

Le Conseil d'administration de France Médias Monde approuve un budget 2019 à l'équilibre

COMMUNICATION INTERNE

Envoyé : mercredi 13 février 2019 19:12

À : COMMUNICATION INTERNE

Importance : Haute



communiqué interne

Mercredi 13 février 2019

Le Conseil d'administration de France Médias Monde approuve un budget 2019 à l'équilibre

Le Conseil d'administration de France Médias Monde, réuni le 13 février 2019 sous la présidence de Marie-Christine Saragosse, a approuvé un budget 2019 à l'équilibre dans un contexte financier particulièrement contraint. L'entreprise, dont la prévision d'atterrissage budgétaire en 2018 est également à l'équilibre comme elle s'y était engagée, poursuit ainsi sa gestion rigoureuse dans une situation de réduction des financements publics, tout en s'attachant à préserver ses ambitions stratégiques et son cœur de mission internationale.

Le budget 2019 de France Médias Monde s'élève à 267,4M€, dont 256,2M€ issus de la contribution à l'audiovisuel public (-1,6M€ par rapport à 2018).

Malgré les évolutions des dépenses inéluctables (+5,4M€) qui s'ajoutent à la baisse de la dotation publique, l'équilibre du budget 2019 est atteint grâce :

- **à de nouveaux gains de productivité et économies** avec le passage au tout numérique de la rédaction en anglais de RFI, la poursuite de l'effort engagé depuis 2016 portant sur des départs non remplacés et le renforcement des groupements d'achats à l'échelle de l'entreprise et de l'ensemble de l'audiovisuel public français ;

- **à des efforts de rationalisation des dispositifs de distribution et de diffusion mondiale des trois médias** : bénéfice des économies pérennes dégagées en 2018 sur la distribution de France 24 (renégociation à la baisse des contrats, passage à une diffusion OTT pour l'essentiel sur les États-Unis) et substitution de franceinfo à France 24 sur la TNT en Outre-mer dans le cadre d'une harmonisation de l'offre audiovisuelle publique sur l'ensemble du territoire français, tout en y préservant la présence sur la télévision numérique terrestre de la chaîne internationale diffusée de minuit à 6h30, heure de Paris, sur franceinfo et 24h/24 dans la quasi-totalité des foyers ultra-marins via sa couverture satellitaire. La diffusion en FM de Monte Carlo Doualiya est arrêtée aux Émirats Arabes Unis (territoire très connecté et onéreux) au profit de l'offre numérique de la radio dont le succès est grandissant ;

- **au développement des recettes publicitaires**, notamment rendu possible par l'appel d'offres lancé par France Médias Monde, avec TV5Monde, dans le cadre du renouvellement de sa régie publicitaire externe assurant la commercialisation des espaces de France 24. Ce marché a été remporté par France Télévisions Publicité, associé à Canal+ Advertising. La répartition des zones géographiques d'intervention entre les deux opérateurs du groupement selon leurs domaines d'expertise (Canal+ pour l'Afrique, FTP pour le reste du monde) bénéficie à la trajectoire

prévisionnelle des recettes publicitaires de France 24, à laquelle s'ajoute aussi désormais la commercialisation par FTP des espaces de Monte Carlo Doualiya dans le monde arabe. Au total, les ressources propres du groupe s'élèveront en 2019 à 11,2M€ (+5% par rapport à 2018).

L'ensemble de ces efforts permet de préserver la présence mondiale des médias de France Médias Monde et la qualité des offres éditoriales qui font le succès de RFI, France 24 et Monte Carlo Doualiya : maintien du budget consacré aux programmes, développement des langues africaines avec notamment le renforcement de l'offre en mandingue dont la rédaction sera prochainement installée à Dakar, premières émissions en peul dans le cadre du projet Média-Sahel mené avec CFI et l'AFD et **poursuite de la transformation numérique du groupe.**

France Médias Monde, qui avait dépassé les 150 millions de contacts mesurés chaque semaine en 2017, verra à nouveau ses audiences en **progression en 2018**. Les résultats annuels consolidés, qui seront arrêtés au cours des prochaines semaines, devraient porter à **plus de 160 millions de contacts mesurés l'audience hebdomadaire** des trois médias du groupe (audience linéaire et empreinte numérique).