

## **- France Télévisions Publicité – Les nouveaux contrats d'échange**

Dans son rapport particulier de mars 2005 sur les comptes, l'activité et la gestion de France Télévisions Publicité, pour les exercices 1996 à 2002, la Cour avait observé que la régie publicitaire du groupe France Télévisions avait souscrit avec des pools d'annonceurs des contrats d'échange d'espace publicitaire contre des biens ou prestations de service. Cette pratique présentait un risque non seulement pour elle mais aussi pour la société holding. Après que des premières mesures ont été prises par le comité d'audit du groupe, le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie a informé la Cour des décisions arrêtées pour limiter les risques actuels et pour les éliminer à l'avenir.

### **1 - Les nouveaux contrats d'échange**

L'objet de ces contrats n'est pas, comme dans les contrats d'échange classiques (dits « accords chaînes »), une relation directe entre une chaîne (par l'intermédiaire de la régie) et un annonceur. Dans ce nouveau mécanisme, la chaîne vend des espaces publicitaires à des sociétés d'échange qui s'acquittent du prix pour partie en numéraire, pour partie par l'octroi à la chaîne de crédits d'achat. Ces crédits d'achat sont utilisables pour le règlement partiel de l'acquisition de biens ou services produits ou fournis par les annonceurs. En effet, les contrats en cause stipulent que le règlement de ces acquisitions doit s'opérer en partie par l'utilisation de crédits d'achat, en partie (de 50 à 90 %) en numéraire. Dans l'hypothèse où la part en numéraire est de 50 %, la chaîne contracte donc une quasi obligation d'achat d'un montant double du prix des écrans acquitté sous la forme de crédits d'achat.

Ces relations ont fait l'objet de différents contrats dont les plus significatifs ont été conclus avec deux sociétés. Pour la première, deux contrats cadre, signés les 20 février 2002 et 15 août 2003 pour trois ans et prorogeables un an, sont respectivement d'un montant de 7,6 M€ et de 18 M€. Avec la seconde société, des accords spécifiques à chaque opération ont conduit à une consommation de publicité de 4,6 M€ en contrepartie d'achats à hauteur de 1,5 M€.

## 2 - Des risques non négligeables

Ces contrats, dont les montants dépassaient en 2003 ceux des contrats d'échange classiques, dans lesquels la chaîne négocie avec les annonceurs, par l'intermédiaire de la régie, des accords de troc non assortis d'obligations d'achat supérieures au prix des écrans cédés, conduisent à créer des situations de « fournisseurs obligés », qui peuvent battre en brèche les principes de mise en concurrence et de regroupement des commandes qui fondent la politique des achats du groupe. Ils peuvent également entraîner une sous-utilisation des droits d'achat des chaînes. Ainsi, au 30 novembre 2003, le solde non utilisé des droits d'achat s'établissait à 12,4 M€

La réponse à la Cour a permis d'actualiser les données. Au rythme de consommation de ces crédits tel qu'il apparaissait au cours du premier semestre 2004, le stock de crédits au 31 décembre 2003 aurait été « consommé » en plus de 9 ans.

La Cour avait en outre noté que ni le conseil d'administration ni la direction financière du groupe France Télévisions n'avaient été informés de la signature de ces engagements pluriannuels, que la direction financière du groupe et les commissaires aux comptes s'étaient d'ailleurs inquiétés de cette situation lors de l'arrêté des comptes 2002 et que, dans un rapport de décembre 2003, la direction de l'audit interne du groupe avait appelé à une remise à plat des contrats impliquant une plus grande transparence comptable et la mise en œuvre de plans d'achats intégrant en amont les contraintes afférentes à ces mécanismes.

## 3 - Mesures prises à la suite des interventions de la Cour

Lors de la contradiction précédant le rapport particulier, le directeur du Trésor avait souligné qu'il était « *très attaché à ce qu'il soit mis fin à la pratique des contrats d'échange* » et rappelait, ainsi que le contrôleur d'Etat, que le comité d'audit du groupe avait demandé que ces contrats soient suspendus, voire dénoncés.

Dans une lettre du 21 avril 2005, le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie a informé la Cour qu'il partage son avis sur les risques et les inefficacités de gestion associés à cette pratique et qu'il a demandé à l'Agence des participations de l'Etat de veiller à ce que les recommandations du comité d'audit soient mises en œuvre.

La direction du groupe est entrée en négociation durant l'année 2004 avec la société qui avait signé les deux contrats cadre en 2002 et 2003, afin d'y mettre un terme aussi rapidement que possible dans des conditions financières acceptables. En janvier 2005, ces discussions ont débouché sur la conclusion d'un avenant au contrat d'août 2003 liant France Télévisions à cette société. Cet avenant accroît la part des paiements en numéraire de la société sur l'espace publicitaire consommé en 2003 et 2004, et reporte l'échéance d'utilisation des crédits d'achat résiduels de la mi-2006 au 31 décembre 2007. Par ailleurs, l'engagement a été pris devant le comité d'audit de ne plus signer à l'avenir de contrats de ce type.

---

**RÉPONSE DU MINISTRE DE LA CULTURE ET DE LA  
COMMUNICATION**

*Le ministère de la culture et de la communication partage les critiques formulées par la Cour sur les risques induits par le recours de France Télévisions Publicité aux contrats d'échange. En effet, outre que cette pratique ne permet pas d'offrir toutes les garanties de mise en concurrence qui doivent fonder la politique d'achats du groupe, le ministère de la culture et de la communication relève, à l'instar de la Cour, qu'elle a conduit à l'accumulation de crédits d'achats non-consommés dans des proportions préoccupantes.*

*A cet égard, le ministère de la culture et de la communication se félicite des mesures prises à la suite de l'intervention de la Cour et des administrations de tutelle, s'agissant du recours aux nouveaux contrats d'échanges. Le groupe France télévisions s'est en effet attaché à renégocier les contrats d'échanges conclus en 2002 et 2004. Ces discussions ont permis la conclusion d'un avenant augmentant la part des paiements en numéraire et reportant l'échéance d'utilisation du reliquat de crédits d'achat au 31 décembre 2007.*

*Par ailleurs, le ministère de la culture et de la communication relève que la procédure qui a conduit France télévisions Publicité à recourir à ces contrats n'est pas satisfaisante. Comme le souligne la Cour, ni le conseil d'administration du holding ni la direction financière du groupe n'avaient été informés de la signature de ces contrats.*

*De ce point de vue, le ministère de la culture et de la communication souhaite préciser que l'administrateur représentant la Direction du développement des médias (DDM) au comité d'audit de France Télévisions veillera à ce que le comité d'audit obtienne la mise en place au sein du groupe France télévisions de procédures adéquates afin que ces pratiques contractuelles ne se renouvellent pas.*

*En outre, le ministère de la culture et de la communication s'attachera, dans le cadre de la négociation du prochain contrat d'objectifs et de moyens qui liera l'Etat et le groupe France Télévisions, à déterminer les voies et moyens d'une amélioration de l'audit et du contrôle interne du groupe.*

---

*RÉPONSE DU DIRECTEUR GÉNÉRAL DE FRANCE TÉLÉVISIONS  
PUBLICITÉ*

*Les contrats d'échange d'espace publicitaire contre des biens ou prestations de service ont été signés avec des sociétés d'échange. Ces sociétés mettent en relation leurs clients, fournisseurs de biens et de services, avec d'autres sociétés. Elles apportent aussi du chiffre d'affaires aux chaînes en présentant à France Télévisions Publicité des annonceurs.*

*Le paiement est délégué à la société d'échange, qui paie pour partie en numéraire, pour partie en crédits d'achats. Ceux-ci doivent être consommés par les chaînes dans un délai donné.*

*Il est important de rappeler que les échanges effectués le sont **uniquement** avec des annonceurs qui investissent ainsi des budgets supplémentaires sur les chaînes de France Télévisions, ou de nouveaux annonceurs. Ce sont donc bien des budgets **supplémentaires** qui ont été apportés grâce à ces contrats d'échange.*

*Il existe effectivement des risques de non-consommation des crédits d'achats par les chaînes, au regard du rythme de consommation sur les deux dernières années.*

*Il n'y a par contre pas de risque d'un point de vue comptable. En effet, le chiffre d'affaires généré par ces contrats d'échange n'est comptabilisé dans les recettes des chaînes que lorsque le crédit d'achat est consommé. Seule la partie de chiffre d'affaires correspondant à la partie réglée en numéraire est immédiatement comptabilisée.*

---