nde} section.

Le contexte international et géopolitique rend très difficile les prévisions sur la progression de la diffusion dans les différentes zones.

Les bénéficiaires de l'aide au développement de la presse française à l'étranger sont des éditeurs particuliers (une trentaine), des organismes collectifs de promotion des ventes ou des sociétés de messageries. Étant donné que les NMPP assurent le transport à l'étranger de l'essentiel des publications de la presse française vendues au numéro, il est prévu qu'ils bénéficient en 2010 de la totalité de l'aide attribuée au titre de la 1^{ère} section, soit près de 44% de la dotation du fonds. L'association Uni-Press, qui collecte des abonnements lors des nombreuses manifestations auxquelles elle participe, devrait en 2010 bénéficier d'une partie de l'aide attribuée au titre de la 2^{nde} section.

Outre le soutien aux abonnements et aux ventes au numéro à tarif privilégié, le fonds apporte un soutien aux actions de promotion des éditeurs visant à maintenir ou à élargir la présence des publications françaises dans le monde. Les actions de promotion comprennent notamment l'achat de matériel promotionnel, des frais de publicité pour une présence dans les salons et foires, la création d'éditions spéciales pour certaines publications afin de couvrir l'actualité de la zone géographique de diffusion. Elles portent également sur la mise en place de correspondants locaux chargés de promouvoir sur place les titres dans les pays prioritaires. Ces actions ne peuvent être pleinement efficaces que si elles s'inscrivent dans la durée. Ainsi, il est retenu pour 2010 une hypothèse de stabilité tant s'agissant du nombre d'éditeurs particuliers qui devraient bénéficier de l'aide au titre de la 2^{nde} section que de la nature et des montants des projets soutenus dans ce cadre.

• Sous-action n°1-4 : Aide au portage de la presse

L'aide au portage fait partie des dispositifs d'aide fortement renforcés à la suite des Etats généraux de la presse écrite. La dotation de l'aide est ainsi passée en 2009 de 8 250 000 € à 70 000 000 € par l'ouverture de crédits complémentaires en loi de finances rectificative. Réservée jusqu'en 2008 aux quotidiens, cette aide est désormais accessible à tous les titres nationaux, régionaux et départementaux d'information politique et générale, ainsi qu'aux publications qui apportent régulièrement des informations et des commentaires sur l'actualité de l'ensemble des disciplines sportives. Elle est destinée à soutenir le développement de ce mode de distribution des journaux qui présente, en particulier pour la presse quotidienne, un intérêt évident, mais auquel sont liées des contraintes lourdes, qu'impose une distribution régulière et très matinale.

Les règles régissant le fonds d'aide au portage de la presse sont fixées par le décret n° 98-1009 du 6 novembre 1998 modifié. Le nouveau dispositif est mis en place pour une durée de trois ans, de 2009 à 2011. Cette aide est divisée en deux parts, dont la première est fonction de la progression du nombre d'exemplaires portés au cours des deux années précédant celle de l'attribution de l'aide (« aide au flux ») et la seconde est fonction du nombre total d'exemplaires portés au cours de l'année précédant celle de l'attribution de l'aide (« aide au stock »). Pour chaque part, un taux unitaire de subvention par exemplaire porté est fixé par arrêté.

Les conditions d'attribution de l'aide ont été réformées, afin de rendre plus incitative l'aide au portage et permettre un réel développement de ce mode de diffusion, conduisant à une revalorisation du taux unitaire de subvention. Ainsi, pour 2009, le taux unitaire de subvention est fixé à 0,27 € au titre de l'aide au flux contre 0,18 € en 2008 et à 0,055 € au titre de l'aide au stock contre 0,002 € en 2008. Les titres éligibles au fonds d'aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires et au fonds d'aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces bénéficient d'un taux aménagé au titre de l'aide au stock fixé à 0,17 €.

Le nombre de bénéficiaires est ainsi passé de 63 en 2008 à 126 en 2009. Ce nombre devrait encore augmenter en 2010, notamment pour la presse magazine d'information et la presse hebdomadaire régionale.

Le montant total de la dotation pour financer le fonds d'aide au portage de la presse est, pour 2010, de 70 000 000 €. À ce stade, il a été retenu une hypothèse d'évolution du portage de 7% par an sur la base de 900 millions d'exemplaires portés au total en 2008. La formule de calcul de l'aide pour l'année N est : (nombre d'exemplaires portés en N-1 - nombre d'exemplaires portés en N-2) x taux d'aide au flux + nombre d'exemplaires portés en N-1 x taux d'aide au stock, soit pour 2010 $(963 - 900) \times 0,27 + 963 \times 0,055 = 70 \text{ M€}$.

Sur la base des demandes reçues en 2009 et des évolutions prévisionnelles pour 2010, la répartition prévisionnelle de l'aide par famille de presse en 2010 devrait être la suivante : 71 % à la PQR, 18,4 % à la PQN, 10 % à la PQD, 0,4 % pour la presse magazine d'information, et 0,2 % à la PHR.

• **Sous-action n° 1-5 : Exonération des charges patronales pour les vendeurs-colporteurs et porteurs de presse**

En complément de l'aide au portage, le soutien massif au développement de ce mode de distribution s'est traduit par l'adoption en loi de finances rectificative en avril 2009 d'un dispositif relatif à l'activité des vendeurs-colporteurs et porteurs de presse. Cette mesure visant à développer un réseau structuré de portage conduit à exonérer de charges patronales les rémunérations des vendeurs-colporteurs et porteurs de presse.

Le montant de la compensation à la sécurité sociale par le budget général est estimé pour 2010 à 12 000 000 €. En effet, l'exonération des cotisations patronales a été estimée à 58 € en moyenne par mois pour l'employeur s'agissant d'un porteur de presse salarié rémunéré au SMIC et à 46 € s'agissant d'un vendeur-colporteur de presse rémunéré au SMIC en retenant une hypothèse de 18 000 bénéficiaires, dont 80 % de porteurs salariés et 20 % de vendeur-colporteurs.

SOUS-ACTION N° 2 : AIDES AU PLURALISME

• **Sous-action n°2-1 : Aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires**

L'aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires vise principalement à soutenir, d'une part, les titres qui, du fait de leur positionnement éditorial, bénéficient structurellement de recettes publicitaires faibles, et d'autre part, les titres qui traversent de façon conjoncturelle des difficultés financières.

Les règles régissant le fonds d'aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires sont fixées par le décret n° 86-616 du 12 mars 1986 modifié. Ce fonds d'aide est divisé en deux sections. La répartition des crédits entre les deux sections est effectuée par le directeur du développement des médias.

L'aide attribuée au titre de la 1^{ère} section du fonds bénéficie aux quotidiens répondant à certaines conditions relatives au prix de vente, à la diffusion et au tirage moyens et au pourcentage de recettes de publicité dans leurs recettes totales. L'aide accordée dans le cadre de cette 1^{ère} section ne peut, à compter de 2008, dépasser 25 % des recettes totales du titre, hors subventions publiques. Les crédits de la 1^{ère} section de l'aide bénéficient en 2008 à cinq publications et représentent la quasi-totalité de la dotation globale.

L'aide attribuée au titre de la 2nde section bénéficie à des quotidiens qui ne sont pas éligibles à la 1^{ère} section et qui répondent tout de même à un certain nombre de conditions relatives au prix de vente, à la diffusion et au tirage moyens et au pourcentage de recettes de publicité dans leurs recettes totales. En 2008, l'aide allouée au titre de la 2nde section a bénéficié à trois publications.

Bénéficiant à huit publications, cette aide est essentiellement concentrée sur quatre d'entre elles qui ont perçu 95 % de l'aide en 2008.

Le montant moyen de l'aide versé aux 3 principaux bénéficiaires, qui représente 76 % de la dotation totale, est de 2 538 750 € en 2008. Par rapport à 2008, le nombre de bénéficiaires prévus en 2010 devant être identique et le montant moyen de l'aide stable, le montant total de crédits nécessaires pour financer, en 2010, les deux sections du fonds d'aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires atteindra 9 155 000 €, soit le montant des crédits dépensés en 2008.

• **Sous-action n°2-2 : Aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces**

L'aide aux quotidiens locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces a pour objet de concourir au maintien du pluralisme et à la préservation de l'indépendance des titres concernés.

Les règles régissant le fonds d'aide aux quotidiens locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces sont fixées par le décret n°89-528 du 28 juillet 1989 modifié. Ce fonds d'aide est divisé en deux sections. La répartition des crédits entre les deux sections est effectuée par le directeur du développement des médias.

L'aide attribuée au titre de la 1^{ère} section du fonds bénéficie aux quotidiens locaux répondant à certaines conditions relatives au prix de vente, à la diffusion et au tirage moyens et au pourcentage de recettes de petites annonces dans leurs recettes publicitaires totales.

L'aide attribuée au titre de la 2nde section bénéficie à des quotidiens locaux qui ne sont pas éligibles à la 1^{ère} section mais qui répondent tout de même à un certain nombre de conditions relatives au prix de vente, à la diffusion et au tirage moyens ainsi qu'au pourcentage de recettes de petites annonces dans leurs recettes publicitaires totales et dont plus du quart de la diffusion payée est assurée par voie d'abonnement postal.

Cette aide a bénéficié en 2008 à 11 publications, l'aide allouée aux trois premiers bénéficiaires représentant 49 % de la dotation du fonds. Le montant moyen de l'aide versé s'est élevé à 127 272 €.

Le total des crédits pour financer l'aide aux quotidiens locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces est fixé à 1 400 000 € en 2010.

Le nombre de bénéficiaires de cette aide a augmenté en 2009, passant de 11 à 14. Si ce nombre devait rester stable en 2010, le montant moyen de l'aide serait de 100 000 €.

• **Sous-action n°2-3 : Aide à la presse hebdomadaire régionale**

L'aide à la presse hebdomadaire régionale est destinée à conforter les titres de la presse hebdomadaire d'information politique et générale dont le maintien est indispensable au pluralisme d'expression et à la cohésion du tissu économique et social.

Les règles régissant le fonds d'aide à la presse hebdomadaire régionale sont fixées par le décret n° 2004-1312 du 26 novembre 2004. Ce fonds d'aide est divisé en deux sections. La répartition des crédits entre les deux sections est effectuée par le directeur du développement des médias.

La 1^{ère} section du fonds est destinée à favoriser la diffusion des publications vendues au numéro et respectant un certain nombre de conditions posées par le décret n°2004-1312 du 26 novembre 2004 (principalement en matière de contenu, de nombre de parutions et de prix de vente). L'aide attribuée à chaque titre est calculée en multipliant le taux unitaire de subvention par le nombre moyen d'exemplaires effectivement vendus au numéro au cours de l'année précédant l'année d'attribution de l'aide. La diffusion prise en compte ne peut toutefois être inférieure à 2 000 exemplaires, ni supérieure à 20 000 exemplaires par parution.

La 2^{nde} section est réservée aux publications qui, ayant satisfait aux conditions de la 1^{ère} section, sont majoritairement diffusées par abonnement postal et dont les numéros pèsent moins de 100 grammes. L'aide attribuée à chaque titre est calculée en multipliant le taux unitaire de subvention par le nombre d'exemplaires effectivement vendus par abonnement postal au cours de l'année précédant l'année d'attribution de l'aide. La diffusion prise en compte ne peut toutefois être supérieure à 10 000 exemplaires par parution. Les aides versées au titre de la 2^{nde} section peuvent se cumuler avec les aides versées au titre de la 1^{ère}.

Cette aide a bénéficié en 2008 à 191 publications qui ont perçu une aide moyenne de 7 434 €. La part des crédits allouée aux 3 premiers bénéficiaires s'élève à 5,84 %.

Le nombre de bénéficiaires prévus et le montant moyen de l'aide restant stable, le total des crédits nécessaires pour financer l'aide à la presse hebdomadaire régionale est, pour 2010, de 1 420 000 €, soit le montant des crédits dépensés en 2008.

SOUS-ACTION N°3 : AIDES À LA MODERNISATION

• **Sous-action n°3-1 : Aide à la modernisation sociale de la presse quotidienne d'information politique et générale**

L'aide à la modernisation sociale de la presse quotidienne d'information politique et générale, mise en place par l'article 135 de la loi de finances rectificative pour 2004 a pour objet d'accompagner le processus de modernisation professionnelle et sociale engagé par la presse quotidienne nationale, régionale et départementale, destiné à lui permettre de surmonter ses difficultés structurelles et conjoncturelles.

S'agissant de la presse quotidienne nationale, le décret n° 2005-1096 du 2 septembre 2005 a déterminé les caractéristiques du dispositif spécifique de cessation d'activité mis en place pour les salariés de la presse parisienne. La convention cadre précisant les conditions d'âge des personnels éligibles, formalisant l'engagement de non-embauche des entreprises et déterminant la clé de répartition du dispositif entre l'État et la branche a été signée le 30 septembre 2005.

S'agissant de la presse quotidienne en régions, le décret n°2006-657 du 2 juin 2006 a déterminé les caractéristiques du dispositif spécifique de cessation d'activité mis en place pour les salariés de la presse quotidienne régionale et départementale. Les conventions cadre précisant les conditions d'âge des personnels éligibles, formalisant l'engagement de non-embauche des entreprises et déterminant la clé de répartition du dispositif entre l'État et les branches ont été signées le 1^{er} août 2006.

Les crédits ouverts en 2010 au titre de la participation de l'État au coût des départs anticipés pour la presse quotidienne nationale et la presse quotidienne en régions ont été évalués à 22 699 107 €.

Le nombre d'allocataires prévus en 2010 s'élève à 350 pour la presse quotidienne nationale et à 1100 pour la presse quotidienne en régions, ce qui correspond au « pic » du dispositif. Ce nombre va décroître ensuite de 2011 à 2015 en raison des départs à la retraite d'une partie des bénéficiaires.

• **Sous-action n°3-2 : Aide à la modernisation de la distribution de la presse quotidienne nationale**

Les coûts propres à la distribution des quotidiens vendus au numéro sont actuellement assumés par une seule société de messageries, les Nouvelles messageries de la presse parisienne (NMPP). Les NMPP supportent ainsi depuis plusieurs années d'importants déficits du fait des contraintes logistiques et d'urgence spécifiquement attachées à cette

activité, auxquelles s'ajoutent les conditions d'emploi et de rémunération propres à la presse parisienne. La charge financière qui en résulte fragilise le système coopératif de distribution de la presse, qui repose sur la contribution solidaire des éditeurs de quotidiens et de publications.

Dans ce contexte, le décret n°2002-629 du 25 avril 2002 a institué une aide à la distribution de la presse quotidienne nationale d'information politique et générale. L'objectif initial de cette aide était d'accompagner le plan de modernisation mis en œuvre par les NMPP pour la période 2000-2003, en couvrant une partie des surcoûts spécifiques occasionnés par le traitement des quotidiens nationaux d'information politique et générale, lesquels concourent tout particulièrement à la défense du pluralisme et de la diversité de l'information. Malgré les progrès réalisés dans le cadre du plan de modernisation 2000-2003, le déficit de la branche « quotidiens » considérée isolément restait préoccupant. L'aide à la distribution a donc été reconduite à l'appui du nouveau plan de modernisation mis en œuvre par les NMPP pour la période 2004-2007 (décret n°2004-1310 du 26 novembre 2004). Celui-ci n'a cependant pas permis d'atteindre les résultats escomptés.

L'évolution défavorable du marché de la presse et le retournement de tendance pour les produits multimédias ont donc conduit les NMPP à engager une profonde réflexion stratégique débouchant sur la conception d'un nouveau plan à la fois ambitieux et réaliste. Celui-ci, intitulé Défi 2010 mais dont les actions s'échelonnent en fait jusqu'en 2012, s'efforce de prendre la mesure des nouveaux défis que l'entreprise doit relever. La stratégie préconisée repose sur trois grands axes : la reconquête des ventes par un dimensionnement du réseau plus adapté aux attentes des lecteurs, la réforme des processus et la rationalisation des structures, le développement de nouvelles ressources.

Ce plan implique un montant d'investissement de 150 M€ sur cinq ans.

Alors que la situation financière des NMPP se dégrade du fait de la baisse des ventes de quotidiens (-8% en 2009), l'État a indiqué qu'il soutiendrait le plan Défi 2010 en continuant à prendre en charge une partie des surcoûts liés à la distribution des quotidiens nationaux d'information politique et générale.

Les surcoûts constatés à partir d'une comparaison entre les coûts de distribution des quotidiens et des autres publications sont les suivants : 13,5 M€ supplémentaires pour les conditions spécifiques de travail liées à la distribution des quotidiens pour le seul niveau 1 du système de distribution, 1,5 M€ pour les conditions d'acheminement en Corse des quotidiens et 1,8 M€ résultant de leur schéma d'impression. S'ajoutent à ces montants, 9,6 M€ d'investissements directs prévus pour 2010 à destination des seuls quotidiens : 7,6 M€ au titre du coût social de la refonte de la filière de distribution et 2 M€ au titre des investissements en informatique. Enfin, les investissements indirects, bénéficiant à l'ensemble des publications, peuvent être imputés à hauteur de 3,1 M€ à la filière de distribution des quotidiens.

Dans le cadre du projet de loi de finances pour 2010, 12 000 000 € seront consacrés à la couverture d'une partie de ces surcoûts.

En contrepartie, un dispositif de suivi a été mis en place pour évaluer l'état d'avancement du plan Défi 2010, notamment des actions mises en œuvre à destination des quotidiens d'information politique et générale, ainsi que l'impact de ces mesures sur la réduction du déficit d'exploitation de l'activité de distribution de ces publications.

• Sous-action n°3-3 : Aide à la modernisation des diffuseurs de presse

L'aide à la modernisation des diffuseurs de presse a pour objet d'accompagner le réseau des diffuseurs de presse dans l'effort de modernisation qu'ils doivent accomplir pour améliorer leur performance commerciale, dont dépend directement la diffusion de la presse vendue au numéro.

Initialement centré sur les projets de rénovation de l'espace de vente (mobiliers et équipements directement liés à la présentation de la presse), le dispositif a été élargi en décembre 2005 afin de soutenir également les projets de modernisation informatique, à travers l'installation ou la mise à jour de matériels (caisse enregistreuse, ordinateur, imprimante) et de logiciels permettant d'optimiser la gestion des produits de presse.

Cette extension du dispositif aux projets d'informatisation des points de vente est apparue particulièrement nécessaire dans un contexte où l'informatisation constitue un critère déterminant dans le cadre du plan de revalorisation des

rémunérations actuellement mis en place par la profession et constitue la majorité (70 %) des projets d'investissement aidés.

Dans le cadre des mesures annoncées par le Président de la République en conclusion des États généraux de la presse écrite, le renforcement de l'aide à la modernisation des diffuseurs de presse s'est traduit par une évolution des modalités de calcul et d'attribution de l'aide. Grâce à l'ouverture de crédits complémentaires en loi de finances rectificative, la dotation du dispositif est passée en 2009 à 13,3 M€. Le taux de la subvention représente désormais 40 % du montant total hors taxe des dépenses prises en compte contre 30 % en 2008, avec un plafond fixé respectivement à 5 600 € pour les projets de modernisation de l'espace de vente et à 4 500 € pour les projets de modernisation informatique contre 3 500 € en 2008.

Il résulte de ces majorations du taux et des plafonds une augmentation de la subvention moyenne attribuée. Selon les estimations réalisées à partir d'un échantillon issu des dossiers déjà instruits, les subventions moyennes en 2010 seront respectivement de 3 800 € pour les projets de modernisation de l'espace de vente et de 2 700 € pour les projets de modernisation informatique.

Compte tenu de ces évolutions, le nombre de subventions attribuées pour les projets de modernisation de l'espace de vente devrait passer de 468 en 2008 à 1 500 en 2010 tandis que le nombre de subventions attribuées aux projets d'informatisation passerait, dans le même temps, de 1 202 en 2008 à 2 500 en 2010.

Dès lors, 5 700 000 € devraient être versés pour soutenir des projets de modernisation de l'espace de vente et 6 750 000 € pour soutenir des projets de modernisation informatique, soit un montant total de subventions attribuées de 12 450 000 €. Le montant de la commission prélevée par l'organisme gestionnaire, égale à 6,35% de l'ensemble des sommes versées, frais de gestion inclus, serait alors de 844 180 €.

Le montant de crédits nécessaires pour financer l'aide à la modernisation de la diffusion en 2010 est donc estimé à 13 300 000 €.

• **Sous-action n°3-4 : Aide au développement des services de presse en ligne**

L'aide au développement des services en ligne a pour objet de soutenir les projets des entreprises de presse visant à offrir au public un accès aux contenus rédactionnels des journaux ou revues sur support numérique.

Le fonds d'aide au développement des services en ligne des entreprises de presse, qui succède au fonds « presse et multimédia », a été créé par le décret n°2004-1313 du 26 novembre 2004.

L'annonce faite par le Président de la République le 23 janvier 2009, de la création d'un « statut d'éditeur de presse en ligne » d'une part, et du renforcement de l'aide au développement de la presse en ligne, d'autre part, s'est traduite par une forte augmentation des moyens, ainsi que la création par la loi « Création et Internet » du statut d'éditeur de presse en ligne. Cette nouvelle donne conduit à réformer les conditions d'attribution et de fonctionnement de l'aide au développement des services en ligne des entreprises de presse. Le fonds d'aide au développement des services de presse en ligne est appelé à succéder au fonds d'aide au développement des services en ligne des entreprises de presse. Un projet de décret visant à remplacer le décret n° 2004-1313 du 26 novembre 2004 est en cours de rédaction. Le nouveau fonds sera ouvert aux services de presse en ligne reconnus, qu'ils soient ou non la déclinaison d'un titre imprimé.

Doté de 2006 à 2008 d'un budget de 500 000 €, le fonds d'aide au développement des services en ligne des entreprises de presse a vu sa dotation budgétaire majorée de 19,7 M€ par la loi de finances rectificative pour 2009.

Le bénéfice de l'aide sera ouvert aux entreprises de presse en ligne n'éditant pas de version papier (« *pure players* »). L'ensemble des services de presse en ligne, issus des « *pure players* » comme de la presse imprimée fera l'objet d'une homologation spécifique par la CPPAP.

Afin de favoriser l'essor des services de presse en ligne, l'aide peut désormais prendre la forme de subventions et non plus seulement d'avances ; ces deux formes d'aide sont plafonnées respectivement à 40 % et à 50 % des dépenses éligibles.

Pour tenir compte des spécificités du fonctionnement des services en ligne, le champ des dépenses éligibles au bénéfice de l'aide devrait être étendu. Cette extension s'applique notamment aux dépenses relatives aux frais d'hébergement de serveurs et à l'achat d'équipement audio et vidéo, ainsi qu'aux actions de promotion et de marketing nécessaires pour faire connaître au public ces nouveaux modes de diffusion de la presse.

Compte tenu des besoins prévisionnels à couvrir, une dotation budgétaire de 20 200 000 € est prévue en 2010.

• Sous-action n° 3-5 : Aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale

Créé en 1998, le fonds d'aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale (FDM) permet d'accorder des subventions aux entreprises et agences de presse pour la réalisation de projets de modernisation. Le décret n°99-79 du 5 février 1999 modifié relatif au fonds d'aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale devrait être modifié sur deux points. Ce projet doit étendre d'une part l'éligibilité des aides du fonds aux journaux hebdomadaires nationaux de fin de semaine qui sont édités dans des conditions comparables à celles d'un quotidien. Il prévoit, d'autre part, de relever de 15 à 20 % le taux permettant de calculer, sur l'assiette que constitue la dotation prévue en loi de finances pour le FDM, le plafond annuel d'attribution des aides attribuées aux sociétés appartenant à un même groupe. Ce relèvement du plafond est lié au mouvement de concentration constaté ces dernières années, grâce auquel les éditeurs ont pu consolider leur situation, et qui nécessite d'importants investissements.

En 2008, 64 projets ont été aidés par le fonds, l'aide allouée aux trois premiers bénéficiaires représentant 37,75% de la dotation du fonds. Le montant moyen des aides s'est élevé à 340 090 €.

Nature des investissements	Nombre de dossiers	Montant de subvention	Montant moyen de subvention
Rédaction	21	4 738 062	225 622
Gestion	11	612 975	55 725
Fabrication	14	12 006 736	857 624
Distribution	5	1 867 705	373 541
Internet	11	2 420 715	220 065
Études	2	119 566	59 783
Total	64	21 765 760	340 090

Pour 2008, les investissements relatifs à la chaîne de fabrication ont représenté la plus grande part des investissements (58,1 %), en nette diminution par rapport à l'année antérieure (79,9% en 2007). La part des investissements consacrés à la modernisation des rédactions a nettement augmenté (19,2 % en 2008 contre 6,4 % en 2007) ainsi que celle relative à Internet (11,6 % contre 2 % en 2007). Parmi les autres investissements, ceux relatifs à la distribution sont en diminution (6,8 % contre 9 % en 2007). La réforme fin 2009 du fonds d'aide au développement des services de presse en ligne ne sera pas sans incidence sur le FDM dans la mesure où les investissements relatifs aux projets internet des éditeurs seront désormais subventionnés par ce fonds.

En 2009, une ouverture de crédits complémentaires de 5 000 000 € a été opérée en loi de finances rectificatives pour financer la mise en œuvre de la mesure annoncée par le Président de la République de « permettre à tout jeune de 18 ans de bénéficier, l'année de sa citoyenneté, d'un abonnement gratuit à un quotidien de son choix ». Les organisations professionnelles ont présenté un projet collectif en ce sens qui pourrait bénéficier à 200 000 jeunes de 18 à 24 ans. Les abonnements sont financés à 50% par les éditeurs de presse et à 50% par l'enveloppe Jeunesse du fonds de modernisation à hauteur de 5 M€. Cette opération sera reconduite en 2010.

Dans ce contexte, la dotation budgétaire nécessaire, compte tenu des besoins de modernisation du secteur s'élève en 2010, à 25 000 000 € en autorisations d'engagement, dont 8 500 000 € seront spécifiquement consacrés aux projets destinés à favoriser le développement de la lecture de la presse par les jeunes. S'agissant des crédits de paiement, les 25 000 000 € permettront principalement de couvrir les engagements passés sur ce fonds.

CP sur engagements antérieurs à 2009 et sur engagements 2009-2010 - Estimation prévisionnelle :

	CP sur engagements antérieurs à 2006	CP sur engagements 2006	CP sur engagements 2007	CP sur engagements 2008	CP sur engagements 2009	CP sur engagements 2010	Total CP sur engagements antérieurs
CP 2009	4 518 894	2 736 757	5 799 859	5 500 000	6 000 000		24 555 510
CP 2010	3 357 537	1 492 777	2 658 269	6 000 000	5 500 000	5 800 000	24 808 583

ANALYSE DES COÛTS DU PROGRAMME ET DES ACTIONS

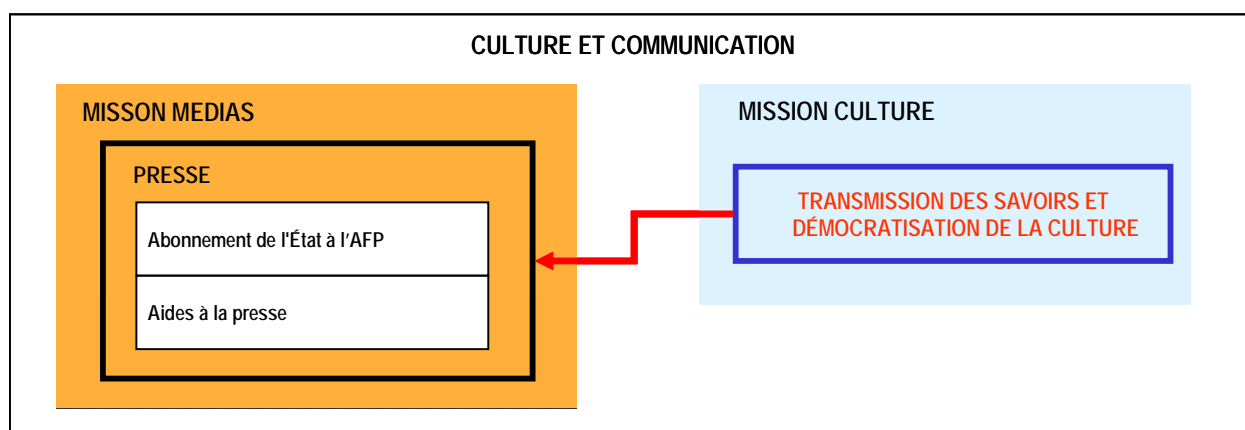
Avertissement

Sont décrites ici les dépenses prévisionnelles pour chaque action, après ventilation des crédits (comprenant autant que de besoin les évaluations de fonds de concours et attributions de produits) des actions de conduite, pilotage, soutien ou de services polyvalents vers les actions de politique publique. Cette description comporte trois volets : la cartographie des liens vers ou depuis les actions du programme, un tableau de synthèse et les commentaires explicatifs. Les données ont été élaborées par les ministères en charge des programmes, en concertation avec le ministère du budget, des comptes publics et de la fonction publique.

S'appuyant sur des principes et des méthodes définis au plan interministériel, la démarche pragmatique adoptée pour les projets de loi de finances précédents, faisant porter l'effort sur l'identification des enjeux pertinents en termes politiques et financiers, est reconduite et approfondie. L'analyse des coûts doit être envisagée comme une démarche progressive, dont la précision évoluera au fil des exercices, dès lors que les phases d'exécution permettront de valider les méthodes et de se référer à des données comptables.

SCHÉMA DE DÉVERSEMENT ANALYTIQUE DU PROGRAMME

Ce schéma représente les liens entre les actions du programme et avec des actions d'autres programmes.



PRÉSENTATION DES CRÉDITS DE PAIEMENT CONCOURANT À LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE

Intitulé de l'action	PLF 2010 crédits directs (y.c. FDC et ADP)	Ventilation des crédits de pilotage, de soutien et/ou de polyvalence		PLF 2010 après ventilation (y.c. FDC et ADP)	LFI 2009 après ventilation (y.c. FDC et ADP)
		au sein du programme	entre programmes		
Abonnement de l'État à l'AFP	113 387 230		+39 662	+113 426 892	+111 420 499
Aides à la presse	305 924 107		+951 880	+306 875 987	+167 148 319
Total	419 311 337		+991 542	420 302 879	278 568 818

Ventilation des crédits de pilotage, de soutien et/ou de polyvalence vers (+) ou en provenance (-) d'autres programmes	-991 542
Transmission des savoirs et démocratisation de la culture (Mission « Culture »)	-991 542

OBSERVATIONS

Les crédits du programme « Presse » comprennent des crédits de fonctionnement et d'intervention. Les montants déversés depuis le programme « Transmission des savoirs et démocratisation de la culture » correspondent à la masse salariale du personnel qui lui est affecté et aux crédits de fonctionnement et de soutien de ce programme.

Ce montant intègre, depuis le rattachement du programme « Presse » au ministère de la culture et de la communication, le coût de la fonction support telle qu'elle est déterminée par celui-ci et qui n'était pas prise en compte dans le PAP 2009. Le tout est réparti au prorata des ETP participant à la mise en œuvre de chacune des actions du programme « Presse ».

PROGRAMME 312

SOUTIEN À L'EXPRESSION RADIOPHONIQUE LOCALE

MINISTRE CONCERNÉ : FRÉDÉRIC MITTERRAND, MINISTRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION

Présentation stratégique du projet annuel de performances	52
Présentation des crédits et des dépenses fiscales	54
Présentation du programme et des actions	57
Objectifs et indicateurs de performance	60
Justification au premier euro	62
Analyse des coûts du programme et des actions	66

PRÉSENTATION STRATÉGIQUE DU PROJET ANNUEL DE PERFORMANCES

Laurence FRANCESCHINI

Directeur du développement des médias

Responsable du programme n° 312 : Soutien à l'expression radiophonique locale

Créé en 1982, comme un élément essentiel de la politique de libéralisation des ondes radiophoniques, le fonds de soutien à l'expression radiophonique locale (FSER) est chargé de la gestion de l'aide publique aux radios locales associatives accomplissant une mission de communication sociale de proximité.

Les radios associatives ont une place particulière dans le paysage radiophonique français. Seul média de proximité qui couvre l'ensemble du territoire national, elles s'adressent en priorité à des populations isolées et ont un rôle social primordial. Elles interviennent en effet comme un élément unificateur, animant la vie locale et réservant une large part de leur programmation à des cultures minoritaires, de nouveaux talents artistiques ou encore à des campagnes d'intérêt général. Elles remplissent également des missions d'intégration et de formation et emploient près de 2 000 personnes.

Au regard des différentes subventions distribuées par le FSER, l'objectif poursuivi dans le cadre du programme de soutien à l'expression radiophonique locale est de contribuer à la pérennité d'un secteur radiophonique de proximité non concurrentiel qui participe au pluralisme, à l'équilibre du paysage radiophonique français et au maintien du lien social.

L'année 2009 a été marquée par la budgétisation des crédits du programme qui étaient, jusqu'au 31 décembre 2008, retracés au sein d'un compte d'affectation spéciale (« Cinéma, audiovisuel et expression radiophonique locale »). Le montant de ces crédits correspondait au produit d'une taxe sur les recettes publicitaires des radios et télévisions, selon une logique de redistribution des produits du marché publicitaire auquel les radios associatives n'ont que très peu accès. Depuis le 1^{er} janvier 2009, les crédits destinés au soutien à l'expression radiophonique locale sont donc retracés au sein du programme 312 de la mission « Médias ».

En 2010, le soutien de l'État aux radios associatives sera renforcé grâce à une augmentation des crédits de 2,5 M€ par rapport au montant de crédits de la LFI 2009 (26,5 M€). Cet effort porte les crédits 2010 à 29 M€, soit une augmentation de 9,5 % par rapport aux crédits inscrits en LFI 2009.

Cette nette progression des crédits permettra de tenir compte de l'augmentation du nombre de radios associatives autorisées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel en FM et de soutenir les radios associatives pour le passage à la diffusion numérique. En effet, le lancement de la radio numérique terrestre, attendu pour le début de l'année 2010, représentera une formidable opportunité pour les auditeurs avec un accroissement de l'offre, une meilleure qualité de réception et des services associés. Or, pour les éditeurs de radio, et notamment de radios associatives, la diffusion en mode numérique entraînera des surcoûts importants par rapport à la diffusion analogique, tant pour la fabrication des programmes que pour leur diffusion. L'augmentation des crédits du fonds de soutien en 2010 permettra d'aider les radios associatives à continuer de remplir, au sein du paysage radiophonique numérique, la mission de communication sociale de proximité que leur a confiée le législateur. Sur les trois premières zones desservies par la radio numérique terrestre (Paris, Nice et Marseille), le Conseil supérieur de l'audiovisuel a déjà sélectionné 28 radios associatives.

La performance du programme « Soutien à l'expression radiophonique locale » s'articule autour de deux objectifs : « Soutenir les efforts des radios associatives dans leurs missions sociales de proximité » et « Diversifier les ressources des radios locales associatives ». Ces objectifs, et les indicateurs qui y sont associés, permettent, d'une part, d'engager les radios associatives à amplifier leurs efforts qualitatifs dans des domaines sensibles, particulièrement essentiels au maintien de la cohésion nationale, et d'autre part, d'inciter les associations bénéficiaires de l'aide, environ 600, à développer leurs ressources propres et de circonscrire ainsi le niveau de subvention publique attribuée par le FSER.

Depuis l'entrée en vigueur, le 28 février 2007, du décret n° 2006-1067 du 25 août 2006 portant réforme de la gestion du fonds, les services de radio peuvent se voir accorder trois subventions à caractère automatique (subvention d'installation, subvention d'exploitation et subvention d'équipement) ainsi qu'une subvention à caractère sélectif (subvention sélective à l'action radiophonique). Cette nouvelle subvention a pour principal objectif d'inciter les radios à s'engager dans des domaines particulièrement essentiels pour l'intérêt général.

RÉCAPITULATION DES OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

- **OBJECTIF 1** **Soutenir les efforts des radios associatives dans leurs missions sociales de proximité**
 - INDICATEUR 1.1 Contribution des subventions sélectives à l'expression radiophonique locale
- **OBJECTIF 2** **Diversifier les ressources des radios locales associatives**
 - INDICATEUR 2.1 Part moyenne des ressources propres des radios locales associatives au sein de leur chiffre d'affaires

Soutien à l'expression radiophonique locale

Programme n° 312 | PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

2010 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS DEMANDÉS

2010 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 3 Dépenses de fonctionnement	Titre 6 Dépenses d'intervention	Total pour 2010	FDC et ADP attendus en 2010
01	Soutien à l'expression radiophonique locale		28 884 000	28 884 000	
02	Fonction support	116 000		116 000	
Total		116 000	28 884 000	29 000 000	

2010 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 3 Dépenses de fonctionnement	Titre 6 Dépenses d'intervention	Total pour 2010	FDC et ADP attendus en 2010
01	Soutien à l'expression radiophonique locale		28 884 000	28 884 000	
02	Fonction support	116 000		116 000	
Total		116 000	28 884 000	29 000 000	

2009 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LOI DE FINANCES INITIALE)

2009 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 3 Dépenses de fonctionnement	Titre 6 Dépenses d'intervention	Total pour 2009	Prévisions FDC et ADP 2009
01	Soutien à l'expression radiophonique locale		26 418 800	26 418 800	
02	Fonction support	106 000		106 000	
Total		106 000	26 418 800	26 524 800	

2009 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 3 Dépenses de fonctionnement	Titre 6 Dépenses d'intervention	Total pour 2009	Prévisions FDC et ADP 2009
01	Soutien à l'expression radiophonique locale		26 418 800	26 418 800	
02	Fonction support	106 000		106 000	
Total		106 000	26 418 800	26 524 800	

Soutien à l'expression radiophonique locale

Programme n° 312 | PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR TITRE ET CATÉGORIE

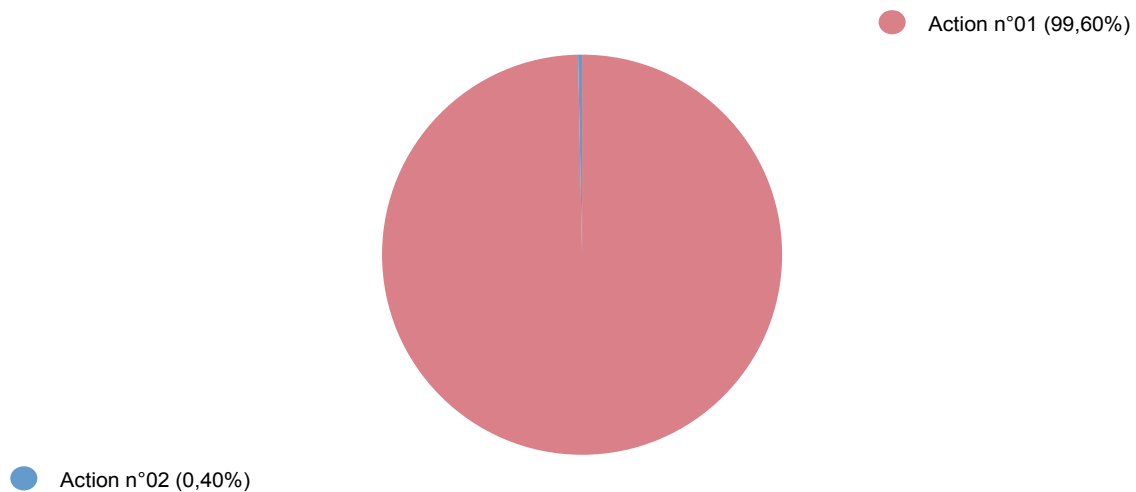
Titre et catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Ouvertes en LFI pour 2009	Demandées pour 2010	Ouverts en LFI pour 2009	Demandés pour 2010
Titre 3. Dépenses de fonctionnement	106 000	116 000	106 000	116 000
Dépenses de fonctionnement autres que celles de personnel	106 000	116 000	106 000	116 000
Titre 6. Dépenses d'intervention	26 418 800	28 884 000	26 418 800	28 884 000
Transferts aux autres collectivités	26 418 800	28 884 000	26 418 800	28 884 000
Total	26 524 800	29 000 000	26 524 800	29 000 000

PRÉSENTATION DU PROGRAMME ET DES ACTIONS

PRÉSENTATION PAR ACTION DES CRÉDITS DEMANDÉS

Numéro et intitulé de l'action		Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
01	Soutien à l'expression radiophonique locale	28 884 000	28 884 000
02	Fonction support	116 000	116 000
Total		29 000 000	29 000 000

Répartition par action des autorisations d'engagement demandées pour 2010



PRÉSENTATION DU PROGRAMME

L'aide aux radios associatives, prévue à l'article 80 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, est attribuée par le ministre de la culture et de la communication et versée dans le cadre du Fonds de soutien à l'expression radiophonique (FSER). Cette aide publique est attribuée aux radios locales associatives accomplissant une mission de communication sociale de proximité, lorsque leurs ressources publicitaires sont inférieures à 20% de leur chiffre d'affaires total. Chaque année, environ 600 radios associatives bénéficient de l'aide du FSER qui représente en moyenne la moitié de leurs ressources.

Depuis le 27 février 2007, l'aide publique aux radios locales associatives est régie par le décret n° 2006-1067 du 25 août 2006 pris en application de l'article 80 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, relative à la liberté de communication.

Dans le but de soutenir le secteur radiophonique local associatif, garant de l'expression du pluralisme et de la communication de proximité, quatre types de subventions sont attribués :

- la subvention d'installation : cette aide bénéficie uniquement aux radios associatives nouvellement autorisées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel. Son montant maximal est de 16 000 € (contre 15 250 € précédemment) ;
- la subvention d'équipement : cette aide est destinée à financer les projets d'investissement en matériel radiophonique d'un service de radio, à hauteur de 50% au maximum de leur montant et dans la limite de 18 000 € par période de cinq ans (contre 15 250 € précédemment). Elle peut faire l'objet d'une demande initiale et d'une demande complémentaire, chacune donnant lieu à deux versements. Le premier versement représente 60% de l'aide calculée sur la base des devis présentés, le second, soit 40%, est effectué sur présentation des factures attestant de la réalisation de l'investissement ;
- les subventions de fonctionnement : elles comportent deux aides : la subvention d'exploitation, dont l'attribution annuelle revêt un caractère automatique, est déterminée selon un barème fixé par arrêté conjoint des ministres chargés de la communication et du budget ; la seconde subvention de fonctionnement, introduite par la réforme de 2006, est la subvention sélective à l'action radiophonique ; attribuée par le ministre chargé de la communication sur proposition d'une commission consultative, elle a pour objet de soutenir les services de radio qui ont réalisé des actions particulières dans un certain nombre de domaines tels que l'emploi, l'intégration, la lutte contre les discriminations, la culture et l'éducation ; le barème de cette subvention est fixé par arrêté conjoint des ministres chargés de la communication et du budget ; elle représente au plus 25% du total des subventions de fonctionnement.

Au regard des différentes subventions distribuées, l'objectif poursuivi dans le cadre du programme de soutien à l'expression radiophonique locale est de contribuer à la pérennité d'un secteur radiophonique de proximité non concurrentiel qui participe au pluralisme, à l'équilibre du paysage radiophonique français et au maintien du lien social.

RÉCAPITULATION DES ACTIONS

- ACTION n° 01 : Soutien à l'expression radiophonique locale
- ACTION n° 02 : Fonction support

PRÉSENTATION DES ACTIONS

ACTION n° 01 **99,6 %**
Soutien à l'expression radiophonique locale

Cette action constitue la quasi-totalité du périmètre du programme. La présentation en est faite sous le titre « Présentation du programme ».

ACTION n° 02 **0,4 %**
Fonction support



Cette action correspond aux dépenses de fonctionnement du FSER, principalement les remboursements des frais de déplacement des membres de la commission consultative chargée, à l'issue de ses délibérations, de proposer au ministre chargé de la communication, l'attribution de la subvention sélective.

OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

OBJECTIF n° 1 : Soutenir les efforts des radios associatives dans leurs missions sociales de proximité

Le soutien aux radios associatives tel que prévu à l'article 80 de la loi du 30 septembre 1986 a pour objectif d'aider les radios qui accomplissent une mission sociale de proximité. Une subvention d'exploitation leur est ainsi attribuée en fonction de leurs produits d'exploitation courante. Une subvention sélective à l'action radiophonique est attribuée aux radios en fonction de la diversification de leurs ressources, de leur participation à des actions collectives en matière de programmes, de la part de programmes propres au sein de leur grille, de leurs actions en matière de formation professionnelle et de consolidation des emplois, de leurs actions culturelles et éducatives, et de leurs efforts en faveur de l'intégration, de la lutte contre les discriminations, de l'environnement et du développement local.

Depuis 2007, première année d'application de la réforme, le nombre de bénéficiaires de la subvention sélective à l'action radiophonique a fortement augmenté par rapport au système de majoration antérieure. Cette augmentation est notamment due à l'introduction de nouveaux critères d'attribution de la subvention sélective (notamment le critère de la part de programmes produits par la radio). Cette augmentation du nombre de bénéficiaires a conduit mécaniquement à l'augmentation du sous-indicateur « Part des radios bénéficiant d'une subvention sélective » à partir de 2007 et l'a porté au-delà de la cible : 80.

La part du budget du FSER consacrée aux subventions sélectives traduit le caractère incitatif du dispositif, étant souligné que cette part doit rester limitée, sauf à remettre en cause le principe posé par la loi de 1986 de soutien automatique aux radios.

INDICATEUR 1.1 : Contribution des subventions sélectives à l'expression radiophonique locale

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2011 Cible
Part des radios bénéficiant d'une subvention sélective	%	92	92	80	90	90	80
Part des subventions sélectives au sein du Fonds de soutien à l'expression radiophonique	%	17.2	17.7	20	16.6	15.1	15

Précisions méthodologiques

S'agissant du sous-indicateur « Part des radios bénéficiant d'une subvention sélective », une modification du décret à compter de 2011 devrait mettre fin à l'effet inflationniste mentionné ci-dessus et constaté entre 2007 et 2009, permettant de ramener le sous-indicateur au niveau de la cible 2011.

S'agissant du sous-indicateur « Part des subventions sélectives au sein du FSER », la progression importante des crédits consacrés au soutien aux radios associatives étant pour l'essentiel destinée aux aides dites automatiques (subvention d'exploitation et nouvelle aide au numérique), cette augmentation de l'enveloppe globale a conduit mécaniquement à faire diminuer la part consacrée aux subventions sélectives, sans que celle-ci ne diminue en volume. C'est pourquoi, la cible 2011 est ramenée à 15 % alors que l'effort en faveur de la sélectivité est resté constant depuis 2007.

Source des données : DDM, Secrétariat général du FSER.

OBJECTIF n° 2 : Diversifier les ressources des radios locales associatives

La part moyenne des ressources propres des radios dans les produits d'exploitation permet de prendre la mesure de l'importance de l'aide versée aux radios associatives. L'indicateur tend à circonscrire le niveau de subvention publique et à mesurer les efforts effectués par les radios pour diversifier leurs ressources.

INDICATEUR 2.1 : Part moyenne des ressources propres des radios locales associatives au sein de leur chiffre d'affaires

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2011 Cible
Part moyenne des ressources propres des radios locales associatives au sein de leur chiffre d'affaires	%	63	50	50	50	50	65

Précisions méthodologiques

L'indicateur est calculé en rapportant le montant du chiffre d'affaires hors subventions du FSER sur le montant total du chiffre d'affaires.

Source des données : DDM, Secrétariat général du FSER.

Soutien à l'expression radiophonique locale

Programme n° 312 | JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

JUSTIFICATION AU PREMIER EURO**ÉLÉMENTS TRANSVERSAUX AU PROGRAMME**

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
		Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total	Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total
01	Soutien à l'expression radiophonique locale		28 884 000	28 884 000		28 884 000	28 884 000
02	Fonction support		116 000	116 000		116 000	116 000
Total			29 000 000	29 000 000		29 000 000	29 000 000

SUIVI DES CRÉDITS DE PAIEMENT ASSOCIÉS À LA CONSOMMATION DES AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

<table border="1" style="margin: auto;"> <tr><td style="text-align: center;">AE LFI 2009 + reports 2008 vers 2009</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">(1)</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">26 535 825</td></tr> </table>		AE LFI 2009 + reports 2008 vers 2009	(1)	26 535 825	<table border="1" style="margin: auto;"> <tr><td style="text-align: center;">CP LFI 2009+ reports 2008 vers 2009</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">(2)</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">26 536 250</td></tr> </table>		CP LFI 2009+ reports 2008 vers 2009	(2)	26 536 250		
AE LFI 2009 + reports 2008 vers 2009											
(1)											
26 535 825											
CP LFI 2009+ reports 2008 vers 2009											
(2)											
26 536 250											
Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2008	AE demandées pour 2010	CP demandés sur AE antérieures à 2010*	CP demandés sur AE nouvelles en 2010	Total des CP demandés pour 2010	Prévision du solde des engagements non couverts par des CP au 31/12/2010						
(3)	(4)	(5)	(6)	(7) = (5) + (6)	(8)						
	29 000 000	0	29 000 000	29 000 000	0						
					Estimation des CP 2011 sur engagements non couverts au 31/12/2010						
					(9)						
					0						
					Estimation des CP 2012 sur engagements non couverts au 31/12/2010						
					(10)						
					0						
					Estimation du montant maximal de CP nécessaires après 2012 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2010**						
					(11) = (8) - (9) - (10)						
					0						

* Cette case n'a pas vocation à correspondre à un calcul théorique de la tranche des CP 2010 pouvant couvrir les engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2009.

** Ces données constituent un calcul arithmétique maximal ne prenant pas en compte les désengagements de crédits rendus nécessaires en gestion.

Soutien à l'expression radiophonique locale

Programme n° 312 | JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

JUSTIFICATION PAR ACTION

ACTION n° 01 : Soutien à l'expression radiophonique locale

	Titre 2	Hors titre 2	Total
Autorisations d'engagement		28 884 000	28 884 000
Crédits de paiement		28 884 000	28 884 000

ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

DÉPENSES D'INTERVENTION

Catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Transferts aux autres collectivités	28 884 000	28 884 000

Depuis sa création, en 1982, le FSER a permis la consolidation d'un secteur associatif radiophonique unique en Europe par son ampleur et sa diversité. Laïques ou confessionnelles, scolaires ou universitaires, liées à une collectivité locale ou d'expression alternative, communautaires ou spécialisées, les radios associatives non commerciales de catégorie A répondent, par leur programmation et leur action concrète, au rôle de média de proximité que le législateur a souhaité leur confier dès la libéralisation des fréquences radiophoniques. Leur diversité est le meilleur garant de l'expression du pluralisme à l'échelle d'une région, d'un département ou même de quelques communes.

Ainsi, au 31 décembre 2008, on comptait, en France métropolitaine, 561 radios associatives non commerciales de catégorie A autorisées à titre permanent sur 1019,5 fréquences (soit 22,3% du parc de fréquences) ; dans les départements et collectivités d'outre-mer, étaient autorisées à titre permanent au 31 décembre 2006 143 radios associatives (soit 73% des radios privées) détenant au total 286 fréquences (56% du parc) [source : Conseil supérieur de l'audiovisuel].

En 2008, 87,5% des radios associatives autorisées ont sollicité l'aide du FSER et, parmi celles-ci, près de 97% ont effectivement bénéficié des subventions du fonds.

L'origine des recettes des radios est très variable :

- Les différentes aides du fonds (subvention d'installation, subventions de fonctionnement, subvention d'équipement) représentent en moyenne plus d'un tiers de leurs ressources (plus de 50% de leurs ressources pour 40% des radios et jusqu'à 70 % et plus de leurs ressources pour 15% d'entre elles).
- Les recettes publicitaires jouent un rôle non négligeable pour une soixantaine de radios pour lesquelles elles dépassent 10% de leur chiffre d'affaires.
- Les autres ressources dont bénéficient les radios de catégorie A proviennent des aides à l'emploi versées pour le compte de l'État par le CNASEA (principal bailleur public après le FSER), de l'Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (ACSE), des subventions des collectivités locales, du produit de certaines activités radiophoniques ou non radiophoniques, des cotisations et des dons. La part des dons des communautés ou institutions religieuses est parfois considérable pour les radios confessionnelles.

Au titre de l'année 2008, le montant des engagements de subventions du FSER en faveur des radios locales associatives s'élève à 25,8 M€, contre 25,4 M€ en 2007, qui se décompose comme suit :

- 0,57 M€ au titre de la subvention d'installation (en faveur de 36 radios), contre 0,36 M€ en 2007 ;
- 0,42 M€ au titre de la subvention d'équipement, contre 0,42 M€ en 2007 ;
- 20,48 M€ au titre de la subvention d'exploitation (en faveur de 596 radios), contre 20,30 M€ en 2007 ;

- 4,4 M€ au titre de la subvention sélective à l'action radiophonique (en faveur de 548 radios), contre 4,38 M€ au titre de la majoration de la subvention de fonctionnement en 2007 pour 543 radios.

Pour 2010, le montant des crédits alloués à l'action « Soutien à l'expression radiophonique locale » est estimé à 28,9 M€. La prévision d'augmentation des crédits de 2,5 M€ entre 2009 et 2010 prend en compte :

- une hausse prévisionnelle entre 2009 et 2010 de 25 radios associatives nouvellement autorisées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel en FM dont le coût est estimé à 0,5 M€ ;
- les besoins nouveaux liés au lancement de la radio numérique estimés à ce stade à 2 M€.

ACTION n° 02 : Fonction support

	Titre 2	Hors titre 2	Total
Autorisations d'engagement		116 000	116 000
Crédits de paiement		116 000	116 000

ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT

Catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Dépenses de fonctionnement autres que celles de personnel	116 000	116 000

Le montant des frais de fonctionnement de la commission du FSER s'établit à 0,4% du produit net de la taxe sur la publicité diffusée par voie de radiodiffusion sonore et de télévision prévue à l'article 302 bis KD du code général des impôts, conformément à l'arrêté du 22 décembre 2004.

Les frais de déplacement des membres de la commission qui délibèrent sur les demandes de subventions sélectives à l'action radiophonique instruites pas les services de la direction du développement des médias sont pris en charge par le FSER. Cette commission comprend onze membres, qui viennent siéger deux fois par mois, d'avril à janvier. Parmi eux, quatre représentants des radios associatives viennent de province ; leurs frais de déplacement et de séjour sont pris en charge, sur justificatif, selon le droit commun des remboursements de frais dans l'administration.

Par ailleurs, les dépenses de fonctionnement peuvent couvrir des frais d'études ou de fournitures courantes.

ANALYSE DES COÛTS DU PROGRAMME ET DES ACTIONS

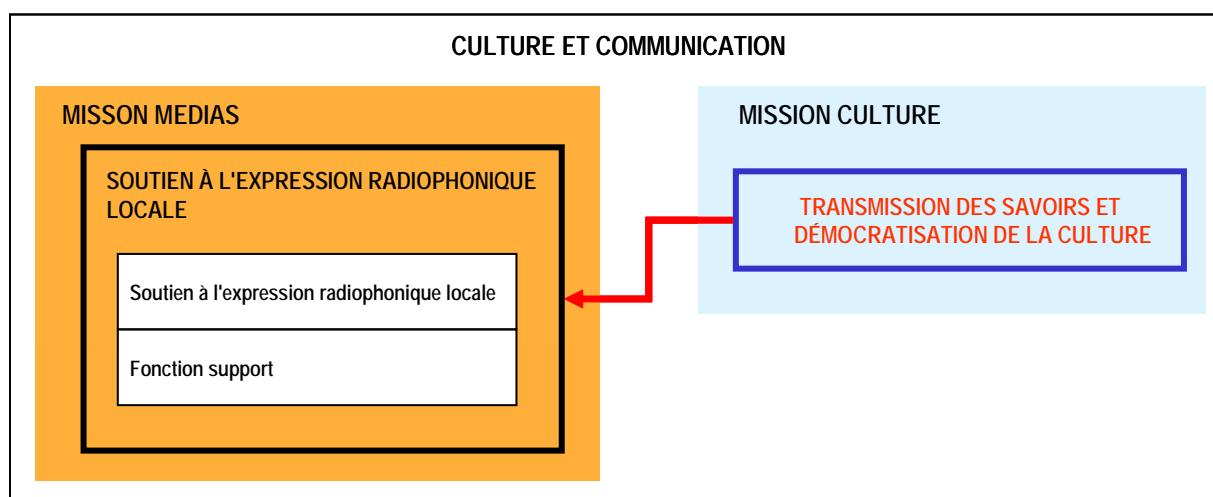
Avertissement

Sont décrites ici les dépenses prévisionnelles pour chaque action, après ventilation des crédits (comprenant autant que de besoin les évaluations de fonds de concours et attributions de produits) des actions de conduite, pilotage, soutien ou de services polyvalents vers les actions de politique publique. Cette description comporte trois volets : la cartographie des liens vers ou depuis les actions du programme, un tableau de synthèse et les commentaires explicatifs. Les données ont été élaborées par les ministères en charge des programmes, en concertation avec le ministère du budget, des comptes publics et de la fonction publique.

S'appuyant sur des principes et des méthodes définis au plan interministériel, la démarche pragmatique adoptée pour les projets de loi de finances précédents, faisant porter l'effort sur l'identification des enjeux pertinents en termes politiques et financiers, est reconduite et approfondie. L'analyse des coûts doit être envisagée comme une démarche progressive, dont la précision évoluera au fil des exercices, dès lors que les phases d'exécution permettront de valider les méthodes et de se référer à des données comptables.

SCHÉMA DE DÉVERSEMENT ANALYTIQUE DU PROGRAMME

Ce schéma représente les liens entre les actions du programme et avec des actions d'autres programmes.



PRÉSENTATION DES CRÉDITS DE PAIEMENT CONCOURANT À LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE

Intitulé de l'action	PLF 2010 crédits directs (y.c. FDC et ADP)	Ventilation des crédits de pilotage, de soutien et/ou de polyvalence		PLF 2010 après ventilation (y.c. FDC et ADP)	LFI 2009 après ventilation (y.c. FDC et ADP)
		au sein du programme	entre programmes		
Soutien à l'expression radiophonique locale	28 884 000		+330 514	+29 214 514	+26 418 800
Fonction support	116 000			+116 000	+106 000
Total	29 000 000		+330 514	29 330 514	26 524 800

Ventilation des crédits de pilotage, de soutien et/ou de polyvalence vers (+) ou en provenance (-) d'autres programmes	-330 514
Transmission des savoirs et démocratisation de la culture (Mission « Culture »)	-330 514

OBSERVATIONS

Il n'existe pas de retraitement pour la LFI 2009 et donc pas de déversement correspondant dans le programme « Soutien à l'expression radiophonique locale », dans la mesure où le PLF 2010 constitue la première année de déversement du programme « Transmission des savoirs et démocratisation de la culture » vers le présent programme. Ce caractère nouveau du déversement est lié au changement de nature des crédits du programme « Soutien à l'expression radiophonique locale », qui ont été intégrés au budget général alors qu'ils étaient précédemment retracés dans un compte d'affectation spéciale (supprimé au 31 décembre 2008).

Les montants déversés depuis le programme « Transmission des savoirs et démocratisation de la culture » du ministère de la culture et de la communication, vers le programme « soutien à l'expression radiophonique locale » correspondent à la masse salariale du personnel qui est affecté à la mise en œuvre de ce programme (masse salariale, crédits de fonctionnement et de soutien, rapportés au nombre d'agents concernés).

PROGRAMME 313

CONTRIBUTION AU FINANCEMENT DE L'AUDIOVISUEL

MINISTRE CONCERNÉ : FRÉDÉRIC MITTERRAND, MINISTRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION

Présentation stratégique du projet annuel de performances	70
Présentation des crédits et des dépenses fiscales	72
Présentation du programme et des actions	76
Objectifs et indicateurs de performance	80
Justification au premier euro	82

PRÉSENTATION STRATÉGIQUE DU PROJET ANNUEL DE PERFORMANCES

Laurence FRANCESCHINI

Directeur du développement des médias

Responsable du programme n° 313 : Contribution au financement de l'audiovisuel

Le programme 313 « Contribution au financement de l'audiovisuel », créé dans le PLF 2009 – il s'intitulait alors « Contribution au financement de l'audiovisuel public » – regroupe désormais dans le PLF 2010 deux actions : l'action « France Télévisions » qui retrace les crédits accordés à France Télévisions en complément de la dotation issue de la contribution à l'audiovisuel public (ex-redevance audiovisuelle) et versée à partir de la mission « Avances à l'audiovisuel public » du compte de concours financiers du même nom et l'action « Passage à la télévision tout numérique », dont le financement était assuré en 2009 par la contribution à l'audiovisuel public.

Les crédits du programme permettent ainsi :

- depuis 2009, d'**apporter à France Télévisions un financement complémentaire de ses missions de service public**, du fait des pertes de recettes commerciales occasionnées par la disparition partielle de la publicité sur les chaînes de France Télévisions à partir de janvier 2009. La réforme de la télévision publique, annoncée par le Président de la République en janvier 2008 et traduite par la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision, se concrétise en effet notamment par la suppression de la publicité entre 20h et 6h depuis janvier 2009, (cette suppression ne concerne toutefois pas la publicité sur les antennes régionales, sur le réseau France outre-mer et sur Internet, ni la publicité pour les biens et services présentés sous leur appellation générique). Le montant de la dotation attribuée à France Télévisions depuis le présent programme est en 2010 de 457,88 M€, et progresse donc de 1,75 % par rapport au montant inscrit en LFI 2009 (450 M€) ;
- de **prendre en charge les dépenses liées au financement du passage à la télévision tout numérique**. Ce processus est encadré par la loi n° 2007-309 du 5 mars 2007 relative à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur modifiée par la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie (LME). Ces dépenses sont :
 - une **campagne nationale d'information** destinée à informer les téléspectateurs des conditions de passage à la télévision tout numérique. Cette campagne démarre en **septembre 2009** ;
 - un **fonds d'aide** destiné à assurer la continuité de réception pour les foyers exonérés de redevance audiovisuelle **les plus démunis** ;
 - un **fonds d'aide complémentaire**, destiné spécifiquement aux foyers ne recevant plus la télévision par voie terrestre à l'issue du processus, annoncé en juillet dernier par le Premier ministre ;
 - la participation de l'État au dispositif d'**accompagnement renforcé** qui sera mis en place par « France Télé Numérique » pour venir en aide aux personnes âgées ou handicapées ;
 - **la participation de l'État au groupement d'intérêt public (GIP) « France télé numérique »** : ce groupement réunissant l'État et les chaînes nationales diffusées par voie hertzienne terrestre en mode analogique (France Télévisions, ARTE France, TF1, Canal+ et M6) a pour mission d'organiser et de financer les actions destinées à informer les téléspectateurs sur les conditions de l'extinction de la diffusion analogique des services de télévision et les mesures prises pour assurer la continuité de la réception au niveau national et local. Les dépenses du GIP sont réparties entre ses membres de la façon suivante : État (50%), France Télévisions (15%), ARTE France (5%), TF1 (10%), Canal+ (10%) et M6 (10%).

Les objectifs et indicateurs de performance relatifs à France Télévisions sont décrits au sein du programme 841 « France Télévisions » de la mission « Avances à l'audiovisuel public ». Les objectifs et indicateurs de performance qui suivent ne concernent donc que l'action n°2.

RÉCAPITULATION DES OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

- OBJECTIF 1** **Garantir le passage à la télévision tout numérique selon le calendrier fixé par les pouvoirs publics**
- INDICATEUR 1.1 Respect du calendrier fixé par les pouvoirs publics
- INDICATEUR 1.2 Information de la population

Contribution au financement de l'audiovisuel

Programme n° 313 | PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

2010 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS DEMANDÉS

2010 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action	Titre 6 Dépenses d'intervention	FDC et ADP attendus en 2010
01 France Télévisions (libellé modifié)	457 875 000	
02 Passage à la télévision tout numérique (nouveau)	40 000 000	
Total	497 875 000	

2010 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action	Titre 6 Dépenses d'intervention	FDC et ADP attendus en 2010
01 France Télévisions (libellé modifié)	457 875 000	
02 Passage à la télévision tout numérique (nouveau)	40 000 000	
Total	497 875 000	

2009 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LOI DE FINANCES INITIALE RETRAITÉE)

2009 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 6 Dépenses d'intervention	Prévisions FDC et ADP 2009
01	France Télévisions (libellé modifié)	473 000 000	
02	Passage à la télévision tout numérique	15 000 000	
Total		488 000 000	

2009 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 6 Dépenses d'intervention	Prévisions FDC et ADP 2009
01	France Télévisions (libellé modifié)	473 000 000	
02	Passage à la télévision tout numérique	15 000 000	
Total		488 000 000	

Contribution au financement de l'audiovisuel

Programme n° 313 | PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR TITRE ET CATÉGORIE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Ouvertes en LFI pour 2009	Demandées pour 2010	Ouverts en LFI pour 2009	Demandés pour 2010
Titre 6. Dépenses d'intervention	488 000 000	497 875 000	488 000 000	497 875 000
Transferts aux autres collectivités	488 000 000	497 875 000	488 000 000	497 875 000
Total	488 000 000	497 875 000	488 000 000	497 875 000

DÉPENSES FISCALES³

Avertissement

Le niveau de fiabilité des chiffrages de dépenses fiscales dépend de la disponibilité des données nécessaires à la reconstitution de l'impôt qui serait dû en l'absence des dépenses fiscales considérées. Par ailleurs, les chiffrages des dépenses fiscales ne peuvent intégrer ni les modifications des comportements fiscaux des contribuables qu'elles induisent, ni les interactions entre dépenses fiscales.

Les chiffrages présentés pour 2010 ont été réalisés sur la base des seules mesures votées avant le dépôt du projet de loi de finances pour 2010. L'impact des dispositions fiscales de ce dernier sur les recettes 2010 est, pour sa part, présenté dans les tomes I et II de l'annexe « Évaluation des Voies et Moyens ».

DÉPENSES FISCALES PRINCIPALES SUR IMPÔTS D'ÉTAT (2)

(En millions d'euros)

Dépenses fiscales sur impôts d'État contribuant au programme de manière principale		Chiffre pour 2008	Chiffre pour 2009	Chiffre pour 2010
920202	Taux réduit de la taxe sur la publicité diffusée par les chaînes de télévision applicable aux services de télévision autres que ceux diffusés par voie hertzienne terrestre en mode analogique Taxes sur le chiffre d'affaires des opérateurs du secteur audiovisuel et de communications électroniques <i>Objectif : Aider le secteur audiovisuel (production)</i> <i>Bénéficiaires 2008 : 0 entreprises - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données autres que fiscales - Fiabilité : Ordre de grandeur - Création : 2009 - Dernière modification : 2009 - Fin d'incidence budgétaire : 2011 - CGI : 302 bis KG</i>	-	€	€
920201	Application d'une assiette réduite pour le calcul de la taxe sur la publicité diffusée par les chaînes de télévision, pour les éditeurs de services de télévision dont l'audience quotidienne réalisée en dehors de la France métropolitaine est supérieure à 90 % de leur audience totale Taxes sur le chiffre d'affaires des opérateurs du secteur audiovisuel et de communications électroniques <i>Objectif : Aider le secteur audiovisuel (production)</i> <i>Bénéficiaires 2008 : 0 entreprises - Méthode de chiffrage : Reconstitution de base taxable à partir de données déclaratives fiscales - Fiabilité : Bonne - Création : 2009 - Dernière modification : 2009 - Fin d'incidence budgétaire : dépense fiscale non-bornée - CGI : 302 bis KG</i>	-	€	€
Coût total des dépenses fiscales⁴		0	0	0

³ Les dépenses fiscales ont été associées à ce programme conformément aux finalités poursuivies par ce dernier.

« € » : coût inférieur à 0,5 million d'euros ; « - » : dépense fiscale supprimée ou non encore créée ; « nc » : non chiffrable.

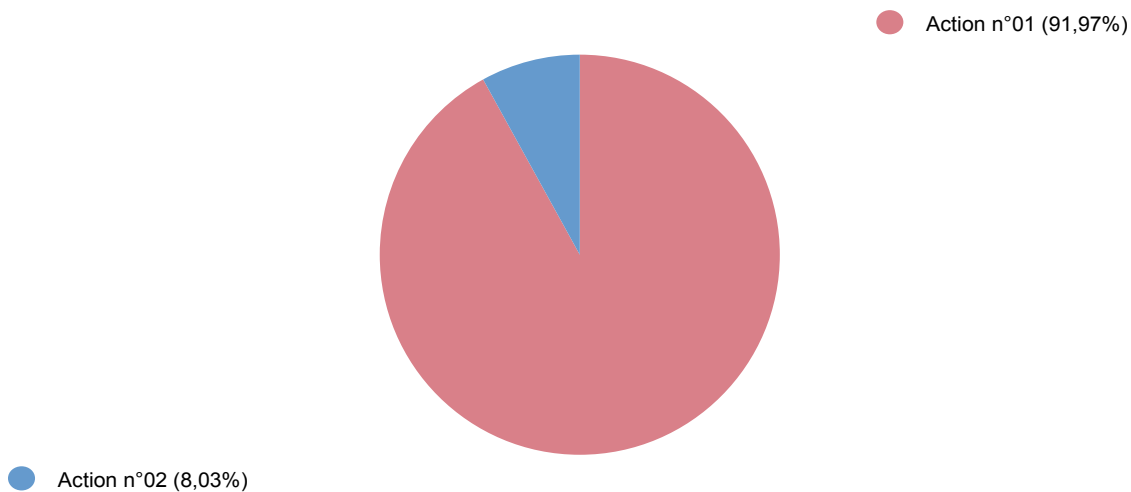
⁴ Le « Coût total des dépenses fiscales » constitue une somme de dépenses fiscales dont les niveaux de fiabilité peuvent ne pas être identiques (cf. caractéristique « Fiabilité » indiquée pour chaque dépense fiscale). Il ne prend pas en compte les dispositifs inférieurs à 0,5 million d'euros (« € »). Par ailleurs, afin d'assurer une comparabilité d'une année sur l'autre, lorsqu'une dépense fiscale est non chiffrable (« nc »), le montant pris en compte dans le total correspond au dernier chiffrage connu (montant 2009 ou 2008) ; si aucun montant n'est connu, la valeur nulle est retenue dans le total. La portée du total s'avère enfin limitée en raison des interactions éventuelles entre dépenses fiscales. Il n'est donc indiqué qu'à titre d'ordre de grandeur et ne saurait être considéré comme une véritable sommation des dépenses fiscales du programme.

PRÉSENTATION DU PROGRAMME ET DES ACTIONS

PRÉSENTATION PAR ACTION DES CRÉDITS DEMANDÉS

Numéro et intitulé de l'action		Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
01	France Télévisions (libellé modifié)	457 875 000	457 875 000
02	Passage à la télévision tout numérique (nouveau)	40 000 000	40 000 000
Total		497 875 000	497 875 000

Répartition par action des autorisations d'engagement demandées pour 2010



PRÉSENTATION DU PROGRAMME

Les crédits du programme 313 contribuent au financement de France Télévisions, complétant la dotation versée via le programme 841 « France Télévisions » de la mission « Avances à l'audiovisuel public » du fait de la baisse de recettes publicitaires suite à la suppression de la publicité commerciale sur ses services nationaux entre 20h et 6h depuis janvier 2009, ainsi qu'au financement du Groupement d'Intérêt Public (GIP) « France Télé Numérique ».

La dotation du budget général accordée à France Télévisions résulte de la mise en œuvre de la réforme de la télévision publique à partir de 2009. Cette réforme induit un changement de modèle économique pour le groupe qui se traduit par un nouvel équilibre entre ses ressources propres et ses ressources publiques.

RÉCAPITULATION DES ACTIONS

- ACTION n° 01 : France Télévisions
- ACTION n° 02 : Passage à la télévision tout numérique

PRÉSENTATION DES ACTIONS

ACTION n° 01
France Télévisions**92 %**

L'action « France Télévisions » apporte un complément de financement public au groupe audiovisuel France Télévisions et à ses chaînes de service public : France 2, France 3, France 4, France 5 et Réseau France Outre-mer (RFO).

La loi n°2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision a réuni France 2, France 3, France 4, France 5 et RFO au sein d'une entreprise commune, par une fusion absorption par la société holding, effective au 1^{er} janvier 2009.

La nouvelle rédaction de l'article 44 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication prévoit que la société nationale de programme France Télévisions est chargée de concevoir et de programmer des émissions de télévision à caractère national, régional et local ainsi que des émissions de radio ultramarines. Elle édite et diffuse également plusieurs services de communication audiovisuelle, y compris des services de médias audiovisuels à la demande, répondant aux missions de service public définies à l'article 43-11 et dans son cahier des charges.

Le cahier des charges de l'entreprise commune, publié le 25 juin 2009, précise les caractéristiques et l'identité des différents services, complémentaires et dont les programmes peuvent être valorisés sur tous les supports :

- **France 2** : chaîne généraliste de la communauté nationale dont l'ambition est de réunir tous les publics autour d'une offre large et variée, se nourrissant de toutes les formes de programmes dans leur dimension la plus fédératrice ;
- **France 3** : chaîne nationale à vocation régionale et locale, chaîne de la proximité, du lien social et du débat citoyen ;
- **France 4** : chaîne de la jeunesse et des nouvelles générations dont la vocation est d'attirer et de fidéliser les jeunes et les jeunes adultes en exposant les nouveaux talents des scènes actuelles (musique et spectacle) ;
- **France 5** : chaîne du décryptage, du partage des savoirs et de la transmission des connaissances ;
- **RFO** : ensemble de services de télévision et de radio, diffusés en outre-mer et sur le territoire métropolitain.

Le cahier des charges précise en outre que France Télévisions édite, directement ou à travers des filiales, des services de médias audiovisuels à la demande qui permettent une nouvelle mise à disposition auprès du public de ses programmes télévisés et qui, d'une manière plus générale, proposent une offre de contenus de complément. La société développe une offre de services de communication au public en ligne qui prolongent, complètent et enrichissent l'offre de programmes des services précédemment énumérés.

Le nouveau modèle économique de France Télévisions se concrétise par un avenant, en cours de négociation et couvrant la période 2009-2012, qui sera apporté au contrat d'objectifs et de moyens (COM) 2007-2010. Un plan d'affaires qui couvrira la même période fera partie intégrante de l'avenant et se substituera au volet financier du COM 2007-2010.

La dotation budgétaire allouée à France Télévisions à partir du programme 313 en PLF 2010 s'élève donc à 457,88 M€

Nota bene : les tableaux de présentation par action et titre des crédits votés (loi de finances initiale retraitée) indiquent un montant de 473 M€ en 2009 pour l'action n°1. Le périmètre de cette action a toutefois changé puisqu'en PLF 2010, contrairement à la LFI 2009, cette action finance uniquement France Télévisions. Ainsi, l'action n°1 s'intitule « France Télévisions » en PLF 2010 et non plus « Contribution au financement de l'audiovisuel public » comme en LFI 2009. Le montant de 473 M€ de la LFI 2009 était constitué de 450 M€ à destination de France Télévisions et de 23 M€ à destination de Radio France dans l'éventualité de la révision de son régime publicitaire, qui n'est pas intervenue en 2009.

ACTION n° 02

Passage à la télévision tout numérique

8 %



L'action « Passage à la télévision tout numérique » couvre le financement des actions à la charge de l'État, à savoir la campagne nationale d'information, les fonds d'aide aux foyers démunis ainsi que la participation de l'État au fonctionnement du GIP France Télé Numérique et au financement du dispositif d'accompagnement renforcé :

1) Campagne nationale d'information destinée à l'ensemble de la population :

Il s'agit d'assurer l'information des téléspectateurs sur les conséquences de l'extinction de la diffusion analogique terrestre des services télévisés et de la modernisation de la diffusion audiovisuelle (article 39 de la loi n° 2007-309 du 5 mars 2007 relative à la modernisation audiovisuelle et à la télévision du futur). Cette campagne d'information sera relayée dans les médias nationaux et locaux. Elle sera complétée par des campagnes locales plus détaillées visant à informer les téléspectateurs sur les conditions précises du passage au tout numérique pour ce qui les concerne (date, modalités, etc...).

2) Dispositifs d'aide aux foyers les plus démunis :

Cette aide est axée autour de trois dispositifs :

- a) un fonds d'aide créé par l'article 102 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication introduit par la loi n° 2007-309 du 5 mars 2007 destiné à contribuer à la continuité de la réception gratuite des services de télévision hertzienne en clair après l'extinction de leur diffusion en mode analogique pour les foyers exonérés de redevance audiovisuelle, sous conditions de ressources, et ne recevant ces services que par voie hertzienne terrestre analogique ;
- b) un dispositif d'accompagnement renforcé destiné aux personnes âgées (de plus de 70 ans) et aux personnes handicapées (taux d'invalidité supérieur à 80%). Ce dispositif consiste principalement en une prestation de service (branchement et réglage des chaînes de la TNT), afin d'assurer la continuité de la réception gratuite des services de télévision en clair après l'extinction de leur diffusion par voie hertzienne terrestre en mode analogique ;
- c) un fonds d'aide, annoncé par le Premier ministre le 22 juillet 2009, destiné aux populations qui ne seront pas couvertes par la TNT après l'extinction du signal analogique. Ce fonds doit prendre en charge, sous condition de ressources, les frais d'équipement satellitaire ou tout dispositif de réception dans les zones qui ne seront pas couvertes par la TNT dans le respect de la neutralité technologique. Ce fonds complète le fonds d'aide institué par l'article 102 de la loi.

3) Participation de l'État au fonctionnement du Groupement d'intérêt public (GIP) France Télé Numérique :

Ce groupement, créé par l'article 100 de la loi du 30 septembre 1986, a en particulier pour objet « de mettre en œuvre les mesures propres à permettre l'extinction de la diffusion des services de télévision par voie hertzienne terrestre en mode analogique et la continuité de la réception de ces services par les téléspectateurs ». Il gère également les dispositifs d'aide précédemment évoqués.

Assurant la mise en œuvre des décisions d'extinction de la diffusion analogique prises par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, le GIP « France Télé Numérique » organise et fait assurer, pour le compte des chaînes hertziennes analogiques nationales, les opérations techniques nécessaires à ces extinctions, conformément à sa convention constitutive approuvée par arrêté en date du 26 avril 2007.

Il revient également à « France Télé Numérique » de préparer et d'accompagner ces extinctions. À cette fin, il pilote les actions d'information et d'accompagnement relatives à l'extinction de la diffusion analogique des services de télévision et les mesures prises pour assurer la continuité de la réception.

Ces actions sont adaptées en fonction des publics visés : particuliers (notamment les personnes âgées ou les personnes souffrant d'un handicap moteur ou sensoriel, etc.), professionnels (acteurs de la distribution, antennistes, industriels, syndicats d'immeubles, etc.), ou institutionnels.

Le GIP « France Télé Numérique » coordonne également les actions d'information et de coopération entre les éditeurs de services de télévision et les collectivités territoriales.

OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE**OBJECTIF n° 1 : Garantir le passage à la télévision tout numérique selon le calendrier fixé par les pouvoirs publics**

La loi n° 2007-309 a fixé au 30 novembre 2011 au plus tard le terme de l'extinction de la diffusion hertzienne terrestre de la télévision analogique. Le calendrier des extinctions est élaboré comme suit :

- un schéma national d'arrêt de la diffusion analogique et de basculement vers le numérique a été approuvé le 22 décembre 2008 par le Premier ministre après consultation publique organisée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel. Ce schéma a été complété le 22 juillet 2009 avec le calendrier de passage à la télévision tout numérique pour toutes les régions métropolitaines. Le calendrier du passage à la télévision tout numérique est le suivant :

Pour l'année 2010

- Alsace (2 février) ;
- Basse-Normandie (9 mars) ;
- Pays de Loire (18 mai) ;
- Bretagne (8 juin)
- Lorraine (28 septembre) ;
- Champagne-Ardenne (28 septembre) ;
- Poitou-Charentes et Centre (octobre) ;
- Bourgogne et Franche-Comté (novembre) ;
- Nord (décembre).

Pour le 1er semestre 2011

- Picardie et Haute-Normandie ;
- Île-de-France ;
- Aquitaine et Limousin ;
- Auvergne ;
- Côte d'Azur et Corse ;
- Rhône.

Pour le 2ème semestre 2011

- Provence ;
- Alpes ;
- Midi-Pyrénées ;
- Languedoc-Roussillon.

- le CSA déterminera les dates d'arrêt dans le respect des dates butoirs fixées par celui-ci, émetteur par émetteur et service par service, 9 mois au moins avant l'arrêt effectif (à l'exception des zones de moins de 20 000 habitants, pour lesquelles ce délai n'est pas impératif).

Le GIP « France télé numérique » prendra sur ce fondement les mesures nécessaires pour :

- informer la population concernée par l'extinction de la diffusion analogique autour des sites déterminés par le CSA ;
- mettre en œuvre les dispositifs d'aide pour les téléspectateurs éligibles ;
- renforcer les mesures d'accompagnement pour les populations les plus fragiles (personnes âgées, handicapés moteurs et sensoriels, etc.) ;

- coordonner les actions de l'ensemble des acteurs (éditeurs, opérateurs de multiplexes, prestataires techniques) pour aboutir à une approche d'extinction adéquate ;
- mettre en place les outils quantitatifs et qualitatifs pour s'assurer de la connaissance et de l'adhésion de la population au projet de passage à la télévision tout numérique ;
- mobiliser le tissu associatif ainsi que les collectivités locales pour mutualiser les efforts afin de s'assurer de la réussite des opérations de passage au tout numérique.

INDICATEUR 1.1 : Respect du calendrier fixé par les pouvoirs publics

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2011 Cible
Respect du calendrier fixé par les pouvoirs publics	Oui / Non			Oui	Oui	Oui	Oui

Précisions méthodologiques

Cet indicateur est binaire même si l'action est une action continue dans le temps. Au moment du calcul de cet indicateur seront pris les objectifs réalisés et atteints et non les objectifs en cours de réalisation (zones géographiques en cours d'extinction).

Source des données : France Télé Numérique.

INDICATEUR 1.2 : Information de la population

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2011 Cible
Information de la population à l'échelle nationale : pourcentage de la population au niveau national connaissant la date butoir de son passage au tout numérique	%			Inconnu	Inconnu (échéance fin 2009)	Inconnu	100
Information de la population à l'échelle locale : pourcentage de la population au niveau local (située sur les zones à éteindre dans les 12 mois qui suivent) connaissant la date butoir de son passage au tout numérique	%			Inconnu	Inconnu (échéance fin 2009)	Inconnu	100

Précisions méthodologiques

L'information de la population est recueillie grâce à des sondages à raison d'un sondage par semestre portant sur la connaissance de la population de la date d'extinction de la diffusion analogique sur leur région. Cet indicateur sera décliné :

- au niveau local pour les téléspectateurs situés sur les zones à éteindre dans les 12 mois qui suivent ;
- au niveau national pour tous les téléspectateurs pour mesurer le niveau de connaissance des téléspectateurs du processus de passage au tout numérique.

Source de données : France Télé Numérique

Contribution au financement de l'audiovisuel

Programme n° 313 JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

JUSTIFICATION AU PREMIER EURO**ÉLÉMENTS TRANSVERSAUX AU PROGRAMME**

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
		Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total	Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total
01	France Télévisions (libellé modifié)		457 875 000	457 875 000		457 875 000	457 875 000
02	Passage à la télévision tout numérique		40 000 000	40 000 000		40 000 000	40 000 000
Total			497 875 000	497 875 000		497 875 000	497 875 000

SUIVI DES CRÉDITS DE PAIEMENT ASSOCIÉS À LA CONSOMMATION DES AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

AE LFI 2009 + reports 2008 vers 2009		CP LFI 2009+ reports 2008 vers 2009			
(1)		(2)			
488 000 000		488 000 000			
Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2008	AE demandées pour 2010	CP demandés sur AE antérieures à 2010*	CP demandés sur AE nouvelles en 2010	Total des CP demandés pour 2010	Prévision du solde des engagements non couverts par des CP au 31/12/2010
(3)	(4)	(5)	(6)	(7) = (5) + (6)	(8)
	497 875 000	0	497 875 000	497 875 000	0
					Estimation des CP 2011 sur engagements non couverts au 31/12/2010
					(9)
					0
					Estimation des CP 2012 sur engagements non couverts au 31/12/2010
					(10)
					0
					Estimation du montant maximal de CP nécessaires après 2012 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2010**
					(11) = (8) - (9) - (10)
					0

* Cette case n'a pas vocation à correspondre à un calcul théorique de la tranche des CP 2010 pouvant couvrir les engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2009.

** Ces données constituent un calcul arithmétique maximal ne prenant pas en compte les désengagements de crédits rendus nécessaires en gestion.

Contribution au financement de l'audiovisuel

Programme n° 313 | JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

JUSTIFICATION PAR ACTION

ACTION n° 01 : France Télévisions

	Titre 2	Hors titre 2	Total
Autorisations d'engagement		457 875 000	457 875 000
Crédits de paiement		457 875 000	457 875 000

ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

— DÉPENSES D'INTERVENTION

Catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Transferts aux autres collectivités	457 875 000	457 875 000

La dotation publique allouée à France Télévisions via le programme 313 est de 457,88, M€ en PLF 2010. Cette dotation vient compléter les crédits retracés par le programme 841 qui s'élèvent pour 2010 à 2092,23 M€ TTC (soit 2049,20 M€ HT). Le montant global de la dotation attribuée à France Télévisions en PLF 2010 est donc de 2507,08 M€ HT. Ce montant est conforme au plan d'affaires 2009-2012 présenté au conseil d'administration de France Télévisions de juin 2009.

Les priorités de l'activité de France Télévisions en 2010 ainsi que des éléments indicatifs sur son budget prévisionnel pour 2010 sont présentés dans le programme 841 « France Télévisions » de la mission « Avances à l'audiovisuel public ».

ACTION n° 02 : Passage à la télévision tout numérique

	Titre 2	Hors titre 2	Total
Autorisations d'engagement		40 000 000	40 000 000
Crédits de paiement		40 000 000	40 000 000

ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

— DÉPENSES D'INTERVENTION

Catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Transferts aux autres collectivités	40 000 000	40 000 000

La dotation de 40 M€ prévue pour l'action « Passage à la télévision tout numérique » permettra de couvrir la participation de l'État aux sections opérationnelles du groupement d'intérêt public France Télé numérique conformément au budget prévisionnel adopté avec les chaînes membres du groupement.

Ce financement permettra ainsi la mise en œuvre par France Télé Numérique des actions nécessaires aux opérations prévues pour l'année 2010, inscrites dans le calendrier de passage à la télévision tout numérique tel qu'il a été approuvé par le Premier ministre lors de la réactualisation du schéma national d'arrêt de la diffusion analogique qui a eu lieu le 22 juillet 2009.

- Alsace (2 février) ;
- Basse-Normandie (9 mars) ;
- Pays de Loire (18 mai) ;
- Bretagne (8 juin)
- Lorraine et Champagne-Ardenne (28 septembre) ;
- Poitou-Charentes et Centre (octobre) ;
- Bourgogne et Franche-Comté (novembre) ;
- Nord (décembre).

PROGRAMME 115

ACTION AUDIOVISUELLE EXTÉRIEURE

MINISTRE CONCERNÉ : FRANÇOIS FILLON, PREMIER MINISTRE

Présentation stratégique du projet annuel de performances	88
Présentation des crédits et des dépenses fiscales	90
Présentation du programme et des actions	93
Objectifs et indicateurs de performance	99
Justification au premier euro	106

PRÉSENTATION STRATÉGIQUE DU PROJET ANNUEL DE PERFORMANCES

Laurence FRANCESCHINI

Directeur du développement des médias

Responsable du programme n° 115 : Action audiovisuelle extérieure

Le programme 115 « Action audiovisuelle extérieure » regroupe les crédits budgétaires nécessaires à la mise en œuvre de la réforme de l'audiovisuel extérieur de la France, décidée par le Président de la République à l'été 2007 afin de moderniser et de mieux coordonner les entités qui le composent, à savoir Radio France Internationale (RFI), France 24 et TV5 Monde, à travers la mise en place de synergies, tout en incitant ces sociétés à améliorer leur gestion. La réforme de l'audiovisuel extérieur a ainsi pour objectifs d'améliorer la cohérence de la politique audiovisuelle extérieure de la France, la lisibilité de ses orientations stratégiques et l'efficacité de chacune de ses sociétés.

Ce programme retrace donc principalement les crédits budgétaires alloués à la société Audiovisuel Extérieur de la France (AEF), et à travers elle aux différentes sociétés de l'audiovisuel extérieur France 24, RFI et TV5 Monde. Ces crédits sont complétés par ceux du programme 844 de la mission « Avances à l'audiovisuel public » intitulé « Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure ». Le programme 115 comprend par ailleurs la subvention allouée à la radio franco-marocaine Médi1 (Radio Méditerranée Internationale) via la Compagnie internationale de radio et télévision (CIRT).

La réforme de l'audiovisuel extérieur de la France est aujourd'hui largement engagée : la constitution du groupe audiovisuel extérieur de la France autour de la société holding AEF, qui nécessitait des réorganisations capitalistiques, est désormais achevée. La société holding AEF, créée en avril 2008, détient donc 100% de RFI et France 24, ainsi que 49% de TV5 Monde.

Par ailleurs, la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision a marqué une étape importante de la réforme, puisqu'elle réaffirme le rôle de pilotage stratégique et de coordination de AEF qui devient la société nationale de programme chargée de l'audiovisuel extérieur de la France, et lui donne ainsi toute légitimité pour être l'instrument principal de la mise en œuvre de cette réforme.

La gouvernance d'AEF est donc à présent déterminée par la loi du 30 septembre 1986 à l'instar de celle de France Télévisions et de Radio France. A ce titre, AEF et ses filiales répondant à des missions de service public seront soumises à des obligations définies par un cahier des charges fixé par décret. Par ailleurs, un contrat d'objectifs et de moyens est en cours de négociation avec l'État conformément à l'article 53 de la loi précitée. Ce contrat définira les priorités stratégiques des sociétés de l'audiovisuel extérieur et précisera le cadre financier pluriannuel dans lequel celles-ci s'inscriront.

En PLF 2010, AEF bénéficie d'une forte augmentation de sa dotation globale de ressources publiques, retracée au sein des programmes 115 du budget général et 844 du compte de concours financiers « Avances à l'audiovisuel public », par rapport à la LFI 2009. Cette dotation permettra au groupe d'atteindre ses objectifs de développement et de modernisation nécessaires à l'aboutissement de la réforme, à savoir :

- dans le cas de RFI, un certain nombre de développements nécessaires à la modernisation de la radio et au redressement de ses audiences ;
- concernant France 24, l'extension de la distribution de la chaîne en Asie, en Amérique latine et en Amérique du Nord apparaît indispensable à la construction de la notoriété et de la crédibilité mondiales de la chaîne.

Toutefois, cette augmentation des ressources publiques nécessaire au financement de ces avancées devrait permettre à l'avenir une réduction des moyens publics nécessaires à l'audiovisuel extérieur grâce aux économies liées aux synergies attendues entre France 24, RFI et TV5 Monde ainsi qu'au développement de leurs ressources propres.

Deux objectifs ont été retenus pour analyser la performance du programme « Action audiovisuelle extérieure » :

- développer la présence française et francophone dans le paysage audiovisuel mondial ;
- assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion.

RÉCAPITULATION DES OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

■ OBJECTIF 1	Développer la présence française et francophone dans le paysage audiovisuel mondial
INDICATEUR 1.1	Audience réelle
INDICATEUR 1.2	Nombre de visiteurs uniques du ou des sites Internet
■ OBJECTIF 2	Assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion
INDICATEUR 2.1	Part des ressources propres dans les ressources totales
INDICATEUR 2.2	Part de la masse salariale dans les charges d'exploitation
INDICATEUR 2.3	Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales
INDICATEUR 2.4	Frais généraux rapportés aux dépenses totales

Action audiovisuelle extérieure

Programme n° 115 | PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

2010 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS DEMANDÉS

2010 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 6 Dépenses d'intervention	FDC et ADP attendus en 2010
01	Action audiovisuelle extérieure (libellé modifié)	199 070 000	
Total		199 070 000	

2010 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 6 Dépenses d'intervention	FDC et ADP attendus en 2010
01	Action audiovisuelle extérieure (libellé modifié)	199 070 000	
Total		199 070 000	

2009 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LOI DE FINANCES INITIALE)

2009 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 6 Dépenses d'intervention	Prévisions FDC et ADP 2009
01	Action audiovisuelle extérieure	233 070 000	
Total		233 070 000	

2009 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 6 Dépenses d'intervention	Prévisions FDC et ADP 2009
01	Action audiovisuelle extérieure	233 070 000	
Total		233 070 000	

Action audiovisuelle extérieure

Programme n° 115 | PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR TITRE ET CATÉGORIE

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	Ouvertes en LFI pour 2009	Demandées pour 2010	Ouverts en LFI pour 2009	Demandés pour 2010
Titre 6. Dépenses d'intervention	233 070 000	199 070 000	233 070 000	199 070 000
Transferts aux autres collectivités	233 070 000	199 070 000	233 070 000	199 070 000
Total	233 070 000	199 070 000	233 070 000	199 070 000

PRÉSENTATION DU PROGRAMME ET DES ACTIONS

PRÉSENTATION PAR ACTION DES CRÉDITS DEMANDÉS

Numéro et intitulé de l'action		Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
01	Action audiovisuelle extérieure (libellé modifié)	199 070 000	199 070 000
Total		199 070 000	199 070 000

PRÉSENTATION DU PROGRAMME

Placé sous la responsabilité du directeur du développement des médias, le programme 115 intitulé « Action audiovisuelle extérieure » vise à financer la société holding Audiovisuel Extérieur de la France, ses filiales France 24 et RFI et son partenaire TV5 Monde, ainsi que la radio franco-marocaine Médi1. Les crédits du programme 115 destinés à AEF sont complétés par ceux du programme 844 du compte de concours financiers intitulé « Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure ». Le montant total des crédits est, depuis le 1^{er} janvier 2009 pour le programme 115 (à l'exception des crédits destinés à Médi1) et depuis la loi du 5 mars 2009 précitée pour le programme 844, versé à la société holding Audiovisuel Extérieur de la France, qui les répartit et les verse aux différentes entreprises qui lui sont rattachées.

Deux grandes missions sont assignées aux sociétés de l'audiovisuel public extérieur : une mission politique de promotion de la vision française du monde, et une mission culturelle de promotion du patrimoine français qui s'accompagne, dans certains cas, d'une mission de promotion de la langue française. En particulier, les missions spécifiques aux différentes sociétés sont détaillées ci-dessous.

Holding Audiovisuel Extérieur de la France (AEF)

La société anonyme holding Audiovisuel Extérieur de la France a été créée le 04 avril 2008. Elle regroupe désormais les participations de l'État dans les entités qui composent l'audiovisuel extérieur français, à savoir France 24, RFI et TV5 Monde. La société AEF est une société nationale de programme conformément au IV de l'article 44 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, dont la mission est de « contribuer à la diffusion et à la promotion de la langue française, des cultures française et francophone, ainsi qu'au rayonnement de la France dans le monde, notamment par la programmation et la diffusion d'émissions de télévision et de radio ou de services de communication au public en ligne relatifs à l'actualité française, francophone, européenne et internationale. »

France 24

La chaîne française d'information internationale France 24 offre à un public international un point de vue français sur l'actualité du monde et contribue donc au rayonnement international de la France. Elle s'adresse principalement aux décideurs politiques et économiques, aux professionnels des médias et, plus généralement, aux téléspectateurs réguliers des chaînes d'information nationales et internationales. Elle rend compte de l'actualité immédiate tout en fournissant des repères et des éléments d'analyse permettant aux téléspectateurs de mettre les événements en perspective et de mieux comprendre les évolutions internationales. À cet égard, la chaîne s'attache à ce que le choix des sujets traités reflète la diversité de l'actualité mondiale.

Ayant pour mission de véhiculer les valeurs de la France, la chaîne a élaboré une charte, validée par 19 personnalités, que doivent signer ses journalistes et qui précise quelles sont ces valeurs. Il s'agit principalement de :

- la "mise en avant de la diversité des opinions, de pensée, de l'approche, à travers des angles journalistiques originaux" ;
- le "sens du débat, de la confrontation et de la contradiction" ;
- la "tradition de la culture et de l'art de vivre à la française".

RFI (Radio France Internationale)

Radio France Internationale est chargée de contribuer à la diffusion de la culture française, par la conception et la programmation d'émissions de radio en français ou en langue étrangère destinées aux auditoires étrangers ainsi qu'aux Français résidant à l'étranger. Cette société assure une mission d'information relative à l'actualité française, francophone, européenne et internationale. La radio diffuse essentiellement de l'information, des magazines d'actualité et des programmes musicaux.

TV5 Monde

Créée en 1984, la chaîne généraliste francophone est l'expression d'un partenariat entre les gouvernements de la Suisse, de la Communauté française de Belgique, du Canada et du Québec et l'État français. Dix télévisions partenaires francophones nourrissent la chaîne de la diversité de leurs programmes et de leur pluralisme éditorial.

Il est à noter que la holding AEF ne détient que 49% du capital de TV5 Monde. Par conséquent, TV5 Monde n'est pas une filiale de AEF comme le sont France 24 et RFI, mais un partenaire.

Définie dans la charte de la chaîne, adoptée lors de la 19^{ème} conférence des ministres responsables de TV5 Monde du 19 septembre 2005, la mission générale de service public de TV5 Monde consiste à assurer le rayonnement mondial du patrimoine audiovisuel francophone dans toute sa diversité en reflétant la dimension multilatérale de la francophonie.

Plus particulièrement, TV5 Monde cherche à atteindre la plus grande audience, à la fidéliser, à conquérir de nouveaux publics, francophones ou non francophones, et à promouvoir la diffusion de programmes de qualité, produits en langue française, à l'échelle mondiale.

Médi1

Née d'une volonté commune franco-marocaine, Médi1 (Radio Méditerranée Internationale) est détenue à 51% par les partenaires marocains (à 25,5% par la Banque marocaine du commerce extérieur et à 25,5% par le SFG) et à 49% par la France, par l'intermédiaire de la Compagnie internationale de radio et télévision (CIRT).

Cette radio bilingue franco-marocaine diffuse au Maroc et en Algérie des programmes d'information et de divertissement.

RÉCAPITULATION DES ACTIONS

■ ACTION n° 01 : Action audiovisuelle extérieure

PRÉSENTATION DES ACTIONS

ACTION n° 01

Action audiovisuelle extérieure

Le programme 115 se compose d'une seule action qui intègre les activités de l'ensemble du programme.

Holding Audiovisuel Extérieur de la France (AEF)

Mise en place courant 2008, la société Audiovisuel Extérieur de la France a pour mission de moderniser et de coordonner les opérateurs de l'audiovisuel extérieur.

Elle doit s'attacher à définir une stratégie globale et cohérente, définissant les priorités des différentes sociétés en termes de développement. Dans ce sens, le contrat d'objectifs et de moyens (COM) liant l'État à la holding AEF dont la négociation est en cours définira les priorités des différentes sociétés concernées, afin de les inscrire dans un ensemble efficace et cohérent.

France 24

Lancée le 6 décembre 2006, France 24 diffuse ses programmes 24h sur 24h en français et en anglais et 10h par jour en arabe depuis le printemps 2009, l'objectif étant de passer progressivement à une diffusion en arabe 24h sur 24h.

Gratuite et en clair, la chaîne est disponible dans ses différentes versions sur les principales positions satellites et offres commerciales du numérique (satellite, câble, ADSL) en Europe, au Proche et Moyen-Orient, au Maghreb, en Afrique, à New York et à Washington DC. La chaîne s'adresse aujourd'hui à 101 millions de foyers potentiels sur ces différentes zones.

En termes d'audience, les dernières études réalisées par la chaîne montrent que France 24 est aujourd'hui en tête des chaînes d'information internationales en Afrique francophone, un challenger d'Al Jazeera au Maghreb et continue de se développer en Europe en étant en avance sur les prévisions.

Par ailleurs, la chaîne se développe fortement via Internet comme en témoignent les 4 millions de visiteurs uniques que son site attire chaque mois.

RFI (Radio France Internationale)

RFI (qui a notamment comme filiale Monte Carlo Doualiya, ex-RMC Moyen-Orient) assure la présence française sur le média radiophonique, notamment en Afrique subsaharienne où il est leader. La radio reste un vecteur jouant un rôle de premier plan dans les pays en situation de crise ou de post-crise. Au Proche et Moyen-Orient, RFI peut s'appuyer sur sa filiale arabophone, Monte Carlo Doualiya (MCD) qui au cours de la dernière décennie a enregistré une chute importante de son audience, devant faire face à une concurrence de plus en plus forte des radios FM locales. La radio est également diffusée en Asie et sur le continent américain. RFI s'adresse aujourd'hui en plusieurs langues, à 35,6 millions d'auditeurs dans le monde, en FM, en ondes courtes et moyennes, sur le câble, le satellite et sur Internet.

TV5 Monde

Présente dans le trio de tête des plus grands réseaux mondiaux de télévision, aux côtés de MTV et de CNN, la chaîne francophone TV5 Monde peut être reçue par 189 millions de foyers dans plus de 200 pays. Elle diffuse 7 signaux spécifiques à chaque continent, tenant compte des décalages horaires et des sensibilités des publics. Ses programmes sont diffusés en français et sous-titrés en 9 langues (anglais, arabe, espagnol, portugais, néerlandais, allemand, roumain, russe et français) afin d'élargir l'audience aux francophiles.

En termes d'audience, la dernière synthèse effectuée par TV5 Monde indique une audience cumulée hebdomadaire mondiale de 54 millions de téléspectateurs.

Médi1

Afin de contribuer à la diversité culturelle en aidant les pays du Sud à construire leur propre industrie de l'image, le programme 115 continue de soutenir, dans le cadre d'un partenariat à long terme avec le Maroc, la radio franco-marocaine Médi1.

Radio généraliste bilingue (français - arabe), diffusant des programmes d'information internationale et de divertissement, Médi1 est diffusée en FM au Maroc et en ondes longues sur l'ensemble du Maghreb.

OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

Dans le cadre du regroupement de France 24, RFI et TV5 Monde au sein du nouveau groupe Audiovisuel Extérieur de la France, ces différentes sociétés sont en partie financées par les crédits inscrits au programme 115. En cohérence avec cette nouvelle organisation, les mêmes objectifs et indicateurs s'appliquent à France 24, RFI, TV5 Monde et la société holding Audiovisuel Extérieur de la France lorsque l'indicateur est pertinent compte tenu de son statut de holding.

En termes d'audience (cf. indicateurs 1.1 et 1.2), les travaux d'harmonisation des différents outils de mesure sont en cours. A ce stade, les comparaisons valent donc pour un opérateur donné dans le temps mais pas systématiquement d'un opérateur à l'autre.

En termes de gestion (cf. indicateurs 2.1, 2.2, 2.3, 2.4), les travaux d'harmonisation déjà effectués permettent cette année de comparer les ratios d'une société à l'autre, dans la limite des choix d'organisation interne et de soustraction de chacune des entités.

Dans le cadre du futur contrat d'objectifs et de moyens (COM) et de la poursuite des travaux d'harmonisation, la définition de certains indicateurs pourrait être revue afin d'améliorer le suivi opérationnel des activités.

Par ailleurs, les prévisions 2010 sont encore indicatives et sont susceptibles d'évoluer en fonction des arbitrages budgétaires qui seront réalisés au sein de l'enveloppe globale allouée à AEF.

OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

OBJECTIF n° 1 : Développer la présence française et francophone dans le paysage audiovisuel mondial

La combinaison d'indicateurs relatifs à l'audience des chaînes, dans leurs zones de diffusion ainsi que sur Internet, doit permettre de mesurer la réussite de leur politique éditoriale, leur notoriété à l'étranger et leur capacité à contribuer au rayonnement de la France et de la francophonie dans le monde. La France dispose avec France 24 d'une chaîne d'information en continu moderne et ambitieuse, avec RFI d'une radio internationale à la qualité reconnue et avec TV5 Monde d'une chaîne de télévision généraliste francophone bénéficiant d'un des premiers réseaux de diffusion au monde. Vecteurs chargés de diffuser la culture, la langue et le regard français, ces sociétés doivent maximiser leur audience dans des zones géographiques ciblées, cohérentes avec leur stratégie de diffusion.

Deux indicateurs de performance ont ainsi été retenus. Le premier a été complété d'un indicateur de contexte non assorti d'objectifs mais dont le suivi de l'évolution permettra de mieux éclairer le Parlement :

- Audience réelle :

L'indicateur vise à mesurer l'audience réelle des différentes chaînes par zone géographique. Néanmoins, étant donné qu'il n'existe pas de mesure de l'audience réelle au niveau mondial, les résultats présentés ci-dessous, résultant de différentes études, sont parcellaires.

- Notoriété de France 24 et de TV5 Monde :

Cet indicateur de contexte rend compte de la notoriété de France 24 et de TV5 Monde dans certaines de leurs zones de diffusion. Les chiffres concernant France 24 fournis pour l'Afrique francophone et le Moyen Orient sont issus d'une étude menée par TNS Sofres auprès d'un panel de leaders d'opinion sur commande de France 24. Les chiffres concernant TV5 Monde fournis pour l'Afrique francophone sont issus d'une étude menée par TNS Sofres et IMMAR auprès d'un échantillon représentatif de la population nationale sur commande de TV5 Monde.

- Nombre de visiteurs uniques du ou des sites Internet :

Dans le contexte de mutations technologiques et d'évolution des modes de consommation des médias, le développement multimédia est une priorité pour les opérateurs de l'audiovisuel extérieur. Il constitue en effet un moyen efficace de toucher des publics divers dans le monde entier et de lutter contre la concurrence des médias locaux ou nationaux. L'indicateur retenu mesure l'audience des sociétés sur Internet, via la comptabilisation du nombre de visiteurs uniques moyen mensuel (France 24) ou du nombre de visites annuelles (RFI et TV5 Monde), les travaux d'harmonisation au niveau des études n'ayant pas encore abouti.

INDICATEUR 1.1 : Audience réelle

(du point de vue du citoyen)

indicateur de la mission

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2010 Cible
Audience réelle	% audience						
France 24							
a) Afrique francophone (TNS Sofres)	/ 30 derniers jours						
- Sénégal	%	n.d.	75	augmentation	91	90-100	90-100
- Côte d'Ivoire		n.d.	67	augmentation	92	90-100	90-100
- Gabon		n.d.	70	augmentation	83	80-90	80-90
b) Europe (EMS)	/ 30 derniers jours	n.d.	4,6	augmentation	4,9	>5	>5
c) Maghreb, Moyen-Orient (TNS Sofres)	/ 30 derniers jours						

Action audiovisuelle extérieure

Programme n° 115 | OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2010 Cible
- Maroc		n.d.	57	augmentation	69	70-80	70-80
- Algérie		n.d.	67	augmentation	83	80-90	80-90
- Tunisie		n.d.	59	augmentation	61	60-70	60-70
- Egypte		n.d.	19	augmentation	18	>20	>20
RFI							
a) Afrique francophone (IMMAR / TNS Sofres)	veille						
- Abidjan (Côte d'Ivoire)		23	20	augmentation	28	28	28
- Dakar (Sénégal)		13	14	augmentation	16	17	17
- Kinshasa (RDC)		23	27	augmentation	21	23	23
b) Proche-Orient (Ipsos-Stat)	veille						
- Liban		4,1	4	augmentation	4	4,5	4,5
- Arabie Saoudite		0,9	n.d.	augmentation	n.d.	1,5	1,5
TV5 Monde							
a) Afrique francophone (TNS Sofres)	/ 7 derniers jours						
- Abidjan (Côte d'Ivoire)		51	50	augmentation	58	59	59
- Dakar (Sénégal)		62		augmentation			augmentation
- Kinshasa (RDC)		49	58	augmentation	57	58	58
b) Europe (EMS)	/ 30 derniers jours	12,4	12,3	augmentation	11,9	12	12
c) Maghreb, Moyen-Orient							
- Algérie (IMMAR)	/ 7 derniers jours	n.d.	13,2		16,2	augmentation	augmentation
d) Asie							
- Inde (Tam India)	/ 7 derniers jours	n.d.	0,6		0,8	stabilité	stabilité

Précisions méthodologiques

Les chiffres fournis par l'étude EMS 2009, réalisée dans 16 pays auprès d'un échantillon de 16 000 Européens appartenant aux 20% des foyers les plus riches, correspondent au pourcentage de personnes interrogées affirmant avoir regardé la chaîne durant les 30 jours précédant le sondage.

Pour France 24, les chiffres d'audience au Maghreb, Moyen-Orient et en Afrique francophone sont issus de sondages effectués en janvier 2008 et en janvier 2009 par TNS Sofres sur commande de France 24, auprès d'un panel global de 1200 leaders d'opinion (cadres d'entreprise, élus et hauts fonctionnaires, journalistes, universitaires, artistes et intellectuels) dans sept pays d'Afrique. Ils correspondent au pourcentage de répondants déclarant avoir regardé France 24 au moins deux minutes au cours des trente jours précédant le sondage.

Pour RFI, les pourcentages d'audience veille correspondent aux pourcentages de personnes interrogées déclarant avoir écouté la station la veille.

Pour TV5 Monde, les chiffres d'audience en Afrique francophone sont issus d'études menées par TNS Sofres auprès d'un échantillon représentatif de la population âgée de 15 ans et plus. Ils indiquent le pourcentage de personnes interrogées qui déclarent avoir regardé la chaîne au cours des 7 jours précédant l'enquête. Pour les chiffres Dakar, en même unité, l'audience cumulée quotidienne passe de 10% en 2008 à 15% en 2009 ce qui indique que la fréquence d'écoute des téléspectateurs est en forte progression. Les chiffres d'audience au Maghreb et Moyen Orient, qui concernent plus précisément l'Algérie, sont issus de sondages effectués en avril 2008 et 2009. Les chiffres d'audience Asie (Inde) sont issus de l'enquête Tam India 2009.

En 2010, les chiffres d'audience des sociétés devront être globalement en augmentation par rapport à la prévision actualisée 2009.

Sources des données : EMS 2008, EMS 2009, TNS Sofres, IMMAR, Ipsos-Stat, Tam India 2009.

Indicateur de contexte 1-1-1 : Pour France 24, notoriété totale :

	Unité	Réalisation 2008	Prévision 2009
Notoriété totale	%		
Afrique francophone (TNS Sofres)			
Sénégal		82	97
Côte d'Ivoire		79	96
Gabon		80	95
Europe (EMS)		18	20
Maghreb, Moyen-Orient (TNS Sofres)			
Maroc		74	85
Algérie		84	90
Tunisie		69	76
Égypte		36	38

Précisions méthodologiques : Le pourcentage de notoriété totale est obtenu en comptabilisant le nombre de répondants qui déclarent avoir entendu parler de la marque France 24. Les pourcentages de notoriété totale de France 24 en Afrique francophone, au Maghreb et au Moyen Orient sont issus d'un sondage effectué par TNS Sofres sur commande de France 24 auprès d'un panel de 1 200 leaders d'opinion (cadres d'entreprise, élus et hauts fonctionnaires, universitaires, artistes/intellectuels) dans sept pays d'Afrique. Le pourcentage de notoriété totale pour France 24 en Europe est issu de l'étude EMS réalisée dans 16 pays auprès d'un échantillon de 16 000 Européens appartenant aux 20% des foyers les plus riches.

Sources des données : EMS 2008, EMS 2009 et TNS Sofres.

Indicateur de contexte 1-1-2 : Pour TV5 Monde, notoriété totale :

	Unité	Réalisation 2007	Réalisation 2008	Prévision 2009
Notoriété totale	%			
Afrique francophone (TNS Sofres)				
Abidjan (Côte d'Ivoire)		n.d.	91	91
Dakar (Sénégal)		94	90	90
Kinshasa (RDC)		85	95	91
Europe (EMS)		35	39	39

Précisions méthodologiques : Le pourcentage de notoriété totale est obtenu en comptabilisant le nombre de répondants qui déclarent avoir entendu parler de la marque TV5 Monde. Le pourcentage de notoriété totale de TV5 Monde en Afrique francophone est issu des enquêtes conduites par les instituts TNS (Dakar, Abidjan, Kinshasa 2008) auprès d'un échantillon représentatif de la population âgée de 15 ans et plus (1 000 personnes environ par ville). Le pourcentage de notoriété totale pour TV5 Monde en Europe est issu de l'étude EMS réalisée dans 16 pays auprès d'un échantillon de 16 000 Européens appartenant aux 20% des foyers les plus riches.

Sources des données : EMS 2008, EMS 2009, TNS Sofres et IMMAR.

INDICATEUR 1.2 : Nombre de visiteurs uniques du ou des sites Internet

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2010 Cible
France 24 (nombre de visiteurs uniques)	millions/mois	2,8	4,1	4,0	4 - 4,2	4,5	4,5
RFI (nombre de visites)	millions/an	31,9	31,5	augmentation	37	40	40
TV5 Monde (nombre de visites)	millions/an	55	56	augmentation	56,5	57	57

Précisions méthodologiques

Pour France 24 : Les chiffres fournis, correspondant à un nombre de visiteurs uniques, sont issus d'un sondage Nielsen Netratings réalisés dans dix pays cibles (Allemagne, Australie, Brésil, Espagne, États-Unis, France, Grande Bretagne, Italie, Japon, Suisse). Il s'agit d'une mesure « user centric » (côté utilisateur). Les chiffres fournis correspondent à un nombre de visiteurs uniques moyen mensuel.

Pour RFI : les chiffres présentés correspondent à une comptabilisation des visites et non des visiteurs uniques du site de RFI. Les visites du site sont dénombrées sur une base mondiale.

Pour TV5 Monde : les chiffres fournis correspondent à un nombre de visites annuelles calculé à partir des mesures « site centric » de l'outil Médiamétrie E-stat.

En 2010, le nombre de visiteurs uniques ou de visites des sites Internet des sociétés devra être en augmentation par rapport à la prévision actualisée 2009.

Pour France 24 : il est nécessaire de mettre l'évolution du ratio en regard avec les performances des sociétés concurrentes :

- pour le site CNN, le nombre de visiteurs du site (hors les USA) s'élève à 2 millions de visiteurs uniques par mois ;
- pour BBC (hors le Royaume Uni), le nombre de visiteurs du site s'élève à 6 millions de visiteurs uniques par mois.

Sources de données : France 24 (à partir du sondage Nielsen Netratings), RFI (à partir des données de Xiti) et TV5 Monde (E-stat, outil de Médiamétrie).

OBJECTIF n° 2 : Assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion

Le COM de la société AEF étant en cours de négociation, il apparaît prématuré de donner des objectifs chiffrés pour les prévisions et la cible 2010 en ce qui concerne les indicateurs de gestion. Ainsi, les prévisions et les cibles 2010 ne font qu'apparaître des tendances.

Cet objectif vise à s'assurer de la bonne utilisation, par les sociétés de l'audiovisuel public, des dotations reçues de l'État. Une combinaison d'indicateurs relatifs à l'évolution des charges et des dépenses des sociétés permet de contrôler leur bonne gestion.

Quatre indicateurs de performance ont ainsi été retenus. Certains ont été complétés, le cas échéant, d'indicateurs de contexte non assortis d'objectifs mais dont le suivi de l'évolution permettra de mieux éclairer le Parlement :

- Part des ressources propres dans les ressources totales :

Les opérateurs de l'audiovisuel extérieur ont pour objectif d'accroître le niveau de leurs ressources propres, et notamment de se rapprocher des performances de leurs concurrents. S'agissant des ressources publicitaires et de parrainage, cet objectif implique de la part de la régie une politique d'optimisation des tarifs et des espaces, sachant que des objectifs d'audience sont par ailleurs définis. S'agissant des autres recettes (produits dérivés), leur progression n'est souhaitable que si elle génère des ressources nettes et n'affecte pas la réalisation des objectifs éditoriaux et d'image des sociétés.

- Part des « ressources propres élargies » (Pour TV5 Monde exclusivement) :

Les financements belges, suisses, canadiens et québécois, qui du point de vue français peuvent être considérés comme des ressources qui s'additionnent à la subvention française, ont été intégrés aux ressources propres de TV5 Monde dans cet indicateur de contexte.

- Part de la masse salariale dans les charges d'exploitation :

La maîtrise des coûts des sociétés rend nécessaire la maîtrise de l'évolution de la masse salariale. Contrairement à la méthode retenue dans le PAP 2009, les salaires des correspondants étrangers salariés sont inclus dans cet indicateur.

Cet indicateur de performance peut s'analyser au regard d'un indicateur de contexte donnant un éclairage complémentaire :

- Part de l'emploi non permanent dans l'emploi total :

Une façon simple de limiter les dépenses de personnel étant de recourir massivement à l'emploi non permanent, renforçant la précarité des collaborateurs, l'indicateur permet de suivre que la bonne gestion des dépenses de personnel ne se fait pas au détriment de la qualité de l'emploi.

- Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales :

Les ressources publiques affectées aux opérateurs de l'audiovisuel extérieur doivent être prioritairement dédiées aux dépenses de programmes, qui constituent le cœur de leur mission de service public. Cette priorité doit se traduire dans la structure des charges des sociétés, ce que permet de suivre l'indicateur retenu.

Pour RFI, cet indicateur de performance peut s'analyser au regard d'un indicateur de contexte donnant un éclairage complémentaire sur une dimension propre à son activité :

- Volume d'heures produites pour la diffusion sur RFI, rapporté au total des effectifs permanents :

Cet indicateur, qui a vocation à rester stable ou à augmenter, vise à inciter la société à optimiser l'organisation du travail.

- Frais généraux rapportés aux dépenses totales :

L'objectif est de limiter le poids des frais généraux dans les dépenses totales, afin de permettre l'allocation du budget à des dépenses concernant le cœur de métier des sociétés (programmes, diffusion, développements...).

En préalable de l'analyse des indicateurs permettant d'assurer la maîtrise de l'emploi, de la masse salariale et d'optimiser la gestion de l'Audiovisuel Extérieur de la France, il faut noter le changement de périmètre du calcul de ces indicateurs.

De par sa constitution, l'Audiovisuel Extérieur de la France est amenée à arrêter des comptes consolidés regroupant les sous-paliers de consolidation que constituent ses filiales de premier rang. Les indicateurs sont désormais calculés à partir des comptes consolidés de ces filiales. Les sous-périmètres de consolidation sont les suivants :

- RFI et ses filiales (dont Monte Carlo Doualiya) ;
- France 24 et sa filiale de régie publicitaire ;
- TV5 Monde et ses deux filiales Argentine et Américaine.

L'homogénéisation initiée entre les différentes sociétés, qui se développera dans le temps, vise à ce que les filiales aient des traitements comptables et des suivis budgétaires harmonisés.

De plus, dans le cadre du projet de contrat d'objectifs et de moyens en cours de négociation entre l'État et l'Audiovisuel Extérieur de la France, les indicateurs ci-dessous pourront être redéfinis en fonction des travaux d'harmonisation menés afin d'avoir un suivi de gestion opérationnel plus pertinent.

Pour France 24, dans l'attente de la signature du futur COM 2009-2013 entre l'État et l'AEF, la convention de subvention actuelle liant l'État à France 24 continue de s'appliquer. En conséquence, les prévisions et cibles ci-dessous prévues pour 2010 s'inscrivent dans le respect des termes de la convention.

INDICATEUR 2.1 : Part des ressources propres dans les ressources totales

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2010 Cible
France 24	%	0,5	1,9	3,0	1,5	augmentation	augmentation
RFI	%	2,8	3,9	augmentation	3,2	augmentation	augmentation
TV5 Monde	%	9,7	7,9	augmentation	8,3	augmentation	augmentation

Précisions méthodologiques

Les ressources propres sont constituées des recettes publicitaires et de parrainage, des abonnements auprès de câblo-opérateurs, des subventions européennes et des ressources liées aux activités de coproduction, de prestations de services et techniques, de droit d'auteurs. Pour TV5 Monde, les ressources propres n'intègrent pas le financement complémentaire provenant de ses partenaires francophones. Les ressources totales prennent en compte, outre les ressources propres, les subventions de l'État, la redevance pour RFI, les subventions des États Francophones pour TV5 Monde et les autres produits d'exploitation telles que les reprises de subventions d'investissements, les reprises de provisions, les produits provenant des échanges marchandises et des échanges médias.

Pour France 24 et RFI : l'évolution du ratio entre 2008 et 2009 reflète la situation économique globale, non propice à l'accroissement des investissements publicitaires des annonceurs.

Pour TV5 Monde : l'augmentation du ratio entre 2008 et 2009, s'explique par une augmentation des abonnements des câblo-opérateurs et par l'accord signé avec France Télévisions Publicité sur un chiffre d'affaire minimum garanti de 3,3M€.

Cet indicateur n'a pas été retenu pour la société Audiovisuel Extérieur de la France qui, en tant que holding, ne dégage pas de ressources propres.

Sources de données : France 24, RFI et TV5 Monde

Indicateur de contexte 2-1-1 : Pour TV5 Monde, Part des « ressources propres élargies »

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2010 Cible
TV5 Monde	%	24,3	22,8	augmentation	26,6	augmentation	augmentation

Le PAP se plaçant du point de vue du contribuable français, l'indicateur de contexte 'des ressources propres élargies' ci-dessus a pour objectif de prendre en compte le mode de financement spécifique de TV5 Monde qui bénéficie de financements complémentaires provenant de ses partenaires Francophones.

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

Action audiovisuelle extérieure

Programme n° 115 | OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

INDICATEUR 2.2 : Part de la masse salariale dans les charges d'exploitation

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2010 Cible
Audiovisuel Extérieur de la France	%	n.d.	35,3	45	49,1	stabilité	stabilité
France 24	%	28,8	32,3	< 40	33,2	< 40	< 40
RFI	%	54,7	53,8	diminution	54,6	diminution	diminution
TV5 Monde	%	26,6	27,3	diminution	27,1	diminution	diminution

Précisions méthodologiques

La masse salariale prend en compte le total des salaires, des indemnités, des primes et des charges sociales correspondantes, ainsi que les provisions (pour congés payés, RTT, etc....) et les cotisations sociales. La masse salariale correspond donc aux charges enregistrées dans les comptes généraux 64 afférentes à l'ensemble des salariés, y compris les correspondants étrangers salariés. Ce ratio rapporte la masse salariale aux charges d'exploitation.

Concernant France 24, les prévisions 2009 et 2010 s'inscrivent dans le cadre de la convention signée avec l'État, à savoir < 40%.

Pour RFI et TV5 Monde, la part de la masse salariale dans les charges d'exploitation devra être en diminution en 2010.

Sources de données : Audiovisuel Extérieur de la France, France 24, RFI et TV5 Monde.

Indicateur de contexte 2-2-1 : Part de l'emploi non permanent dans l'emploi total :

	Unité	Réalisation 2006	Réalisation 2007	Réalisation 2008
Part de l'emploi non permanent dans l'emploi total	%			
Audiovisuel Extérieur de la France		n.d.	n.d.	n.d.
France 24		n.d.	13,4	14,1
RFI		29,5	24,1	24,9
TV5 Monde		35,3	32,4	31,1

Précisions méthodologiques : La part de l'emploi non permanent dans l'emploi total est égale à la masse salariale des non permanents divisée par la masse salariale totale.

Sources des données : Audiovisuel Extérieur de la France, France 24, RFI et TV5 Monde.

INDICATEUR 2.3 : Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2010 Cible
France 24	%	69,5	70,2	> 50	71,1	> 50	> 50
RFI	%	61,7	55,6	augmentation	56	augmentation	augmentation
TV5 Monde	%	65,2	63,9	augmentation	64	augmentation	augmentation

Précisions méthodologiques

La part des dépenses de programme dans les dépenses totales est égale au coût de grille (coûts des programmes et des frais techniques de fabrication, hors coûts de diffusion) sur les dépenses totales.

Pour France 24, l'objectif figure dans la convention de subvention signée entre France 24 et l'État. Celle-ci indique que le coût de la grille de programmes doit être supérieur à 50% des dépenses totales.

Pour RFI, l'évolution du ratio sur la période 2007-2008, n'est pas représentative de l'évolution des coûts des grilles. En 2008, le déficit généré par RFI et certaines de ces filiales vient augmenter le niveau des dépenses globales par la prise en compte de charges non récurrentes. Aussi malgré l'augmentation des coûts de grille, le ratio est en diminution.

Pour TV5 Monde, les chiffres fournis sont à apprécier en tenant compte du fait que 50% des programmes diffusés sont fournis gratuitement à la chaîne et ne sont donc pas valorisés alors que les dépenses associées à ses programmes concernant le personnel, la gestion, l'exploitation et le sous-titrage sont à la charge de TV5 Monde.

Pour RFI et TV5 Monde, la part des dépenses de programme dans les dépenses totales devra être en augmentation en 2010 par rapport au niveau 2009.

Cet indicateur n'a pas été retenu pour la société Audiovisuel Extérieur de la France qui, jusqu'à présent, ne finance pas directement de programmes.

Sources de données : Audiovisuel Extérieur de la France, France 24, RFI et TV5 Monde.

Indicateur de contexte 2-3-1 : Pour RFI, volume d'heures produites pour la diffusion sur RFI, rapporté au total des effectifs permanents :

	Unité	Réalisation 2006	Réalisation 2007	Réalisation 2008
Volume d'heures produites pour la diffusion sur RFI, rapporté au total des effectifs permanents (ETP)	Heure / ETP	21,0	20,1	21,5

Précisions méthodologiques : le total des effectifs permanents prend uniquement en compte les salariés de RFI en CDI.

Sources des données : RFI.

INDICATEUR 2.4 : Frais généraux rapportés aux dépenses totales

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2007 Réalisation	2008 Réalisation	2009 Prévision PAP 2009	2009 Prévision actualisée	2010 Prévision	2010 Cible
France 24	%	13		< 15			< 15
RFI	%	23,3		diminution			diminution
TV5 Monde	%	8,8		diminution			diminution
Audiovisuel Extérieur de la France	%	n.d	100		100	stabilité	stabilité

Précisions méthodologiques

Le montant des frais généraux comprend les charges suivantes : loyers et charges locatives, communication institutionnelle, frais de gestion, taxes et contributions, coûts des fonctions supports et de la direction générale. Le ratio présenté par l'indicateur est égal au montant des frais généraux rapporté aux dépenses totales.

Sur la période 2007 - 2008, pour RFI et TV5 Monde, la part des frais généraux dans les dépenses totales est en augmentation, en raison de l'augmentation des loyers et des charges locatives. Concernant plus particulièrement TV5 Monde, celle-ci a bénéficié en 2007 d'une franchise de loyers de 6 mois et d'un partage des coûts de fonctionnement avec CFI consécutifs à la Présidence commune. Ces deux facteurs favorables ne sont pas reconductibles à compter de 2009 et l'augmentation du loyer de TV5 Monde retranscrit l'évolution de l'indice de construction de l'année précédente, sur lequel il est indexé.

Pour France 24, l'indicateur figure dans la convention de subvention signée avec l'État qui stipule que cet indicateur doit être inférieur à 15%.

Pour RFI, la part des frais généraux dans les dépenses totales devrait être en diminution en 2010 par rapport à 2009.

Sources des données : Audiovisuel Extérieur de la France, France 24, RFI et TV5 Monde.

Action audiovisuelle extérieure

Programme n° 115 JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

JUSTIFICATION AU PREMIER EURO**ÉLÉMENTS TRANSVERSAUX AU PROGRAMME**

Numéro et intitulé de l'action / sous-action	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total	Titre 2 Dépenses de personnel	Autres titres	Total
01 Action audiovisuelle extérieure (libellé modifié)		199 070 000	199 070 000		199 070 000	199 070 000
Total		199 070 000	199 070 000		199 070 000	199 070 000

SUIVI DES CRÉDITS DE PAIEMENT ASSOCIÉS À LA CONSOMMATION DES AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

<table border="1" style="margin: auto;"> <tr><td style="text-align: center;">AE LFI 2009 + reports 2008 vers 2009</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">(1)</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">233 070 000</td></tr> </table>		AE LFI 2009 + reports 2008 vers 2009	(1)	233 070 000	<table border="1" style="margin: auto;"> <tr><td style="text-align: center;">CP LFI 2009+ reports 2008 vers 2009</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">(2)</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">233 070 000</td></tr> </table>		CP LFI 2009+ reports 2008 vers 2009	(2)	233 070 000		
AE LFI 2009 + reports 2008 vers 2009											
(1)											
233 070 000											
CP LFI 2009+ reports 2008 vers 2009											
(2)											
233 070 000											
Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2008	AE demandées pour 2010	CP demandés sur AE antérieures à 2010*	CP demandés sur AE nouvelles en 2010	Total des CP demandés pour 2010	Prévision du solde des engagements non couverts par des CP au 31/12/2010						
(3)	(4)	(5)	(6)	(7) = (5) + (6)	(8)						
0	199 070 000	0	199 070 000	199 070 000	0						
					<table border="1" style="margin: auto;"> <tr><td style="text-align: center;">Estimation des CP 2011 sur engagements non couverts au 31/12/2010</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">(9)</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">0</td></tr> </table>	Estimation des CP 2011 sur engagements non couverts au 31/12/2010	(9)	0			
Estimation des CP 2011 sur engagements non couverts au 31/12/2010											
(9)											
0											
					<table border="1" style="margin: auto;"> <tr><td style="text-align: center;">Estimation des CP 2012 sur engagements non couverts au 31/12/2010</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">(10)</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">0</td></tr> </table>	Estimation des CP 2012 sur engagements non couverts au 31/12/2010	(10)	0			
Estimation des CP 2012 sur engagements non couverts au 31/12/2010											
(10)											
0											
					<table border="1" style="margin: auto;"> <tr><td style="text-align: center;">Estimation du montant maximal de CP nécessaires après 2012 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2010**</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">(11) = (8) - (9) - (10)</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">0</td></tr> </table>	Estimation du montant maximal de CP nécessaires après 2012 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2010**	(11) = (8) - (9) - (10)	0			
Estimation du montant maximal de CP nécessaires après 2012 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2010**											
(11) = (8) - (9) - (10)											
0											

* Cette case n'a pas vocation à correspondre à un calcul théorique de la tranche des CP 2010 pouvant couvrir les engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2009.

** Ces données constituent un calcul arithmétique maximal ne prenant pas en compte les désengagements de crédits rendus nécessaires en gestion.

Ce programme est en AE=CP.

Action audiovisuelle extérieure

Programme n° 115 | JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

JUSTIFICATION PAR ACTION

ACTION n° 01 : Action audiovisuelle extérieure

	Titre 2	Hors titre 2	Total
Autorisations d'engagement		199 070 000	199 070 000
Crédits de paiement		199 070 000	199 070 000

ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

— DÉPENSES D'INTERVENTION

Catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Transferts aux autres collectivités	199 070 000	199 070 000

Le montant total du programme 115 s'élève en PLF 2010 à 199,1 M€. Cette dotation se répartit entre 197,5 M€ destinés à la holding AEF et 1,57 M€ destinés à la radio franco marocaine Médi1.

Concernant l'audiovisuel extérieur de la France, ces crédits sont complétés par les crédits issus du produit de la contribution à l'audiovisuel public et retracés par le programme 844 « Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure » du compte de concours financiers « Avances à l'audiovisuel public » ;

AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR DE LA FRANCE

Pour 2010, il est proposé d'allouer à la société holding Audiovisuel Extérieur de la France et à travers elle France 24, RFI et TV5 Monde une dotation totale de ressources publiques de 315 M€ TTC, soit 312,6 M€ HT, répartie comme suit : 197,5 M€ à partir du programme 115 du budget général et 115,1 M€ HT (117,5 M€ TTC) à partir du programme 844 du compte de concours financiers.

Cette dotation marque une augmentation de 16,7 M€ HT, soit +5,6%, par rapport au montant voté en loi de finances initiale (LFI) 2009 pour la société Audiovisuel Extérieur de la France (programmes 115 et 844) (+17,7 M€ TTC, soit +6%).

Cette forte augmentation de la dotation publique globale proposée pour l'audiovisuel extérieur de la France en 2010 s'inscrit dans la logique de la réforme entreprise, qui nécessite de forts investissements dans un premier temps, notamment afin d'achever la montée en puissance de France 24, avant une phase de retour sur investissements grâce à une meilleure coordination entre les sociétés et au développement des ressources propres.

Par ailleurs, cette dotation est une dotation globale. En effet, depuis 2009, dans le cadre de la réforme de l'audiovisuel extérieur, les dotations publiques ne sont plus attribuées société par société, à l'exception de la contribution au financement de Médi1. L'enveloppe globale prévue chaque année pour l'audiovisuel extérieur de la France (la société holding, ses filiales RFI et France 24 ainsi que TV5 Monde) est dorénavant versée dans sa totalité à la société holding Audiovisuel Extérieur de la France qui la répartit entre les différentes entreprises. Cette répartition des ressources est validée par le conseil d'administration de la société holding, dans le cadre de l'adoption du budget consolidé.

Concernant TV5 Monde, l'exercice de ses prérogatives, y compris financières, par AEF doit prendre en compte les règles de gouvernance définies dans l'entente gouvernementale conclue entre les différents actionnaires d'une part, et la participation minoritaire de la société de l'Audiovisuel Extérieur de la France au capital de la chaîne (49%) d'autre part.

Néanmoins, la société AEF n'a pas encore pu à ce stade mener le processus budgétaire devant conduire à une proposition de répartition des ressources publiques par entité. En conséquence, les objectifs pour 2010 présentés ci-dessous par entité et/ou leur rythme de mise en œuvre sont à ce stade indicatifs et pourront être revus en fonction des arbitrages budgétaires définitifs à venir pour chaque entité.

En outre, les missions et objectifs pour 2010 décrits ci-dessous s'inscrivent dans le plan stratégique pluriannuel proposé par AEF dans le cadre des négociations en cours de son contrat d'objectifs et de moyens (COM) 2009-2013.

Le tableau ci-dessous présente, à titre indicatif, le compte de résultat prévisionnel consolidé du groupe AEF pour l'année 2010. Cette présentation prend en compte 100% des sociétés RFI, France 24 et TV5 Monde. La répartition des charges par nature et/ou destination pourra faire l'objet d'ajustements dans le cadre de la procédure d'élaboration du budget 2010.

Montants en millions d'euros hors taxes (HT)	2008 réalisé	2009 budget	2010 budget prévisionnel
PRODUITS D'EXPLOITATION	341,1	350,4	363,6
<i>évolution N / N-1</i>		2,7%	3,8%
Ressources publiques françaises	292,6	299,9	312,6
<i>évolution en %</i>		2,5%	4,2%
Redevance	61,8	63,9	115,1
<i>évolution en %</i>		3,4%	80,0%
Subvention de l'État français	230,8	236,0(**)	197,5
<i>évolution en %</i>		2,3%	-16,3%
Ressources propres	15,3	14,6	18,4
<i>évolution en %</i>		-4,5%	26,0%
Autres ressources	33,3	35,8	32,6
CHARGES D'EXPLOITATION	352,5	353,1	365,8
<i>évolution N / N-1</i>		0,2%	3,6%
Dépenses de programmes	154,7	155,6	156,5
<i>évolution en %</i>		0,6%	0,6%
Dépenses techniques de fabrication	61,3	62,0	58,6
<i>évolution en %</i>		1,1%	-5,4%
Frais de diffusion et de distribution	70,8	72,8	88,2
<i>évolution en %</i>		2,8%	21,2%
Frais généraux (fonctions supports, loyers, etc.)	55,7	57,9	58,1
<i>évolution en %</i>		4,0%	0,4%
Subventions versées aux filiales	1,9	1,7	1,3
<i>évolution en %</i>		-11,8%	-22,6%
Autres charges d'exploitation	8,1	3,1	3,0
<i>évolution en %</i>			
RESULTAT D'EXPLOITATION bénéfice / (perte)	(11,4)	(2,7)	(2,2)
RESULTAT FINANCIER	1,9	0,5	1,2
RESULTAT EXCEPTIONNEL	1,2	0,4	1,0
IMPOT SUR LES SOCIETES	0,0	0,0	0,0
RESULTAT NET	(8,3)	(1,9) (*)	(0,0) (*)
Charges de personnel	141,0	142,7	138,9
<i>évolution en %</i>		1,2%	-2,6%

(*) Hors coûts induits par les éventuels départs de RFI et MCD dans le cadre du plan de modernisation en cours.

(**) Le budget d'AEF acté lors du conseil d'administration du 9 juillet 2009 intègre une dotation de ressources publiques complémentaire de 4 M€ par rapport au montant voté en loi de finances initiale 2009, dotation qui devra intervenir en gestion 2009.

Ce budget, en équilibre, repose sur une hypothèse d'augmentation des ressources propres (+26%) ainsi que des ressources publiques (+4,2%). En ce qui concerne les charges d'exploitation, en hausse de 3,6% par rapport au

Action audiovisuelle extérieure

Programme n° 115 | JUSTIFICATION AU PREMIER EURO

budget 2009, les frais de diffusion et de distribution connaissent la progression la plus importante (+21,2%). Le budget prévisionnel 2010 présenté repose sur les ratios suivants :

%	2010 (prévisionnel)
Ressources propres / produits d'exploitation	5%
Charges de personnel / charges d'exploitation	38%
Dépenses de programmes + dépenses techniques de fabrication / charges d'exploitation	59%
Frais généraux / charges d'exploitation	16%

Ce budget permettra de mettre en œuvre les priorités stratégiques suivantes :

 Holding Audiovisuel Extérieur de la France (AEF)

Mise en place en avril 2008, la holding Audiovisuel Extérieur de la France a procédé au cours du 1^{er} semestre 2009 à la reprise de RFI ainsi qu'à l'acquisition de 100 % de France 24 et 49 % de TV5 Monde. Elle a pour vocation de conduire une politique audiovisuelle extérieure plus cohérente, d'avoir une stratégie plus lisible et d'améliorer l'efficacité de chacune des sociétés autour des quatre grandes missions suivantes :

- développer la présence française dans le paysage audiovisuel mondial en vue de contribuer à l'influence de la France, à la francophilie et à la promotion de la francophonie ;
- proposer à tous les publics ciblés une offre pluri et multimédia, reflet de la diversité culturelle et des points de vue ainsi que de la culture et des valeurs françaises et francophones ;
- améliorer l'efficacité des sociétés de l'AEF et la qualité de leur offre en développant les ressources propres et les synergies / économies entre les sociétés ;
- améliorer et moderniser la gestion des sociétés de l'AEF.

L'année 2010 sera marquée par la mise en œuvre opérationnelle des actions nécessaires à la réalisation à terme de ces missions.

 France 24

Le financement accordé à France 24 pour 2010 devrait permettre à la société de mettre en œuvre les priorités stratégiques suivantes :

- **développer la distribution de France 24** pour la rendre mondiale, prioritairement dans les zones Asie-Pacifique et Amérique Latine ;
- **renforcer sa distribution** à destination des leaders d'opinion (hôtels, aéroports,...) ;
- assurer sa présence et sa distribution sur les nouveaux médias (refonte du site web, développement sur les terminaux mobiles, etc.) ;
- accroître son taux de notoriété dans ses zones de diffusion ;
- poursuivre le développement de la programmation en arabe avec notamment un accroissement du volume de diffusion et un renforcement des contenus ;
- **développer les synergies** avec les autres filiales de l'Audiovisuel Extérieur de la France. Ainsi, des économies d'échelle sont prévues par la renégociation de contrats d'achats de fonctionnement au niveau groupe. En matière de contenus, des émissions communes, un pôle arabophone entre France 24 et Monte Carlo Doualiya, une mise en commun des correspondants à l'étranger, ainsi qu'une harmonisation des sites Internet des différentes antennes sont envisagés. Enfin, AEF poursuivra la mise en œuvre d'opérations communes entre les différents médias, à l'instar de ce qui a déjà été fait sur des opérations exceptionnelles du type élections américaines et européennes ou sur les festivals.
- **augmenter les ressources propres.**

RFI (Radio France Internationale) et ses filiales (dont principalement Monte Carlo Doualiya)

Les priorités stratégiques pour 2010 de RFI sont les suivantes :

- relancer les audiences en développant la diffusion de la radio en FM mais aussi en profitant des opportunités de la révolution technologique pour développer la diffusion sur les nouveaux médias (refonte du site Internet, développement de web radios, radio numérique terrestre, téléphonie mobile, etc.) ;
- adapter la politique des langues aux évolutions géopolitiques du monde, en développant notamment les langues prioritaires (anglais, espagnol, chinois, vietnamien, persan, russe et langues africaines comme le haoussa et le swahili dont le lancement est prévu début 2010) et en étudiant la possibilité de lancer de nouvelles langues ;
- mettre en œuvre des synergies avec TV5 Monde et France 24, tant sur le plan des fonctions supports que des contenus (cf. ci-dessus) ;
- améliorer la structure financière de la société en retrouvant l'équilibre en 2010 grâce, notamment, à l'effet en année pleine du projet global de modernisation et du plan de sauvegarde de l'emploi en cours de consultation par le comité d'entreprise de RFI ;
- développer le pôle arabophone constitué avec la rédaction arabophone de France 24 et les équipes de Monte Carlo Doualiya.

TV5 Monde

TV5 Monde devrait poursuivre en 2010 la mise en œuvre des trois axes de son plan stratégique 2009/2012 adopté par son conseil d'administration en 2008 et par les hauts fonctionnaires des gouvernements bailleurs de fonds en 2009 :

- **du plus grand au plus petit écran, vers un média global** : consolider et élargir l'audience. TV5 Monde va poursuivre la consolidation du réseau de distribution historique alors que l'arrêt de l'analogique dans de nombreux pays est préjudiciable à ses positions acquises. Après le lancement en 2009 d'un second signal asiatique, 2010 verra le lancement d'un second signal africain (destiné au marché anglophone). L'augmentation du volume de sous-titrage dans les 9 langues existantes démarrée en 2009 sera complétée en 2010 par le lancement de deux nouvelles langues de sous-titrage. TV5 Monde poursuivra également son évolution vers un média global : après le lancement en 2009 de la WebTV Jeunesse, des sites mobiles « langue française » et « voyageurs », des offres internationales à la demande de cinéma et de théâtre sur Internet, 2010 verra le lancement de deux nouvelles WebTV, le développement des offres à la demande locales (Câble, IPTV, ADSL, out of home) et la montée en puissance du Web participatif (Youtube, Dailymotion, Twitter...) ;
- **de la diversité des contenus à la cohérence éditoriale** : séduire tous les publics de TV5 Monde. Seule chaîne généraliste mondiale, TV5 Monde poursuivra la mise en valeur des programmes francophones de toutes ses chaînes partenaires et de la diversité culturelle. La chaîne s'est repositionnée en 2009 comme chaîne de référence du cinéma francophone, des regards croisés, de l'art de vivre à la française, du développement durable, du sport, du sud de l'Europe. TV5 Monde poursuivra ses efforts pour offrir des grilles plus lisibles et plus réactives. Après la refonte en 2009 des grilles autour de bandeaux et de cases ombrelles thématiques, 2010 verra le lancement de l'habillage dynamique qui facilitera la lisibilité et l'accès aux programmes, ainsi que l'augmentation des opérations spéciales et le renforcement des délocalisations d'émissions ;
- **une marque globale qui communique localement** : s'adresser à tous et à chacun. En 2009, un nouvel habillage et une nouvelle charte graphique qui renforcent la marque ont été lancés. Ils seront déclinés sur tous les supports et dans tous les pays en 2010. En 2009, TV5 Monde a innové dans sa stratégie de partenariats avec par exemple le lancement d'une saison thématique, la « Saison Méditerranéenne » tout au long du second semestre 2009 (festival panafricain d'Alger, jeux de la francophonie au Liban, saison culturelle turque, mais aussi Rabat, Fès, Essaouira...). Ces types de partenariats seront poursuivis en 2010 pour asseoir et cultiver localement la marque.

MEDI 1

Les crédits inscrits au PLF 2010 destinés à la Compagnie Internationale de Radio et Télévision (CIRT) et à la radio franco-marocaine Médi1 s'élèvent à 1,6 M€. L'ajustement de la subvention de la CIRT favorisera le rééquilibrage entre les recettes perçues par la CIRT et les charges qu'elle supporte de nature à préserver la trésorerie de la maison mère de la CIRT, la SOFIRAD.