

Financement, charge pour le public, audience... Quelle trajectoire pour France Télévisions Et pour l'audiovisuel public européen ?

Avant-propos :

Regarder au-delà des frontières pour se nourrir des enseignements puisés dans des marchés comparables fait partie de la « boîte à outils » bien connue d'un processus d'étude. La démarche semble d'autant plus naturelle, dans le cas de la Commission d'enquête de l'Assemblée nationale sur l'audiovisuel public, que l'actualité européenne est particulièrement riche sur le sujet.

Le 8 août 2025, d'abord, **l'entrée en vigueur du règlement européen sur la liberté des médias (EMFA) consacre, au niveau de l'Union Européenne le « rôle particulier » que jouent « les médias de service public dans le marché intérieur des services de médias »,** et la façon – notamment – dont des « *procédures de financement, transparentes et objectives [leur] garantissent des ressources financières suffisantes et stables (...), assurent la prévisibilité de leurs processus de planification et leur permettent de se développer dans le cadre de leur mission de service public* ».

Au Royaume-Uni, et dans le cadre du réexamen de la Charte royale qui encadre l'activité de **la BBC**, la *Beeb* a publié le 5 mars sa réponse officielle au Livre vert (*Green Paper*) du gouvernement. Elle y défend notamment l'évolution de la redevance audiovisuelle, aujourd'hui assise sur le visionnage en direct à la télévision, au profit d'une généralisation de l'assujettissement tenant compte de la place croissante du streaming dans les usages. Elle y **plaide également pour une charte permanente, évitant la renégociation qui vaut aujourd'hui tous les... dix ans**. Premiers à porter sur une durée allongée 5 ans, les projets de COM 2024-2028 de l'audiovisuel public français sont restés lettre morte, faute de signature.

En Allemagne, c'est une commission indépendante, la KEF (Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten) qui arrête le niveau de la contribution obligatoire. La réforme prévoyant d'en généraliser la perception est en vigueur depuis 2013. **La revalorisation du montant de cette redevance – elle passera le 1^{er} janvier 2027 de 18,36 € à 18,64 € par mois, soit plus de... 223 € par an** – est arrêtée dans le cadre d'une discussion plus large de la stratégie des diffuseurs publics (ARD, ZDF et Deutschlandradio). Le nouveau Traité sur la radiodiffusion entré en vigueur fin 2025 prévoit par exemple que le nombre de chaînes thématiques sera quasiment divisé par deux d'ici à 2033 pour tenir compte du déplacement des usages vers le streaming.

En Suisse enfin, pour s'en tenir à l'actualité de ces dernières semaines, **61,9% des électeurs ont rejeté l'initiative « 200 francs, ça suffit ! » visant à réduire de 40 % le montant de la redevance audiovisuelle**, lors du référendum du 9 mars. C'est la deuxième fois en moins de 10 ans qu'un vote populaire confirme l'attachement des Suisses à l'audiovisuel public, après le rejet de l'initiative No Billag en mars 2018.

Dans ce dossier *Financement, charge pour le public, audience... Quelle trajectoire pour France Télévisions et pour l'audiovisuel public européen*, NPA Conseil s'attache à fournir quelques éclairages puisés à l'échelle européenne afin de contribuer aux travaux de la Commission d'enquête mais, plus largement, au débat sur l'audiovisuel public.

Il en ressort d'abord que **l'audiovisuel public est confronté dans l'ensemble du continent, ou presque, à une difficulté de revalorisation de son financement**. Les données de l'UER indiquent que son poids dans le PIB des 45 pays étudiés a baissé de près d'un quart (de 0,18% à 0,14%) entre 2014 et 2024, correspondant à une baisse des revenus des groupes de l'audiovisuel public européen de -8,6% en valeur (euros constants) sur la période. **En France, ce recul a frôlé les -10% (-9,9%).**

Et quand le coût global de l'audiovisuel public par mois et par habitant atteint 8,7 € en Allemagne, 6,1 € au Royaume-Uni ou 5,1 € en Belgique, il est de 4,2 € en France. Ces 4,2 € sont aussi inférieurs de 30 % à 40 % avec le tarif des forfaits avec publicité de Netflix (5,99 € par mois), Disney+ ou Prime Video (6,99 €).

S'agissant de France Télévisions, la baisse de la dotation de l'audiovisuel public s'est combinée avec la baisse de la part qui lui revient au sein de cette enveloppe : de 68% en 2015 à 63% en 2026, soit 5 points de moins. En

valeur réelle (euros constants), **les financements ont diminué de -19,3% sur l'espace d'une décennie, soit près de 600 M€ perdus. Le coût pour les Français s'en est trouvé réduit d'autant : de 3,80 € par mois en 2025 à 2,95 € en 2026.**

Et mieux que ses pairs européens, France Télévisions a su combiner réduction des charges d'exploitation (-18,3%) et développement des ressources propres (+20,9%) pour maintenir son niveau d'investissement dans la création, l'ambition de la programmation (plus de 80% des financements publics), et la qualité du lien avec le public : en part d'audience cumulée, **les chaînes de France Télévisions se classent à la troisième place parmi les principaux groupes publics européens, et plus de deux Français sur trois (68%), soit 43 millions, ont visionné des programmes sur la plateforme france.tv au mois de janvier 2026.**

Table des matières :

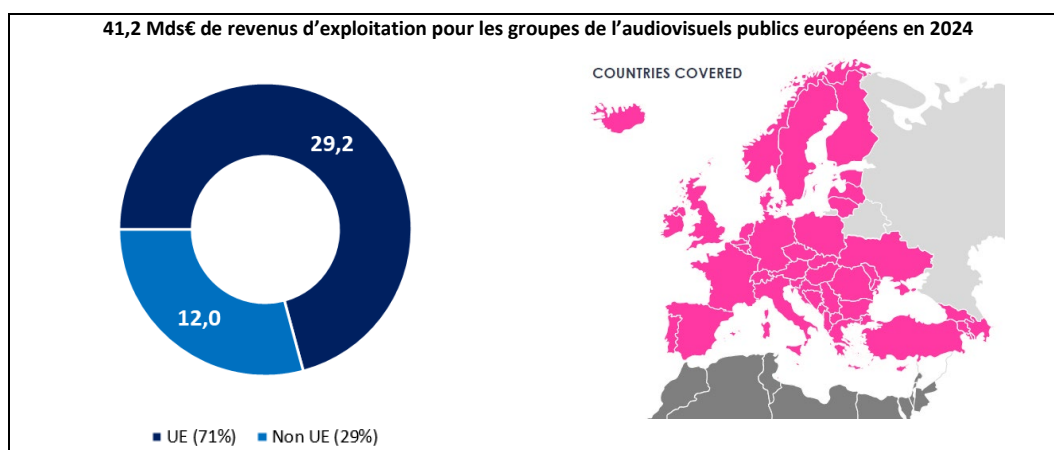
Avant-propos	2
2014/2024 : des revalorisations trop faibles pour maintenir le financement de l’audiovisuel public en Europe	5
Entre 2014 et 2024, le poids de l’audiovisuel public dans le PIB a baissé de près d’un quart (de 0,18% à 0,14%)	5
Plus de 4,3 Mds€ de dotation publique qui se sont évaporés en dix ans.....	7
L’adossement partiel à la facture électrique a contribué à sécuriser le financement de la RAI.....	9
France : en étendant l’analyse jusqu’à 2026 (Loi de Finances Initiale), l’audiovisuel public a perdu 13,6% en valeur réelle depuis 2015	9
Coût pour le contribuable : l’Allemagne (8,7€ par mois), devance le Royaume-Uni (6,1€), la Belgique (5,1€) ou encore la France (4,2€)	9
France Télévisions : un effort d’adaptation accru par la baisse de la part de dotation publique	11
2015/2026 : une perte de 600 M€ de dotations publiques à valeur constante pour France Télévisions	11
France Télévisions a été plus volontaire que ses pairs européens dans la réduction de ses coûts.....	11
France Télévisions : un coût pour les Français qui a baissé de plus de 20% en 10 ans, à moins de 3 € par mois en 2026	13
La part des financements publics attribuée à France Télévisions a baissé de 5 points en 10 ans.....	14
Audience : France Télévisions, parmi les plus performants d’Europe sur l’ensemble du public	17
Plus de 90% de programmes français dans la programmation de France Télévisions	17
Couverture hebdomadaire : France Télévisions dans le Top 10 européen sur l’ensemble du public et sur les 15/24 ans	18
Part d’audience : France Télévisions à la troisième place parmi les principaux groupes publics européens...	18
France Télévisions : également « <i>premier média des Français</i> », sur le numérique »	19
Des externalités positives qui ne sont pas portées au crédit de France Télévisions	20

2014/2024 : des revalorisations trop faibles pour maintenir le financement de l'audiovisuel public en Europe

Entre 2014 et 2024, le poids de l'audiovisuel public dans le PIB a baissé de près d'un quart (de 0,18% à 0,14%) entre 2014 et 2024

Le financement des groupes de l'audiovisuel public repose sur trois sources principales : les concours publics, la publicité et les autres ressources commerciales. Les premiers sont de nature diverses (redevance, taxe dédiée, ligne du budget de l'Etat...) mais presque systématiquement majoritaires.

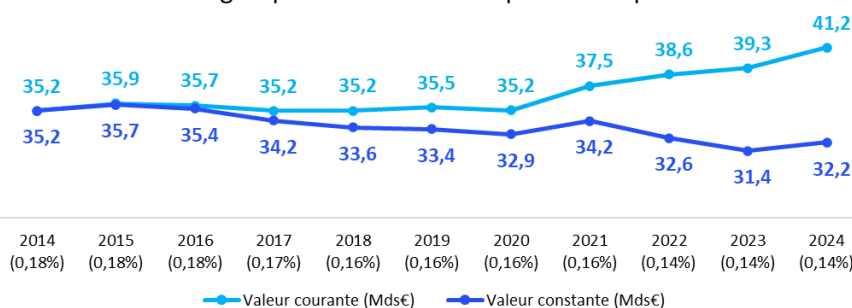
En 2024, l'UER évaluait à **41,2 Mds€**, le total des ressources d'exploitation des 62 structures¹ dont elle agrège les données financières, soit **0,14%** du PIB des 45 pays correspondant.



NPA Conseil sur données UER

Entre 2014 et 2024, les ressources des 62 structures étudiées par l'UER ont augmenté de 17,1% en monnaie courante. Mais la tendance s'inverse si l'on raisonne en tenant compte de l'inflation, donc en valeur constante : les revenus des groupes de l'audiovisuel public européen ont baissé de -8,6% en termes réels, et leur poids dans le PIB a diminué de près d'un quart (de 0,18% à 0,14%).

Evolution des ressources et du poids dans le PIB des groupes de l'audiovisuel public européen

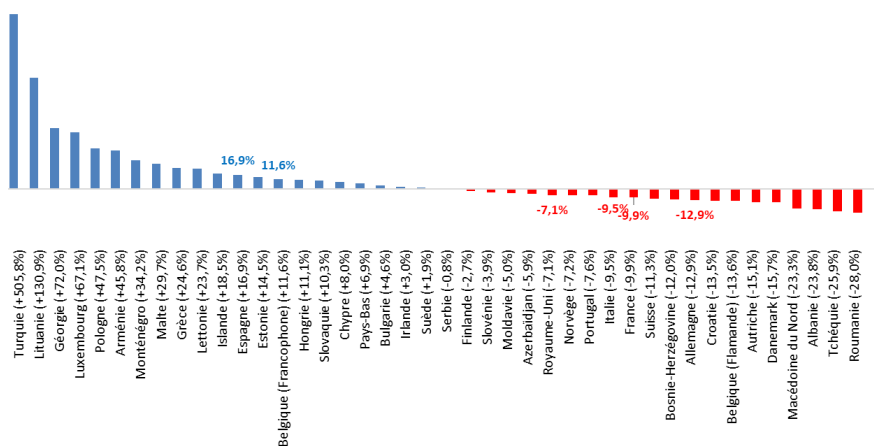


¹ L'UER étudie 62 structures, déployées dans 45 pays (dont les 27 Etats-membres de l'Union européenne et le Royaume-Uni), dont France Médias Monde, France Télévisions, Radio France et, depuis décembre 2024, ARTE. Parmi ces 62 entités, 39 combinent radio et télévision, 12 exploitent uniquement des chaînes de télévision, et 11 uniquement en radio.

NPA Conseil sur données UER

Avec une baisse de ses ressources proche de 10% (-9,9%), l'audiovisuel public français a subi un recul plus marqué que la moyenne européenne (-8,6%) et, parmi nos principaux voisins, que l'Italie (-9,5%), le Royaume-Uni (-7,1%), ou surtout la Belgique francophone (+11,6%) et l'Espagne (+16,9%).

Evolution de la valeur réelle des ressources des groupes de l'audiovisuel public entre 2014 et 2024
(Moyenne : -8,6%)



NPA Conseil sur données UER

Si l'on concentre l'analyse sur les cinq principaux marchés européens (Allemagne, Espagne, France, Italie, Royaume-Uni), **les groupes allemands ARD, la ZDF et Deutschland Radio dominant largement leurs homologues européens, avec des revenus cumulés de plus de 9,8 milliards d'euros en 2024, provenant à 85 % des ressources publiques.**

Les recettes globales de l'audiovisuel public en Allemagne sont supérieures de 42 % à celles de la BBC au Royaume-Uni (contre 52 % en 2020), de 106 % à celles de l'audiovisuel public en France (France Télévisions, Radio France, Arte France, France Médias Monde, INA) et de 278 % par rapport à la Rai en Italie. La RTVE en Espagne fait office de petit poucet avec moins de 1,3 Mds€ de CA net en 2024. A noter néanmoins que le pays dispose d'un réseau de chaînes régionales (communautés autonomes) fort qui ne dépend pas de la RTVE.

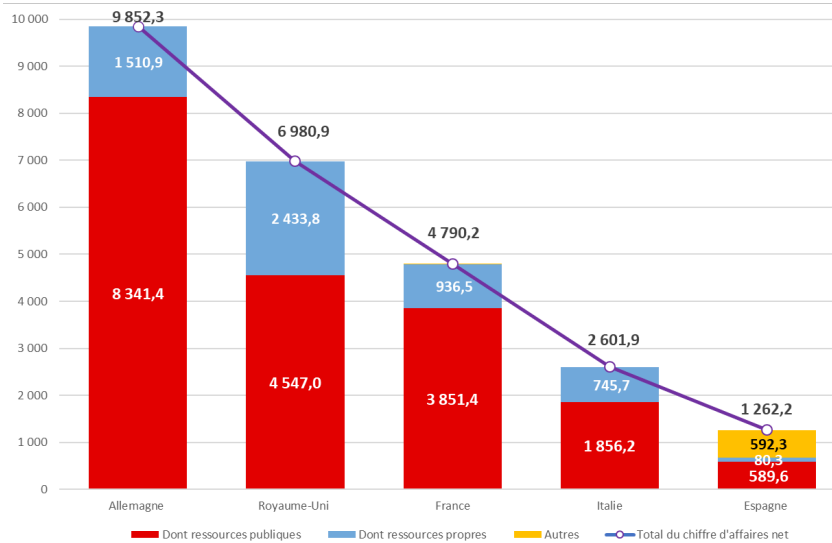
Après l'Allemagne, c'est en France que la part des ressources publiques dans le chiffre d'affaires est la plus élevée, à 74 % du total des revenus nets des différents groupes en 2024.

Au Royaume-Uni, l'importance des revenus générés par la branche commerciale de la BBC (BBC Commercial) fait mécaniquement baisser la part des financements publics (65 %) dans le budget total du broadcaster britannique.

Sans surprise, la baisse du pouvoir d'achat de l'audiovisuel public relevée au niveau continental se retrouve dans les résultats des six leaders européens (ARD, ZDF, BBC, France Télévisions, Rai et RTVE) dont NPA Conseil a analysé plus précisément les comptes en complément des travaux de l'UER : une fois l'inflation des activités de services déduite (voir le détail de la méthodologie plus bas), **tous sont plus pauvres en 2024 qu'ils ne l'étaient en 2015, à l'exception de la RTVE en Espagne.**

Avec une chute de ses revenus réels de -7,7 %, France Télévisions a perdu 276 M€ de budget réel en dix ans, malgré une plus forte maîtrise de l'inflation en France que dans les autres pays, qui a en partie protégé la valeur réelle des ressources publiques.

Comparaison des ressources (chiffre d'affaires net) des groupes de l'audiovisuel public dans les principaux pays européens en 2024 (M€ courants)



Retraitement NPA Conseil sur données financières des groupes

NB : pour la RTVE l'essentiel des autres ressources proviennent de taxes versées par les chaînes de télévision privées et les groupes de télécommunication

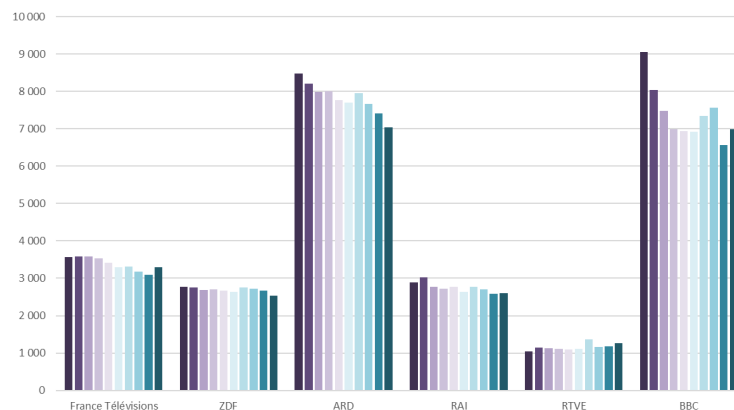
Plus de 4,3 Mds€ de dotation publique qui se sont évaporés en dix ans

Victime des interventions des gouvernements britanniques successifs depuis 2010, puis du gel de la redevance (2022-2024) dans un contexte de forte inflation, **la BBC a perdu près d'un quart de sa puissance financière réelle (-22,9 %, soit environ -2 Md€ constant)**. En Allemagne, **l'ARD n'est pas très loin a subi une baisse de son chiffre d'affaires réel de -17,0 %**, soit un peu plus de 1,4 Md€, et celle-ci a été de **-8,5% pour la ZDF**. Au sud des Alpes, **les ressources de la RAI ont diminué de -9,8%**.

Enfin, **la RTVE est le seul groupe en croissance réelle (+21,7 %)**, ce qui s'explique par un point de départ très bas en 2015 (austérité post-crise de 2008) et par une reprise vigoureuse depuis la fin de la crise Covid de la compensation annuelle pour service public (compensación del servicio público) versée par l'Etat.

Evolution 2015-2024 du chiffre d'affaires net des groupes audiovisuels publics européens en monnaie constante

(M€ / base 2015=100)

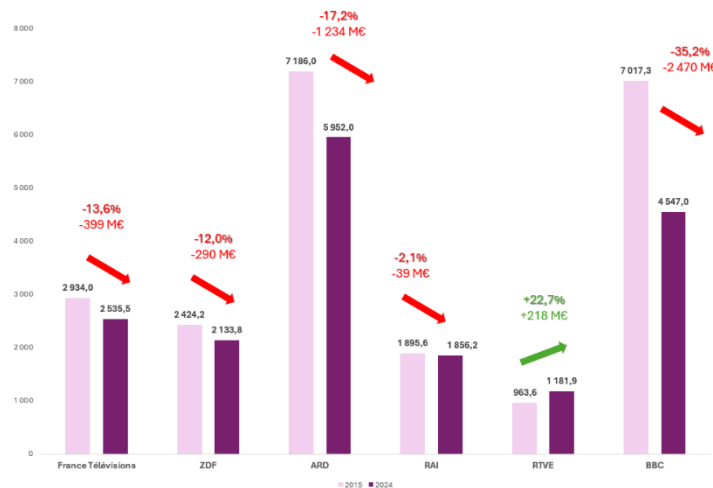


Retraitement NPA Conseil sur données financières des groupes

La baisse du pouvoir d'achat des groupes audiovisuels publics européens s'explique par **l'effondrement des dotations publiques une fois corrigés les effets de l'inflation**. En prenant l'année 2024, dernière année

disponible pour l'ensemble des groupes, comme base de l'analyse rétrospective, et en se basant sur le taux d'inflation calculé à partir de l'IPCH (Indice des Prix à la Consommation Harmonisé) des Services fourni par Eurostat, on constate l'ampleur du phénomène. **Au cumul des six groupes audiovisuels publics retenus dans le périmètre, ce sont plus de 4,3 milliards d'euros qui se sont évaporés en dix ans. En euros constants, les dotations publiques cumulées pour l'ARD, la ZDF, la BBC, France Télévisions, la Rai et la RTVE sont passées de 22,42 Mds€ en 2015 à 18,09 Mds€ en 2024 (-19,3 % sur la période).**

Evolution 2015-2024 du montant des ressources publiques des groupes audiovisuels publics européens en monnaie constante
(M€ / base 2015=100)



Retraitement NPA Conseil sur données financières des groupes

En Grande Bretagne, **la baisse des ressources publiques a été proche de l'hémorragie concernant la BBC** (-35,2 % de sa dotation réelle entre 2015 et 2024, hors inflation). La perte en termes réels résulte d'un mécanisme particulier : **en euros constants, le groupe a subi un gel prolongé de la redevance en livres sterling et la dépréciation de la livre post-Brexit** (le taux GBP/EUR est passé de 1,38 en 2015 à 1,18 en 2024, soit -14%). Ces deux effets se cumulent et rendent la situation britannique hors-norme par rapport à ses homologues continentaux. En raisonnant **en livres sterling constante, sans conversion monétaire, la perte n'en resterait pas moins extraordinaire avec un recul de -24,5 %, soit -1 246 M£**. La BBC a publié le 5 mars 2026 sa réponse officielle au Livre vert (Green Paper) du gouvernement publié en décembre 2025, qui présentait ses différentes options pour repenser le financement et le fonctionnement du groupe public après l'expiration de la Charte royale actuelle qui prendra fin le 31 décembre 2027.

Le document de 118 pages « *A BBC for All* » détaille plusieurs pistes de réforme pour assurer la pérennité financière de la BBC, principalement regroupées dans le quatrième chapitre intitulé « *Sustainable and fair funding* » (Financement durable et équitable). **Le groupe insiste sur le fait que le modèle actuel de la redevance (licence fee) est obsolète car il ne reflète plus les habitudes de consommation numérique. Il est nécessaire de restaurer l'universalité. La BBC prône onc un modèle où « chacun contribue pour que tous en bénéficient ».** Elle suggère de réformer le champ d'application pour que davantage de foyers contribuent, ce qui pourrait permettre de réduire le coût individuel tout en augmentant les revenus globaux. **L'indépendance du processus de fixation du financement est un impératif. Pour éviter les interférences politiques (comme les gels de tarifs passés), la BBC propose la création d'un organisme indépendant (sur le modèle de la KEF en Allemagne) qui recommanderait le niveau de financement nécessaire à l'accomplissement de ses missions.**

L'adossement partiel à la facture électrique a contribué à sécuriser le financement de la RAI

L'audiovisuel public allemand (ARD et ZDF) est lui aussi soumis à une pression structurelle. **La Rundfunkbeitrag, indexée par la commission KEF, a été gelée à 17,50 €/mois de 2013 à 2021, puis relevée à 18,36 € seulement en 2021.** La décision politique de plusieurs Länder de bloquer toute revalorisation en 2023 explique le recul brutal de 2024 (-6 à -7% nominaux sur les deux groupes). En termes réels et face à une inflation des services particulièrement forte en Allemagne (+26,5 % cumulés sur la période), l'érosion est sévère.

En Italie, la Rai affiche la meilleure résistance des grands groupes (-2,1%), grâce notamment à l'adossement partiel de la redevance à la facture électrique depuis 2016, qui a mécaniquement sécurisé les recouvrements.

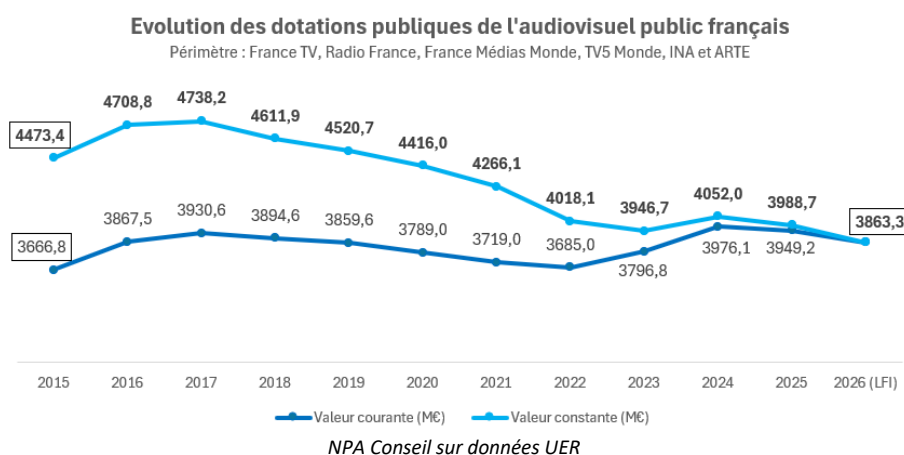
Concernant la RTVE en Espagne, la hausse de +22,7 % est réelle mais trompeuse : elle reflète quasi-intégralement la recapitalisation exceptionnelle de 2021 (+26 % nominal en un an), une décision politique ponctuelle du gouvernement Sánchez pour éponger la dette historique du groupe. Sans cet effet, la trajectoire espagnole serait modestement positive (+3-4 % réels).

France : en étendant l'analyse jusqu'à 2026 (Loi de Finances Initiale), l'audiovisuel public a perdu 13,6% en valeur réelle depuis 2015

En tenant compte du budget prévu pour 2026 (LFI), les dotations publiques attribuées à l'audiovisuel public français ont augmenté de 196,5 M€, soit une hausse de +5,4% en euros courants.

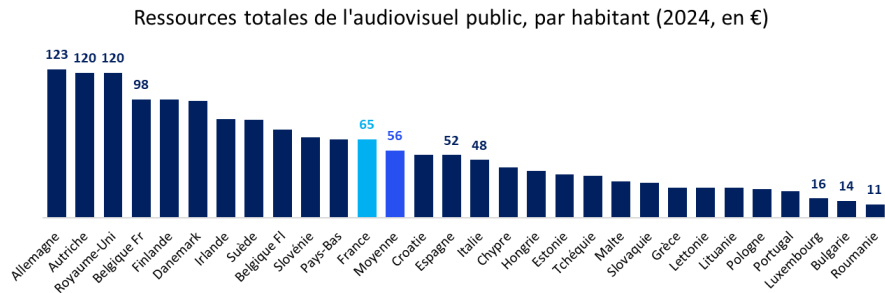
Cette revalorisation est loin de compenser l'inflation : en valeur réelle, les dotations ont en réalité diminué de 13,6%, passant de 3,86 à 3,67 milliards d'euros.

Les corrections budgétaires successives subies en 2025 et 2026 viennent accentuer une tendance déjà baissière, les ressources de l'audiovisuel public (CA net) ayant reculé de près de 10% (-9,9%) entre 2014 et 2024.



Coût pour le contribuable : l'Allemagne (8,7€ par mois), devance le Royaume-Uni (6,1€), la Belgique (5,1€) ou encore la France (4,2€)

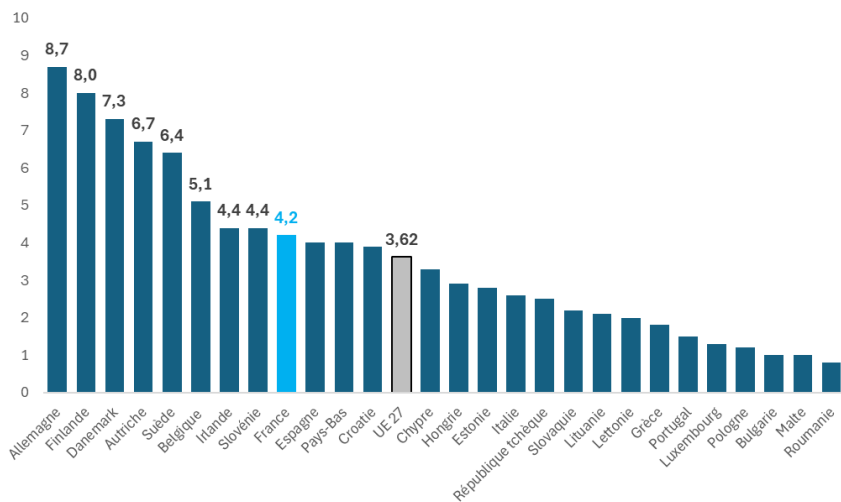
Mesuré en ressources totales de l'audiovisuel public, la France se situe au 12^e rang et termes de ressources totales de l'audiovisuel public, avec un total de 65€ par an et par habitant, soit près de deux fois moins qu'en Allemagne (123 €) et au Royaume-Uni (120 €), et loin de la Belgique francophone (98 €).



S'agissant plus spécifiquement du financement public, donc du coût pour le contribuable, la France se situait en 2024 au plus près de la moyenne européenne, à 4,2 € par mois et par habitant, et au 9^e rang d'un périmètre resserré aux 27 Etats-membres de l'Union européenne.

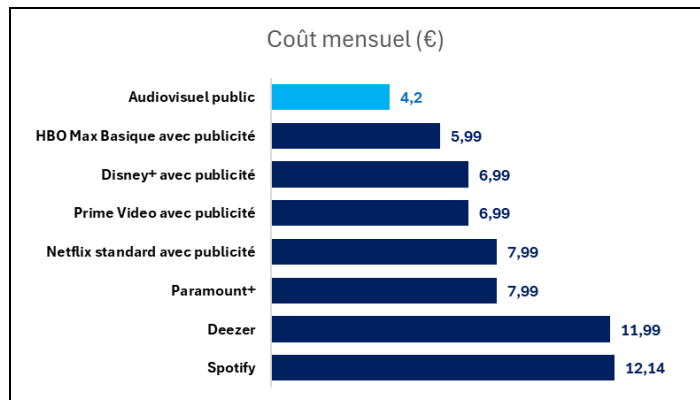
Par rapport à nos principaux voisins, les montants sont plus de deux fois supérieurs en Allemagne (8,7 €) et quasiment similaires en Espagne. La différence est de quasiment 2 € par habitant et par mois avec le Royaume-Uni (6,1 €) si on élargit l'exercice au-delà de l'UE 27.

Comparaison du coût mensuel par habitant de l'audiovisuel public dans les pays de l'UE en 2024 (€)



NPA Conseil sur données UER

Avec un montant est de 4,2 € par mois, le coût mensuel par habitant de l'audiovisuel public en France est inférieur de -40 % à -50 % par rapport aux forfaits avec publicité, les plus économiques proposés par les principales plateformes de streaming vidéo, et trois moins important que les tarifs des services de streaming musical. C'est sensiblement moins également que le prix moyen d'une place de cinéma, qui revient, selon les données du CNC à 7,42 € en 2024.



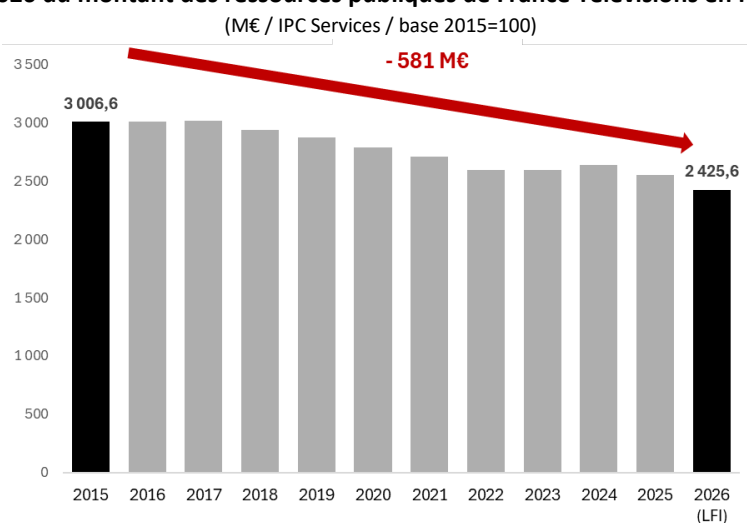
France Télévisions : un effort d'adaptation accru par la baisse de la part de dotation publique

2015/2026 : une perte de 600 M€ de dotations publiques à valeur constante pour France Télévisions

Les comptes 2025 ayant été adoptés et la trajectoire budgétaire étant connue pour 2026 après l'adoption du projet de loi de finances, il est possible pour France Télévisions de reconstituer une série historique plus longue que pour les autres groupes européens étudiés, en étendant la période d'observation de 2015 à 2026.

En analysant la valeur réelle de chaque dotation annuelle versée à France Télévisions, en la projetant en euros de 2026 grâce aux taux d'inflation observés², on constate une **érosion massive et continue entre 2015 et 2026 : -55 M€ (-2,2%) en euros courants, de 2 481 M€ en 2015 à 2 426 M€ en 2026, mais presque 600 M€ en euros constants, de 3 007 M€ à 2 426 M€, représentant une perte de -19,3% en termes réels sur la période. Presque un cinquième des ressources réelles.** La période 2021-2023 concentre l'impact le plus brutal, avec le retour de l'inflation post-Covid (5,2% en 2022, 4,9% en 2023) qui a violemment érodé une dotation nominale déjà en baisse structurelle depuis 2017.

Evolution 2015-2026 du montant des ressources publiques de France Télévisions en monnaie constante



Retraitement NPA Conseil

France Télévisions a été plus volontaire que ses pairs européens dans la réduction de ses coûts

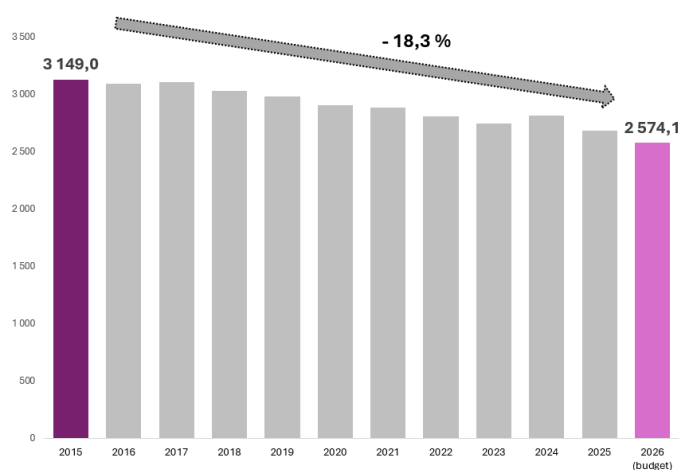
Face à la baisse de ses recettes, **les efforts de gestion réalisés par France Télévisions ont permis que la réduction de ses dépenses fasse mieux que compenser la baisse de ses recettes : entre 2015 et 2024, le chiffre d'affaires a baissé de - 7,7 % (en euros constants) et les charges d'exploitation ont reculé de -12,5 % (de 3 149 M€ en 2015 à 2 755 M€ en 2024 en euros constants).** La structure de gestion s'est ainsi améliorée de presque 5 points.

² N'ayant plus besoin d'une base de référence stable au niveau européen pour comparer les différents groupes, ce ne sont plus les indices de prix à la consommation d'Eurostat qui sont ici utilisés mais ceux de l'INSEE pour la France (IPC Services – cf. méthodologie).

Également confrontés à la diminution de leurs ressources, la BBC (-22,9% de chiffre d'affaires mais -20,9% des charges d'exploitation, soit un écart défavorable de -2 points), l'ARD (-17% et -15,7%, donc un écart défavorable de -1,3 point), et la ZDF (-8,5% et -5,1%, soit -3,4 points) ne sont pas parvenus à cette issue vertueuse.

Et les chiffres de France Télévisions pour 2025 et 2026 (budget) montrent que **la trajectoire s'est prolongée en 2025**, avec un atterrissage à 2 574 M€ de charges d'exploitation (-17,7% entre 2015 et 2026 en euros constant soit plus de 553 M€ de réductions sur la période).

Evolution 2015-2026 des charges d'exploitation de France Télévisions en monnaie constante
(M€ / IPC Services / base 2015=100)



Retraitement NPA Conseil

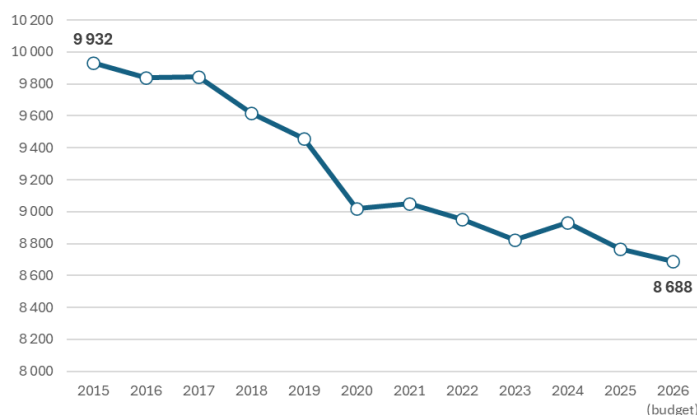
L'analyse en euros constants révèle une réalité que les chiffres courants masquent largement : France Télévisions a absorbé une contrainte budgétaire de grande ampleur tout en réussissant à maintenir sa trajectoire opérationnelle.

La diminution des dotations publiques en valeur réelle a été en partie compensée par la progression des ressources propres (+20,9% en termes réels, de 654 à 790 M€ entre 2015 et 2024), ramenant le poids des dotations publiques de 82,1% à 76,9% du chiffre d'affaires.

Les charges d'exploitation ont baissé davantage que le chiffre d'affaires, en valeur réelle, et **le groupe a amélioré son ratio charges/revenus**. Cet effort a été conduit sans peser sur la part des moyens consacrée aux antennes : les dépenses liées aux programmes (« coût de grille ») ont été maintenues, à hauteur de 86,7% des financements publics en 2024.

Enfin, **la gestion des effectifs a permis de diminuer l'effectif de -12,5 % entre 2015 et 2026** (-1 244 ETP).

Evolution du nombre d'Effectifs Temps Plein au sein du groupe France Télévisions



NPA Conseil sur données France Télévisions

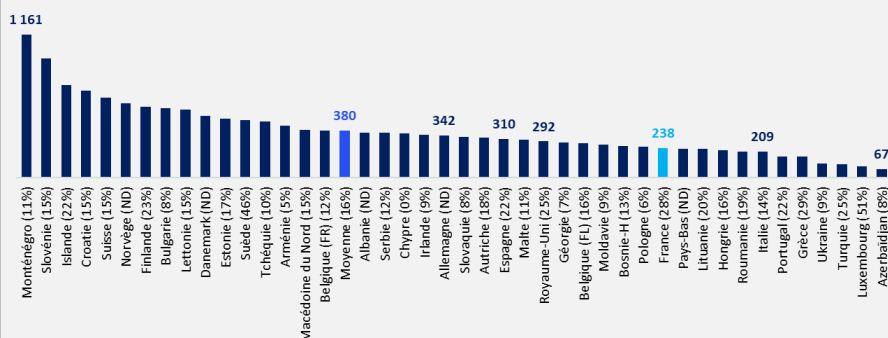
France : un effectif proportionnellement moins élevé que la moyenne européenne pour l'audiovisuel public, et davantage orienté vers l'information

Au-delà des dimensions financières, les données suivies par l'UER permettent de comparer certaines variables plus opérationnelles, et notamment de rapporter les effectifs des structures de l'audiovisuel public à la population des différents pays étudiés.

Sur ce critère, **la France affiche 37% de salariés en moins que la moyenne européenne (238 vs 380)**, et un niveau significativement inférieur à ce qu'il est en Allemagne (342), en Espagne (310) ou au Royaume-Uni (292). L'audiovisuel public italien est le seul de nos quatre principaux voisins qui compte moins d'emplois pour un million d'habitants (209).

Au sein de l'effectif, la France se distingue aussi par **l'importance de la part des journalistes dans ses effectifs, donc par une priorité donnée à l'information dans l'allocation des moyens humains** : 28%, vs 14% en Italie, 16% pour la moyenne européenne, 22% en Espagne et 25% au Royaume-Uni.

Audiovisuel public : nombre de salariés (ou ETP) par million d'habitants et part des journalistes dans l'effectif (%)

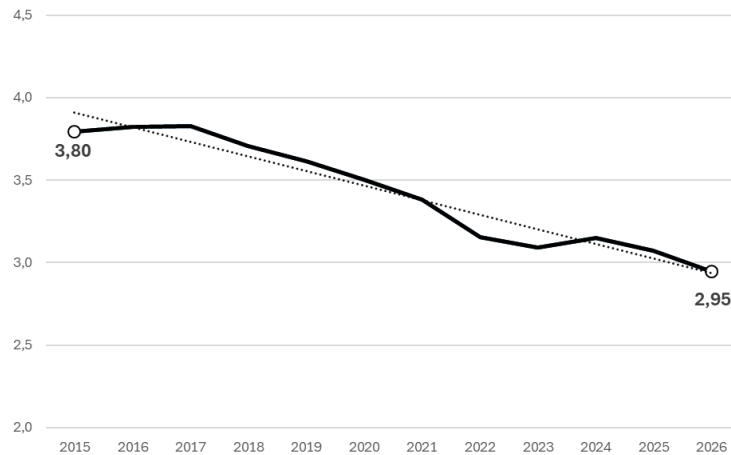


NPA Conseil sur données UER

France Télévisions : un coût pour les Français qui a baissé de plus de 20% en 10 ans, à moins de 3 € par mois en 2026

Au-delà de l'audiovisuel public au global, **la baisse des ressources allouées à France Télévisions en euros constants (base 2015=100) s'est traduite par une diminution de la charge financière qu'il représente pour les Français : de 3,80 euros par mois en 2015 à 2,95 euros par mois en 2026, soit une diminution de plus de 22 % (-22,4 %) sur l'ensemble de la période.**

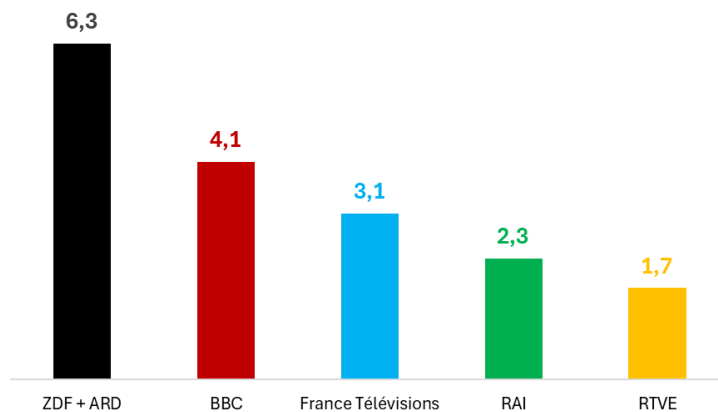
Evolution du coût mensuel par français de France Télévisions (€ constant / base 2015=100)



Retraitement NPA Conseil sur données financières de France Télévisions et Insee (population au 1^{er} janvier de chaque année)

A titre de comparaison, en 2024, dernière année disponible pour l'ensemble des groupes, la charge mensuelle par habitant est deux fois et demie supérieure en Allemagne pour l'ARD et la ZDF à ce qu'elle est pour France Télévisions dans l'hexagone. Et la différence du coût mensuel par habitant est de 1 € par rapport à la BBC au Royaume-Uni (+32 %).

Coût mensuel net par habitant des groupes audiovisuels publics en 2024 (€)



Retraitement NPA Conseil sur données financières des groupes

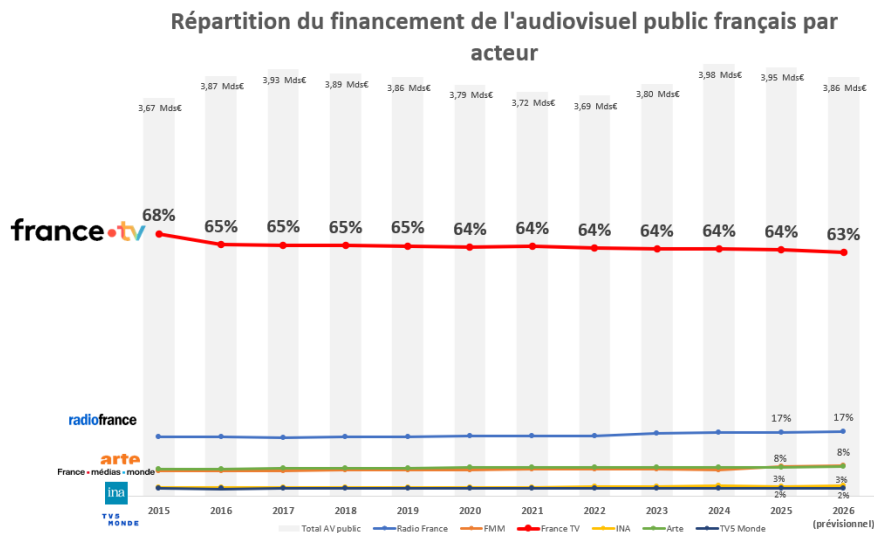
La part des financements publics attribuée à France Télévisions a baissé de 5 points en 10 ans

Entre 2015 et 2026, la part de France Télévisions dans l'ensemble des dotations pour l'audiovisuel public a reculé de cinq points, de 68% à 63%.

Cette baisse s'est ajoutée à la diminution de l'enveloppe à répartir (-13,6 % en valeur réelle pour les structures de l'audiovisuel public national, soit France Télévisions, Radio France, France Médias Monde (FMM), TV5 Monde, l'Institut national de l'audiovisuel (INA) et ARTE).

Elle a placé France Télévisions dans l'obligation de développer ses ressources propres (de 17,9% en 2025 à 23,1% en 2024, année particulière du fait des Jeux Olympiques, il est vrai), donc de se montrer plus agressif d'un point

de vue concurrentiel, sur le marché publicitaire notamment, et de **mener un double exercice de réduction de ses charges sans mise en cause du soutien à la création.**



Retraitement NPA Conseil sur données financières des groupes

Méthodologie :

La décennie 2015-2024 a été marquée en Europe par un retour de l'inflation. L'évolution du pouvoir d'achat sur les dix dernières années peut se découper en trois phases distinctes, passant d'une crainte de la déflation à une crise inflationniste majeure.

Au début de la période d'analyse, entre 2015 et 2020, l'inflation est extrêmement faible, souvent inférieur à la cible de 2 % de la Banque Centrale Européenne (BCE). Pour les groupes audiovisuels publics, cette période est celle d'une gestion prévisible avec des budgets courants et constants qui restent très proches. Et, si les dotations publiques commencent à stagner, la faiblesse de la hausse des prix en minore l'impact.

En 2021 puis 2022, la sortie de la pandémie de Covid-19, suivie immédiatement par l'invasion de l'Ukraine, met fin à cette décennie de stabilité. L'effet de ciseaux est très rapide avec une demande qui repart très vite face à une offre désorganisée (pénuries de composants) et une explosion des prix de l'énergie. L'inflation atteint des niveaux historiques en 2022 avec plus de 10 % en Allemagne et au Royaume-Uni, environ 6-7 % en France grâce au bouclier tarifaire. C'est au cours de cette période charnière qu'on observe un décrochage entre Euros courants et Euros constants. Un budget stable en apparence va perdre subitement 7 à 10 % de sa valeur d'achat en une seule année.

En 2023-2024, si les prix de l'énergie ont reflué, l'inflation s'est déplacée vers les Services. Pour compenser la hausse du coût de la vie, les salaires ont progressé alors que la main-d'œuvre est le premier poste de dépense dans le secteur tertiaire dans lequel évoluent l'audiovisuel et la production.

Dans un contexte macroéconomique marqué par le retour d'une inflation durable, l'analyse des résultats financiers en valeur nominale ne permet plus de saisir la réalité des trajectoires industrielles. Pour les groupes audiovisuels publics européens, dont les ressources sont souvent déconnectées des indices de prix, la stagnation des budgets courants masque en réalité une érosion brutale de leur pouvoir d'achat.

Une analyse en euros constants permet de neutraliser l'illusion monétaire et de mesurer la capacité réelle des diffuseurs à financer leurs missions qui reposent sur des capacités d'investissement concrètes dans la création et le capital humain.

Le choix du déflateur est ici déterminant : en privilégiant les indices liés aux Services, l'analyse s'ajuste au plus près de la structure de coûts spécifique de l'audiovisuel. Contrairement aux indices généraux qui prennent en compte la volatilité de l'énergie ou de l'alimentaire, l'indice des services reflète plus fidèlement l'évolution des coûts de production et de la masse salariale dans un contexte de désengagement réel des dotations publiques sur la dernière décennie. De fait, alors que les dotations publiques sont souvent gelées ou indexées sur l'inflation générale par les autorités de tutelle, les coûts opérationnels des médias (production, droits, salaires...) suivent une trajectoire dictée par l'inflation spécifique des services. Ainsi, pour un budget qui semble stable en apparence, la capacité réelle à produire des heures de programmes ou à maintenir des équipes techniques diminue chaque année. L'industrie audiovisuelle étant une activité à forte intensité de main-d'œuvre et de prestations immatérielles, l'indice Services constitue le déflateur le plus fidèle pour mesurer l'évolution réelle de la capacité d'investissement dans les programmes et la préservation du capital humain, en neutralisant la volatilité des prix de l'énergie et des produits alimentaires, plus éloignés du modèle opérationnel des diffuseurs.

Les analyses spécifiques à France Télévisions en France, utilisent l'indice de prix national / identifiant INSEE 001759968 (Services). Pour les analyses comparatives entre France Télévisions et ses homologues européens, c'est l'IPCH (Indice des Prix à la Consommation Harmonisé) Services (SERV / Overall services de la classification COICOP), fourni par Eurostat qui est préféré aux différents indices nationaux. Les indices utilisés sont les moyennes annuelles de l'IPCH Services publiées par Eurostat (PRC_HICP_AIND) prenant comme base 100 l'année 2015 (base 2015=100).

Enfin, pour le cas spécifique du Royaume-Uni après le Brexit, l'ONS (Office for National Statistics) continue de produire un indice harmonisé (série L59C CPIH Services Index) totalement compatible avec l'IPCH Services d'Eurostat. Pour intégrer correctement la BBC dans la comparaison en monnaie constante (base 2015=100), afin de neutraliser l'impact des fluctuations du change, ce sont les montants déflatés en livres sterling qui sont convertis en euros sur la base du taux de change moyen de l'année de référence publié par la BCE.

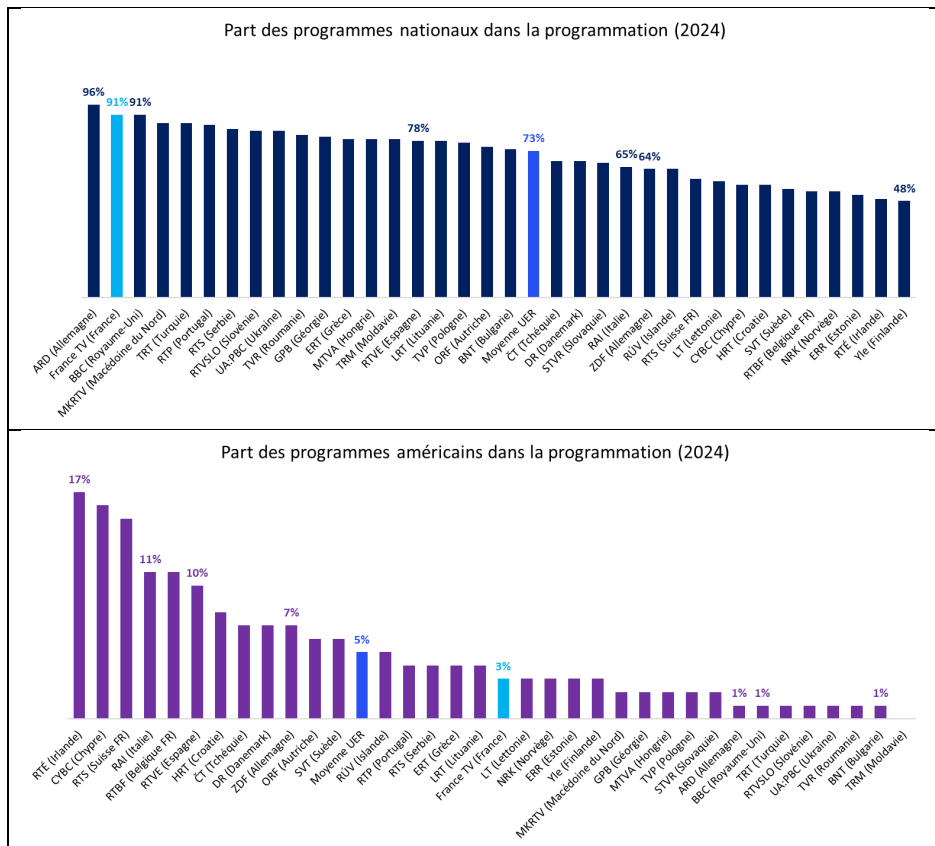
Audience : France Télévisions, parmi les plus performants d'Europe sur l'ensemble du public

Plus de 90% de programmes français dans la programmation de France Télévisions

Avec **473 M€ investis en 2024**, selon les décomptes de l'Arcom (407 M€ en production audiovisuelle et 66 M€ pour le cinéma), France Télévisions est le groupe français qui soutient le plus vigoureusement la création.

Ce soutien se retrouve, sur les antennes et plateformes du groupe, dans une proportion de productions originales nationales presque sans équivalent parmi les autres groupes de l'audiovisuels publics européens, dans leurs pays respectifs : au sein des chaînes publiques étudiées par l'UER, la part des programmes nationaux était de 73%, en moyenne, en 2024, et celle des programmes américains de 5%.

S'agissant de France Télévisions, la programmation du groupe comportait la même année plus de 90% de programmes nationaux (91%), au même niveau que la BBC et à 5 points du « champion » continental l'ARD (96%). France Télévisions se distingue également par la très faible part des programmes américains sur ses antennes : 3%, vs 5% pour la moyenne européenne, 7% pour la ZDF, 10% pour la RTVE ou encore 11% pour la RAI.



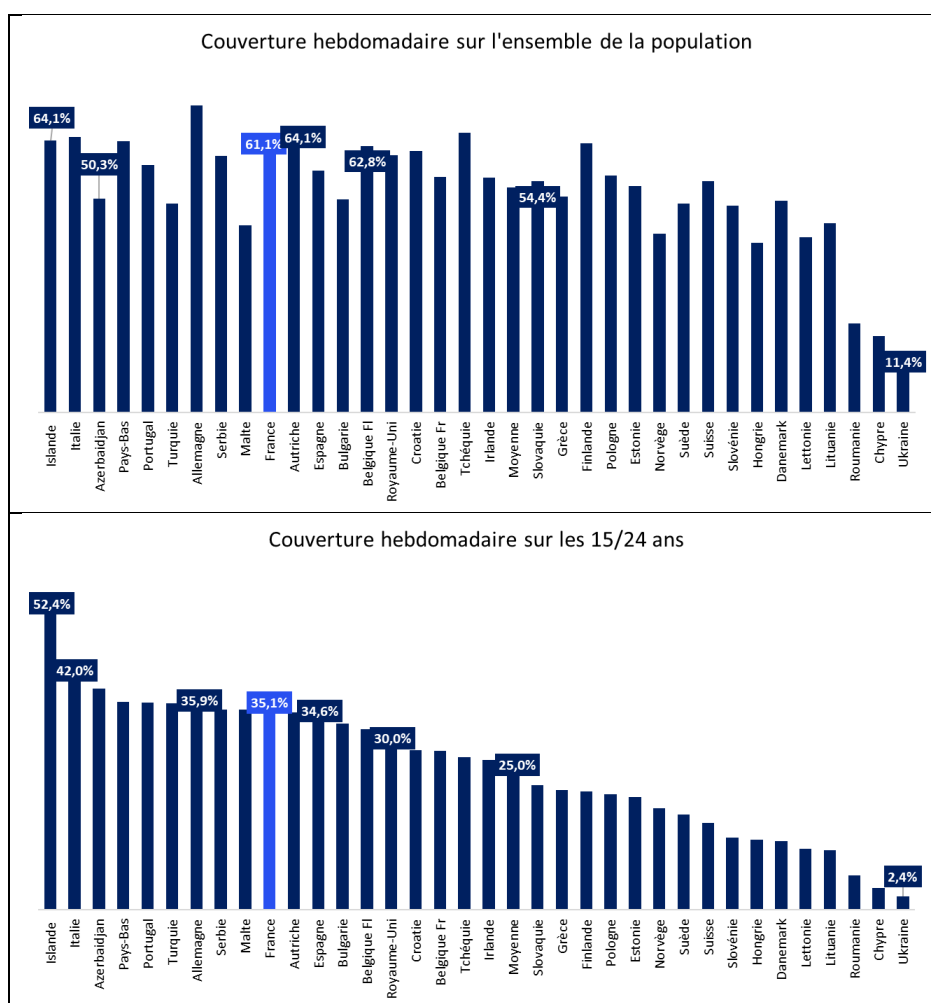
NPA Conseil sur données UER

Couverture hebdomadaire : France Télévisions dans le Top 10 européen sur l'ensemble du public et sur les 15/24 ans

S'agissant de la couverture hebdomadaire de ses antennes, et de la plateforme france.tv, France Télévisions positionnait en 2024 la France parmi les 10 pays européens dans lesquels un niveau de couverture hebdomadaire élevé atteste de la capacité de l'audiovisuel public à s'adresser à l'ensemble des publics.

S'agissant de la population prise dans sa globalité, France Télévisions (61,1%) se situait à un niveau légèrement plus favorable que la BBC (60,5%), et huit points au-dessus de la moyenne européenne.

Sur le jeune public (15/24 ans), l'écart entre le score de France Télévisions (35,1%) et la moyenne (25%) est supérieur à 10 points.



NPA Conseil sur données UER

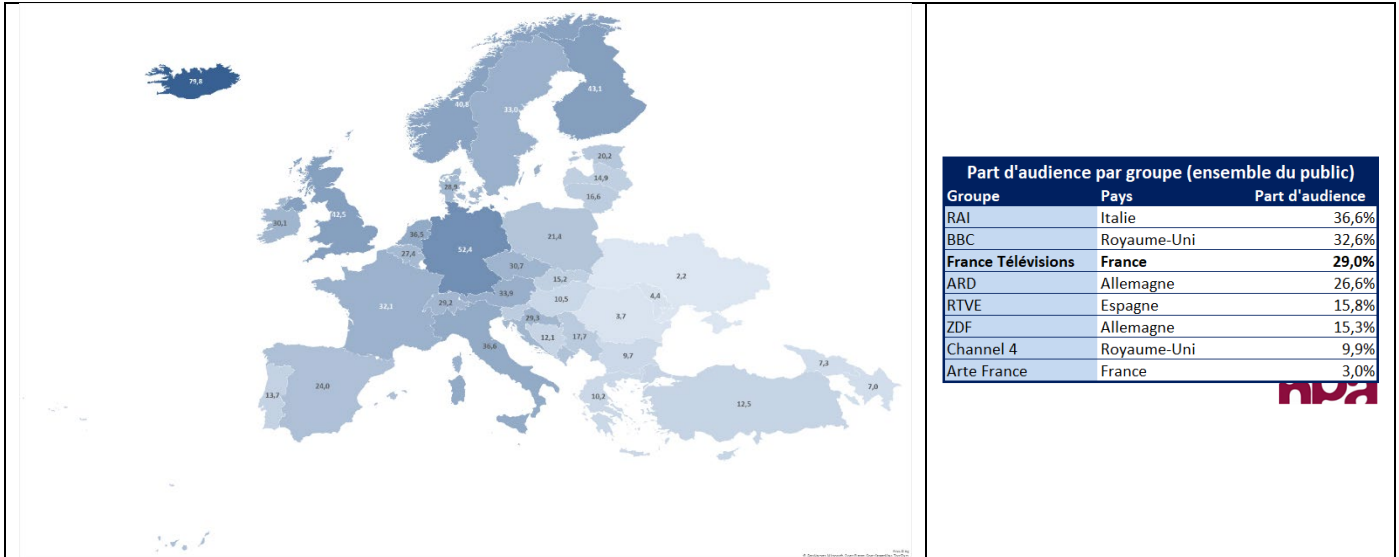
Part d'audience : France Télévisions à la troisième place parmi les principaux groupes publics européens

Avec 32,1% de part d'audience cumulée sur l'ensemble du public (4 ans et plus) en 2024, les groupes publics France Télévisions et ARTE totalisaient, ensemble, huit points de plus que la moyenne de leurs homologues européens (24%), plaçant la France au 11e rang des 39 pays étudiés.

Si l'on distingue France Télévisions et Arte, et en séparant également les différentes structures qui composent l'audiovisuel public au Royaume-Uni (BBC, Channel 4 et STV), en Allemagne (ARD et ZDF) ou encore en Espagne

(RTVE et les chaînes publiques locales et régionales), **France Télévisions (29%)** était en 2024 le 3^e groupe public en termes de part d'audience, derrière la RAI (36,6%) et la BBC (32,6%), dans les cinq principaux pays du continent (Allemagne, Espagne, France, Italie et Royaume-Uni).

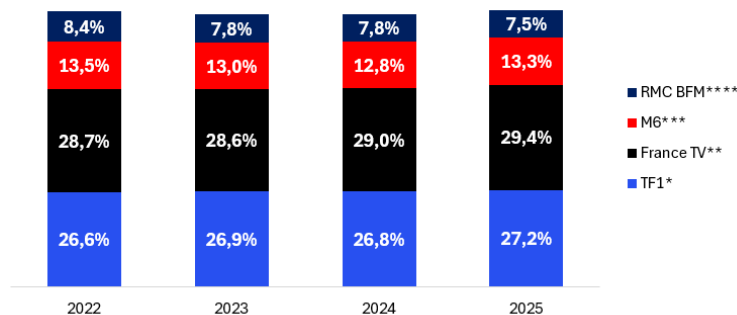
Part d'audience des groupes de l'audiovisuel public en 2024



NPA Conseil sur données UER, AGF, Auditel, Barb, Kantar Media et Médiamétrie

En France, **France Télévisions a encore progressé en 2025, portant sa part d'audience cumulée à 29,4%**, confortant sa position de premier groupe national et, par la même, sa capacité à s'adresser à l'ensemble des Français.

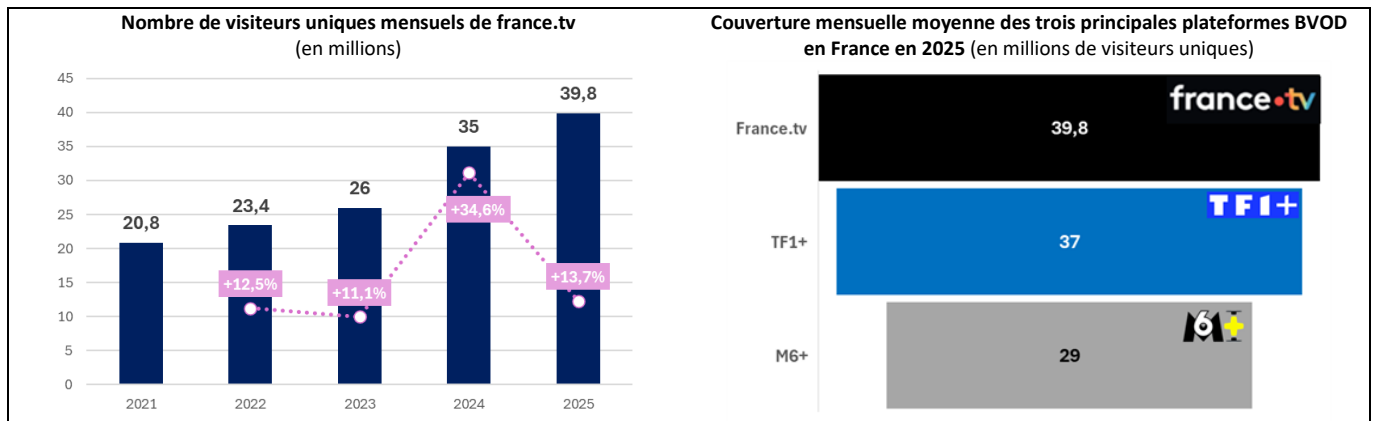
Parts d'audience annuelles sur l'ensemble du public



* TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI
** France 2, France 3, France 4, France 5, franceinfo
*** M6, W9, Gulli, 6ter
**** BFM TV, RMC Story, RMC Découverte, RMC Life

France Télévisions : également « premier média des Français », sur le numérique »

Capitalisant sur les investissements que France Télévisions a consentis pour se développer dans le streaming, **france.tv prolonge aujourd'hui le leadership des antennes du groupe : plus de deux Français sur trois (68%), soit 43 millions, ont visionné des programmes sur la plateforme au mois de janvier 2026, et 1,5 million de plus que sur TF1+ et 11,6 millions de plus que sur M6+.** En 2025, france.tv avait dénombré 39,8 millions de visiteurs uniques en moyenne par mois, et jusqu'à 46,8 millions en juillet.



S'agissant plus spécifiquement de l'information, **franceinfo: touche environ 21 millions de personnes chaque mois (tous écrans confondus), dont plus de 4 millions de visiteurs uniques quotidiens.** Et sur les réseaux sociaux, France Télévisions a totalisé 1,2 milliard de vidéos vues tous les mois dans l'environnement france.tv.

Dans cette nouvelle montée en puissance, **france.tv a largement dépassé sa fonction de rattrapage**, en augmentant de façon très significative les volumes de programmes à la demande, et en offrant une programmation spécifique et des canaux 100 % digitaux pour mieux exposer certains droits en complément des antennes, à l'exemple des chaînes Docs et Séries déjà en activité, et de la chaîne sport qui a été lancée le 4 février.

Depuis le 3 juillet 2025, les visiteurs de la plateforme Prime Vidéo peuvent également accéder aux chaînes de France Télévisions et aux programmes disponibles sur france.tv. **Fin 2025, plus de 17% de ses abonnés avaient déjà visionné des programmes de France Télévisions en utilisant cette possibilité**, d'après les données du Baromètre des Usages audiovisuels NPA Conseil / Harris Interactive.

Des externalités positives qui ne sont pas portées au crédit de France Télévisions

Telles que définies au titre III de la loi du 30 septembre 1986, les missions des entreprises de l'audiovisuel public dépassent largement le triptyque traditionnel (informer, former, distraire) associé à la télévision. **Certaines de ses missions génèrent des coûts directs pour France Télévisions. La production des émissions religieuses diffusées le dimanche matin est ainsi laissée à sa charge.**

Les bénéfices pour la collectivité de sa contribution à ces missions d'intérêt général ne fait pourtant l'objet d'aucune évaluation, voire quantification, en retour.

L'article 43-11 prévoit ainsi que les structures de l'audiovisuel public « *offrent au public, pris dans toutes ses composantes [et ne pouvant donc se cantonner aux cibles commerciales] un ensemble de programmes et de services qui se caractérisent par leur diversité et leur pluralisme, leur exigence de qualité et d'innovation, le respect des droits de la personne et des principes démocratiques constitutionnellement définis* ». L'article 44 reprend, à propos de France Télévisions, qu'elle « *tient compte du développement des technologies numériques pour assurer l'accès de tous les publics à ses programmes* ».

A ce titre, elles doivent proposer « *une offre diversifiée de programmes dans les domaines de l'information, de la culture, de la connaissance, du divertissement et du sport* », alors que la présence de ce dernier sur les antennes est parfois discutée.

Leur programmation doit « *réfléter la diversité de la société française* ». Elle doit assurer la promotion du français, mais aussi des langues régionales, « *mettre en valeur la diversité du patrimoine culturel et linguistique* »,

« concourir au développement et à la diffusion de la création intellectuelle et artistique et des connaissances civiques, économiques, sociales, scientifiques et techniques ainsi qu'à l'éducation à l'audiovisuel et aux médias ».

Participant aux missions d'autres départements que le ministère de la Culture, l'audiovisuel public doit aussi « mettre en œuvre des **actions en faveur de la cohésion sociale, de la diversité culturelle, de la lutte contre les discriminations et des droits des femmes**, [s'attacher] à promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes et à **lutter contre les préjugés sexistes, les violences faites aux femmes et les violences commises au sein du couple** [et] assurer une meilleure représentation de la diversité de la société française, notamment d'outre-mer ». Il doit encore « **favoriser l'apprentissage des langues étrangères, participer à l'éducation à l'environnement et au développement durable** [et] assurer une **mission d'information sur la santé et la sexualité** ».

S'y ajoutent un certain nombre d'obligations spécifiques, dont l'objet dépasse largement le champ audiovisuel :

- Possibilité d'être mobilisées « à tout moment » pour **diffuser « toutes les déclarations ou communications [que le gouvernement] juge nécessaires** » (article 54).
- **Mise à disposition d'un « temps d'émission [...] aux formations politiques représentées par un groupe dans l'une ou l'autre des assemblées du Parlement ainsi qu'aux organisations syndicales et professionnelles représentatives à l'échelle nationale** » selon des modalités définies par l'Arcom (article 55).
- **Programmation « des émissions à caractère religieux consacrées aux principaux cultes pratiqués en France »** le dimanche matin sur France Télévisions. « Ces émissions sont réalisées sous la responsabilité des représentants de ces cultes [...] Les frais de réalisation sont pris en charge par » France Télévisions (article 56).

L'article 48 prévoit que le cahier des charges fixé par décret **précise les obligations des sociétés de l'audiovisuel public « et notamment celles qui sont liées à leur mission éducative, culturelle et sociale [...] ainsi qu'aux impératifs de la défense nationale, de la sécurité publique et de la communication gouvernementale en temps de crise. Ce cahier des charges prévoit des dispositions pour la promotion de la protection de la santé des sportifs et de la lutte contre le dopage. Il précise les conditions dans lesquelles les sociétés mettent en œuvre [...] leur mission d'information sur la santé et la sexualité** ».