PROJET DE LOI DE FINANCES POUR 2008

MÉDIAS

Version du 28/09/2007 à 10:54:11

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.

Suite aux modifications apportées à la maquette missions/programmes/actions dans le cadre de la construction du projet de loi de finances pour 2008 et afin de permettre une analyse systématique des écarts avec la loi de finances pour 2007, il a été décidé de retraiter, lorsque cela était nécessaire, les données de la loi de finances pour 2007 dans les documents budgétaires annexés au projet de loi de finances pour 2008. Cependant, les résultats de l'exécution 2006 ne sont pas fournis lorsque le périmètre des programmes a évolué entre 2006 et 2008, compte tenu de la difficulté de retraitement de l'exécution 2006 au format de la maquette budgétaire du projet de loi de finances pour 2008.

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 2008 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). Lorsqu'un programme n'a pas de dépense fiscale associée, cette rubrique ne figure pas.

Le projet annuel de performances qui regroupe

- la présentation stratégique de ce projet ;
- 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

RÉCAPITULATION DES CRÉDITS DE LA MISSION

RÉCAPITULATION DES CRÉDITS PAR PROGRAMME

Programme	Ministre intéressé	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Presse	Services du Premier ministre	287 887 916	282 887 916
Chaîne française d'information internationale	Services du Premier ministre	70 000 000	70 000 000
Audiovisuel extérieur	Ministre des affaires étrangères et européennes	159 191 844	159 191 844
Totaux		**517 079 760**	**512 079 760**

RÉCAPITULATION DES CRÉDITS PAR PROGRAMME ET ACTION

		Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
Numéro et intitulé du programme et de l'action		Ouvertes en LFI pour 2007	Demandées pour 2008	FDC et ADP attendus en 2008	Ouverts en LFI pour 2007	Demandés pour 2008	FDC et ADP attendus en 2008
180	**Presse**	272 212 721	287 887 916		272 212 721	282 887 916	
01	Abonnement de l'État à l'AFP	109 412 916	109 412 916		109 412 916	109 412 916	
02	Aides à la presse	162 799 805	178 475 000		162 799 805	173 475 000	
116	**Chaîne française d'information internationale**	69 542 118	70 000 000		69 542 118	70 000 000	
01	Chaîne d'information internationale	69 542 118	70 000 000		69 542 118	70 000 000	
115	**Audiovisuel extérieur**	159 191 844	159 191 844		159 191 844	159 191 844	
01	Audiovisuel extérieur	159 191 844	159 191 844		159 191 844	159 191 844	

PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR PROGRAMME ET TITRE

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
Numéro et intitulé du programme et du titre	Ouvertes en LFI pour 2007	Demandées pour 2008	FDC et ADP attendus en 2008	Ouverts en LFI pour 2007	Demandés pour 2008	FDC et ADP attendus en 2008
180 / Presse	272 212 721	287 887 916		272 212 721	282 887 916	
Titre 3. Dépenses de fonctionnement	109 412 916	109 412 916		109 412 916	109 412 916	
Titre 6. Dépenses d'intervention	162 799 805	178 475 000		162 799 805	173 475 000	
116 / Chaîne française d'information internationale	69 542 118	70 000 000		69 542 118	70 000 000	
Titre 6. Dépenses d'intervention	69 542 118	70 000 000		69 542 118	70 000 000	
115 / Audiovisuel extérieur	159 191 844	159 191 844		159 191 844	159 191 844	
Titre 6. Dépenses d'intervention	159 191 844	159 191 844		159 191 844	159 191 844	
Totaux pour la mission	**500 946 683**	**517 079 760**		**500 946 683**	**512 079 760**	
Dont :						
Titre 3. Dépenses de fonctionnement	109 412 916	109 412 916		109 412 916	109 412 916	
Titre 6. Dépenses d'intervention	391 533 767	407 666 844		391 533 767	402 666 844	

PROGRAMME 180

PRESSE

MINISTRE CONCERNÉ : FRANÇOIS FILLON, PREMIER MINISTRE

PRÉSENTATION STRATÉGIQUE DU PROJET ANNUEL DE PERFORMANCES

Laurence FRANCESCHINI
Directrice 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. 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.

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° 3 : Contribuer au développement de la diffusion de la presse
- Objectif n° 4 : Veiller au maintien du pluralisme de la presse

Comme le montrera l'analyse des indicateurs de performance, les résultats obtenus en 2006 soulignent que les outils de soutien existants, s'ils peuvent encore être améliorés, produisent leurs effets.

Le souci de l'adaptation permanente des dispositifs de soutien aux besoins évolutifs du secteur est également au cœur de la démarche des pouvoirs publics.

Dans le cadre du projet de loi de finances pour 2008, l'accent est mis sur le soutien aux initiatives structurantes ou innovantes du secteur, avec pour objectif de créer ou de conforter, sur le long terme, les conditions du développement de la presse écrite et de son indépendance économique. Dans un contexte marqué par l'essor accéléré des nouvelles technologies de l'information et l'avènement d'une double culture de l'immédiateté et de la gratuité, l'action des pouvoirs publics vise prioritairement à accompagner les mutations profondes que connaît la presse et à l'épauler face aux défis qu'elle doit relever pour assurer son avenir : maîtriser ses coûts de fabrication, optimiser ses conditions de distribution et de diffusion, s'adapter aux attentes évolutives du lectorat, conforter son autonomie financière et sa capacité d'investir pour garantir son indépendance. Un effort tout particulier sera ainsi consenti en 2008 à l'appui du plan de modernisation des Nouvelles messageries de la presse parisienne (NMPP), destiné à faire franchir à cette structure, qui assume seule la distribution des quotidiens nationaux d'information politique et générale sur l'ensemble du territoire, un saut qualitatif important dans sa stratégie de modernisation. Les crédits mobilisés à cet effet progresseront ainsi de 50 %. 2008 sera également une année de fort soutien à la modernisation sociale du secteur, les deux dispositifs destinés à accompagner l'apurement des sureffectifs apparus dans les services chargés de la fabrication de la presse quotidienne nationale et de la presse quotidienne en régions, fonctionnant à plein (progression de 44 % de la dotation). Globalement, les aides à la modernisation connaîtront en 2008 une augmentation de 20 %, marquant la priorité donnée par le Gouvernement à l'accompagnement des efforts déployés par le secteur pour retrouver des sentiers de croissance.

Par ailleurs, en accord avec les exigences de transparence et d'efficacité posées par la LOLF, l'effort de rénovation des aides à la presse engagé au cours des dernières années se poursuit, répondant au triple souci de simplifier les procédures, de recentrer le soutien public sur le « cœur de cible » que constitue la presse quotidienne d'information politique et générale et de privilégier davantage les aides aux projets. Dès 2008, la première section du fonds d'aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger sera ainsi resserrée sur la seule presse d'information politique et générale. D'un point de vue opérationnel, ce mouvement s'accompagne du déploiement d'une nouvelle phase de dématérialisation des procédures permettant de fiabiliser et d'accélérer le traitement des dossiers. Ce souci de plus grande efficacité et de meilleur ciblage se retrouve dans un objectif de performance complémentaire.

- Objectif n° 5 : Améliorer le ciblage et l'efficacité des aides

S'agissant de l'Agence France-Presse, les objectifs principaux que s'assigne l'État dans sa relation avec l'Agence découlaient jusqu'ici directement du contrat d'objectifs et de moyens (COM) signé avec l'Agence le 23 novembre 2003 pour la période 2003-2007 et pour lequel un avenant a été conclu le 14 décembre 2006. La négociation du futur contrat d'objectifs et de moyens, qui couvrira la période 2008-2012, est en cours. A ce stade, les objectifs antérieurs ont été confirmés.

- Objectif n° 1 : Contribuer au développement de l'Agence France-Presse
- Objectif n° 2 : Veiller à l'efficacité de la gestion de l'AFP

Les indicateurs permettent de mesurer le degré de réalisation des objectifs fixés dans le COM.

RÉCAPITULATION DES OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

OBJECTIF 1 : Contribuer au développement de l'Agence France-Presse
- INDICATEUR 1.1 : Pénétration commerciale par zone géographique (nombre de clients)
- INDICATEUR 1.2 : Chiffre d'affaires de l'AFP hors abonnements de l'État (en millions d'euros)

OBJECTIF 2 : Veiller à l'efficacité de la gestion de l'AFP
- INDICATEUR 2.1 : Résultat net de l'AFP
- INDICATEUR 2.2 : Excédent brut d'exploitation (EBE) de l'AFP

OBJECTIF 3 : Contribuer au développement de la diffusion de la presse
- INDICATEUR 3.1 : Diffusion des titres les plus aidés
- INDICATEUR 3.2 : Diffusion des titres aidés à faibles ressources publicitaires et de petites annonces

OBJECTIF 4 : Veiller au maintien du pluralisme de la presse
- INDICATEUR 4.1 : Nombre de titres d'information politique et générale
- INDICATEUR 4.2 : Nombre de quotidiens d'information politique et générale

OBJECTIF 5 : Améliorer le ciblage et l'efficacité des dispositifs d'aide
- INDICATEUR 5.1 : Effet de levier des aides directes à la presse
- INDICATEUR 5.2 : Part de l'aide publique globale accordée à la presse quotidienne d'information politique et générale

PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

2008 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS DEMANDÉS

2008 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 3 Dépenses de fonctionnement	Titre 6 Dépenses d'intervention	Total pour 2008	FDC et ADP attendus en 2008
01	**Abonnement de l'État à l'AFP**	109 412 916		**109 412 916**	
02	**Aides à la presse**		178 475 000	**178 475 000**	
Totaux		**109 412 916**	**178 475 000**	**287 887 916**	

2008 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 3 Dépenses de fonctionnement	Titre 6 Dépenses d'intervention	Total pour 2008	FDC et ADP attendus en 2008
01	**Abonnement de l'État à l'AFP**	109 412 916		**109 412 916**	
02	**Aides à la presse**		173 475 000	**173 475 000**	
Totaux		**109 412 916**	**173 475 000**	**282 887 916**	

2007 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LOI DE FINANCES INITIALE)

2007 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 3 Dépenses de fonctionnement	Titre 6 Dépenses d'intervention	Total pour 2007	Prévisions FDC et ADP 2007
01	**Abonnement de l'État à l'AFP**	109 412 916		**109 412 916**	
02	**Aides à la presse**		162 799 805	**162 799 805**	
Totaux		**109 412 916**	**162 799 805**	**272 212 721**	

2007 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 3 Dépenses de fonctionnement	Titre 6 Dépenses d'intervention	Total pour 2007	Prévisions FDC et ADP 2007
01	**Abonnement de l'État à l'AFP**	109 412 916		**109 412 916**	
02	**Aides à la presse**		162 799 805	**162 799 805**	
Totaux		**109 412 916**	**162 799 805**	**272 212 721**	

2006 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS CONSOMMÉS

2006 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 3 Dépenses de fonctionnement	Titre 6 Dépenses d'intervention	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total y.c. FDC et ADP
01	**Abonnement de l'État à l'AFP**	107 795 945			**107 795 945**
02	**Aides à la presse**		222 439 271	734 355	**223 173 626**
Totaux		**107 795 945**	**222 439 271**	**734 355**	**330 969 571**

2006 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 3 Dépenses de fonctionnement	Titre 6 Dépenses d'intervention	Titre 7 Dépenses d'opérations financières	Total y.c. FDC et ADP
01	**Abonnement de l'État à l'AFP**	107 795 945			**107 795 945**
02	**Aides à la presse**		145 052 394	572 411	**145 624 805**
Totaux		**107 795 945**	**145 052 394**	**572 411**	**253 420 750**

PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR TITRE ET CATÉGORIE

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
Titre et catégorie	Consommées en 2006	Ouvertes en LFI pour 2007	Demandées pour 2008	Consommés en 2006	Ouverts en LFI pour 2007	Demandés pour 2008
Titre 3. Dépenses de fonctionnement	107 795 945	109 412 916	109 412 916	107 795 945	109 412 916	109 412 916
Dépenses de fonctionnement autres que celles de personnel	107 795 945	109 412 916	109 412 916	107 795 945	109 412 916	109 412 916
Titre 6. Dépenses d'intervention	222 439 271	162 799 805	178 475 000	145 052 394	162 799 805	173 475 000
Transferts aux ménages	9 457 106	22 562 084	30 000 000	9 457 106	22 562 084	30 000 000
Transferts aux entreprises	212 982 165	140 237 721	148 475 000	135 595 288	140 237 721	143 475 000
Titre 7. Dépenses d'opérations financières	734 355			572 411		
Prêts et avances	734 355			572 411		
Totaux	**330 969 571**	**272 212 721**	**287 887 916**	**253 420 750**	**272 212 721**	**282 887 916**

PRÉSENTATION DES DÉPENSES FISCALES[1]

Avertissement

Les chiffrages présentés pour 2008 ont été réalisés sur la base des seules mesures votées avant le dépôt du projet de loi de finances pour 2008. L'impact des dispositions fiscales de ce dernier sur les recettes 2008 est, pour sa part, présenté dans le tome I de l'annexe "Évaluation des Voies et Moyens".

DÉPENSES FISCALES SUR IMPÔTS D'ÉTAT DONT L'OBJET PRINCIPAL CONTRIBUE AU PROGRAMME

(En millions d'euros)

	Numéro et intitulé de la mesure *Informations complémentaires*	Chiffrage pour 2006	Chiffrage pour 2007	Chiffrage pour 2008
230403	Déduction spéciale prévue en faveur des entreprises de presse (Impôt sur le revenu et impôt sur les sociétés) *Réf. CGI: 39 bis, 39 bis A - Bénéficiaires: Entreprises - Nombre de bénéficiaires non déterminé - Mesure de trésorerie - Méthode de chiffrage: Simulation - Niveau de fiabilité du chiffrage: bon - Changement de méthode de chiffrage par rapport au dernier PLF: Non - Année de création de la dépense: 1959 - Année de dernière modification substantielle de la dépense : 2006*	ε	ε	ε
320131	Réduction d'impôt en faveur des sociétés de presse (Impôt sur les sociétés) *Réf. CGI: 220 undecies - Bénéficiaires: Entreprises - Nombre de bénéficiaires non déterminé - Méthode de chiffrage: Reconstitution de base taxable à partir de données DGI - Niveau de fiabilité du chiffrage: ordre de grandeur - Changement de méthode de chiffrage par rapport au dernier PLF: Non - Année de création de la dépense: 2006 - Année de dernière modification substantielle de la dépense : 2006*	_	ε	10
730305	Taux de 2,10 % applicable aux publications de presse (Taxe sur la valeur ajoutée) *Réf. CGI: 298 septies - Bénéficiaires: Entreprises - Nombre de bénéficiaires: 2.320 - Méthode de chiffrage: Reconstitution de base taxable à partir de données DGI - Niveau de fiabilité du chiffrage: bon - Changement de méthode de chiffrage par rapport au dernier PLF: Non - Année de création de la dépense: 1976 - Année de dernière modification substantielle de la dépense : 1987*	200	205	210

DÉPENSES FISCALES SUR IMPÔTS D'ÉTAT CONTRIBUANT AU PROGRAMME SANS QUE CE SOIT LEUR OBJET PRINCIPAL

(En millions d'euros)

	Numéro et intitulé de la mesure *Informations complémentaires*	Chiffrage pour 2006	Chiffrage pour 2007	Chiffrage pour 2008
720203	Exonération des publications des collectivités publiques et des organismes à but non lucratif (Taxe sur la valeur ajoutée) *Réf. CGI: 298 duodecies - Bénéficiaires: Entreprises - Nombre de bénéficiaires non déterminé - Méthode de chiffrage: Reconstitution de base taxable à partir de données extérieures à la DGI - Niveau de fiabilité du chiffrage: ordre de grandeur - Changement de méthode de chiffrage par rapport au dernier PLF: Non - Année de création de la dépense: 1976 - Année de dernière modification substantielle de la dépense : 1976*	2	2	2

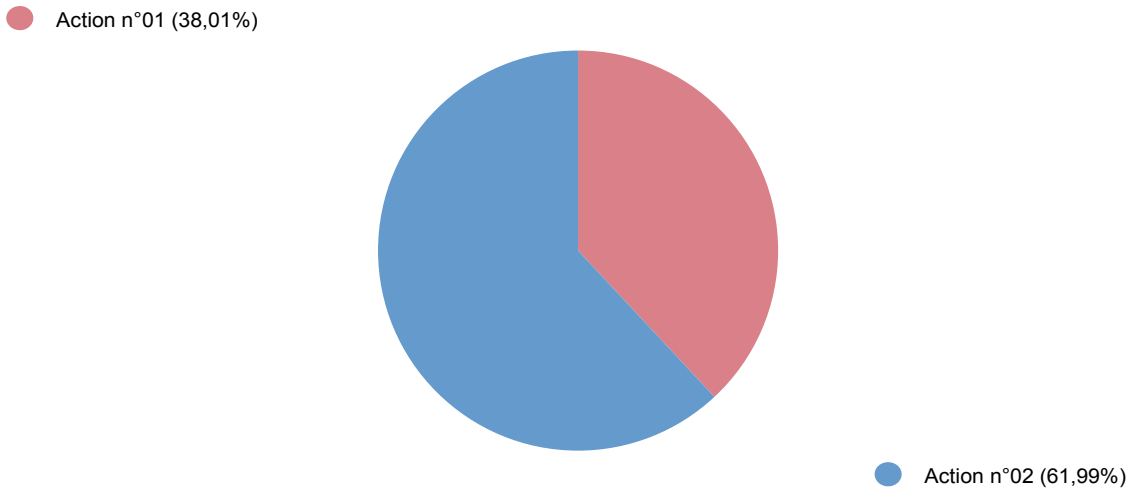
1 Les dépenses fiscales sont décrites dans le tome II de l'annexe au projet de loi de finances intitulée « Évaluation des voies et moyens ». Les dépenses fiscales ont été associées à ce programme conformément aux finalités poursuivies par ce dernier et précisées dans le projet annuel de performances. Lorsqu'aucun montant ne figure, la lettre « ε » signifie que le coût est estimé à moins de 0,5 million d'euros ; l'abréviation « nc » signifie « non chiffrable » et l'astérisque « * » signifie que le chiffrage de cette mesure fiscale n'est pas disponible lors de la mise sous presse de cette annexe, mais figure en revanche dans le tome II de l'annexe « Évaluation des voies et moyens ». Le cas échéant, les dépenses fiscales sur impôts locaux relatives au programme sont présentées dans un autre tableau. La catégorie de « dépenses fiscales sur impôts locaux » élargit la notion de « dépense fiscale » aux mesures dérogatoires applicables aux impôts directs locaux présentant un impact direct sur les ressources et les charges de l'État (mesures compensées par l'État, et dégrèvements d'impôts directs locaux).

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	109 412 916	109 412 916
02	Aides à la presse	178 475 000	173 475 000
Totaux		**287 887 916**	**282 887 916**

Répartition par action des autorisations d'engagement demandées pour 2008



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 indispensables 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, l'aide à la distribution en zones peu denses, voit ses crédits inscrits au sein du programme « Développement des entreprises » de la mission « Développement et régulation économique ».

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 1er 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 2006 et 205 millions d'euros en 2007.

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. La dépense fiscale relative à cette aide indirecte a correspondu à moins de 500 000 € pour les années 2005 et 2006. Ce dispositif a été prorogé jusqu'en 2010 par la loi de finances pour 2007 qui a introduit deux aménagements : le resserrement du champ des bénéficiaires autour de la seule presse d'information politique et générale pour les publications non quotidiennes et l'extension du 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.

Par ailleurs, un nouveau mécanisme de réduction d'impôt sur les sociétés est dorénavant prévu pour les entreprises entrant dans le capital des entreprises de presse éditant des publications d'informations politiques et générales (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.

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.

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 — 38 %

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. L'État et l'Agence ont ainsi signé, le 20 novembre 2003, un contrat d'objectifs et de moyens (COM) dont l'ambition est le développement de l'Agence et l'affirmation de son rayonnement international et européen. Ce contrat a fait l'objet d'un avenant le 14 décembre 2006. Il arrive à son terme le 31 décembre 2007.

À ce titre, l'AFP s'engage à accroître le nombre de ses clients dans le monde et à améliorer ses principaux indicateurs économiques afin de parvenir à l'équilibre. En contrepartie, l'engagement de l'État se traduit par une revalorisation des crédits inscrits au titre de ses abonnements à l'AFP sur la durée du contrat d'objectifs et de moyens.
Les négociations du nouveau COM, destiné à couvrir la période 2008-2012, sont en cours.

ACTION n° 02 Aides à la presse — 62 %

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.

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 d'information politique et générale, une aide à la SNCF pour le transport de presse, une aide à l'impression décentralisée des quotidiens, 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 et de l'aide à l'impression décentralisée 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). En 2008, ce mouvement sera poursuivi avec le ciblage de la première section de cette dernière aide sur la presse d'information politique et générale.

Les aides à la presse à faibles ressources publicitaires 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 plafonds de subvention majorés dans le cadre du fonds d'aide à la modernisation (cf. infra) et de seuils spécifiques 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.

A 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, problèmes économiques et sociaux 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 récemment rénovés :
- une aide au développement des services en ligne des entreprises de presse, qui vise à accompagner les dépenses d'optimisation technique, d'enrichissement en contenus et de promotion éditoriale qu'implique la diffusion sur Internet des contenus éditoriaux des titres de presse écrite ;
- l'aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale qui permet le soutien des projets de développement du secteur et a fait l'objet d'une budgétisation dans le cadre de la loi de finances initiale pour 2006.

OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

OBJECTIF n° 1 : Contribuer au développement de l'Agence France-Presse

Deux indicateurs ont été retenus pour cet objectif : la pénétration commerciale par zone géographique et le chiffre d'affaires de l'agence hors abonnement de l'État. Ceux-ci permettent de mesurer le degré de réalisation du contrat d'objectifs et de moyens (COM) qui lie l'État et l'Agence jusqu'à la fin 2007, s'agissant des performances commerciales de celle-ci. Un nouveau COM étant en cours de négociation avec l'Agence, les prévisions 2008 prolongent à ce stade la tendance favorable observée au cours des dernières années. La cible retenue dans le cadre du nouveau COM sera définie pour l'année 2012. A ce stade, elle n'est indiquée que littérairement.

S'agissant du premier indicateur, la cible fixée est déduite de l'objectif, figurant dans le COM, d'un accroissement du rayonnement international de l'Agence, à travers une augmentation significative du nombre de ses clients directs dans toutes les régions du monde. L'observation de l'indicateur fait apparaître une progression du nombre de clients toutes zones confondues de 5,4 % en 2006, contre 2,4 % initialement prévu. Cette tendance devrait se confirmer en 2007 avec une hausse de 2,1 %. Alors que l'expansion commerciale de l'Agence devait atteindre 4,4 % entre 2005 et 2007, elle devrait donc se situer autour de 7,6 %.

Le second indicateur prolonge le premier en mesurant l'impact financier de la dynamique commerciale engagée par l'Agence. Ainsi, alors que l'État a accepté de revaloriser de 2 % en 2006 et 1,5 % en 2007 le montant des abonnements qu'il verse à l'Agence, celle-ci devait significativement augmenter ses autres recettes commerciales. Sans parvenir exactement aux objectifs initialement fixés, l'AFP a néanmoins augmenté ses recettes commerciales hors abonnements de l'État qui atteignent désormais près de 60 % du chiffre d'affaire total. Dans le cadre du renouvellement du COM, un nouvel accroissement de la part des recettes commerciales de l'Agence, hors abonnements de l'État, sera vraisemblablement recherché.

INDICATEUR 1.1 : Pénétration commerciale par zone géographique (nombre de clients)

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2012 Cible
Afrique	Nbre	264	281	275	302	308	Variation positive de l'indicateur
Amérique latine	Nbre	338	383	415	400	466	Variation positive de l'indicateur
Amérique du Nord	Nbre	166	176	175	179	212	Variation positive de l'indicateur
Asie	Nbre	570	583	600	620	720	Variation positive de l'indicateur
Europe	Nbre	745	793	785	781	882	Variation positive de l'indicateur
France	Nbre	1 384	1 429	1 350	1 420	1 549	Variation positive de l'indicateur
Moyen-Orient	Nbre	318	344	350	371	406	Variation positive de l'indicateur
Total	Nbre	3 785	3 989	3 950	4 073	4 541	Variation positive de l'indicateur

Précisions méthodologiques : Ces données représentent le nombre de clients utilisateurs actifs à la fin de chaque période. Sont exclus les clients « photo à la pièce », les clients indirects et les clients des filiales.
Sources des données : AFP.

INDICATEUR 1.2 : Chiffre d'affaires de l'AFP hors abonnements de l'État (en millions d'euros)

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2012 Cible
CA total	M€	255,4	262,3	277,1	277,1	Variation positive de l'indicateur	Variation positive de l'indicateur
Abonnements de l'État	M€	104,0	106,1	107,7	107,7	107,7	Variation positive de l'indicateur
CA hors abonnements de l'État	M€	151,4	156,2	169,4	169,4	Variation positive de l'indicateur	Variation positive de l'indicateur

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. Elles tiennent compte, pour 2006 et 2007, des aménagements introduits par l'avenant au contrat initial. 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 : Veiller à l'efficacité de la gestion de l'AFP

Les indicateurs présentés pour cet objectif permettent de mesurer le degré de réalisation du contrat d'objectifs et de moyens (COM) qui lie l'État et l'Agence jusqu'à la fin 2007, s'agissant de la gestion financière de celle-ci. La cible retenue pour chaque indicateur correspondait à l'objectif fixé par le COM pour l'année 2007, dernière année couverte par le contrat : cette cible sera donc réactualisée en fonction des objectifs fixés en la matière à l'issue de la renégociation en cours du COM. Pour l'heure, en l'absence d'objectifs chiffrés plus précis, une variation à la hausse des deux indicateurs est attendue.

Ont été isolées les données les plus significatives : le résultat net de l'Agence et son excédent brut d'exploitation (EBE).

L'observation de ces deux indicateurs montre que l'AFP a atteint en 2005 les objectifs fixés par le COM en matière de résultat net et d'EBE, aidée en cela par un effet de change favorable sur la période. Pour 2006, le résultat net est positif pour la première fois depuis 1979. Il est cependant en retrait par rapport à la norme prévue dans l'avenant au COM. Cela tient, pour l'essentiel, à l'application de conventions plus strictes de rattachement des charges à l'exercice dans le nouveau format comptable IFRS. S'agissant de la marge d'exploitation, elle est sensiblement supérieure à l'objectif fixé dans l'avenant au COM, l'Agence ayant bénéficié d'un effet de change favorable (à taux de change constant, la marge d'exploitation est légèrement en retrait par rapport à l'objectif).

INDICATEUR 2.1 : Résultat net de l'AFP

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2012 Cible
Résultat net de l'AFP.	M€	-3,1	3,1	-3,9	-0,7	Variation positive de l'indicateur	Variation positive de l'indicateur

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. Elles tiennent compte, pour 2006 et 2007, des aménagements introduits par l'avenant au contrat initial. Le résultat net de 2006 tient compte de la cession de la filiale AFX News.
Sources des données : AFP, données certifiées par le commissaire aux comptes s'agissant du réalisé.

INDICATEUR 2.2 : Excédent brut d'exploitation (EBE) de l'AFP

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2012 Cible
Excédent brut d'exploitation (EBE) de l'AFP.	M€	15,4	13,4	12,7	13,8	Variation positive de l'indicateur	Variation positive de l'indicateur

Précisions méthodologiques : Les chiffres sur le réalisé sont donnés au taux de change réel. Les prévisions sont données en fonction du taux du COM et ressortent du budget prévisionnel de l'Agence. Elles tiennent compte, pour 2007, des aménagements introduits par l'avenant au contrat initial.
Sources des données : AFP, données certifiées par le commissaire aux comptes s'agissant du réalisé.

OBJECTIF n° 3 : 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. D'une part, l'évolution de la diffusion des titres les plus aidés, pris dans leur ensemble ; 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 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.

S'agissant du premier indicateur, il permet d'observer que la baisse de la diffusion des titres les plus aidés entre 2005 et 2006 (- 1,7 %) est nettement moins accusée que celle qui touche l'ensemble de la presse écrite payante (- 3,1 % en volume d'après l'enquête réalisée en juillet 2007 par le département des statistiques, des études et de la documentation de la direction du développement des médias), dans un contexte notamment marqué par l'essor de la presse gratuite (d'information en particulier), la concurrence des autres médias (télévision, radio, Internet) et la désaffection des jeunes lecteurs.

S'agissant du deuxième indicateur, son évolution sur la période 2005-2006 permet d'observer une érosion des ventes des titres bénéficiant des aides au pluralisme d'environ 5 %. Toutefois, si l'on exclut la situation particulière du quotidien France Soir qui a vu ses ventes s'effondrer de près de 55 % en 2006, faute de parutions pendant près de 2 mois, la situation générale est bien plus favorable puisque l'indicateur évolue positivement (+ 0,18 %) sur la même période.

Hormis cette situation particulière, on observe ainsi que la presse aidée résiste mieux que ses concurrentes au mouvement structurel qui voit le volume des ventes continûment régresser.

INDICATEUR 3.1 : Diffusion des titres les plus aidés

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2008 Cible
Diffusion des titres les plus aidés.	M d'ex.	1 408	1 384	1 455	1 384	1 384	1 384

Précisions méthodologiques : L'indicateur présente l'évolution de la diffusion payée annuelle (France + étranger) entre 2005 et 2006 des titres qui ont bénéficié en 2006 de 75 % des aides directes allouées au secteur de la presse. Ces ajustements de périmètre expliquent l'écart avec les chiffres présentés dans le PAP 2007.
Sources des données : Tableaux de suivi des éditeurs - validation par l'OJD (organisme diffusion contrôle).

INDICATEUR 3.2 : Diffusion des titres aidés à faibles ressources publicitaires et de petites annonces

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2008 Cible
Diffusion des titres aidés à faibles ressources publicitaires et de petites annonces.	M d'ex.	170,1	161,5	169	161,5	161,5	161,5

Précisions méthodologiques : L'indicateur présente l'évolution de la diffusion payée annuelle (France + étranger) entre 2005 et 2006 des titres qui ont bénéficié en 2006 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.
Sources des données : Tableaux de suivi des éditeurs - validation par l'OJD (organisme diffusion contrôle).

OBJECTIF n° 4 : 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 deux 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, toutes périodicités confondues ; 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 indicateurs retenus est la stabilité. On peut observer en 2006 une progression favorable des deux indicateurs, au-delà des prévisions initiales.

INDICATEUR 4.1 : Nombre de titres d'information politique et générale

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2008 Cible
Nombre de titres d'information politique et générale.	Nbre	374	380	380	380	380	380

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).

INDICATEUR 4.2 : Nombre de quotidiens d'information politique et générale

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2008 Cible
Nombre de quotidiens d'information politique et générale.	Nbre	78	81	78	81	81	81

Sources des données : Enquête réalisée par le département des statistiques, des études et de la documentation de la direction du développement des médias (DDM).

OBJECTIF n° 5 : 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 180. 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 ou de son cycle de distribution.

Le second mesure la part des aides attribuées chaque année aux quotidiens d'information politique et générale sur l'ensemble des aides. L'indicateur a été adapté afin de donner une vue plus complète de la politique de soutien à la presse. Il distingue désormais entre aides directes et aides indirectes. S'agissant des aides directes, du fait du resserrement progressif des dispositifs d'aide sur cette catégorie de titres mené depuis trois ans (réforme en ce sens de l'aide à la SNCF et de l'aide à l'impression décentralisée des quotidiens), ce taux s'établit désormais à un niveau de 87 %, le léger recul observé par rapport à l'an passé s'expliquant par un effet de périmètre. Ce chiffre atteint plus de 99 % si l'on exclut l'aide postale, destinée au financement de l'ensemble de la presse d'information politique et générale, qui comprend donc les hebdomadaires nationaux. Le bénéfice des aides indirectes est en revanche moins concentré sur la presse quotidienne d'information politique et générale.

INDICATEUR 5.1 : Effet de levier des aides directes à la presse

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2008 Cible
Effet de levier des aides directes à la presse		3,2	3,4	3,5	3,5	3,6	3,6

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

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2008 Cible
Aides directes (programme "Presse")	%	89%	87%	90%	88%	90%	90%
Aides indirectes	%	37%	37%	-	37%	37%	37%
Ensemble des aides	%	57%	59%	-	59%	60%	60%

Précisions méthodologiques : En application de l'article 39 bis A du code général des impôts, sont assimilées aux quotidiens d'information politique et générale les publications hebdomadaires régionales. Dans un premier temps, l'indicateur relatif aux aides indirectes retrace les données concernant le taux « super-réduit » de TVA. Il sera progressivement étendu à l'ensemble des aides indirectes.

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**		109 412 916	**109 412 916**		109 412 916	**109 412 916**
02	**Aides à la presse**		178 475 000	**178 475 000**		173 475 000	**173 475 000**
Totaux			**287 887 916**	**287 887 916**		**282 887 916**	**282 887 916**

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

AE LFI 2007 + reports 2006 vers 2007 (1)	CP LFI 2007 + reports 2006 vers 2007 (2)
274 207 752	277 850 073

Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2006 (3)	**AE demandées pour 2008** (4)	CP demandés sur AE antérieures à 2008 * (5)	CP demandés sur AE nouvelles en 2008 (6)	**Total des CP demandés pour 2008** (7) = (5) + (6)	**Prévision du solde des engagements non couverts par des CP au 31/12/2008** (8)
77 548 821	**287 887 916**	18 000 000	264 887 916	**282 887 916**	**77 397 700**

Estimation des CP 2009 sur engagements non couverts au 31/12/2008 (9)	Estimation des CP 2010 sur engagements non couverts au 31/12/2008 (10)	Estimation du montant maximal de CP nécessaires après 2010 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2008 ** (11) = (8) - (9) - (10)
21 986 888	15 927 127	39 483 685

* Cette case n'a pas vocation à correspondre à un calcul théorique de la tranche des CP 2008 pouvant couvrir les engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2007.

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

JUSTIFICATION PAR ACTION

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

	Titre 2	Hors titre 2	Total
Autorisations d'engagement		109 412 916	**109 412 916**
Crédits de paiement		109 412 916	**109 412 916**

ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT

Catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Dépenses de fonctionnement autres que celles de personnel	109 412 916	109 412 916

Le contrat d'objectifs et de moyens (COM) que l'État a signé avec l'Agence France-Presse (AFP) le 20 novembre 2003 et qui a fait l'objet d'un avenant le 14 décembre 2006 arrive à son terme le 31 décembre 2007. Les négociations du nouveau COM, destiné à couvrir la période 2008-2012, sont en cours.

Dans l'attente de la conclusion du contrat, le montant des abonnements de l'État à l'AFP pour 2008 est présenté à 109 412 916 €.

ACTION n° 02 : Aides à la presse

	Titre 2	Hors titre 2	Total
Autorisations d'engagement		178 475 000	**178 475 000**
Crédits de paiement		173 475 000	**173 475 000**

ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

DÉPENSES D'INTERVENTION

Catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Transferts aux ménages	30 000 000	30 000 000
Transferts aux entreprises	148 475 000	143 475 000

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

L'accord signé le 22 juillet 2004 entre l'État, la presse et La Poste institue un nouveau dispositif d'aides publique au transport postal de la presse. L'ancien système, dans lequel une subvention unique de 290 M€ était versée annuellement à l'opérateur postal, fait place à deux aides distinctes, correspondant à deux objectifs clairement identifiés :

- une aide forfaitaire à l'exemplaire pour la diffusion postale des publications d'information politique et générale et des quotidiens d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires ou de petites annonces, destinée à favoriser le pluralisme de l'information (« aide au pluralisme »). Un mécanisme correcteur est associé à cette aide afin de limiter les variations tarifaires les plus importantes et les distorsions liées aux différences de poids entre les titres concernés ;
- une aide à l'exemplaire distribué en zones peu denses, destinée à permettre le maintien d'un tarif égal sur tout le territoire.

Les accords prévoient que le soutien de l'État au transport postal de la presse s'élève, chaque année, à 242 M€. Deux inscriptions budgétaires distinctes sont prévues dans le cadre du projet de loi de finances pour 2008. L'aide au pluralisme est inscrite dans le programme « presse » de la mission « médias » à hauteur de 83 000 000 €. Les besoins prévisionnels sont établis sur la base d'une estimation des trafics concernés et tiennent compte des évolutions tarifaires fixées par l'accord du 22 juillet 2004. L'aide à la distribution en zones peu denses versée à la Poste est inscrite, quant à elle, dans le programme « développement des entreprises » de la mission « développement et régulation économique » à hauteur de 159 000 000 €.

- 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. En 2008, 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 l'impression décentralisée des quotidiens

Un certain nombre de journaux recourent à l'impression décentralisée pour assurer leur impression en province. Cette technique présente pour les quotidiens un triple intérêt : elle permet un bouclage plus tardif pour les quotidiens nationaux, améliorant leur attractivité pour le lecteur ; elle autorise, le cas échéant, la réalisation de pages locales dans les imprimeries satellites ; elle allège les coûts de transport.

Les règles régissant le fonds d'aide à l'impression décentralisée sont fixées par le décret n° 2004-595 du 22 juin 2004 modifié. Ce fonds est divisé en deux sections. La répartition des crédits entre les deux sections est effectuée par le directeur du développement des médias. Le bénéfice du fonds est réservé, depuis 2005, aux titres présentant le caractère « d'information politique et générale ».

La 1ère section est destinée à alléger les coûts d'impression décentralisée des quotidiens appartenant à une société coopérative d'impression associant au moins trois sociétés éditrices n'ayant aucun lien capitalistique entre elles. Cette section est destinée à répondre aux difficultés spécifiques que rencontre le système coopératif d'impression décentralisée des quotidiens nationaux, dont il importe de préserver la pérennité.

La 2nde section est destinée à rembourser en partie les dépenses résultant de l'utilisation par les quotidiens des réseaux et services de télécommunications pour leur transmission en vue de leur impression décentralisée.

Pour les deux sections, les crédits alloués sont répartis entre les bénéficiaires au prorata du nombre de pages transmises pour le compte de chacun d'entre eux au cours de l'année précédant celle de l'attribution de l'aide.

Compte tenu des bouleversements que connaît actuellement le secteur de l'impression décentralisée et dans l'attente d'une vision plus claire de la stratégie des acteurs, cette aide n'est pas dotée budgétairement en 2008.

- Sous-action n° 1-4 : 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 1ère 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 1ère section sont déterminés en fonction de la diffusion des titres concernés et de son évolution sur des zones géographiques prioritaires. En 2008, cette section sera recentrée sur la seule presse d'information politique et générale.

La 2nde 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 2008 atteint 1 950 000 €.

- Sous-action n° 1-5 : Aide au portage de la presse

L'aide au portage, réservée aux quotidiens, est destinée à soutenir le développement de ce mode de distribution des journaux qui présente, pour la presse quotidienne, un intérêt tout particulier en raison des contraintes 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. 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 (le montant des crédits affectés à la 1ère section ne pouvant être supérieur à 25 % de la dotation globale du fonds).

L'aide attribuée au titre de la 1ère section du fonds est fonction du nombre total d'exemplaires portés au cours de l'année précédant celle de l'attribution de l'aide (« aide au stock »).

L'aide attribuée au titre de la 2nde section 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 »).

Le montant total de la dotation demandée pour financer le fonds d'aide au portage de la presse est, pour 2008, de 8 250 000 €.

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 1ère 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 attribuée au titre de la 2nde section bénéficie à des quotidiens qui ne sont pas éligibles à la 1ère 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.

Le montant total de crédits nécessaires pour financer, en 2008, les deux sections du fonds d'aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires atteindra 7 155 000 €.

- 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 1ère 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 1ère 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.

Le total des crédits nécessaires pour financer l'aide aux quotidiens locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces est, pour 2008, de 1 400 000 €.

- 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 1ère 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 2nde section est réservée aux publications qui, ayant satisfait aux conditions de la 1ère 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 2nde section peuvent se cumuler avec les aides versées au titre de la 1ère.

Le total des crédits nécessaires pour financer l'aide à la presse hebdomadaire régionale est, pour 2008, de 1 420 000 €.

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 1er août 2006.

En 2008, la participation de l'État au coût des départs anticipés pour la presse quotidienne nationale et la presse quotidienne en régions devrait atteindre 30 000 000 €.

- 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. Afin d'assurer son succès, l'État a indiqué qu'il accompagnerait cette démarche. Il le fera dans un cadre ménageant une large place à la contractualisation et responsabilisant au mieux tous les acteurs.

Dans le cadre du projet de loi de finances pour 2008, 12 000 000 € seront consacrés au soutien rénové à cette politique.

- Sous-action n° 3-3 : Aide à la modernisation de la diffusion

L'aide à la modernisation de la diffusion 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 (mobilier 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 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.

Le montant de crédits nécessaires pour financer l'aide à la modernisation de la diffusion en 2008 est estimé à 2 000 000 €.

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

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.

Compte tenu des besoins prévisionnels à couvrir, une dotation budgétaire de 500 000 € est nécessaire en 2008.

- 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 permet d'accorder des subventions aux entreprises et agences de presse pour la réalisation de projets de modernisation.

Depuis sa création jusqu'au 31 décembre 2005, le fonds était adossé à un compte spécial du trésor (compte d'affectation spéciale n° 902-32 – 1ère section) lui-même alimenté par une taxe de 1 % sur certaines dépenses de publicité hors médias. Dans le cadre de la loi de finances initiale pour 2006, il a été procédé à la budgétisation de ce fonds, par ailleurs préconisée dans un rapport effectué par M. Loridant en 2004 au nom de la Commission des finances du Sénat.

Dans ce contexte, la dotation budgétaire nécessaire, compte tenu des besoins de modernisation du secteur, s'élève, en 2008, à 25 000 000 € en autorisations d'engagement, dont 3 500 000 € seront spécifiquement consacrés aux projets liés au développement de la lecture de la presse par les jeunes. S'agissant des crédits de paiement, 20 000 000 € seront nécessaires à la couverture des engagements passés sur ce fonds.

ANALYSE DES COÛTS DU PROGRAMME ET DES ACTIONS

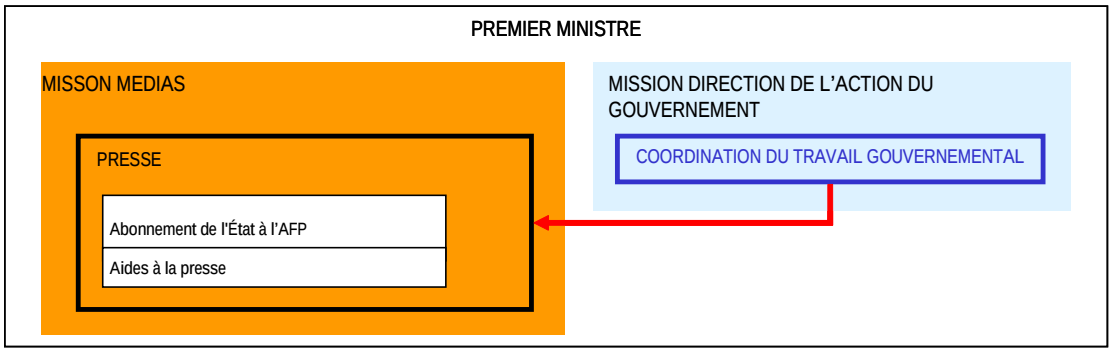
Avertissement

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 2008 crédits directs (y.c. FDC et ADP)	Ventilation des crédits de pilotage, de soutien et/ou de polyvalence		PLF 2008 après ventilation (y.c. FDC et ADP)	LFI 2007 après ventilation (y.c. FDC et ADP)
		au sein du programme	entre programmes		
Abonnement de l'État à l'AFP	109 412 916		+36 574	+109 449 490	+109 412 916
Aides à la presse	173 475 000		+804 634	+174 279 634	+162 799 805
Totaux	**282 887 916**		**+841 208**	**283 729 124**	**272 212 721**

Ventilation des crédits de pilotage, de soutien et/ou de polyvalence vers (+) ou en provenance (-) d'autres programmes	**-841 208**
Coordination du travail gouvernemental (Mission « Direction de l'action du Gouvernement »)	-841 208

OBSERVATIONS

Les crédits du programme « Presse » comprennent des crédits de fonctionnement et d'intervention. Les montants déversés depuis le programme « Coordination du travail gouvernemental » correspondent à la masse salariale du personnel qui lui est affecté et aux crédits de fonctionnement et de soutien de ce programme. Le tout est réparti au prorata des ETP participant au soutien de chacune des actions du programme « Presse ».

PROGRAMME 116

CHAÎNE FRANÇAISE D'INFORMATION INTERNATIONALE

MINISTRE CONCERNÉ : FRANÇOIS FILLON, PREMIER MINISTRE

PRÉSENTATION STRATÉGIQUE DU PROJET ANNUEL DE PERFORMANCES

Laurence FRANCESCHINI
Directrice du développement des médias
Responsable du programme n° 116 : Chaîne française d'information internationale

Les objectifs de performance du programme « Chaîne française d'information internationale » (CFII) sont cohérents avec ceux assignés à la société France 24 par la convention de subvention conclue entre la chaîne et l'État :

- Objectif n°1 : Développer la présence française dans le paysage audiovisuel mondial ;
- Objectif n°2 : Optimiser la gestion de France 24.

En effet, la stratégie de France 24 s'inscrit tout d'abord dans l'extension rapide de la couverture de la chaîne qui a commencé à émettre en décembre 2006 et dont l'objectif est de développer son audience dans le monde. A cet égard, la chaîne est parvenue en 2006 à dépasser ainsi de manière très significative le niveau de l'indicateur correspondant à cet objectif (72,8 millions de foyers couverts par la diffusion du signal sur les régions cibles au lieu de 17 millions prévus), les cibles ont donc été revues à la hausse par rapport au projet annuel de performances 2007. Diffusant à son lancement en deux langues (français et anglais), la chaîne a également réussi à anticiper de quelques mois (avril au lieu de juillet 2007) le lancement d'un décrochage de 4h par jour en arabe. En 2008, la chaîne devra notamment renforcer sa distribution à destination des particuliers, des collectivités (hôtels, aéroports), renforcer sa présence sur les nouveaux médias et accroître sa notoriété dans l'ensemble de ses zones de diffusion.

Par ailleurs, France 24 est attentive au maintien de ratios de gestion, tels qu'ils ont été définis dans la convention de subvention, assurant que l'entreprise donne la priorité aux dépenses de programme et limite les dépenses de personnel et les frais généraux. Ces ratios ont été respectés jusqu'à présent.

Enfin, l'entreprise devra veiller à renforcer les synergies avec les autres acteurs de l'audiovisuel public extérieur.

RÉCAPITULATION DES OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

OBJECTIF 1 : Développer la présence française dans le paysage audiovisuel mondial
- INDICATEUR 1.1 : Audience potentielle de France 24

OBJECTIF 2 : Optimiser la gestion
- INDICATEUR 2.1 : Part des ressources propres dans les ressources totales
- INDICATEUR 2.2 : Part de la masse salariale dans les dépenses totales
- INDICATEUR 2.3 : Coût de la grille de programme rapporté aux dépenses totales
- INDICATEUR 2.4 : Frais généraux rapportés aux dépenses totales

PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

2008 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS DEMANDÉS

2008 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 6 Dépenses d'intervention	FDC et ADP attendus en 2008
01	**Chaîne d'information internationale**	70 000 000	
Totaux		**70 000 000**	

2008 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 6 Dépenses d'intervention	FDC et ADP attendus en 2008
01	**Chaîne d'information internationale**	70 000 000	
Totaux		**70 000 000**	

2007 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LOI DE FINANCES INITIALE)

2007 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 6 Dépenses d'intervention	Prévisions FDC et ADP 2007
01	**Chaîne d'information internationale**	69 542 118	
Totaux		**69 542 118**	

2007 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 6 Dépenses d'intervention	Prévisions FDC et ADP 2007
01	**Chaîne d'information internationale**	69 542 118	
Totaux		**69 542 118**	

2006 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS CONSOMMÉS

2006 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 6 Dépenses d'intervention	Total y.c. FDC et ADP
01	**Chaîne d'information internationale**	63 000 000	**63 000 000**
Totaux		**63 000 000**	**63 000 000**

2006 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 6 Dépenses d'intervention	Total y.c. FDC et ADP
01	**Chaîne d'information internationale**	63 000 000	**63 000 000**
Totaux		**63 000 000**	**63 000 000**

PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR TITRE ET CATÉGORIE

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
Titre et catégorie	Consommées en 2006	Ouvertes en LFI pour 2007	Demandées pour 2008	Consommés en 2006	Ouverts en LFI pour 2007	Demandés pour 2008
Titre 6. Dépenses d'intervention	63 000 000	69 542 118	70 000 000	63 000 000	69 542 118	70 000 000
Transferts aux entreprises	63 000 000	69 542 118	70 000 000	63 000 000	69 542 118	70 000 000
Totaux	**63 000 000**	**69 542 118**	**70 000 000**	**63 000 000**	**69 542 118**	**70 000 000**

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	Chaîne d'information internationale	70 000 000	70 000 000
Totaux		**70 000 000**	**70 000 000**

PRÉSENTATION DU PROGRAMME

Le programme 116 intitulé « Chaîne française d'information internationale » vise à financer la société anonyme créée fin 2005 par TF1 et France Télévisions et détenue à parité entre elles, pour l'édition d'une chaîne française d'information internationale (CFII), dénommée « France 24 ».

Cette chaîne a pour objectif d'offrir un point de vue français sur l'actualité du monde à destination d'un public international. Elle doit rendre 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.

Dans cette perspective, la chaîne s'attache à ce que le choix des sujets traités reflète la diversité de l'actualité mondiale. Elle porte en outre une attention particulière à la construction européenne, à l'actualité des institutions communautaires et aux événements et débats survenant dans les pays de l'Union européenne.

Dans ses zones de diffusion, la chaîne vise principalement les décideurs politiques et économiques, les professionnels des médias et, plus généralement, les téléspectateurs réguliers des chaînes d'information nationales et internationales.

Ayant pour mission de véhiculer les valeurs de la France, la chaîne a élaboré une charte, validée par dix-neuf 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 » ;
- et la « tradition de la culture et de l'art de vivre à la française ».

RÉCAPITULATION DES ACTIONS

ACTION n° 01 : Chaîne d'information internationale

PRÉSENTATION DES ACTIONS

ACTION n° 01
Chaîne d'information internationale

La société diffuse, depuis le 6 décembre 2006, deux programmes principaux :

- un programme principal en français, diffusé prioritairement en Europe (dont la France) et dans les pays du Maghreb et en Afrique ;
- un programme principal multilingue, diffusé prioritairement en Europe (dont la France), en Afrique et au Proche et Moyen Orient ; intégralement anglais au départ, ce programme a vocation à faire l'objet de décrochages dans diverses langues, en particulier l'arabe et l'espagnol.

Le lancement de ces deux programmes sur Internet a eu lieu le 6 décembre 2006. Ils sont également diffusés depuis le 7 décembre 2006 sur le câble et le satellite dans plus de 70 millions de foyers. Outre les zones prioritaires ci-dessus énoncées, France 24 est également accessible à Washington et au siège de l'ONU à New York.

La convention de subvention signée entre l'État et la chaîne prévoyait que le décrochage en arabe interviendrait à compter du mois de juillet 2007. France 24 est parvenue à anticiper ce lancement, avec la diffusion de 4 heures par jour de programmes en arabe depuis le 2 avril 2007.

D'autres décrochages (en espagnol par exemple) et l'extension de la diffusion en Asie, en Amérique latine et en Amérique du Nord pourront être envisagés dans les années à venir.

S'agissant des grilles de programme, celles-ci sont fondées sur le concept d'information en continu. Elles sont constituées d'une part d'images d'actualité et d'autre part de programmes « hors actualités » (magazines, débats, chroniques, programmes courts, etc.). France 24 diffuse ses programmes 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, avec une moyenne annuelle de 36 journaux diffusés par jour.

France 24 produit des sujets contenus, d'une part, dans ses bulletins d'information, en s'appuyant sur un réseau de correspondants dans les principales villes du monde et, d'autre part, dans ses programmes « hors actualités ». Elle recourt également aux programmes de TF1 et de France Télévisions. Les modalités de mise en œuvre d'échange de programmes avec TV5 Monde n'ont pas encore été définies. Par ailleurs, France 24 peut compléter son approvisionnement en programmes avec toute autre entreprise audiovisuelle, dans le respect des conditions du marché.

OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

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

Au sein des pays dans lesquels France 24 est diffusée, la chaîne vise plus particulièrement les décideurs politiques et économiques, les professionnels des médias et, plus généralement, les téléspectateurs réguliers des chaînes d'information nationales et internationales.

A ce stade, l'indicateur mesure l'audience potentielle (nombre de foyers couverts par France 24). A partir de 2008, un outil pertinent de mesure de l'audience de la chaîne devrait être développé.

INDICATEUR 1.1 : Audience potentielle de France 24

(du point de vue du citoyen)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2010 Cible
Audience potentielle de France 24	millions de foyers	-	72,8	17	80	82	90

Précisions méthodologiques : Nombre de foyers couverts dans l'univers numérique sur la zone de diffusion de France 24
Sources de données : France 24

OBJECTIF n° 2 : Optimiser la gestion

La chaîne doit s'attacher à une bonne gestion des fonds publics qui lui sont affectés. A cet égard, les indicateurs définis ci-après contribuent à la mesure de la performance de France 24.

L'objectif s'articule autour de quatre indicateurs :
- la part des ressources propres dans les ressources totales de France 24 : lancée en décembre 2006, la chaîne doit s'efforcer d'augmenter la part de ses ressources propres ;
- la part de la masse salariale dans les dépenses totales ; cet indicateur permet de vérifier que la chaîne maîtrise sa masse salariale en veillant à ce que les dépenses de personnel ne dépassent pas 40% des dépenses totales ;
- le coût de la grille de programmes rapportée aux dépenses totales ; cet indicateur permet de s'assurer que la chaîne donne la priorité aux dépenses de programmes en veillant à ce que celles-ci représentent au moins 50% des dépenses totales ;
- les frais généraux rapportés aux dépenses totales ; cet indicateur permet de vérifier que les frais généraux ne dépassent pas 15% des dépenses totales.

INDICATEUR 2.1 : Part des ressources propres dans les ressources totales

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2010 Cible
Part des ressources propres dans les ressources totales	%	-	-		non significatif	2,6	6,5

Précisions méthodologiques : La part des ressources propres dans les ressources totales est égale au chiffre d'affaires publicitaire net des coûts de régie divisé par les ressources totales. La chaîne ayant commencé à émettre en décembre 2006, cet indicateur n'est significatif qu'à partir de 2007.
Sources de données : France 24

INDICATEUR 2.2 : Part de la masse salariale dans les dépenses totales

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2010 Cible
Part de la masse salariale dans les dépenses totales	%	-	27	< 40	30	< 40	< 40

Précisions méthodologiques : La part de la masse salariale dans les dépenses totales est égale à la somme des salaires, traitements et charges sociales divisée par les dépenses totales. Les frais de personnel des exploitants techniques ne sont pas pris en compte, cette prestation ayant été confiée par FRANCE 24 à la société Technicolor Network Services France, filiale du groupe Thomson. En tenant compte du personnel de la société Technicolor Network Services France pour l'année 2007, la masse salariale de FRANCE 24 représenterait 38% des dépenses totales.
Rappel de l'obligation prévue dans la Convention de subvention : la masse salariale doit être inférieure à 40% des dépenses totales.
Sources de données : France 24

INDICATEUR 2.3 : Coût de la grille de programme rapporté aux dépenses totales

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2010 Cible
Coût de la grille de programme rapporté aux dépenses totales	%	-	-	> 50	70	> 50	> 50

Précisions méthodologiques : Le coût de la grille de programmes rapporté aux dépenses totales est égal à la somme des coûts de l'antenne et techniques (rédaction, techniciens, images, magazines, fabrication des chaînes, etc.) divisée par les dépenses totales de FRANCE 24.
Rappel de l'obligation prévue dans la Convention de subvention : le coût de la grille de programmes doit être supérieur à 50% des dépenses totales.
Sources de données : France 24

INDICATEUR 2.4 : Frais généraux rapportés aux dépenses totales

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2010 Cible
Frais généraux rapportés aux dépenses totales	%	-	-	12	12,5	< 15	< 15

Précisions méthodologiques : Le montant des frais généraux comprend les charges suivantes : location, communication institutionnelle, frais de gestion, taxes et contributions, frais de personnel administratif et de la direction générale. Le ratio présenté par l'indicateur est égal à la somme de ces derniers divisée par les dépenses totales de FRANCE 24.
Rappel de l'obligation prévue dans la Convention de subvention : les frais généraux doivent être inférieurs à 15% des dépenses totales.
Sources de données : France 24

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	**Chaîne d'information internationale**		70 000 000	**70 000 000**		70 000 000	**70 000 000**
Totaux			**70 000 000**	**70 000 000**		**70 000 000**	**70 000 000**

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

AE LFI 2007 + reports 2006 vers 2007 (1)	CP LFI 2007 + reports 2006 vers 2007 (2)
69 542 118	69 542 118

Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2006 (3)	**AE demandées pour 2008** (4)	CP demandés sur AE antérieures à 2008 * (5)	CP demandés sur AE nouvelles en 2008 (6)	**Total des CP demandés pour 2008** (7) = (5) + (6)	**Prévision du solde des engagements non couverts par des CP au 31/12/2008** (8)
0	**70 000 000**	0	70 000 000	**70 000 000**	**0**

Estimation des CP 2009 sur engagements non couverts au 31/12/2008 (9)	Estimation des CP 2010 sur engagements non couverts au 31/12/2008 (10)	Estimation du montant maximal de CP nécessaires après 2010 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2008 ** (11) = (8) - (9) - (10)
0	0	0

* Cette case n'a pas vocation à correspondre à un calcul théorique de la tranche des CP 2008 pouvant couvrir les engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2007.

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

JUSTIFICATION PAR ACTION

ACTION n° 01 : Chaîne d'information internationale

	Titre 2	Hors titre 2	Total
Autorisations d'engagement		70 000 000	**70 000 000**
Crédits de paiement		70 000 000	**70 000 000**

ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

DÉPENSES D'INTERVENTION

Catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Transferts aux entreprises	70 000 000	70 000 000

En contrepartie de la mission d'intérêt général que la société exerce, l'État, représenté par le Premier ministre, et FRANCE 24, représentée par ses deux actionnaires, FTV et TF1, ont signé une convention de subvention le 29 novembre 2005, modifiée le 24 juillet 2006 (avenant n°1) et le 26 février 2007 (avenant n°2), prévoyant le versement de subventions jusqu'en 2010.

La subvention 2008 sera ventilée selon les postes de dépenses suivants :

Antennes	46%
Technologies	26,5%
Distribution	14%
Fonctionnements Généraux	13,5%

FRANCE 24 est encore une chaîne nouvelle qui doit continuer à se développer dans le paysage audiovisuel mondial des chaînes d'information, qui est extrêmement compétitif. Dans ce cadre, en 2008, FRANCE 24 continuera à poursuivre le projet décrit dans la Convention de subvention, à savoir :

- renforcer sa distribution à destination des particuliers et des collectivités (hôtels, aéroports,…),
- assurer sa présence et sa distribution sur les nouveaux médias et notamment renforcer l'interactivité avec les téléspectateurs et les internautes à travers le site web FRANCE 24,
- accroître son taux de notoriété pour atteindre 20% dans ses zones de diffusion contre 10% en 2007,
- renforcer sa réactivité et sa capacité à couvrir les événements d'actualité partout dans le monde.

Enfin, en fin d'année 2008, conformément à ce que prévoit la Convention, un audit de la société sera effectué par un organisme indépendant sélectionné par l'État.

ANALYSE DES COÛTS DU PROGRAMME ET DES ACTIONS

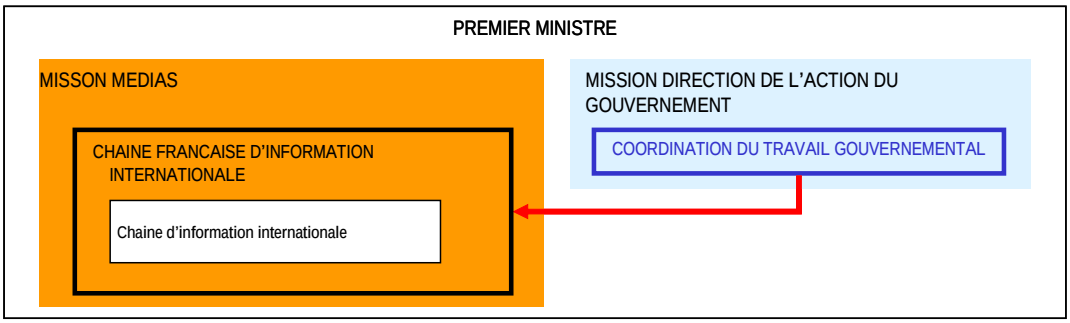
Avertissement

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 2008 crédits directs (y.c. FDC et ADP)	Ventilation des crédits de pilotage, de soutien et/ou de polyvalence		PLF 2008 après ventilation (y.c. FDC et ADP)	LFI 2007 après ventilation (y.c. FDC et ADP)
		au sein du programme	entre programmes		
Chaîne d'information internationale	70 000 000		+36 574	+70 036 574	+69 542 118
Totaux	**70 000 000**		**+36 574**	**70 036 574**	**69 542 118**

Ventilation des crédits de pilotage, de soutien et/ou de polyvalence vers (+) ou en provenance (-) d'autres programmes	**-36 574**
Coordination du travail gouvernemental (Mission « Direction de l'action du Gouvernement »)	-36 574

OBSERVATIONS

Les montants déversés depuis l'action « soutien » du programme « coordination du travail gouvernemental » sur le programme « Chaîne française d'information internationale » correspondent à la masse salariale du personnel qui lui est affectée et aux crédits de fonctionnement et de soutien de ce programme, au prorata des agents de la direction du développement des médias soutenant l'unique action du programme « Chaîne française d'information internationale », soit 0,3 ETPT.

PROGRAMME 115

AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR

MINISTRE CONCERNÉ : BERNARD KOUCHNER, MINISTRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET EUROPÉENNES

PRÉSENTATION STRATÉGIQUE DU PROJET ANNUEL DE PERFORMANCES

Anne GAZEAU-SECRET
Directeur général de la coopération internationale et du développement
Responsable du programme n° 115 : Audiovisuel extérieur

La politique audiovisuelle extérieure du Gouvernement doit s'adapter en permanence aux évolutions qui ont fait de la quasi-totalité du monde un « village global » dans lequel la circulation transfrontière des images et des sons, de l'information et des idées est devenue une banalité.

La généralisation du numérique a entraîné une baisse spectaculaire des coûts techniques de production et de diffusion mais n'a pas débouché sur une démocratisation de l'accès à la capacité de produire et d'émettre, car, **s'il est relativement facile, et de moins en moins coûteux, d'émettre, il est de plus en plus difficile d'être audible ou visible**, tant l'offre médiatique et culturelle est devenue riche, et tant la concurrence pour accéder effectivement aux publics s'est exacerbée.

Le programme 115 regroupe l'ensemble des crédits consacrés par le ministère des Affaires étrangères et européennes à cette politique, avec deux objectifs majeurs :

- rendre les plus accessibles possible les programmes audiovisuels français aux publics étrangers et à nos compatriotes expatriés ;
- favoriser la diversité culturelle et la démocratisation des pays du Sud en soutenant la modernisation de leurs médias.

A – La diffusion des programmes audiovisuels français dans le monde

Pour assurer le rayonnement de ses idées, de sa culture et de sa langue dans le monde, la France peut aujourd'hui s'appuyer sur **trois médias de masse audiovisuels, complémentaires** par leurs modes de consommation : à la radio et à la télévision satellitaire s'ajoute désormais l'Internet qui, par ses caractéristiques techniques, économiques et sociologiques, est devenu en quelques années un média transfrontières encore plus efficace que les précédents.

Chacun des trois médias dispose d'atouts propres et permet de toucher des publics et des zones spécifiques.

⇒ La **radio**, média relativement déclinant dans les pays développés et émergents, reste en revanche un **vecteur puissant dans les pays en développement** (Afrique subsaharienne notamment) et joue souvent un rôle de premier plan dans les pays en situation de crise ou de post-crise. Le **groupe RFI** (incluant **Monte-Carlo** Doualiya, sa filiale arabophone) assure la présence française sur ce média.

⇒ La **télévision** est devenue le **média dominant pour le grand public** dans la plupart des pays et permet de proposer des contenus informatifs, culturels ou récréatifs dans des genres très variés, dont l'impact est renforcé par la puissance de l'image animée. La chaîne francophone **TV5 Monde**, dont la France assume plus de 80 % du financement, est l'opérateur télévisuel unique du programme 115.

⇒ En touchant plus d'un milliard d'internautes fin 2006, l'**Internet** est devenu un média de masse mondial qui n'est plus réservé aux pays très développés d'Amérique du nord et d'Europe. Toutes les études démontrent en effet que, parmi les élites économiques et intellectuelles, et de plus en plus parmi les classes moyennes, **l'utilisation de l'Internet se banalise et se développe de façon exponentielle, et ceci y compris dans les pays émergents ou en développement**. RFI et TV5 Monde développent leur présence sur l'Internet. RFI devrait même à terme basculer la totalité de ses programmes sur l'Internet, à l'exception de l'Afrique et du monde arabe.

B - Le soutien à la modernisation des médias du Sud

Avec le double objectif de contribuer à la **diversité culturelle** du monde en aidant les pays du Sud à construire leur propre industrie de l'image, et de favoriser la **démocratisation** de ces pays en soutenant l'émergence de nouvelles générations de journalistes et de médias indépendants, le programme 115 finance l'opérateur de coopération audiovisuelle **Canal France International (CFI)**, partenaire de plus de 100 télévisions publiques et privées dans le monde.

Cet engagement accru au service des images du Sud complète les actions menées dans le cadre du programme 209 «Solidarité à l'égard des pays en développement» (Fonds Sud, Fonds Images Afrique) avec l'objectif de favoriser une meilleure diffusion sur les écrans du Sud des programmes que nous avons aidé à exister. La reconnaissance de l'expertise française permet de nouer des relations de confiance et d'assurer une présence au cœur des systèmes médiatiques de ces pays, sur lesquels notre réseau diplomatique pourra s'appuyer.

Dans le même esprit, le programme continue de soutenir, dans le cadre d'un partenariat de coopération avec le Maroc, la radio maroco-française **Médi 1** présente notamment au Maghreb.

RÉCAPITULATION DES OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

OBJECTIF 1 : Conforter la présence française et francophone dans le paysage audiovisuel mondial

- INDICATEUR 1.1 : Audience de TV5 Monde et de RFI
- INDICATEUR 1.2 : Taux de reprises par les télévisions partenaires des programmes fournis par CFI

OBJECTIF 2 : Optimiser la gestion de l'audiovisuel extérieur français

- INDICATEUR 2.1 : Coût annuel par téléspectateur (TV5 Monde) et coût de l'heure de première diffusion (RFI)
- INDICATEUR 2.2 : Coût journalier des actions de coopération menées par CFI

PRÉSENTATION DES CRÉDITS ET DES DÉPENSES FISCALES

2008 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS DEMANDÉS

2008 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 6 Dépenses d'intervention	FDC et ADP attendus en 2008
01	**Audiovisuel extérieur**	159 191 844	
Totaux		**159 191 844**	

2008 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 6 Dépenses d'intervention	FDC et ADP attendus en 2008
01	**Audiovisuel extérieur**	159 191 844	
Totaux		**159 191 844**	

2007 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS VOTÉS (LOI DE FINANCES INITIALE)

2007 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 6 Dépenses d'intervention	Prévisions FDC et ADP 2007
01	**Audiovisuel extérieur**	159 191 844	
Totaux		**159 191 844**	

2007 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 6 Dépenses d'intervention	Prévisions FDC et ADP 2007
01	**Audiovisuel extérieur**	159 191 844	
Totaux		**159 191 844**	

2006 / PRÉSENTATION PAR ACTION ET TITRE DES CRÉDITS CONSOMMÉS

2006 / AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 6 Dépenses d'intervention	Total y.c. FDC et ADP
01	**Audiovisuel extérieur**	157 356 660	**157 356 660**
Totaux		**157 356 660**	**157 356 660**

2006 / CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de l'action / sous-action		Titre 6 Dépenses d'intervention	Total y.c. FDC et ADP
01	**Audiovisuel extérieur**	157 356 660	**157 356 660**
Totaux		**157 356 660**	**157 356 660**

PRÉSENTATION DES CRÉDITS PAR TITRE ET CATÉGORIE

	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
Titre et catégorie	Consommées en 2006	Ouvertes en LFI pour 2007	Demandées pour 2008	Consommés en 2006	Ouverts en LFI pour 2007	Demandés pour 2008
Titre 6. Dépenses d'intervention	157 356 660	159 191 844	159 191 844	157 356 660	159 191 844	159 191 844
Transferts aux entreprises	157 356 660			157 356 660		
Transferts aux autres collectivités		159 191 844	159 191 844		159 191 844	159 191 844
Totaux	**157 356 660**	**159 191 844**	**159 191 844**	**157 356 660**	**159 191 844**	**159 191 844**

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	Audiovisuel extérieur	159 191 844	159 191 844
Totaux		**159 191 844**	**159 191 844**

PRÉSENTATION DU PROGRAMME

Mené sous la responsabilité du Directeur général de la coopération internationale et du développement, le programme «Audiovisuel extérieur» représente en 2008 3,5% des crédits (6,5% hors Aide publique au développement) du ministère des Affaires étrangères et européennes (MAEE) et 31 % des crédits de la mission « Médias ».

1 - Finalités générales du programme

Le programme 115, reconduit à son niveau de 2007, a pour mission de financer les trois sociétés de l'audiovisuel extérieur dont le MAEE assure la tutelle, le groupe RFI, TV5 Monde et CFI, et d'apporter un soutien à la radio maroco-française Médi 1.

Comme l'ensemble du dispositif audiovisuel extérieur français, les sociétés financées par le programme 115 font actuellement l'objet d'une réflexion approfondie des pouvoirs publics qui devrait déboucher d'ici la fin 2007 sur des propositions de réorganisation en profondeur.

Groupe RFI (RFI et Monte Carlo Doualiya)

Avec une dotation publique de près de 130 M€ en 2007 et environ 1 100 collaborateurs, le groupe RFI est de loin la société de l'audiovisuel extérieur français la mieux pourvue. Pourtant, **à l'exception de l'Afrique subsaharienne francophone où elle reste plus que jamais un média de référence**, RFI n'obtient pas ailleurs des résultats en termes d'audience et de notoriété à la hauteur de cet investissement. En effet, le modèle traditionnel de la radio internationale, né de la guerre froide et sur lequel repose encore largement l'organisation de RFI, ne correspond plus à l'état du monde ni aux modes de consommation actuels de la radio. Dans les prochaines années, **RFI va devoir mener un effort sans précédent pour s'adapter aux attentes de publics beaucoup plus exigeants qu'auparavant dans le contexte d'une offre médiatique sans cesse croissante**, en concurrence directe non plus seulement avec les autres grandes radios internationales, mais aussi avec des radios locales très professionnelles et surtout les médias plus récents que sont la télévision et l'Internet, qui traversent désormais les frontières et dont la consommation progresse chaque année de façon soutenue.

Dans ce contexte, **l'objectif de RFI ne devra plus être de rechercher une couverture mondiale par la voie hertzienne, mais d'optimiser l'impact de ses programmes, zone par zone**, à partir d'une analyse lucide de ses forces et de ses faiblesses.

Ce processus conduira à mettre fin à l'éparpillement actuel des moyens de RFI, par le choix d'une présence adaptée en fonction du contexte local :

- une présence hertzienne renforcée (diffusion 24h/24, dans des langues adaptées, enrichie de programmes de proximité) dans les zones où RFI a – ou pourrait avoir - un impact significatif. Sont concernés l'ensemble de l'Afrique subsaharienne, les pays d'Europe orientale où RFI a créé des filiales et, sous réserve d'évaluation de l'impact de Monte Carlo Doualiya, le proche et moyen Orient.
- une présence multilingue et enrichie sur l'Internet à destination de toutes les zones où la diffusion hertzienne des radios internationales est condamnée à la marginalité.

TV5-Monde

TV5-Monde constitue aujourd'hui le **2ème réseau mondial de télévision** internationale (après MTV). Elle peut être reçue par plus de **176 millions de foyers** dans le monde qui représentent (hors Chine où la présence des chaînes étrangères n'est pas autorisée) 20 % des foyers TV du monde entier et 59% des foyers TV câble et satellite.

En termes d'audience, la dernière synthèse des études menées auprès de 87% de son public potentiel permet de créditer TV5 d'une **audience cumulée hebdomadaire de 74,4 millions de téléspectateurs dans le monde**. Cet ancrage solide dans le paysage audiovisuel mondial, appuyé sur une programmation généraliste qui lui permet de fédérer des publics supérieurs à ceux des chaînes exclusivement informatives, lui vaut de faire jeu égal ou supérieur

avec d'autres chaînes internationales de premier plan telles que CNN ou BBC World dans certaines zones, en Amérique latine par exemple.

La France (MAEE et France Télévisions) a financé en 2006, avec 66,58 M€, 73% du budget de TV5 (ce qui représente près de 80% des contributions des Etats partenaires). Les ressources propres de la chaîne se sont élevées à 7,98 M€.

Canal France International

Financé à 95% par le MAE, CFI occupe une place originale dans le dispositif mis en place pour soutenir l'influence française et promouvoir l'audiovisuel français dans les pays émergents ou défavorisés.

CFI fournit à une centaine de télévisions partenaires du Sud, publiques et privées, **plus de 6 000 heures de programmes par an**, contribuant ainsi quotidiennement à l'influence française en tant que premier réseau de distribution de programmes audiovisuels français.

CFI favorise également la **modernisation des télévisions du Sud** en leur proposant conseil, formations aux métiers de l'audiovisuel, expertises et études ainsi qu'un appui à la production locale. Ces actions ont pour but l'émergence et le développement économique des médias audiovisuels locaux, afin de favoriser concrètement la diversité culturelle. En 2006, 127 actions de coopération ont été conduites par CFI dont 43% effectuées en Afrique et 19% dans le monde arabe.

Médi 1

La radio maroco-française Médi 1, diffusée en FM au Maroc et en ondes longues sur l'ensemble du Maghreb, concrétise notre **soutien à l'égard de notre partenaire marocain** sur un média dont l'impact continue de faire ses preuves. Notre subvention, versée par l'intermédiaire de la CIRT, actionnaire français de Médi 1, permet de financer l'équipe de journalistes français qui assurent 50% de l'antenne de cette radio bilingue.

2. - Environnement dans lequel s'inscrit le programme

L'élaboration du cadre budgétaire de l'audiovisuel extérieur pour 2008, notamment à travers le programme 115, s'inscrit dans le cadre des réflexions lancées à l'été 2007 à l'initiative du Président de la République, en vue de réorganiser en profondeur notre dispositif. Ces réflexions, qui associent l'ensemble des administrations concernées, sont sous-tendues par les éléments ci-après.

Le débat budgétaire 2006 avait conduit à la création de deux programmes distincts, le programme 115 rattaché à la Mission « Action extérieure de l'Etat » (MAEE) et le programme 116, qui finance exclusivement la nouvelle chaîne France 24, rattaché à la Mission « Médias » (Services du Premier Ministre – Direction du Développement des Médias - DDM).

L'action audiovisuelle extérieure est, par nature, interministérielle. Au delà de la question des sources de financement, le choix d'adosser TV5, CFI, et maintenant France 24, à France Télévisions, de même que l'existence d'une convention collective commune et de problèmes sociaux très liés à RFI et Radio France, imposent un pilotage qui associe, au minimum, le MAEE et le ministère de la culture et de la communication (MCC). Le MAEE apporte notamment sa capacité à analyser la demande des publics étrangers et à mettre son réseau au service des sociétés, tandis que le MCC peut, seul, mobiliser les sociétés nationales tout en assurant une évolution harmonieuse de l'ensemble du secteur.

Faute de structures formalisées, ce pilotage ne fonctionne pas aujourd'hui de façon satisfaisante. Le CAEF (Conseil de l'audiovisuel extérieur de la France), dispositif trop lourd, n'a plus été réuni depuis 1996. Des réunions interministérielles ponctuelles, des consultations fréquentes entre services, ne suffisent pas à assurer une coordination apte à anticiper sur les problèmes et à impulser une véritable stratégie.

Au delà de la coordination entre sociétés et du pilotage politique, il est nécessaire que les différentes administrations chargées d'engager la dépense publique en matière d'audiovisuel extérieur travaillent à l'avenir de façon plus concertée.

A cet égard, le MAEE estime que la création de la mission interministérielle « Médias » qui regroupe le programme 115 (transféré en LFI 2007 de la mission « Action extérieure de l'Etat ») et les programmes 116 et 180 constitue une première réponse appropriée, se traduisant par :

- une politique plus lisible pour le Parlement et l'opinion publique, la conduite de la mission donnant lieu, chaque année, à un rapport du Gouvernement sur l'action audiovisuelle extérieure ;
- le maintien d'une responsabilité directe des responsables de programme, à travers le projet annuel de performance lié à chacun des programmes ;
- une coordination permanente entre les administrations (DGCID, DDM, Budget, Trésor), notamment au moment de l'élaboration du projet de loi de finances et de la préparation et du suivi des réunions du Comité opérationnel et du Conseil de l'audiovisuel extérieur ;
- une meilleure capacité, en cas de besoin, à peser sur les sociétés, extérieures ou nationales ou à arbitrer entre des positions parfois contradictoires ;
- la possibilité de mutualiser et d'harmoniser, à terme, les sources de financement, entre crédits budgétaires et redevance, au profit des différentes sociétés.

3. - Services et acteurs

Le programme 115 est planifié et mis en œuvre par la Direction générale de la Coopération internationale et du Développement (DGCID).

Dans le cadre de ce programme, le MAE s'appuie sur les acteurs suivants :

- Radio France Internationale (RFI) et sa filiale arabophone Monte-Carlo Doualiya ;
- TV5 Monde ;
- Canal France International (CFI) ;
- Compagnie internationale de radio et télévision (CIRT), filiale de la Société financière de radiodiffusion (SOFIRAD), et actionnaire français de Radio Méditerranée Internationale (Médi 1).

RÉCAPITULATION DES ACTIONS

ACTION n° 01 : Audiovisuel extérieur

PRÉSENTATION DES ACTIONS

ACTION n° 01
Audiovisuel extérieur

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

OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE

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

Cet objectif vise à afficher les attentes et à mesurer les retombées des moyens alloués par le MAEE aux sociétés de l'audiovisuel extérieur, vecteurs chargés de diffuser notre culture et notre langue, de développer un certain nombre de coopérations, de contribuer à la diversité culturelle et de promouvoir l'offre française.

La France dispose avec TV5 Monde, acteur francophone, de la première chaîne de télévision généraliste mondiale, et avec RFI, d'une grande radio internationale. Ces deux sociétés proposent, sur les cinq continents, un regard français sur l'actualité et une ouverture sur notre société.

INDICATEUR 1.1 : Audience de TV5 Monde et de RFI

(du point de vue de l'usager)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2008 Cible
Audience cumulée hebdomadaire de TV5 Monde	millions	73,5	73,7	73,5	74,4	75	75
Population couverte par TV5 Monde	%	12,2	11,3	12,2	11,3	12,4	12,4
Audience mondiale du groupe RFI	millions	44	44	44	44	44	44

Source des données : TV5 Monde et RFI.

Commentaires :

L'audience de TV5 Monde est réellement mesurée annuellement ou périodiquement dans un certain nombre de pays qui totalise 87% environ du potentiel de réception de cette chaîne dans le monde. Pour obtenir un tableau chiffré complet de l'audience à travers le monde, la chaîne a développé un modèle d'extrapolation qui tient compte des spécificités de chaque zone. Par ailleurs, TV5 Monde était présente au 31 décembre 2006 dans 176,7 millions de foyers (nombres de foyers desservis dans le cadre des contrats passés par la chaîne avec les distributeurs câble satellite ou autres), soit une population totale de 653,8 millions de téléspectateurs potentiels (176,7 x 3,7). En un an la distribution de la chaîne a progressé de 8% pour un chiffre d'audience en augmentation de 0,3% d'où un ratio audience/population couverte en diminution.
1% d'augmentation est inscrit en prévision actualisée 2007, tant pour l'audience que pour la distribution de la chaîne. Ces résultats escomptés découlent des améliorations que la chaîne sera en mesure d'apporter à sa programmation (augmentation du sous-titrage, des programmes jeunesses, information mieux adaptée au public de la chaîne, grilles de programmes régionales mieux ciblées. De même pour 2008 la prévision d'augmentation de l'audience et de la distribution se base sur un effort reconduit de la part du MAEE pour permettre à TV5 Monde de nouvelles améliorations de sa programmation.

Le chiffre de 40 millions d'auditeurs fourni pendant plusieurs années ayant été sujet à caution, le calcul de l'audience mondiale de RFI a fait l'objet d'une refonte méthodologique courant 2005. Elle a été estimée par le GEDA (Groupe d'études démographiques appliquées) à partir d'une centaine de sondages multi-continents lancés ou souscrits par **RFI**. Pour les pays non sondés, GEDA a procédé par extrapolation à partir d'une collecte de données démographiques et la réalisation d'analyses de données statistiques et élaboration d'indicateurs d'écoute attribuables aux différents pays.

INDICATEUR 1.2 : Taux de reprises par les télévisions partenaires des programmes fournis par CFI

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2009 Cible
Afrique francophone	%	41,2	41,0	42	41,5	41,5	41,5
Afrique anglophone	%	50,6	45,5	50,2	45,6	46,0	46,0
Afrique lusophone	%	38,7	30,3	39,5	31,0	31,5	31,5
Asie	%	65,3	60,0	65,2	60,0	60,5	60,5
Europe	%	91	99,0	89	99,0	99,0	99,0
Monde arabe	%	85,2	82,0	78	82,0	82,5	82,5

Source de données : CFI

Mode de calcul :

Le taux de reprise est calculé en effectuant le ratio entre la durée de programmes CFI rediffusés par ses télévisions partenaires et par la durée de programmes offerts par CFI à ses télévisions partenaires. Le taux de reprise globale par zone est une moyenne constituée à partir de l'ensemble des taux de reprise des télévisions partenaires dans les pays qui constituent cette zone.

Cet indicateur est construit à partir d'une enquête annuelle menée par CFI auprès de ses télévisions partenaires, donc basé sur un mode déclaratif. La mise en place progressive d'un nouveau dispositif technique « watermarking », procédé qui consiste à imprimer une marque imperceptible sur les programmes au moment de la diffusion, permet de fiabiliser le calcul de cet indicateur : à ce stade, ce dispositif concerne la zone Afrique.

Les taux de reprise sont globalement en ligne avec les cibles. Toutefois, pour l'Afrique anglophone, l'arrêt de la diffusion de la Ligue des Champions sur cette zone (absence de droits) comptabilisée comme programme audiovisuel français, a conduit à une baisse du taux de reprise.

OBJECTIF n° 2 : Optimiser la gestion de l'audiovisuel extérieur français

Cet objectif vise à s'assurer de la bonne utilisation par les opérateurs audiovisuels des dotations reçues du budget de l'État.

INDICATEUR 2.1 : Coût annuel par téléspectateur (TV5 Monde) et coût de l'heure de première diffusion (RFI)

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2009 Cible
TV5 Monde : Coût annuel par téléspectateur	Euros	0,86	0,88	0,89	0,88	0,88	0,85
RFI : coût de l'heure de première diffusion	Euros	7 103	6 908	6 650	6 850	6 800	6 600

Source des données : TV5 Monde et RFI

Précisions méthodologiques :
L'indicateur « Coût journalier des actions de coopération menées par CFI » fait le rapport entre les dépenses directes affectées aux actions de coopération menées par CFI et le nombre de jours consacrés à ces actions.

TV5 Monde
Numérateur : subvention annuelle versée par le MAEE à TV5 Monde / Dénominateur : audience cumulée hebdomadaire de TV5 Monde
La subvention du MAEE versée en année N comprend les éventuels reports de l'année N-1.
L'objectif visé à court et moyen terme est la stabilité de ce sous-indicateur, dépendant de 2 paramètres en augmentation équilibrée.

RFI
Numérateur : total des dépenses liées à la production / Dénominateur : nombre d'heures de première diffusion

Le total des dépenses liées à la production correspond aux dépenses liées à la production des émissions diffusées sur l'antenne de RFI (antenne, diffusion, technique, communication), à l'exclusion des dépenses liées à Internet (production écrite à part), à la formation internationale, aux magazines enregistrés, aux filiales, à MFI et Mediascom, à la production musicale et aux programmes musicaux également appelés "fils musicaux".
Les heures de première diffusion sont les heures de production originale du programme Monde, du programme Afrique et des programmes en langue étrangère. Les heures de rediffusion des magazines, en français et en langues étrangères sont exclues.

Précisions apportées par la société (mars 2007) : Le calcul a été affiné : l'indicateur cible pour l'année 2006 avait été calculé de façon moins restrictive : recalculé avec les mêmes critères que ceux maintenant retenus, le coût d'une heure de première diffusion pour 2005 est égal à 7103 euros ce qui met en évidence une amélioration effective de l'indicateur sur 2006, principalement due à une maîtrise des charges liées à l'antenne.

INDICATEUR 2.2 : Coût journalier des actions de coopération menées par CFI

(du point de vue du contribuable)

	Unité	2005 Réalisation	2006 Réalisation	2007 Prévision PAP 2007	2007 Prévision actualisée	2008 Prévision	2009 Cible
Assistance technique	€	1407	1429	1407	1429	1400	1400
Expertise	€	1269	1043	1269	1043	1270	1270
Formation	€	1021	818,9	1021	818,9	1020	1020
Production	€	1314	1129	1314	1129	1315	1315

Précisions méthodologiques

Source de données : CFI

Mode de calcul : Dépenses directes affectées aux actions de coopération menées par CFI / Nombre de jours consacrés à ces actions, en distinguant les actions par nature : assistance technique, expertise, formation et aide à la production.

Cet indicateur n'a pu être documenté qu'à partir de 2005, correspondant à la première « année pleine » pour l'activité de coopération de l'opérateur.

Globalement, les chiffres sont conformes aux valeurs cibles. Les actions de formation réalisées par les experts de France télévision ne sont pas facturées à CFI dès lors qu'elles n'excèdent pas 10 jours. L'assistance technique et l'expertise en revanche, ont davantage été l'objet de commandes à des prestataires extérieurs.

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	**Audiovisuel extérieur**		159 191 844	**159 191 844**		159 191 844	**159 191 844**
Totaux			**159 191 844**	**159 191 844**		**159 191 844**	**159 191 844**

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

AE LFI 2007 + reports 2006 vers 2007 (1)	CP LFI 2007 + reports 2006 vers 2007 (2)
159 529 984	159 191 844

Engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2006 (3)	**AE demandées pour 2008** (4)	CP demandés sur AE antérieures à 2008 * (5)	CP demandés sur AE nouvelles en 2008 (6)	**Total des CP demandés pour 2008** (7) = (5) + (6)	**Prévision du solde des engagements non couverts par des CP au 31/12/2008** (8)
0	**159 191 844**	0	159 191 844	**159 191 844**	**0**

Estimation des CP 2009 sur engagements non couverts au 31/12/2008 (9)	Estimation des CP 2010 sur engagements non couverts au 31/12/2008 (10)	Estimation du montant maximal de CP nécessaires après 2010 pour couvrir les engagements non couverts au 31/12/2008 ** (11) = (8) - (9) - (10)
0	0	0

* Cette case n'a pas vocation à correspondre à un calcul théorique de la tranche des CP 2008 pouvant couvrir les engagements sur années antérieures non couverts par des paiements au 31/12/2007.

** 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.

JUSTIFICATION PAR ACTION

ACTION n° 01 : Audiovisuel extérieur

	Titre 2	Hors titre 2	Total
Autorisations d'engagement		159 191 844	**159 191 844**
Crédits de paiement		159 191 844	**159 191 844**

EFFECTIFS

Aucun ETPT ni crédits de titre 2 ne sont inscrits sur le programme 115. Les différentes entités participant à la réalisation des objectifs de ce programme rémunèrent toutefois des personnels. S'agissant de RFI et de TV5-Monde, ce poste de dépenses représente respectivement :

- RFI : 51,9% en 2006 des charges totales, en progression de 4,6% par rapport à 2005 ;
- TV5 : 28,5% en 2006 des charges totales, en progression de 10,2% par rapport à 2005.

ÉLÉMENTS DE LA DÉPENSE PAR NATURE

DÉPENSES D'INTERVENTION

Catégorie	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Transferts aux autres collectivités	159 191 844	159 191 844

Le montant de l'action s'élève à 159,19 M€, en reconduction par rapport à celui voté en LFI 2007.

L'ensemble des subventions aux sociétés audiovisuelles relevant de cette action est programmé comme suit :

Opérateur	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	LFI 2007	PLF 2008	LFI 2007	PLF 2008
TV5-Monde	64 221 844	65 721 844	64 221 844	65 721 844
CFI	19 500 000	16 500 000	19 500 000	16 500 000
RFI	69 630 000	71 130 000	69 630 000	71 130 000
Monte Carlo Doualiya (ex-RMC-MO)	4 770 000	4 770 000	4 770 000	4 770 000
Médi 1	1 070 000	1 070 000	1 070 000	1 070 000
Total Action 1	159 191 844	159 191 844	159 191 844	159 191 844

Cette reconduction doit permettre, grâce à une réduction de la trésorerie de CFI qui se traduira par une reprise de provisions de 3 M€ et une diminution du même montant de sa subvention annuelle, d'abonder les subventions de TV5 Monde et de RFI de 1,5 M€ chacune, afin de mettre en œuvre partiellement deux priorités : l'augmentation du sous-titrage sur TV5 et l'accompagnement d'un contrat d'objectifs et de moyens avec RFI.

Groupe RFI : 75,90 M€

Il est proposé, à l'instar des autres filiales du groupe RFI, de regrouper désormais les subventions accordées par le MAEE sur le programme 115 à RFI et à sa filiale à 100% Monte Carlo Doualiya (ex-RMC-MO). Cette mesure aura l'avantage de simplifier les procédures de versement de la subvention et de rendre plus lisible notre effort global en

matière de radio. Les moyens dévolus à Monte Carlo Doualiya, dont le développement reste une priorité stratégique, seront cependant distingués dans la convention de financement entre le MAEE et RFI.

Compte tenu des choix budgétaires opérés en 2007, se traduisant pour le groupe RFI par une diminution de la subvention portée par le programme « Audiovisuel extérieur » de 1,79 M€ par rapport à 2006, le MAEE a décidé pour 2008 d'augmenter cette subvention de +1,5 M€ (+2%).

Ces moyens nouveaux permettront au groupe de financer ses projets de développement ou de réorganisation et de conduire les réformes envisagées, dans le cadre du **contrat d'objectifs et de moyens** que l'Etat entend signer avec RFI d'ici la fin de l'année.

TV5-Monde : 65,72 M€

De même, le MAEE a jugé prioritaire au sein du PGM 115 de dégager sous plafond les moyens d'un effort pour 2008 de +1,5 M€ (+2,3%) en faveur de la chaîne francophone. L'octroi de ces moyens additionnels mettra TV5 en état de tenir ses positions et d'appliquer son plan de déploiement du sous-titrage.

Au plan politique, cet effort nous permettra en outre d'aborder dans une meilleure position les discussions qui doivent s'engager avec nos partenaires francophones sur l'avenir de TV5 dans le cadre de la réforme de l'audiovisuel extérieur.

CFI : 16,50 M€

Canal France International (CFI) a réalisé un effort important d'économies depuis quatre ans, ce qui a conduit à diminuer ses charges d'exploitation de 13%. La société conserve toutefois un niveau de trésorerie élevé résultant des provisions constituées entre 1989 et 2001 pour faire face aux risques découlant de la gestion complexe des reversements aux ayants droit des programmes diffusés.

Aussi, en concertation avec l'entreprise et ses commissaires aux comptes, il est apparu possible d'autoriser CFI à reprendre environ 70% de ces provisions, soit 3 M€, en 2008. En contrepartie, la subvention annuelle sera pour 2008 diminuée d'autant, ce qui permettra à CFI de maintenir son volume d'activité.

Le niveau de ses moyens pour 2008 confortera une société qui s'est aujourd'hui bien relancée sur son nouveau métier de coopération, a su mobiliser l'expertise de France Télévisions au service de notre effort de coopération et qui doit répondre à la priorité arrêtée par le Président de la République en faveur de la coopération avec les pays méditerranéens.

Médi 1 : 1,07 M€

Entreprise privée et commerciale née en 1980 d'une volonté commune du Maroc et de la France, Radio Méditerranée Internationale (Médi 1) est une radio - dédiée initialement à la coopération entre les deux pays - généraliste bilingue (français-arabe), d'information internationale, de service et de divertissement.

Le capital de Médi 1 est détenu respectivement à 51 et 49 % par les deux parties. Les 49% de la partie française appartiennent à la Société financière de radiodiffusion (SOFIRAD) par l'intermédiaire de la Compagnie internationale de radio et télévision (CIRT).

La CIRT est aujourd'hui impliquée dans la chaîne satellitaire d'information à vocation maghrébine (Médi 1 Sat), lancée à la fin de l'année 2006. Les autorités marocaines ont toutefois manifesté le souhait que la France demeure un partenaire via sa participation à Médi 1.

A ce titre, le MAEE a prévu de verser une subvention de 1,07 M€ à la CIRT afin de financer les salaires et les charges sociales afférentes de la vingtaine de journalistes français, salariés de la CIRT, travaillant au sein de Médi 1.

ANALYSE DES COÛTS DU PROGRAMME ET DES ACTIONS

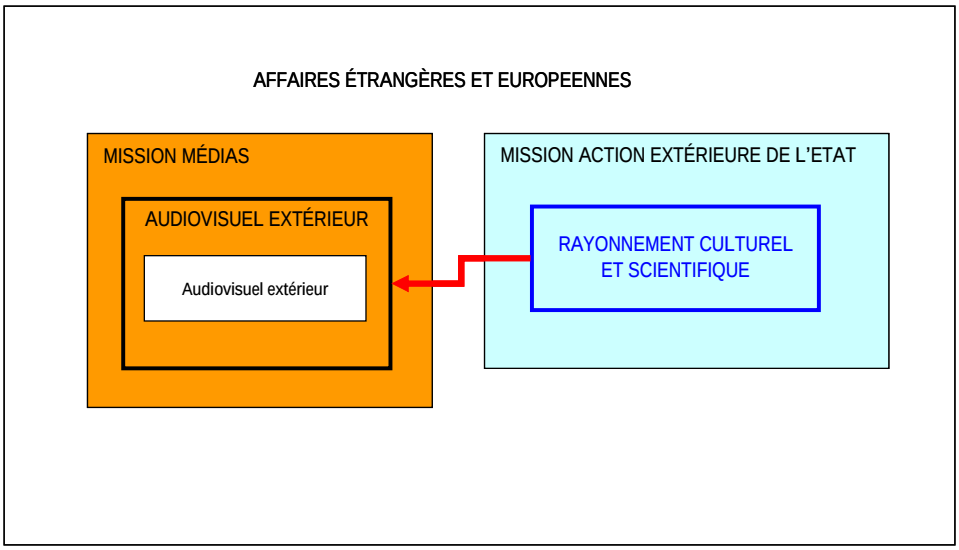
Avertissement

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 2008 crédits directs (y.c. FDC et ADP)	Ventilation des crédits de pilotage, de soutien et/ou de polyvalence		PLF 2008 après ventilation (y.c. FDC et ADP)	LFI 2007 après ventilation (y.c. FDC et ADP)
		au sein du programme	entre programmes		
Audiovisuel extérieur	159 191 844		+300 000	+159 491 844	+159 491 844
Totaux	**159 191 844**		**+300 000**	**159 491 844**	**159 491 844**

Ventilation des crédits de pilotage, de soutien et/ou de polyvalence vers (+) ou en provenance (-) d'autres programmes	**-300 000**
Rayonnement culturel et scientifique (Mission « Action extérieure de l'État »)	-300 000

OBSERVATIONS

Le programme « Audiovisuel extérieur » a été créé en LFI 2006 afin d'y rattacher les crédits destinés aux sociétés audiovisuelles relevant auparavant des programmes « Rayonnement culturel et scientifique » pour TV5-Monde et RFI, et « Solidarité à l'égard des pays en développement » pour CFI. En LFI 2007, le programme a été transféré de la mission ministérielle « Action extérieure de l'État » à la mission interministérielle « Médias ».

Les agents de la direction générale de la coopération internationale et du développement (DGCID) du MAEE exerçant la tutelle des opérateurs audiovisuels sont budgétairement rattachés au programme « Rayonnement culturel et scientifique » de la mission « Action extérieure de l'État ». Le coût de cette tutelle, composé essentiellement de masse salariale, est évalué à 0,3 million d'euros.