

PLF 2023 - L'avis de la commission sur les crédits du compte de concours financiers

AVANCES À L'AUDIOVISUEL PUBLIC

L'année dernière, l'examen des crédits de l'audiovisuel public pour 2022 avait été l'occasion de rappeler que **le bilan du précédent quinquennat se limitait, pour l'essentiel, à un travail d'assainissement budgétaire** avec la mise en œuvre d'une trajectoire budgétaire de - 190 M€ sur la période 2018-2020.

La perspective de la campagne présidentielle laissait espérer qu'un projet pour l'avenir de l'audiovisuel public pourrait émerger des débats pour redéfinir sa place dans un paysage largement bouleversé par l'arrivée des plateformes. **Non seulement aucun projet n'a émergé au cours des derniers mois mais rarement la situation du secteur aura paru aussi confuse** pour au moins quatre raisons :

1. La nouvelle ministre de la culture a clairement indiqué que l'évolution du secteur n'était pas sa priorité même si elle n'exclut pas totalement de rouvrir le chantier d'une réforme au printemps 2023 ;

2. L'élaboration de nouveaux contrats d'objectifs et de moyens (COM) a été reportée d'une année. Il faudra donc se contenter de simples avenants et attendre la fin 2023 pour connaître les objectifs et les moyens que l'actionnaire entend assigner aux entreprises de l'audiovisuel public pour la période 2024-2028. D'ici là les entreprises concernées sont, au choix, dans l'attente ou dans la continuité ;

3. La suppression de la contribution à l'audiovisuel public (CAP) cet été s'est accompagnée d'une solution de financement provisoire mais il n'existe aucune indication sur la solution qui sera retenue à partir de 2025, ce qui crée un climat d'incertitude préjudiciable dans les entreprises concernées ;

4. La fusion avortée entre TF1 et M6 fragilise aujourd'hui ces deux groupes privés mais aussi France Télévisions puisque la plateforme Salto apparaît aujourd'hui condamnée du fait des difficultés des trois actionnaires à poursuivre leur coopération. Par ailleurs, la fusion aurait eu un effet de rattrapage sur les prix de la publicité qui aurait également profité à France Télévisions. Le groupe public est donc doublement pénalisé.

Au final, 2023 apparaît déjà comme une nouvelle année de transition. Pour que cette année ne devienne pas une « année blanche », il apparaît d'autant plus essentiel de rappeler la pertinence des propositions faites dans le cadre du rapport d'information¹ sur le financement de l'audiovisuel public publié le 8 juin dernier. Ce rapport réalisé conjointement par les commissions de la culture et des finances concluait à la **nécessité d'apporter des garanties au financement des entreprises de l'audiovisuel public et à l'impérative nécessité de regrouper les moyens pour assurer leur pérennité.**

Dans l'immédiat, le projet de loi de finances pour 2023 prévoit une hausse des crédits qui devrait permettre de compenser l'accroissement des charges fiscales consécutif à la suppression de la CAP et d'amortir la hausse de l'inflation. Ces moyens risquent toutefois de ne pas suffire pour financer les nouvelles priorités des entreprises de l'audiovisuel public.

¹ <https://www.senat.fr/notice-rapport/2021/r21-651-notice.html>

1. LES CRÉDITS CONSACRÉS À L'AUDIOVISUEL DANS LE BUDGET DE L'ÉTAT

A. UN FINANCEMENT PAR LA TVA SATISFAISANT MAIS DES INTERROGATIONS POUR L'AVENIR

1. Un *statu quo* apprécié des entreprises de l'audiovisuel public

La suppression de la CAP dans la loi de finances rectificative du 16 août 2022 a légitimement suscité des inquiétudes de la part des sociétés concernées. Pour autant, on constate que cette suppression n'a pas remis en cause l'existence du compte de concours financiers « Avances à l'audiovisuel public ».

Les recettes du compte sont désormais alimentées par une affectation d'une fraction du produit de la TVA correspondant au niveau de dépenses prévues par la trajectoire financière de l'audiovisuel public. **C'est donc une forme de *statu quo* qui prévaut dans l'affectation des recettes** puisque le niveau total des recettes est fixé en première partie du PLF et ne peut plus être modifié en seconde partie.

2. Une incertitude sur le financement de l'audiovisuel public à lever d'ici fin 2023

Le rapporteur a pu observer qu'**aucun des dirigeants des entreprises concernées n'a émis de réserve sur le financement par une part de TVA**. Plus encore, **un consensus semble se dégager sur le fait qu'il serait souhaitable de conserver un financement par la TVA après 2025**.

Si le niveau des recettes est préservé, on ne peut que regretter que le Gouvernement ait renoncé à créer une instance indépendante qui aurait été chargée de proposer une évaluation pluriannuelle des besoins de l'audiovisuel public comme le proposait le rapport du Sénat précité du 8 juin dernier. Le Gouvernement reste donc le seul décisionnaire pour évaluer et répartir les moyens qui figurent dans ce PLF.

Plus encore, l'incertitude demeure sur le mécanisme qui sera retenu à compter de 2025 pour financer l'audiovisuel public de manière pérenne.

Le rapporteur considère indispensable que le nouveau mode de financement figure dans les COM 2024-2028 qui seront établis avant la fin 2023.

B. DES CRÉDITS QUI S'INSCRIVENT DANS LE PROLONGEMENT DE LA TRAJECTOIRE BUDGÉTAIRE DE 2018

1. Une hausse des crédits en trompe-l'œil ?

Le PLF prévoit une hausse des crédits de plus de 3 %, ces derniers passant de 3,7 Mds€ à 3,816 Mds€. **Cette hausse doit néanmoins être nuancée car elle vise d'abord à neutraliser les effets fiscaux de la suppression de la CAP**, cette dernière ayant eu pour conséquence de soumettre les entreprises de l'audiovisuel public au paiement de la taxe sur les salaires.

Le montant total de taxe sur les salaires dont les entreprises devront s'acquitter en 2023 est évalué par la direction du budget à 42,6 M€.

2. Une compensation de l'inflation à confirmer

Les nouvelles dotations n'étant pas soumises à la TVA, les moyens seront en réalité plus importants pour les entreprises qui ne pouvaient la déduire (France Télévisions, Radio France et TV5 Monde) ce qui, selon le Gouvernement, doit permettre de compenser les surcoûts liés à l'inflation.

A contrario, pour France Médias Monde, Arte France et l'INA, la perte du droit de déduire la TVA a pour conséquence d'augmenter leurs charges de 15,4 M€ en 2022 et de 36 M€ en 2023 ce qui explique en particulier la hausse plus forte des moyens de France Médias Monde et de Arte France.

Lorsqu'on examine les chiffres dans le détail, on constate que **la hausse des crédits permet dans tous les cas de compenser les incidences fiscales de la suppression de la CAP**. Le Gouvernement estime par ailleurs que les moyens accordés permettent également de compenser les charges additionnelles induites par l'inflation à hauteur de 78,7 M€.

Les entreprises de l'audiovisuel public s'interrogent sur les conséquences que pourrait avoir en 2023 une inflation supérieure à la prévision officielle qui semble non dénuée d'optimisme.

DÉTAILS DES CRÉDITS 2023 DU COMPTE DE CONCOURS FINANCIERS AVANCES À L'AUDIOVISUEL PUBLIC

(en millions d'euros et hors taxes)

| | France Télévisions | Arte France | Radio France | France Médias Monde | Institut national de l'audiovisuel | TV5 Monde | Total |
|---|-----------------------|----------------|-----------------|---------------------------|--|--------------|-------------------------|
| Dotation 2022 dont crédits du plan de relance | 2 357,3 dont 22,5 | 272,9 | 576,7 dont 5 | 254,2 | 87,9 | 76,2 | 3 625,2 dont 27,5 |
| Compensation de l'augmentation tendancielle des dépenses et de l'inflation | 50,8 | 10,8 | 31 | 8,8 | 3,5 | 3,2 | 108,1 |
| Subvention d'investissement | | | 3,7 | | | | 3,7 |
| Assujettissement à la taxe sur les salaires | 22,4 | 0,8 | 12 | 5,3 | 1,5 | 0,6 | 42,6 |
| Compensation de la perte de droit à déduction de TVA | | 18,9 | | 16,4 | 0,7 | | 36 |
| Total dotation 2023 | 2 430,5 | 303,5 | 623,4 | 284,7 | 93,6 | 80 | 3 815,7 |

Source : *Projet annuel de performances Avances à l'audiovisuel public et direction générale des médias et industries culturelles*

2. L'ANALYSE DES CRÉDITS PAR OPÉRATEURS

Si des interrogations subsistent concernant la compensation des surcoûts engendrés par l'inflation, le rapporteur constate néanmoins que les moyens des entreprises de l'audiovisuel public sont globalement préservés en 2023.

Le PLF 2023 comprend deux caractéristiques : d'une part, cette année de transition avant la définition de nouveaux contrats d'objectifs et de moyens n'a pas donné lieu à un « durcissement » de la trajectoire baissière de 2018 et, d'autre part, *a contrario*, il n'y a pas de « coup de pouce » pour aider certaines entreprises à financer leurs projets prioritaires ce qui oblige ces dernières à dégager des marges de manœuvre en interne, à accroître leurs ressources propres à développer ou les contributions de certains partenaires.

A. FRANCE TÉLÉVISIONS : UNE CLARIFICATION STRATÉGIQUE DE PLUS EN PLUS NÉCESSAIRE

1. Une dégradation attendue de la situation de l'entreprise en 2022

La mise en œuvre du budget de France Télévisions en 2022 a donné lieu à trois évolutions notables par rapport au budget initial : un accroissement des recettes publicitaires (+ 7,3 M€), une augmentation du coût de grille due notamment à l'information, au sport et au programme national (+ 12,3 M€) et une nouvelle dotation à Salto à hauteur de 26,8 M€. Si le résultat d'exploitation demeure à l'équilibre, **le résultat net de l'entreprise devrait se dégrader en 2022 à - 31,8 M€.**

Concernant l'évolution de l'entreprise, on constate que la diminution du nombre de salariés qui avait été forte de 2017 à 2020 marque le pas aujourd'hui. Le plan de départs volontaires s'est traduit par 1 481 départs et 813 embauches, soit un solde négatif de 688 salariés entre juin 2019 et août 2022. L'État a participé à ce plan de départs à hauteur de 47,1 M€ sur 3 ans.

2. Un manque de visibilité stratégique pénalisant pour l'avenir

France Télévisions n'aborde pas l'année 2023 de la meilleure façon. **L'échec de la fusion entre TF1 et M6 laisse intacte la question de l'avenir de Salto qui demeure un centre de coûts important** tandis que l'entreprise reste en attente de décisions stratégiques qui lui permettraient de réduire ses coûts.

Alors que l'idée d'un **rapprochement organique entre France 3 et France Bleu** progresse dans les esprits, force est de reconnaître l'absence d'impulsion de la part de l'actionnaire alors qu'une telle évolution permettrait des économies substantielles.

Au final, le groupe public demeure dans le flou à la fois concernant sa stratégie numérique et son organisation territoriale.

3. Des interrogations sur le financement de certains programmes

Dans ces conditions, de nombreux périls menacent l'entreprise : une baisse des recettes publicitaires n'est pas à exclure en 2023 en cas de récession aggravée et des tensions sur les coûts pourraient s'accroître si l'inflation poursuit son ascension au-delà de la prévision officielle. **La direction de l'entreprise évalue à 95 M€ la hausse des charges induite par l'inflation, l'assujettissement à la TVA et la hausse de certains reversements.** Elle estime que la hausse des concours publics évaluée à 50,8 M€ ne permettra pas de compenser la totalité des charges.

De son côté, le Gouvernement estime que la comparaison pertinente doit être faite entre les crédits de 2022 hors taxes et les crédits prévus en 2023 TTC car la nouvelle ressource n'est pas soumise à la TVA. De ce fait, la hausse des moyens alloués à l'entreprise à hauteur de + 73,2 M€ permettrait de couvrir les surcoûts induits par les effets de l'inflation en plus du coût de la taxe sur les salaires.

Lors de son audition, la présidente-directrice générale de France Télévisions, Delphine Ernotte Cunci, a indiqué qu'il devenait impossible de construire l'équilibre budgétaire sans toucher à la qualité des programmes.

Le rapporteur considère que France Télévisions fait aujourd'hui face à ses choix (l'échec coûteux de Salto) et ses non-choix concernant l'insuffisance des mutualisations avec les autres entreprises de l'audiovisuel public.

B. ARTE France : DES MOYENS INSUFFISANTS POUR L'AMBITION CULTURELLE ET EUROPÉENNE DE LA CHAÎNE

1. Un « petit rebond » des moyens pour un simple rattrapage

Les moyens d'ARTE France connaissent une hausse de près de 9 % pour atteindre 303 M€. Cette hausse met un terme à une baisse continue des moyens depuis 2018 qui a sensiblement pénalisé le développement de la chaîne franco-allemande.

Le président d'Arte France, Bruno Patino, estime que ce « petit rebond » de près de 25 M€ ne permettra pas de reprendre le développement de l'entreprise d'autant plus qu'il servira en particulier à compenser les charges nouvelles que représentent la non-déductibilité de la TVA et l'assujettissement à la taxe sur les salaires qui devraient peser à hauteur de 19,7 M€ dans les comptes d'ARTE France en 2023. La hausse des crédits doit permettre également de compenser la hausse des charges liées à l'inflation à hauteur de 1,6 M€.

Les moyens restants évalués à 9,3 M€ serviront à reconstituer les stocks de programmes, à compenser la hausse du coût des programmes et à accroître les réserves de l'entreprise.

2. Des moyens insuffisants pour permettre le lancement de la plateforme européenne d'ARTE

Les moyens accordés ne devraient pas permettre à ARTE de lancer son projet de plateforme européenne. C'est une nouvelle occasion manquée alors que les relations franco-allemandes ont connu des jours meilleurs et que ce projet aurait pu donner du sens au 60^{ème} anniversaire du traité de l'Élysée qui sera célébré le 22 janvier 2023.

Si la technologie de cette plateforme est aujourd'hui prête, il manque encore un stock de programmes suffisant puisque l'offre disponible s'établit à 450 heures contre un objectif de 5 000 heures nécessaires. La direction d'ARTE France estime qu'un soutien de l'actionnaire français est indispensable pour créer un effet de levier au niveau européen.

La DGMIC considère que le projet de plateforme pourrait être discuté dans le cadre du prochain COM. Le rapporteur regrette ce nouveau report du soutien à ce projet d'ARTE qui constitue une initiative indispensable pour faire émerger une offre alternative de qualité aux grandes plateformes américaines.

3. Une prolongation de deux ans du COM d'ARTE France pour se caler sur le contrat de groupe

Alors que les COM des autres sociétés de l'audiovisuel public devraient être prolongés d'un an, celui d'ARTE France le sera de deux ans, jusqu'à la fin 2024 afin de pouvoir ensuite se caler sur le contrat de groupe d'ARTE.

Cette prolongation de deux ans permet, certes, d'inscrire dans le temps l'arrêt de la baisse des moyens, mais elle risque également de repousser les choix stratégiques concernant en particulier le financement de la plateforme européenne.

Le rapporteur souhaite que des moyens suffisants soient dégagés dans les meilleurs délais afin de permettre le lancement de la plateforme européenne d'ARTE.

C. RADIO FRANCE : UNE RÉTICENCE À « JOUER COLLECTIF » QUI INTERROGE

1. Des priorités à clarifier pour la nouvelle présidence de Radio France

La situation de Radio France apparaît paradoxale à maints égards. Fort de ses bonnes audiences et du succès de sa stratégie numérique, l'entreprise pourrait prétendre à montrer le chemin d'une stratégie ambitieuse pour un audiovisuel rassemblé.

Au lieu de cela, **l'entreprise semble avancer à reculons face aux différentes tentatives de rapprochements** (gouvernance commune, France 3/France Bleu, formation...) et n'hésite pas à accroître autant que possible ses ressources publicitaires, notamment digitales, au risque de porter atteinte à sa singularité et de réduire, par voie de conséquence, son attractivité.

Faute de pouvoir disposer d'un nouveau COM pour définir les priorités de l'entreprise, **c'est le renouvellement du mandat de la présidence de Radio France qui devrait permettre à l'ARCOM de préciser le cap pour les années à venir**, dans l'attente de la détermination des choix de l'actionnaire dans le cadre du COM 2024/2028 et d'une éventuelle réforme législative.

Le rapporteur considère que l'accélération des mutualisations dans l'audiovisuel public devrait constituer une priorité du mandat de la nouvelle présidence de Radio France.

2. Une légère dégradation des résultats en 2022

Concernant la situation en 2022, l'entreprise a connu une progression de ses recettes publicitaires notamment sur le numérique par rapport au budget initial. **Le montant total des recettes publicitaires de Radio France devrait en effet progresser de 3 M€ en 2022 pour atteindre 63,6 M€, les recettes digitales passant pour leur part de 13,55 M€ à 15,27 M€.**

Les charges devraient s'alourdir du fait d'un renchérissement du coût des achats et d'une hausse des charges de personnel. Au final, le résultat net qui aurait dû être positif (+ 1,28 M€) devrait se transformer en déficit en fin d'année (- 1,7 M€).

3. Une compensation incomplète des charges nouvelles en 2023 ?

Pour 2023, **la dotation attribuée à Radio France qui s'établit à 623,4 M€** inclut 13,7 M€ de subvention d'investissement et 12 M€ pour compenser l'assujettissement à la taxe sur les salaires. La direction de l'entreprise estime que la dotation ne prend en compte qu'une partie des coûts liés à l'évolution mécanique des charges et aux coûts liés à l'inflation que subit l'entreprise. **Elle chiffre les surcoûts liés à l'inflation à 5 M€ en 2022 et à 15 M€ en 2023.**

Concernant l'évolution des effectifs, l'entreprise estime que 85 % de l'objectif du plan de rupture conventionnelle collective (RCC) seront atteints d'ici fin 2022. La participation de l'État aura été de 16,6 M€ sur trois ans. La transformation de l'entreprise est appelée à se poursuivre mais, faute de nouveau COM, les décisions stratégiques sont reportées à l'année prochaine.

D. L'INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL (INA) : UNE DOTATION INADAPTÉE SUSCEPTIBLE D'ÉVOLUER ?

1. Une progression contenue des moyens

L'INA connaît une hausse de ses moyens de 4,84 % à 93,6 M€. Cette hausse des moyens sera utilisée pour compenser l'assujettissement à la taxe sur les salaires à hauteur de 1,5 M€ et la perte du droit à déduction de TVA pour 0,7 M€.

La direction estime également que l'institut devra faire face à une hausse de ses charges due à l'inflation comprise entre 8 et 10 M€ qui ne sera compensée qu'à hauteur de 3,5 M€ par la dotation publique.

2. Une évaluation incomplète de la situation et des besoins de l'INA ?

En dépit de cet accroissement des crédits, **le président de l'INA considère que les besoins de son établissement n'ont pas été justement pris en compte.** Il estime que l'établissement du budget 2023 est dans ces conditions soumis à des prévisions peu réalistes d'évolution des ressources propres qui pourraient aboutir *in fine* à un déficit.

La DGMIC reconnaît que la dotation de l'INA a été arrêtée à un moment où les projections d'activité sur 2023 n'étaient pas encore parfaitement définies ce qui explique la différence d'appréciation. Le dialogue est toutefois maintenu entre l'établissement et sa tutelle et des ajustements ne sont pas exclus.

3. Des coopérations avec les autres acteurs publics en attente

Une des rares avancées en termes de mutualisations des COM 2019-2022 concernait le projet de confier à l'INA la responsabilité de la formation initiale et continue des salariés de l'audiovisuel public. Même si l'objectif demeurerait flou dans le COM, des discussions ont eu lieu en 2021 entre les différents acteurs qui laissaient augurer une issue favorable. **L'INA a ainsi pu concevoir les statuts d'une filiale commune** permettant à la fois de mutualiser les moyens et les budgets mais également de développer une culture commune fondée sur l'innovation et l'éditorialisation dans un monde de plus en plus digital.

Le projet de filiale commune consacrée à la formation est aujourd'hui en attente d'un arbitrage final des tutelles qui se fait attendre, ce qui affaiblit une stratégie de mutualisations déjà mal-en-point.

E. FRANCE MÉDIAS MONDE : UN RÔLE INDISPENSABLE DANS UN MONDE TROUBLÉ

1. Une réaffirmation du rôle essentiel de l'audiovisuel extérieur

Alors que les moyens consacrés à l'audiovisuel extérieur n'ont pas échappé à la baisse décidée en 2018 et que des ajustements ont été mis en œuvre dans les modes de diffusion (Monte Carlo Doualiya) et de distribution, l'actualité vient rappeler le rôle essentiel de France Médias Monde (FMM) dans un monde traversé par les conflits. **Rarement la nécessité pour la France de disposer d'un opérateur audiovisuel de taille mondiale n'aura paru aussi nécessaire pour rendre compte de la situation en Ukraine, en Iran et au Mali.**

La hausse des moyens de 9,7 % en 2023 à 284 M€, la plus importante en proportion¹, semble démontrer que le Gouvernement est conscient des enjeux. Comme pour les autres entreprises, cette hausse des moyens servira également à compenser la taxe sur les salaires évaluée à 5,3 M€ et la suppression de la déductibilité de la TVA à hauteur de 16,4 M€. La dotation doit également permettre de compenser les surcoûts liés à l'inflation à hauteur de 6,2 M€.

2. Un budget « conservatoire »

Au final, la hausse des moyens doit donc être relativisée. **Le budget 2023 sera, selon la présidente-directrice générale de FMM, Marie-Christine Saragosse, « conservatoire ».** Certains projets financés par des ressources externes comme le projet Afrikabaaru (langues africaines) et la rédaction ukrainienne à Bucarest devront être absolument prolongés, ce qui nécessitera des choix.

3. La nécessité de mieux mobiliser les financements de l'aide au développement

La suppression de la CAP pose une difficulté spécifique à FMM qui craint toujours d'être requalifié dans certains pays comme « média d'État » si son financement n'est plus suffisamment indépendant. Ce risque est d'autant plus important que les observateurs étrangers ont tendance à ne regarder que la nature du financement sans s'attarder sur les autres dimensions de l'indépendance (gouvernance, liberté éditoriale...). Il apparaît donc indispensable de ne pas ignorer cette difficulté et de **réfléchir au moyen d'apporter des garanties spécifiques concernant l'avenir du financement de l'audiovisuel extérieur.**

Une des pistes pour FMM peut consister au développement d'une ressource issue de l'aide française au développement.

La direction de France Médias Monde souhaite que les nouveaux projets menés notamment en Afrique puissent bénéficier de concours de l'AFD dans la durée de la même façon que la BBC bénéficie de l'aide au développement britannique.

F. TV5 MONDE : UN DÉVELOPPEMENT RÉSILIENT GARANT DE L'ATTRACTIVITÉ DU MODÈLE

1. Un rattrapage de la contribution française bienvenu

Les moyens de TV5 Monde augmentent de 2,82 % à près de 80 M€. Cette hausse devrait permettre à la France de rattraper son retard de financement et de compenser la taxe sur les salaires (0,6 M€) et les surcoûts liés à l'inflation à hauteur de 3,2 M€. **Le rattrapage français devrait permettre aux autres actionnaires d'accroître à leur tour leur contribution à compter de 2024.**

¹ Arte France (+8,91%), Radio France (+5,88%), INA (+4,34%), TV5 Monde (+2,82%), FTV (+0,99%).

2. Une présence mondiale préservée dans un contexte compliqué

La présence de la chaîne francophone internationale demeure soumise aux contraintes sanitaires dans de nombreux pays où la Covid-19 est encore très active (Amérique latine, Chine...). Par ailleurs, TV5 Monde a réussi à maintenir une couverture partielle en Russie grâce au basculement de sa diffusion sur le satellite HB13 qui permet d'atteindre 1,7 million de foyers.

La plateforme TV5 Monde + poursuit son développement avec 7 000 heures de programmes et 1,8 million de visiteurs par mois en 2022 originaires en particulier d'Algérie, de France, du Maroc, d'Espagne et de République démocratique du Congo. TV5 Monde vient également de lancer sa chaîne jeunesse dans le monde arabe.

3. La poursuite du développement du nombre des actionnaires

La Principauté de Monaco a adhéré à TV5 Monde le 13 décembre 2021 et est représentée par la nouvelle chaîne publique Monte-Carlo Riviera très impliquée sur l'environnement, l'éducation et le sport. Des discussions sont en cours avec la Principauté d'Andorre en vue d'une adhésion.

En conclusion, après l'absence de réforme de l'audiovisuel public au cours du précédent quinquennat, le rapporteur ne peut cacher sa déception du report de toute décision à plus tard. L'urgence d'une réforme de grande ampleur est pourtant partagée à la fois par le président de l'ARCOM et la présidente de France Télévisions, conscients que les transformations en cours ne peuvent s'accommoder du *statu quo* dans l'audiovisuel public.

La réforme du financement de l'audiovisuel public est aujourd'hui au milieu du gué. Le régime transitoire adopté jusqu'à la fin 2024 reposant sur une part de TVA donne aujourd'hui satisfaction aux entreprises de l'audiovisuel public mais les interrogations subsistent sur le régime pérenne qui sera adopté. À court terme, la hausse des crédits prévue dans le PLF 2023 permet de compenser les effets fiscaux de la suppression de la CAP et de limiter l'impact de l'inflation.

Le rapporteur a pris acte du caractère conservatoire du budget 2023 mais il appelle à des décisions ambitieuses dès l'année prochaine afin de clarifier enfin l'organisation, la gouvernance et le financement de l'audiovisuel public.

En conséquence, la commission de la culture, de l'éducation et de la communication a décidé, lors de sa réunion plénière du 16 novembre 2022, de s'abstenir sur l'adoption des crédits du compte de concours financiers « Avances à l'audiovisuel public » du projet de loi de finances pour 2023 et s'en remettra, dans ces conditions, à la sagesse du Sénat.



Laurent Lafon

Président
de la commission
Sénateur
du Val-de-Marne
(Union Centriste)



**Jean-Raymond
Hugonet**

Rapporteur pour avis
Sénateur
de l'Essonne
(Les Républicains)

Commission de la culture, de l'éducation
et de la communication

<http://www.senat.fr/commission/cult/index.html>

Téléphone : 01.42.34.23.23

Consulter le dossier législatif :

[http://www.senat.fr/dossier-legislatif/
pjlf2023_com.html](http://www.senat.fr/dossier-legislatif/pjlf2023_com.html)