

# **Déclaration de Performance Extra- Financière**

**ARTE France**

**2018**

# Sommaire

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Préambule .....                                                                                        | 3  |
| Modèle d'affaires .....                                                                                | 3  |
| Principaux enjeux et risques.....                                                                      | 5  |
| Politiques menées et résultats .....                                                                   | 9  |
| I. Les conséquences sociétales de l'activité.....                                                      | 9  |
| I.1 Diversité dans les programmes .....                                                                | 9  |
| I.2 Assurer l'accessibilité des programmes et des offres à tous.....                                   | 10 |
| I.3 Respect des règles éthiques et déontologiques.....                                                 | 11 |
| I.4 Promouvoir les comportements responsables.....                                                     | 12 |
| I.5 Améliorer la transparence de l'activité .....                                                      | 12 |
| II. Les conséquences sociales de l'activité.....                                                       | 12 |
| II.1 Diversité de la société dans l'entreprise.....                                                    | 13 |
| II.2 Favoriser la qualité et le bien-être au travail .....                                             | 14 |
| II.3 Moderniser l'entreprise.....                                                                      | 14 |
| III. Les conséquences environnementales de l'activité .....                                            | 14 |
| III.1 Diminuer la consommation de ressources .....                                                     | 14 |
| III.2 Améliorer la gestion des déchets .....                                                           | 16 |
| III.3 Prendre en compte les impacts environnementaux liés au numérique et à la dématérialisation ..... | 16 |
| IV. Note Méthodologique .....                                                                          | 16 |
| Tableau de concordance pour la Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF).....                 | 17 |

# Préambule

L'affirmation du caractère responsable et innovant de l'entreprise est un élément fort du COM 2017-2021 d'ARTE France et du Projet de Groupe 2017-2021.

Dédiée à la culture, ARTE défend les valeurs humanistes européennes, elle fait preuve d'ouverture, de tolérance et de responsabilité. La chaîne a une responsabilité particulière en tant que média public, culturel et européen. Un lien de confiance lie ARTE et le public. Elle est régulièrement classée parmi les médias bénéficiant d'une image très positive en France et en Allemagne et s'engage sur des thématiques chères aux citoyens européens : l'éthique citoyenne ; la lutte contre les inégalités, qu'elles soient sociales, culturelles, économiques, géographiques, liées au genre ou au handicap ; le développement durable. Ces sujets font l'objet d'une attention particulière des équipes et, en parallèle, ARTE mène depuis quelques années une politique volontariste pour s'inspirer des valeurs promues dans ses programmes dans ses modes de fonctionnement et ses liens avec les professionnels et le public.

## Modèle d'affaires

### Les principales activités par entité :

#### **ARTE France :**

ARTE France a pour mission de concevoir, programmer et faire diffuser des émissions de télévision à objet culturel, réalisées en tenant compte du caractère international et plus particulièrement européen de son public.

#### **ARTE France Développement :**

ARTE France Développement gère l'activité d'édition des droits vidéo sous forme de vidéogrammes, détenus sur des émissions diffusées par le GEIE ARTE.

ARTE France Développement assure aussi une activité de prestation audiovisuelle, qui la conduit notamment à participer à la fabrication d'émissions pour le Groupe ARTE, une activité de recouvrement des recettes nettes – parts producteur (RNPP) ainsi qu'une activité VOD/SVOD institutionnelle qui regroupe plusieurs offres (Educ'ARTE, Médiathèque Numérique et autres activités VOD institutionnelle)

#### **ARTE France Cinéma :**

Cette filiale a pour objet la production et la coproduction de films cinématographiques, ainsi que l'acquisition de tous droits d'exploitation de films cinématographiques.

### Le modèle économique :

Les ressources financières d'ARTE France proviennent majoritairement de la contribution à l'audiovisuel public (CAP). En 2018, la CAP perçue est de 279,55 M€.

En ajoutant les recettes diverses, les ressources 2018 d'ARTE France atteignent 282,83 M€.

La majorité de ces ressources est employée au financement des programmes (coproductions et achats) en ligne avec la stratégie éditoriale. Ainsi, 152,95 M€ ont été consacrés aux investissements directs dans les programmes en 2018, soit une progression de + 1,92 % par rapport à l'exercice 2017.

Cela a notamment permis à ARTE d'élargir son public en 2018 et d'atteindre des niveaux records d'audience en 2018 à l'antenne (France : 2,4 % / + 60 % vs 2011 – Allemagne : 1,12 % / + 50 % vs 2011) et pour ses offres numériques : avec 55,4 millions de vidéos vues/mois, l'offre numérique d'ARTE a progressé de + 50 % en un an.

En 2018, ARTE France Cinéma a investi 9,98 M€ en parts de coproduction et en parts antenne dans 21 long-métrages de fiction, 4 documentaires et 1 film d'animation. L'obligation pour ARTE France d'investir au moins 3,5 % de son chiffre d'affaire dans le cinéma d'auteur européen est respectée.

### **Organisation et gouvernance :**

ARTE GEIE (442 ETP permanents), dont le siège est à Strasbourg, a été créé en 1991 après la signature du traité inter-étatique relatif à la chaîne européenne du 2 octobre 1990 entre les Länder allemands et la France. Les deux membres du GEIE sont ARTE France (280 ETP) et ARTE Deutschland (siège à Baden-Baden).

Ces deux membres agissent à parité en tant que pôles d'édition et de fourniture de programmes. Environ 80 % d'émissions proviennent à part égales d'ARTE France et d'ARTE Deutschland. La dernière part (20 %) est fournie par ARTE GEIE et ses partenaires européens (autres chaînes publiques européennes).

Le GEIE a pour objectif de concevoir, réaliser et diffuser, ou faire diffuser, par satellite ou par tout autre moyen, des émissions de télévision ayant un caractère culturel et international au sens large, et propres à favoriser la compréhension et le rapprochement des peuples en Europe.

L'Assemblée Générale (AG), constituée des représentants des membres fondateurs (ARTE France et ARTE Deutschland) et des membres associés (chaînes publiques européennes), décide des grandes orientations y compris éditoriales, vote le budget et nomme le Comité de gérance chargé de diriger la chaîne au quotidien.

Le Comité de gérance (CDG) rend compte régulièrement de son action à l'Assemblée Générale. Les représentants d'ARTE France et d'ARTE Deutschland prennent part aux réunions élargies du Comité de gérance (CDGE).

La Conférence des Programmes (CP – PK) établit la grille des programmes approuvée par l'AG et choisit les émissions qui seront diffusées. Le Comité consultatif des programmes (CCP) apporte également ses conseils en matière éditoriale. Ses membres, huit Français et huit Allemands, sont des personnalités de la vie civile et culturelle de leur pays respectifs.

## Positionnement dans la filière :

Les engagements directs d'ARTE France dans les programmes, investis en productions, préachats et achats de programmes destinés à alimenter tous les supports de diffusion, représentent **152,95 M€ en 2018**.

Ces investissements sont majoritairement consacrés aux œuvres de création européenne. Les productions d'œuvres françaises et européennes (cinéma, fiction, documentaire et spectacle) constituent le socle indispensable de l'ADN de la chaîne, qui a ainsi programmé près de 90 % d'œuvres européennes en 2018.

La grande majorité des productions d'ARTE France sont confiés à des sociétés de production extérieures. Ainsi en 2018, plus de 300 sociétés de productions ont été sollicitées par ARTE France pour réaliser le plan de production, soit 838 heures de programmes pour l'antenne et 398 heures de programmes numériques.

## Les perspectives d'avenir :

Le Contrat d'Objectifs et de Moyens (COM) conclu entre l'Etat et ARTE France arrête les orientations stratégiques de la chaîne et détermine les moyens alloués. L'actuel COM couvrant la période 2017 – 2021 intègre 9 indicateurs de suivi de ces orientations :

- Franchir un nouveau cap éditorial en proposant plus de programmes inédits et de créations originales ;
- Se déployer en Europe et accroître la nature européenne des programmes ;
- Etre une entreprise responsable et innovante.

Tout en continuant à défendre ses valeurs fortes d'ouverture sur le monde, d'émancipation par la culture et de responsabilités, ARTE a l'ambition de s'adapter aux évolutions profondes du secteur audiovisuel. Pour faire face à une concurrence plus vive et plus mondialisée, ARTE poursuit la mise en œuvre d'une stratégie globale en :

- Déclinant une offre singulière et inédite.
- Proposant son offre, partout, pour tous les publics, à tout moment et sur tous les supports, linéaires et non-linéaires.
- Sachant faire évoluer ses offres pour tenir compte des nouveaux usages.

Ces ambitions s'inscrivent dans un contexte d'économies demandées à l'audiovisuel public : le projet de loi de finances 2019 prévoit d'allouer à ARTE France un niveau de CAP en diminution (- 2 M€) par rapport à 2018 pour s'établir à 277,50 M€.

## Principaux enjeux et risques

ARTE est une chaîne éthique, attachée au développement durable, ouverte sur l'innovation et les évolutions de la société. L'absence de publicité sur son antenne lui garantit, en outre, une indépendance précieuse à l'égard des annonceurs et des acteurs économiques. Entreprise de l'audiovisuel public, la chaîne souhaite continuer à être en adéquation dans ses modes de

fonctionnement et ses liens avec les professionnels et le public avec les valeurs promues par ses programmes.

Pour y répondre, depuis 2017, ARTE France a mis en place une stratégie de Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE) irriguant l'ensemble de ses activités et établit un Plan d'actions.

La première étape de la démarche RSE de l'UES ARTE France a consisté à **élaborer un diagnostic grâce à une large concertation avec les salariés**. Une vingtaine de réunions avec l'ensemble des Directeurs et leurs services (programmes, ressources humaines, services généraux, communication, informatique, juridique, finance...) a permis d'associer plus de 200 personnes à la réflexion et de faire émerger un fort intérêt de principe. Ces échanges très riches d'interactions ont servi à répertorier les bonnes pratiques déjà en place, à envisager de possibles améliorations et à identifier collectivement les principaux enjeux de l'entreprise.

Un séminaire de réflexion s'est tenu en juin 2017, ouvert à tous, sur la base du volontariat. Des ateliers participatifs ont permis d'échanger transversalement et de formuler des axes de travail concrets autour des thématiques qui avaient fortement émergé. Les actions menées ont permis une large écoute et une sensibilisation générale des salariés.

Quatre thématiques ont été identifiées grâce à la réflexion collective :

- Minimiser l'impact environnemental
- Promouvoir les comportements responsables
- Garder l'humain au centre du travail
- Cultiver la diversité

Cette démarche a abouti à la mise en forme par la Direction de l'entreprise d'un Plan d'actions RSE à l'été 2017, avec l'aval de la Présidente d'ARTE France. Ce Plan d'actions a été présenté au Comité d'Entreprise à l'automne puis à l'ensemble des salariés en décembre 2017.

Les enjeux ont été identifiés par l'UES ARTE France sur la base du diagnostic et des objectifs décrits dans le COM 2017-2021, du Plan d'actions RSE et du modèle d'affaires de l'entreprise. A chaque enjeu est rattaché un ou plusieurs risques : risques d'image et de réputation, risques environnementaux, risques de sécurité ou risques financiers. Afin d'approfondir cette démarche, le Comité d'audit du 15 février 2019 a retenu l'établissement de la cartographie des risques au plan d'audit 2019. Cette cartographie, une fois établie, permettra d'enrichir les analyses du DPEF 2019.

#### **- Enjeux liés aux conséquences sociétales de l'activité :**

ARTE incarne une voie européenne unique en son genre, qui va à l'encontre de la standardisation des programmes à l'œuvre dans l'audiovisuel. Elle propose une autre voie, qui revendique la créativité, l'ouverture au monde, et qui accorde une place centrale à l'imaginaire. Ce projet de « *compréhension et de rapprochement entre les peuples en Europe* » est au fondement même de la chaîne. **La prise en compte et la représentation de la diversité de la société, que ce soit à l'antenne ou au sein de ses structures** font partie de ses missions prioritaires. Elle constitue pour ARTE un enjeu déterminant pour la confiance de ses téléspectateurs et de ses partenaires et réduit son risque d'image que pourrait engendrer les manquements à ces valeurs fondatrices.

Acteur public, culturel et européen, ARTE doit incarner un repère et une force d'entraînement aux côtés du secteur de la production indépendante. Le soutien d'ARTE au cinéma d'auteur français et européen à travers sa filiale de coproduction ARTE France Cinéma et ses achats destinés à l'antenne est de plus en plus important pour l'économie du secteur. L'économie de la musique en profonde mutation bénéficie du soutien apporté par la chaîne à la captation de spectacles et de concerts. ARTE France doit poursuivre ses efforts de financements dans les programmes.

**ARTE lutte contre le racisme, contre l'antisémitisme et toutes formes de rejet de la différence et de l'altérité.** Résolument engagée **pour l'égalité Femmes/Hommes** et dans la lutte contre les violences faites aux femmes et contre le sexisme, ARTE affirme cette conviction **au sein de l'entreprise et dans sa programmation.**

Avec des œuvres arrimées au réel et tournées vers l'avenir, ARTE souhaite non seulement donner des clés d'analyse, de décryptage mais aussi, grâce au pouvoir de l'imaginaire et des idées, **élargir le champ de vision de son public** notamment **en faveur du développement durable et de l'économie circulaire.**

Chaîne à vocation citoyenne, ARTE se doit **d'atteindre de nouveaux publics, notamment les jeunes et les publics éloignés de la culture.**

Dans ses pratiques internes, l'UES ARTE France se doit de **respecter les règles éthiques et déontologiques** et de **promouvoir les comportements responsables**, tout en **améliorant la transparence de son activité.**

#### **- Enjeux liés aux conséquences sociales de l'activité :**

Dans un univers en pleine mutation, le développement et la fidélisation de ses talents sont considérés par ARTE comme de forts enjeux. Ainsi, la chaîne se doit de mener une politique sociale engagée afin de ne pas s'exposer au risque de ne pas attirer et de ne pas retenir les talents.

ARTE France doit veiller à représenter le plus justement possible **la diversité de la société française** dans ses programmes et **dans ses effectifs.** Alors que l'écosystème audiovisuel subit une révolution sans précédent liée à la généralisation des pratiques numériques, ARTE France s'applique à mettre en œuvre une politique de recrutement adaptée et ouverte sur la diversité des profils. Par ailleurs, elle doit être soucieuse de former l'ensemble des salariés dans un secteur en constante mutation.

Des actions volontaristes doivent être menées en faveur de **l'égalité femmes/hommes** et **la lutte contre les discriminations** doit être constante.

Alors que la vie au travail occupe une place prépondérante, la qualité du dialogue social dans l'entreprise est prépondérante. En lien étroit avec les instances concernées, ARTE France négocie régulièrement une série d'accords collectifs et engagé une politique active pour **favoriser la qualité et le bien-être au travail** tout en **modernisant l'entreprise.**

## - Enjeux liés aux conséquences environnementales de l'activité :

De nombreux programmes produits par ARTE France abordent très régulièrement les thématiques environnementales : avec *Nomade des mers, les escales de l'innovation* (oct. 2018) et *La rage de l'or* (nov. 2018), ARTE a par exemple traité des perspectives écologiques de la *low-tech* et des dégâts sociaux et environnementaux de la recherche de l'or. Les enjeux liés à la biodiversité sont abordés dans des séries documentaires comme *La vie secrète des lacs* ou *Jardins d'ici et d'ailleurs*. Les enjeux climatiques, la production d'énergies nucléaires ou renouvelables font l'objet de nombreux documentaires ou enquêtes.

Pour ARTE, la cohérence entre ses programmes et ses pratiques internes est notamment un enjeu d'image et d'exemplarité. Cette volonté de cohérence permet notamment de réduire le risque de réputation de la chaîne. Par ailleurs, consciente de son impact environnemental, ARTE a engagé depuis plusieurs années une politique volontariste afin de :

- **diminuer sa consommation énergétique.** Locataire d'un immeuble construit il y a près de trente ans (au début des années 90), ARTE France doit en gérer l'impact financier en termes de consommation d'énergie et l'impact sur le bien-être des salariés.
- **améliorer la gestion de ses déchets** afin de les réduire et de favoriser l'économie circulaire.
- **prendre en compte les impacts environnementaux liés au numérique et à la dématérialisation.** ARTE a été à l'avant-garde des contenus numériques, en proposant très tôt de la VOD (2006), de la télévision de rattrapage (ARTE+7, 2007), et des offres numériques thématiques (ARTE Radio en 2002, ARTE Concert en 2009, ARTE Créative en 2011, ARTE Info en 2014...). Cette démultiplication de l'offre et cette migration des métiers vers les réseaux numériques a des impacts qu'il faut maîtriser : maîtrise des impacts énergétiques, économie circulaire des matériels obsolètes etc.

ARTE attache une attention particulière aux aspects relatifs aux **conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail** (liberté d'association et de négociation collective, élimination des discriminations, travail forcé ou obligatoire, travail des enfants). A l'occasion des 70 ans de la Déclaration universelle des droits de l'homme, la chaîne a consacré une soirée spéciale à ceux qui en sont privés et à ceux qui les défendent avec des documentaires tels que *Vies d'esclaves, Inviolable, le combat pour les droits de l'homme* ; elle a organisé une journée de projections et de débats au Palais de Chaillot le 8 décembre et diffusé tout au long de l'année des témoignages essentiels : *Sauvages, au cœur des zoos humains* (sept. 2018), *Les survivantes de Boko Haram* (nov. 2018).

Par ailleurs, les actions engagées pour **prévenir la corruption et l'évasion fiscale** ont été illustrées dans plusieurs enquêtes comme *Inside Lehman Brothers* (sept 2018) et *Les gangsters de la finance* (janv. 2018).

Née sous le signe de l'humanisme et de l'ouverture permanente au monde, les programmes d'ARTE défendent les droits universels et humains et ARTE France **n'a pas identifié de risque opérationnel sur ses activités lié à ces deux thématiques.**

Les salariés de l'UES ARTE France bénéficient de tickets restaurants ou d'un accès à un restaurant inter-entreprises. L'entreprise **n'a pas identifié de risque particulier** dans son activité autour des thématiques suivantes et les a donc exclues de son reporting : **la lutte contre le gaspillage alimentaire et la précarité alimentaire, le respect du bien-être animal et d'une alimentation responsable, équitable et durable.**

# Politiques menées et résultats

Dans le Contrat d'Objectifs et de Moyens négocié et signé avec l'Etat en 2017, ARTE France a affirmé sa volonté de renforcer son caractère responsable et innovant. Cette ambition a été partagée au sein des trois entités du Groupe (ARTE France, ARTE Deutschland et ARTE GEIE) et, pour la première fois, des actions RSE ont été actées dans le Projet de Groupe 2017-2021.

Cette stratégie portée au plus haut niveau de l'entreprise (Directoire) s'est traduite par une communication sur le sujet lors des Assemblées générales du personnel en 2017 et 2018.

## I. Les conséquences sociétales de l'activité

### I.1 Diversité dans les programmes

Sur ARTE, de manière générale, les programmes contribuent à la lutte contre les stéréotypes, contre le racisme, contre l'antisémitisme et toutes formes de rejet de la différence et de l'altérité. La chaîne est résolument engagée pour l'égalité femmes/hommes. A titre d'exemple, la websérie *Loulou* écrite, mise en scène et interprétée essentiellement par des femmes, qui combat certaines idées reçues sur la grossesse et la maternité, a cumulé plus de 2,5 millions de vues et a été récompensée au Festival Séries Mania et à Luchon. L'émission mensuelle produite par ARTE Radio de Charlotte Bienaimé *Un podcast à soi*, traite chaque mois une question de genre, de féminisme, d'égalité, en mêlant des récits personnels, des témoignages et paroles d'experts, de la musique, de la poésie... Dans le domaine des arts visuels et du spectacle vivant, les femmes artistes sont particulièrement mises à l'honneur.

ARTE France, travaille fidèlement avec beaucoup d'auteures, réalisatrices et productrices, pour tous les genres, documentaires et fictions. La programmation du festival de cinéma européen en ligne ARTE Kino Festival est strictement paritaire et ARTE soutient les actions du collectif *50/50 pour 2020* pour plus d'égalité et de diversité dans le secteur du cinéma.

Les femmes présentent et conçoivent les principales émissions de la chaîne :

- Elisabeth Quin pour *28 minutes*
- Emilie Aubry pour *le Dessous des Cartes*
- Linda Lorin pour *Invitation au Voyage*
- Nora Hamadi pour *Vox Pop* depuis la rentrée 2018

Le pourcentage d'expertes femmes au sein du magazine d'actualités 28' est suivi chaque mois avec un objectif à atteindre de 40 % en 2019.

### Indicateur 1 :

|                                                        | 2016 | 2017 | 2018 |
|--------------------------------------------------------|------|------|------|
| Présence d'expertes femmes dans 28' (moyenne annuelle) | 35 % | 36 % | 37 % |

### I.2 Assurer l'accessibilité des programmes et des offres à tous

Chaîne de service public, ARTE doit être accessible au plus grand nombre et permettre aux personnes en situation de handicap d'accéder à un maximum de aux programmes diffusés à l'antenne et sur les offres numériques. La conquête de nouveaux publics, notamment les jeunes et les publics éloignés de la culture est une autre priorité. De nombreuses actions ont été menées en ce sens :

ARTE France poursuit ses efforts pour **augmenter la fourniture de programme en version audio-décrites**. L'objectif du Projet de Groupe de diffuser 3 programmes en audiodescription par semaine en *prime-time* d'ici 2019, a été atteint dès 2018.

### Indicateur 2 :

|                                                                             | 2016 | 2017 | 2018 |
|-----------------------------------------------------------------------------|------|------|------|
| Nombre de programmes livrés et diffusés en audiodescription par ARTE France | 38   | 76   | 107  |

Le nombre de commandes de programmes en audio description montre l'effort accru d'ARTE France sur cette thématique. En effet, en 2018, 80 audiodescriptions en version française ont été commandées soit plus de 92 heures de programmes audio-décrits. En 2017, 50 audiodescriptions avaient été commandées soit 80 heures de programmes.

Par ailleurs, un **projet pilote de production numérique accessible aux personnes en situation de handicap** autour de la thématique « Gagnez sa vie » a été mis en ligne fin novembre 2018. Cette web production est conçue nativement pour être accessible au plus grand nombre de personnes en situation de handicap. Il s'agit d'un projet innovant et précurseur, avec un impact potentiellement important, car aucun projet de ce type n'existe aujourd'hui.

### Educ'Arte

Educ'Arte est le service vidéo, numérique, pédagogique et innovant désormais mis en œuvre par ARTE Education, filiale d'ARTE France Développement. Destiné aux enseignants et aux élèves, il rend accessible en classe et au domicile plus de 1 200 vidéos issues du meilleur d'ARTE sur toutes les disciplines scolaires, de l'école primaire au lycée. Il permet de créer des extraits, des cartes mentales et des séquences vidéo personnalisées. Toute la richesse ainsi produite peut être partagée entre les enseignants ou avec les élèves.

Dès son lancement commercial en 2017, plus de 300 établissements se sont abonnés au service, notamment tous les lycées de la Région Nouvelle Aquitaine ainsi que le réseau des écoles de la Mission Laïque Française présent dans 17 pays sur les 5 continents. En 2018, le service s'est déployé dans la plupart des régions et dans les DROM-COM (Guadeloupe, La Réunion, Mayotte). Le réseau à l'international s'est également étendu à 30 pays, grâce à un accord avec l'AEFE et avec le Ministère

de l'Education Luxembourgeois qui a abonné l'ensemble de ses collèges et lycées. Une déclinaison du service pour la Fédération Wallonie-Bruxelles afin de proposer les contenus de la RTBF et d'autres acteurs éducatifs belges est prévue en 2019. Le cap des 1 000 établissements abonnés (de l'ordre de 700 000 enseignants et élèves) notamment tous les lycées de la Région Grand Est, devrait être atteint à la rentrée 2019.

### Médiathèque numérique

Cette offre d'abonnement vidéo propose aux médiathèques municipales, départementales, universitaires et institutions du type comité d'entreprise des milliers de films, de documentaires, de séries et de programmes jeunesse issus du meilleur d'ARTE et de la collection cinéma d'UniversCiné. Les abonnés accèdent à ce service de vidéo à la demande, à distance ou dans l'enceinte de leur médiathèque. En 2018, plus de 4 000 entités disposent d'un accès à la Médiathèque numérique, parmi lesquels les médiathèques des principales agglomérations (Lille, Nantes, Montpellier, Bordeaux), 41 bibliothèques départementales, 24 bibliothèques universitaires ou de grandes écoles (Panthéon Sorbonne, Paris Descartes, HEC, Essec, IEP Paris...).

ARTE France a renforcé les moyens destinés à **l'animation des réseaux sociaux et à l'organisation d'événements physiques** à Paris, en région et dans toute l'Europe, à l'image de sa participation en tant que partenaire média aux Micro-Folies<sup>1</sup>, lieux de décentralisation initiés par La Villette, particulièrement intéressants pour diversifier et élargir le public d'ARTE en France comme en Europe.

### I.3 Respect des règles éthiques et déontologiques

**Une charte déontologique a été adoptée en février 2018.** Elle regroupe l'ensemble des modes d'actions et de comportements recommandés dans le sens de l'intérêt général et du respect du bon fonctionnement de l'UES ARTE France. Elle permet aussi de prévenir certains risques susceptibles d'exposer le collaborateur ainsi que l'Entreprise à des sanctions disciplinaires et/ou judiciaires. Elle intègre une procédure de « lanceur d'alerte », avec la nomination d'un référent interne. Un premier audit sur la conformité des dossiers concernant l'exclusivité de collaboration des salariés de l'UES ARTE France et les éventuels cumuls d'activités a été mené en novembre 2018.

ARTE France accorde également, un intérêt particulier à la protection des données personnelles et à la vie privée.

*Soucieux de la protection des données à caractère personnel, ARTE France a mis en place différentes procédures en lien avec ses filiales ARTE France Développement et Arte France Cinéma, afin de se conformer au Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 (« RGPD ») et la loi « Informatique et Libertés » modifiée.*

*Celles-ci sont notamment :*

- *révision de son registre de traitements par ajout de mentions supplémentaires conformes au RGPD ;*
- *nomination d'un Délégué à la protection des données (DPO),*
- *mise en place de référent "informatique et libertés" pour la plus grande partie des services et unités de l'entreprise et ses filiales ;*
- *sensibilisation et formation de ces référents ;*
- *action de formation de sensibilisation de l'ensemble des collaborateurs de l'Entreprise en cours ;*

---

<sup>1</sup> [https://lavillette.com/page/micro-folies-de-la-villette\\_a139/1](https://lavillette.com/page/micro-folies-de-la-villette_a139/1)

- encadrement des relations contractuelles avec les sous-traitants et de manière générale avec les prestataires ;
- vigilance sur le transfert des données personnelles hors de l'UE et sur les garanties nécessaires à un tel transfert.

Pour travailler autant que possible avec des entreprises responsables socialement, un **Guide pratique des achats intégrant des critères RSE** a été publié dans l'intranet.

#### I.4 Promouvoir les comportements responsables

La sensibilisation aux stéréotypes et aux biais inconscients, mais également aux éco-gestes au bureau et aux pratiques liées au numérique est l'une des pierres angulaires de la promotion des comportements responsables. Dans cette optique, diverses formations ont été menées en 2018 :

- « *Ça commence par moi* » en juin 2018, formation sur la préservation des ressources grâce aux gestes du quotidien ;
- « *Appréhender la diversité par l'inclusion et des biais inconscients* », en juillet 2018 ;
- *Formation Ecoprod* en novembre 2018.

En parallèle, **une rubrique spécialement dédiée à la RSE a été créée dans l'intranet** fin 2017. Depuis sa mise en ligne, 15 articles ont été publiés afin d'informer régulièrement sur l'avancement du plan d'actions RSE et de promouvoir les comportements responsables.

Enfin, dès la fin de l'année 2017, l'élaboration d'un plan de mobilité a permis d'étudier les mesures favorisant l'usage du vélo et le covoiturage : des supports à vélos ont été installés sur le parvis devant l'entrée d'ARTE France en mai 2018 ; d'autres supports, des recharges pour vélos électriques et un atelier vélo ont été mis à disposition au parking (niveau – 1) en juin 2018. L'indemnité kilométrique vélo (IKV) a été mise en place pour les salariés utilisant ce mode de transport doux.

Fin 2017, ARTE France a **opté pour un établissement bancaire** particulièrement investi dans les domaines RSE.

#### I.5 Améliorer la transparence de l'activité

Dans le but de participer aux règles de transparence sur la vie publique, et conformément à la loi Sapin II, ARTE France a **rempli une déclaration d'intérêts 2017 sur le répertoire de la Haute Autorité pour la Transparence de la Vie Publique**. L'exercice 2018 sera déclaré avant le 31 mars 2019.

## **II. Les conséquences sociales de l'activité**

ARTE France veille à représenter le plus justement possible la diversité de la société française dans ses programmes et dans ses effectifs à travers une politique de recrutement adaptée. Les actions en faveur de **l'égalité femmes/hommes**, la lutte contre les discriminations et la promotion des diversités sont une réalité au sein de l'entreprise.

Alors que la vie au travail occupe une place prépondérante, ARTE France a engagé une politique active pour **favoriser la qualité et le bien-être au travail** tout en **modernisant l'entreprise**.

## II.1 Diversité de la société dans l'entreprise

ARTE France promeut une culture de l'égalité professionnelle et des valeurs résolument féministes. En 2018, l'entreprise comptabilisait en moyenne 342 salariés dont 64 % de femmes. Celles-ci représentaient 60 % des postes de directeurs et 78 % du Comité de Direction<sup>2</sup>.

### Indicateur 3 :

|                              | 2016 | 2017 | 2018 |
|------------------------------|------|------|------|
| <b>Répartition par genre</b> |      |      |      |
| <b>Femmes</b>                | 65 % | 65 % | 64 % |
| <b>Hommes</b>                | 35 % | 35 % | 36 % |

### Indicateur 4 :

|                                                                | 2016 | 2017 | 2018 |
|----------------------------------------------------------------|------|------|------|
| <b>% de femmes dans l'encadrement par rapport à l'effectif</b> | 51 % | 52 % | 52 % |

Le Groupe est attaché à la lutte contre toutes les formes de discrimination et veille à l'insertion des travailleurs en situation de handicap. **Un Guide Mission Handicap** a été publié dans l'Intranet en juin 2018 afin de sensibiliser l'ensemble des collaborateurs et les inciter à faire appel à des établissements et services d'aide par le travail (ESAT), lorsque cela est possible. Par ailleurs, depuis plusieurs années, l'entreprise organise durant une semaine en novembre des actions de sensibilisation autour de cette thématique (découverte de discipline paralympique, exposition de tableaux d'artistes handicapés...). Pour combattre la fracture numérique, ARTE France a produit « **Gagner sa vie** », la **toute première production numérique narrative accessible aux personnes en situation de handicap**.

L'année 2018 a vu la préparation de la candidature d'ARTE France au double Label Egalité /Diversité Professionnelle de l'AFNOR, car la diversité des profils recrutés est tout aussi importante que l'attention portée à l'égalité entre les femmes et les hommes. L'un ne va pas sans l'autre. L'audit en lui-même est prévu fin 2019.

La dynamique de formation impulsée par le service RH porte ses fruits avec **une très large majorité de l'effectif formé chaque année** (entre 66 et 75 % ces trois dernières années).

---

<sup>2</sup> Page 22 de [l'Observatoire de l'égalité entre les femmes et les hommes dans la culture et la communication – Mars 2019](#)

## II.2 Favoriser la qualité et le bien-être au travail

Après une période d'expérimentation du télétravail entre septembre 2017 et août 2018 avec 50 salariés pilotes, ARTE France a élargi ce dispositif en 2018. Un accord collectif a été signé le 1<sup>er</sup> septembre 2018 pour une durée de 3 ans. Cet accord répond à un double objectif de performance et d'amélioration de la qualité de vie des salariés en favorisant une meilleure conciliation entre la vie professionnelle et la vie personnelle, tout en maintenant le lien social avec l'entreprise. Fin 2018, environ **135 collaborateurs de l'UES ARTE France ont été équipés du matériel adéquat permettant la pratique du télétravail.**

En parallèle l'aménagement des locaux a été poursuivi. Une salle de sport et une salle de réunion polyvalente ont été aménagées à l'initiative de la Direction de la Gestion depuis mai 2018 pour y organiser notamment de nouvelles **activités culturelles et sportives** proposées aux salariés, grâce à l'implication active des membres du comité d'entreprise. La Direction de la communication envoie désormais des invitations à l'ensemble du personnel pour les projections externes et visites d'expositions initiées par ARTE. En 2018, plus de 200 opérations « Coup de cœur » ont été proposées aux salariés.

Enfin, la négociation **d'un accord sur la Qualité de Vie au Travail**, intégrant un baromètre social a commencé et se poursuivra en 2019, après la mise en place du nouveau CSE (Comité social et économique) en avril 2019 fusionnant CE, DP et CHSCT.

## II.3 Moderniser l'entreprise

Différents séminaires ont été réalisés sur la TV connectée et sur l'ultra haute définition (UHD), afin d'impliquer et de former l'ensemble des salariés aux enjeux d'innovation.

Le chantier de dématérialisation des procédures internes a été poursuivi, accompagné des formations adéquates. L'infrastructure permettant la **livraison par les producteurs de fichiers de programmes sous forme totalement numérique** a été développée et sera opérationnelle en 2019.

## **III. Les conséquences environnementales de l'activité**

La chaîne a engagé une politique volontariste afin de **diminuer sa consommation** énergétique, **améliorer la gestion de ses déchets** et **prendre en compte les impacts environnementaux liés au numérique** et à la dématérialisation. L'objectif a été de minimiser l'impact environnemental.

### III.1 Diminuer la consommation de ressources

L'essentiel des travaux d'amélioration favorables aux économies d'énergie, prévus dans le cadre du renouvellement du bail immobilier, a été réalisé. Afin d'améliorer la gestion de la consommation en eau et en énergie, des travaux ont été fait sur les installations de plomberie, climatisation, chauffage et éclairage.

En deux ans, ARTE France est parvenue à **réduire significative sa consommation d'eau**. La **consommation d'électricité** est maîtrisée. Des travaux de rénovation effectués en 2018 devraient améliorer cet indicateur.

#### Indicateur 5 :

|                                      | 2017  | 2018  |
|--------------------------------------|-------|-------|
| Consommation d'eau en m <sup>3</sup> | 2 546 | 2 119 |
| Electricité en kwh/m <sup>2</sup>    | 196   | 213   |

En 2017, 28 000 bouteilles d'eau ont été consommées, l'équivalent d'une demi-tonne de plastique. Afin de réduire cet impact, depuis août 2018, des fontaines à eau branchées sur le réseau ont été installées à chaque étage et une carafe en verre a été offerte à chaque salarié. Depuis cette date, **plus aucune bouteille d'eau ni gobelet en plastique n'ont été commandés.**

De nombreuses actions ont été menées pour réduire la consommation de papier avec des résultats tangibles :

- la revue de presse est passée en version dématérialisée en janvier 2018
- des carnets recyclés sont proposés par le service courrier
- la mise en place de **nouvelles imprimantes / photocopieurs** et les actions de modernisation des outils métiers (dématérialisation des procédures) ont permis de réduire efficacement le nombre d'impressions

#### Indicateur 6 :

|                    | 2016      | 2017      | 2018      |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|
| Impressions papier | 2 925 213 | 2 706 013 | 2 338 571 |

Il n'existe pas de filière de recyclage spécifique en France pour les DVD, il est donc indispensable de réduire la production à la source. **Depuis 2015, les gravures de DVD ont été divisées par 4.** En outre, des bacs de collecte au deuxième étage ont été installés au deuxième étage afin de collecter les DVD usagés et de les réutiliser. **Plus aucun boîtier DVD n'est désormais acheté par l'entreprise.**

#### Indicateur 7 :

|                         | 2015   | 2016   | 2017  | 2018  |
|-------------------------|--------|--------|-------|-------|
| Pressage interne CD/DVD | 17 617 | 11 579 | 7 749 | 4 436 |

Enfin, l'établissement d'un **Bilan Carbone a été initié à partir de septembre 2018**, avec l'aide d'un prestataire spécialisé. Il portera sur l'année 2017 et donnera une « vision 360° » de l'impact environnemental des activités. Les premières indications relatives aux émissions de gaz à effet de serre (GES) de 2017 pour le scope 1 et 2 cumulés pour les sites d'Issy (ARTE France) et Vanves (ARTE France Développement) sont déjà disponibles : Scope 1 : 9 tonnes eq. CO<sub>2</sub>, avec une incertitude de +/- 1 TCO<sub>2</sub>e ; Scope 2 : 98 t CO<sub>2</sub>e, avec une incertitude de +/- 7 t CO<sub>2</sub>e. Le calcul du Scope 3 est prévu pour la fin du premier semestre. Ce Bilan 2017 sera achevé courant 2019. ARTE France pourra définir ses objectifs de réduction de GES. L'outil mis à disposition par le prestataire permettra de calculer les résultats de 2018 et des années suivantes en vue de suivre et de prioriser les actions pour atteindre ces objectifs.

### III.2 Améliorer la gestion des déchets

En parallèle de la baisse de la consommation de ressources, ARTE France a mis en place une politique active en termes de gestion, tri et recyclage des déchets.

Cette démarche s'est d'abord traduite par le tri à la source des déchets papiers avec la **mise en place généralisée début mars 2018 des poubelles Recy'Go**. Des « écobelles » sont maintenant disposées à chaque poste de travail, le papier est ensuite collecté puis transmis à la Poste qui assure le recyclage. La Poste a ainsi pu décerner à ARTE France un certificat portant sur le recyclage de 13 752 kg en 2018, ce qui a permis **d'économiser 4 125 kg de CO2**, de contribuer au développement de l'économie sociale et solidaire et de participer au recyclage du papier selon les normes en vigueur.

Dans la même logique, ARTE France collabore avec l'entreprise sociale Recyclivre depuis 2010 afin de garantir une seconde vie aux livres d'occasion. Chaque année, Recyclivre, collecte des livres auprès des particuliers, associations, entreprises et collectivités afin de les remettre en circulation. L'entreprise reverse directement 10 % de ses revenus à des associations et des programmes d'action de lutte contre l'illettrisme. Depuis le début du partenariat, **902 livres** ont été mis en vente et **805 ont été vendus**.

### III.3 Prendre en compte les impacts environnementaux liés au numérique et à la dématérialisation

ARTE France a poursuivi la dématérialisation de ses procédures. Afin d'adapter les outils et processus de travail, un stockage Cloud a été déployé entre juin et août 2018. Il permet de réduire l'envoi de fichiers lourds dans la messagerie et de limiter le stockage interne.

Pour sensibiliser les salariés et alléger l'empreinte écologique, un **Guide des bonnes pratiques au bureau** a été conçu en 2018 et publié sur l'intranet début 2019. Appelé à être enrichi régulièrement, ce document donne des idées et gestes simples pour réduire ses impacts sur l'environnement au travail.

Enfin, un collaborateur d'ARTE Studio a assisté à une formation d'Ecoprod en novembre 2018. Ce collectif a vocation d'agir pour des productions audiovisuelles et cinématographiques respectueuses de l'environnement.

## **IV. Note Méthodologique**

Les indicateurs présentés dans cette section ont fait l'objet d'une vérification par le cabinet MAZARS tel que requis par la loi. Cette note méthodologique sera enrichie lorsque les tests de détail sur les indicateurs les plus pertinents auront été réalisés par ce cabinet.

### **Période de reporting**

Les indicateurs sociaux, environnementaux et sociétaux présentés dans cette déclaration de performance extra-financière concernent la période du 1<sup>er</sup> janvier 2018 au 31 décembre 2018.

### **Indicateurs sociaux**

Les indicateurs sociaux présentés sont issus du bilan social de l'entreprise réalisé par la Direction des Ressources Humaines d'ARTE France selon des données collectées par un outil RH dédié. Les effectifs moyens incluent les intermittents et les pigistes.

## Indicateurs environnementaux

Les données environnementales sont issues du bilan carbone piloté par les Services généraux.

Par ailleurs, les consommations d'électricité n'incluent pas les données qui sont comprises dans les charges partagées de l'immeuble, ni le 7<sup>ème</sup> étage du Bâtiment F.

D'autre part, les émissions de GES – Scope 1 n'incluent pas les émissions relatives aux fluides frigorigènes. Les facteurs d'émission proviennent de la base carbone ADEME.

# Tableau de concordance pour la Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF)

| Elements de la Déclaration de Performance Extra-Financière | Chapitre du rapport                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Modèle d'affaires                                          | <b>Modèle d'affaires (p.3 à 5)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Analyse de risques                                         | <b>Principaux risques (p.5 à 8)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Politiques RSE                                             | <b>Politiques menées et résultats (à partir de la p.8)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Indicateurs clés de performance                            | <b>Politiques menées et résultats :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- % de femmes dans l'encadrement par rapport à l'effectif (p.13) ;</li><li>- Nombre de collaborateurs ayant signé une convention de télétravail (p.14) ;</li><li>- Effectif moyen annuel (p.13)</li><li>- Consommation d'électricité au m<sup>2</sup> (p.14) ;</li><li>- Emission de GES (scope 1 et 2) (p.15) ;</li><li>- Part d'expertes présentes dans 28' (p.10) ;</li><li>- Nombre de programmes livrés et diffusés en audiodescription par ARTE France (p.10)</li></ul> |