



arte Déclaration de Performance Extra-Financière

ARTE France 2019

Sommaire

Préambule	3
Modèle d'affaires	4
Les principales activités par entité	4
Le modèle économique	5
Organisation et gouvernance	5
Positionnement dans la filière	6
Les perspectives d'avenir	6
Principaux enjeux et risques	8
Enjeux liés aux conséquences sociétales de l'activité	10
Enjeux liés aux conséquences sociales de l'activité	11
Enjeux liés aux conséquences environnementales de l'activité	11
Politiques menées et résultats	12
Les conséquences sociétales de l'activité.....	12
I.1 Diversité dans les programmes	12
I.2 Assurer l'accessibilité des programmes et des offres à tous	13
I.3 Respect des règles éthiques et déontologiques.....	16
I.4 Promouvoir les comportements responsables.....	17
I.5 Améliorer la transparence de l'activité.....	17
Les conséquences sociales de l'activité	18
II.1 Diversité de la société dans l'entreprise	18
II.2 Favoriser la qualité et le bien-être au travail.....	19
II.3 Moderniser l'entreprise.....	19
Les conséquences environnementales de l'activité.....	20
III.1 Diminuer la consommation de ressources	21
III.2 Améliorer la gestion des déchets	22
III.3 Prendre en compte les impacts environnementaux liés au numérique et à la dématérialisation.....	22
III.1 Diminuer la consommation de ressources	24
III.2 Améliorer la gestion des déchets et la gestion durable de la cantine.....	24
III.3 Prendre en compte les impacts environnementaux liés à la création de contenus	25
Note Méthodologique	26
Tableaux de concordance pour la Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF)	28

Préambule

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

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 au 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.

Cette déclaration 2019 de performance extra-financière s'inscrit dans la continuité de la déclaration 2018. Toutefois, tenant compte de la recommandation de l'OTI¹ ayant certifié la version 2018, ARTE France a intégré ARTE G.E.I.E. au périmètre couvert.

¹Organisme Tiers Indépendant

Modèle d'affaires

Les principales activités par entité :

I - Unité économique et sociale (UES) ARTE France :

ARTE France est chargée de concevoir et de fournir les programmes et les moyens nécessaires à l'exercice des missions du Groupement Européen d'Intérêt Economique ARTE (ARTE G.E.I.E.) issu du traité du 2 octobre 1990 instituant une chaîne culturelle européenne, en tenant compte du caractère international et plus particulièrement européen de son public. Elle a trois filiales ou sous-filiales (ARTE France Développement, ARTE Education et ARTE France Cinéma) et finance à parité avec ARTE Deutschland le Groupement d'Intérêt Economique ARTE G.E.I.E.

ARTE France Développement (AFD) gère une activité d'édition DVD sous la marque ARTE Editions.

Elle assure aussi une activité de prestation audiovisuelle, qui l'a 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 qui regroupe plusieurs offres, notamment artevod.com pour le grand public et [Médiathèque Numérique](#), proposée avec UniversCiné à destination des médiathèques et de leurs abonnés.

En 2019, ARTE France Développement a créé la filiale **ARTE Education** avec la Caisse des Dépôts, via la Banque des Territoires et les Investissements d'avenir, et la Fondation Daniel et Nina Carasso, afin d'accélérer le développement de l'offre [Educ'ARTE](#). Cette offre de vidéo à la demande dédiée aux établissements scolaires du primaire au lycée a pour objectif de renforcer la diffusion de la connaissance et de la culture auprès des élèves.

ARTE France Cinéma (AFC) a pour objet la [production et la coproduction de films cinématographiques](#), ainsi que l'acquisition de tous droits d'exploitation de films cinématographiques. Elle coproduit une vingtaine de films d'auteur de cinéma chaque année.

II - ARTE G.E.I.E. :

ARTE G.E.I.E. est formé et financé à parité par les deux pôles français et allemand d'édition et de fourniture de programmes, ARTE France et ARTE Deutschland, qui sont représentés au sein des instances de décision².

ARTE G.E.I.E. est notamment responsable de la diffusion de la chaîne sur tous les supports linéaires et non linéaires, de la programmation des contenus sur ces différents supports, de l'apport de 20 % des programmes, dont l'information et des coproductions avec les partenaires européens, de la réalisation des versions linguistiques des contenus d'ARTE.

Afin de rendre plus lisible l'action d'ARTE G.E.I.E., et même si sa structure juridique ne le soumet pas à l'exigence de DPEF, chaque action du G.E.I.E. évoquée dans le présent document le sera pour l'ensemble du G.E.I.E., et pas uniquement pour la partie financée par ARTE France.

²Article 2.1 du Contrat de formation d'ARTE G.E.I.E. :

2.1 Le Groupement a pour objet de concevoir, réaliser et diffuser ou faire diffuser par satellite ou par tout autre moyen, et de faire distribuer, y compris par des services de médias audiovisuels à la demande, des émissions de télévision ainsi que des contenus pour des offres de services de médias audiovisuels par voie électronique ayant un caractère culturel et international au sens large, et propres à favoriser la compréhension et le rapprochement des peuples en Europe. La zone desservie est le territoire des Etats membres du Groupement, sous réserve d'accords particuliers pour d'autres pays.

Le modèle économique :

Les ressources financières d'ARTE France proviennent majoritairement de la contribution à l'audiovisuel public (CAP). En 2019, la CAP perçue est de 277,55 M€. En ajoutant les recettes diverses, les ressources 2019 d'ARTE France atteignent 281,66 M€.

La majorité de ces ressources est employée au financement des programmes (coproductions et achats) en ligne avec la stratégie éditoriale. En 2019, malgré la baisse de la CAP (- 0,71% par rapport à 2018) l'investissement dans les programmes a été, pour l'essentiel, maintenu. Ainsi, 152,44 M€ ont été consacrés aux investissements directs dans les programmes (- 0,33% par rapport à 2018).

Cela a notamment permis à ARTE d'élargir son public et d'atteindre des niveaux records d'audience à l'antenne (France : 2,6% / + 8% en un an – Allemagne : 1,1% / stable) et pour ses offres numériques : avec plus d'un milliard de vidéos vues, l'offre numérique d'ARTE a progressé de + 70% en un an.

Concernant ARTE G.E.I.E., en 2019, ses ressources proviennent indirectement à 95% des contributions à l'audiovisuel public perçues en France (65,84 M€) et en Allemagne (65,84 M€), qui font l'objet de versements au G.E.I.E par les pôles français et allemand. S'y ajoutent 6,576 M€ de recettes propres (produits de la distribution câble, cessions de droits, produits financiers, sponsoring).

Organisation et gouvernance :

ARTE G.E.I.E. (597 salariés 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 d'ARTE G.E.I.E. sont ARTE France (siège à Issy-les-Moulineaux, 343 salariés) 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 G.E.I.E. et ses partenaires européens (autres chaînes publiques européennes).

ARTE G.E.I.E. 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 du Comité de gérance élargi (CdGE).

La Conférence des Programmes établit la grille des programmes approuvée par l'AG et choisit collégialement les émissions qui seront diffusées. Le Comité Consultatif des Programmes 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.

Le Projet de Groupe est élaboré entre les trois entités d'ARTE afin de décliner opérationnellement la stratégie de la chaîne dans un Plan d'actions annuel.

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 **152,44 M€ en 2019**.

La grande majorité des productions d'ARTE France sont confiés à des sociétés de production extérieures. En 2019, le plan de production a permis la réalisation de 875 heures de programmes pour l'antenne et 365 heures de programmes numériques.

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.

ARTE G.E.I.E. consacre 75 M€ en 2019 au budget de programmes. Les investissements portent d'une part sur l'information, produite en interne, et d'autre part sur des programmes confiés à des sociétés de production extérieure ou qui font l'objet d'un achat (connaissance, cinéma et fiction, culture et coproductions européennes). Les versions linguistiques (14 M€) et les droits reversés aux auteurs (17,5 M€) représentent une part importante du budget de programmes.

Les perspectives d'avenir :

Le 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, autour des axes suivants :

- 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 ;
- Être 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, la chaîne 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 ;
- Faisant évoluer ses offres pour tenir compte des nouveaux usages.

Le Projet de Groupe 2017/2021 fixe deux grands axes :

- ARTE, étant une chaîne culturelle européenne ancrée dans la société contemporaine, le premier axe porte sur les programmes et leur distribution, à travers :
 - Le renforcement de l'offre linéaire et non linéaire de programmes ;
 - L'augmentation du nombre de coproductions européennes et internationales au sein du Groupe ;
 - L'intensification de la stratégie de distribution sur tous les vecteurs ;
 - Le développement et la rationalisation de l'offre numérique pour une meilleure accessibilité ;
 - L'élargissement de la disponibilité de l'offre numérique dans d'autres langues que le français et l'allemand ;
 - L'amplification de la promotion des offres numériques et la promotion croisée avec l'antenne ;
 - Le renforcement de la visibilité de la chaîne en Europe.
- Afin d'adapter et développer le groupe ARTE pour relever ensemble les défis à venir, le second axe concerne le développement du Groupe et comprend :
 - L'adaptation des structures et les modes de fonctionnement pour favoriser l'innovation et le développement intégré d'offres linéaires et non linéaires ;
 - Le développement des relations avec les partenaires en Europe ;
 - Le développement des offres commerciales ;
 - La promotion de la cohésion au niveau des équipes et la cohérence des outils ;
 - Le renforcement des compétences et du pilotage ;
 - Le renforcement de la politique de responsabilité sociale et environnementale (RSE).

Ce cadre est décliné dans des plans d'actions annuels au niveau du groupe, avec 7 indicateurs phares portant sur l'audience TV et en ligne, en France, en Allemagne et au-delà, la part des œuvres européennes diffusées, et le nombre de coproductions ayant remporté des prix dans des festivals internationaux.

Au niveau d'ARTE G.E.I.E., il est décliné dans une feuille de route reprenant annuellement les principales actions.

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.

I - ARTE France :

Pour y répondre, depuis 2017, ARTE France a mis en place une **stratégie RSE** irriguant l'ensemble de ses activités et établi un **Plan d'actions RSE**.

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. Depuis cette date, des Comités de suivi biannuels permettent un état régulier de l'avancement des chantiers.

Les enjeux liés à la performance extra-financière d'ARTE France ont été identifiés 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.

Par ailleurs, **une cartographie des risques** a été réalisée en 2019 sur le périmètre d'ARTE France et de ses filiales (AFC et AFD), celle-ci a été présentée en février 2020 au comité d'audit d'ARTE France. Elle classe 29 principaux risques selon 4 catégories :

- Les risques stratégiques ;
- Les risques éditoriaux et de production ;
- Les risques de ressources humaines ;
- Les risques « fonctions support ».

Cette cartographie est un outil de contrôle interne qui donne à ARTE France une vision globale de ses risques. Dès 2020, elle permettra le pilotage et l'amélioration des dispositifs de maîtrise notamment par des contrôles accrus sur les risques aux criticités les plus importantes.

II - ARTE G.E.I.E.

ARTE G.E.I.E. a réalisé **une cartographie des risques** de l'entreprise en 2016, présentée en janvier 2017 au Comité de gérance. Cette cartographie a permis de pondérer les risques techniques, d'approvisionnement des contenus, de dégradation d'image, de perte de patrimoine audiovisuel, de fraude, mais aussi les risques informatiques, humains, réglementaires et de sécurité. Cette cartographie sera actualisée au mois de juin 2020.

ARTE G.E.I.E. a par ailleurs associé l'ensemble des services de l'entreprise pour l'élaboration et la mise en œuvre d'une **revue globale RSE**, qui a abouti à des recommandations d'actions sur un certain nombre de domaines prioritaires, pour lesquels un déficit avait été relevé. Une présentation a été faite au Comité de gérance d'ARTE G.E.I.E. le 20 septembre 2017 et quatre priorités ont été validées, outre le maintien des actions en cours dans les différents domaines :

- Le renforcement de l'accessibilité des programmes pour les personnes malentendantes ;
- La mise en œuvre d'une charte éthique des journalistes ;
- L'attention portée à la sensibilisation sur la diversité au sein de l'entreprise ;
- L'égalité professionnelle femmes-hommes.

Ces priorités ont été actualisées lors de la réunion du Comité de gérance du 13 mars 2019, qui a retenu :

- Le renforcement de l'accessibilité des personnes handicapées au contenus broadcast et numériques et la promotion des résultats via des mesures de communication adéquates ;
- L'attention portée à la sensibilisation sur la diversité au sein de l'entreprise ;
- L'égalité professionnelle femmes-hommes ;
- La mise en place d'un plan de mobilité.

Au niveau du Groupe, les réflexions menées en 2018 ont permis l'élaboration d'un document de synthèse des **grandes lignes directrices du Groupe ARTE en matière de RSE**, autour de 3 axes principaux :

- Un Groupe engagé dans le respect et la protection de l'environnement : consommation maîtrisée, réduction des déchets et dématérialisation réfléchie ;
- Un Groupe responsable envers son public et ses différents partenaires : accessibilité des contenus, transparence et ancrage local ;
- Un Groupe responsable envers ses salarié.e.s : qualité de vie au travail, diversité, égalité, solidarité et processus participatifs.

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 France au cinéma d'auteur français et européen à travers sa filiale de coproduction AFC 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.**

ARTE G.E.I.E. s'inscrit aux côtés de tous les membres du Groupe dans les perspectives développées ci-dessus. Elle prête, par ses responsabilités spécifiques, une attention particulière à la diffusion européenne des programmes d'ARTE, via le regard croisé porté sur la production des contenus à Strasbourg, notamment à l'information, mais aussi au travail de médiation portant sur la traduction des contenus, pour une partie d'entre eux en 6 langues.

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

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

La chaîne attache une attention particulière à ce que ces valeurs soient visibles parmi les programmes diffusés. Ainsi à titre d'exemple, en 2019, ARTE a diffusé :

- Le documentaire *Rohingya, la mécanique du crime* de Gwenlouen Le Gouil, qui montre l'élimination et l'exode de cette minorité birmane orchestrés par les militaires ;
- *Tiananmen* de Ian MacMillan et Audrey Maurion qui décrypte le soulèvement chinois pour exiger la démocratie au printemps 1989 ;
- Ou encore *Etats-Unis, génération massacre* de Sebastian Bellwinkel qui offre un éclairage complet sur la question des armes à feu aux USA et montre la mobilisation de lycéens qui réclament des lois pour restreindre leurs accès.

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 doit mener une politique sociale engagée afin de ne pas s'exposer au risque de ne pas attirer ni retenir les talents.

ARTE France et ARTE G.E.I.E. doivent veiller à représenter le plus justement possible **la diversité de la société française** dans les programmes et **dans leurs effectifs**. Alors que l'écosystème audiovisuel subit une révolution sans précédent liée à la généralisation des pratiques numériques, les deux entités s'appliquent à mettre en œuvre une politique de recrutement adaptée et ouverte sur la diversité des profils. Par ailleurs, elles sont attentives à former l'ensemble des salariés dans un secteur en constante mutation.

Des actions volontaristes sont menées en faveur de **l'égalité femmes/hommes** et **la lutte contre les discriminations** est 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 et ARTE G.E.I.E. négocient régulièrement une série d'accords collectifs et ont engagé une politique active pour **favoriser la qualité et le bien-être au travail** tout en **modernisant l'entreprise**.

ARTE G.E.I.E. s'inscrit dans cette perspective puisque l'entité a conclu en 2019 un accord relatif à l'intégration des salariés en CDDU, prévoyant sur 10 années, l'intégration de 100 ETP travaillant depuis une longue période et avec une forte intensité avec la chaîne. ARTE G.E.I.E. a également signé en 2020 un accord collectif d'entreprise sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, qui prévoit notamment de repérer et de résorber les éventuelles disparités de rémunération ; de tendre à la parité dans la sphère de gouvernance ; de garantir l'égalité des chances dès le processus de recrutement et dans l'accès à la formation ; de mieux prendre en compte la parentalité et de prévenir et lutter quotidiennement contre les comportements sexistes.

Enjeux liés aux conséquences environnementales de l'activité :

De nombreux programmes produits par ARTE abordent très régulièrement les thématiques environnementales. Par exemple en septembre 2019, ARTE a programmé une journée spéciale « Climat » proposant un tour d'horizon du dérèglement climatique et des solutions qu'on peut lui apporter.

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 propre impact environnemental, ARTE a engagé depuis plusieurs années une politique volontariste afin de le minorer. Pour ARTE France, cela a consisté à :

- **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 Vidéo à la Demande (ARTEVOD, 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 G.E.I.E. s'associe à ces objectifs de réduction de la consommation énergétique, de gestion des déchets et de prise en compte des enjeux environnementaux des politiques de coproduction et de diffusion.

Politiques menées et résultats

Dans le COM 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 G.E.I.E.) 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) se traduit par une communication sur le sujet lors des Assemblées générales du personnel depuis 2017.

ARTE G.E.I.E. décline cette priorité pour ce qui la concerne dans sa feuille de route, qui liste pour l'année à venir les actions prioritaires de l'entreprise.

Les conséquences sociétales de l'activité :

I.1 Diversité dans les programmes

De nombreux programmes coproduits par ARTE traduisent son engagement pour l'égalité femmes/hommes, dans la lutte contre les stéréotypes et toutes formes de rejet de la différence. Ainsi, la chaîne a notamment diffusé en 2019 :

- *Elle l'a bien cherché* de Laetitia Ohnona qui met en lumière le parcours long et douloureux de quatre victimes de viols ou tentatives de viols qui devront répéter leur histoire aux policiers, médecins, experts, avocats et juges... ;
- *Tu enfanteras dans la douleur* d'Ovidie qui replace l'accouchement au cœur des débats et s'interroge – avec des groupes de recherche, de militantes et de soignants – sur les violences de l'enfantement ;
- *L'éloquence des sourds* de Laetitia Moreau dans lequel Virginie, première avocate sourde profonde de naissance en France, dévoile son quotidien entre exclusion et combat pour s'adapter.

Les principales émissions de la chaîne illustrent également cet engagement puisque ce sont des femmes qui les présentent et les conçoivent :

- 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.

D'autre part, 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 [ARTEKino 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.

ARTE G.E.I.E. suit le même objectif pour les émissions dont l'entreprise a la responsabilité directe. C'est notamment le cas pour la présentation et l'animation de :

- *ARTE Journal* : Kady Adoum-Douass, Rebecca Donauer, Meline Freda, Annette Gerlach, Nazan Gökdemir, Carolyn Höfchen, Marie Labory, Anja Waltereit avec Damien Wanner,
- *Thema* : Emilie Aubry et Andrea Fies avec Thomas Kausch

- *ARTE Reportage* : Andrea Fies avec William Irigoyen
- *ARTE Journal Junior* : Dorothee Haffner, Stefanie Hintzmann, Magali Kreuzer avec Jakob Groth et Frank Rauschendorf.

Marie Labory et Rebecca Donauer animent par ailleurs *Kreatur*, une web-émission trimestrielle qui donne la parole aux femmes.

Le 13 mars 2019, ARTE France et ARTE G.E.I.E. ont signé la *Charte de bonne conduite contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes*, portée par l'Association Pour les Femmes Dans les Médias. A ce titre, des actions de sensibilisation en matière de lutte contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes seront proposées à l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise.

Le pourcentage d'expertes femmes au sein du magazine d'actualités *28'* et au sein d'*ARTE Journal* est suivi chaque mois avec l'objectif d'atteindre respectivement 42% et 45% en 2020.

Indicateur 1 :

	2016	2017	2018	2019
Présence d'expertes femmes dans 28' (moyenne annuelle)	35%	36%	37%	39%

Indicateur 1 bis (G.E.I.E.) :

	2016	2017	2018	2019
Présence d'expertes femmes dans ARTE Journal (moyenne annuelle)	36%	39%	39%	37%

Afin de communiquer au grand public ses actions, ARTE a créé une [rubrique dédiée à l'égalité femmes-hommes](#) sur [www.arte.tv](#), le site Internet de la chaîne.

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 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 :

L'ensemble du groupe ARTE s'engage pour augmenter la diffusion de programmes en version audiodécrites. L'objectif du Projet de Groupe est d'atteindre la diffusion de 6 programmes par semaine dans chaque pays en 2021.

Dès 2018, l'objectif de diffuser 3 programmes en audiodescription par semaine en *prime-time* a été atteint. Il s'agit en 2020 de dépasser 4,5 programmes hebdomadaires dans cette version.

Indicateur 2³ :

	2016	2017	2018	2019
Nombre hebdomadaire de programmes diffusés en audiodescription par ARTE (moyenne)	1.4	2.25	3.7	4.3

Mais, au-delà des programmes diffusés à l'antenne, ARTE est très attentive à l'accessibilité de ses interfaces numériques.

Sur les sites et l'application ARTE, les internautes en situation de handicap disposent du même niveau d'information et des mêmes possibilités d'interaction que l'ensemble des utilisateurs. La navigation a été simplifiée entre les pages et au sein des pages. Comme tout autre utilisateur, une personne aveugle ou malvoyante peut désormais choisir un programme selon ses goûts ou en fonction des thématiques.

Le lecteur vidéo peut fonctionner au clavier et est compatible avec les assistances technologiques utilisées par les utilisateurs en situation de handicap.

³Source : Tableau de bord Groupe

ARTE traite enfin régulièrement du handicap au travers de ses programmes, à la fois dans les œuvres de fiction et les documentaires. Voici quelques exemples emblématiques de programmes diffusés sur la Chaîne traitant de ce sujet :

- *La Prunelle de mes yeux*, comédie française produite par ARTE France Cinéma sur la relation amoureuse entre une jeune femme aveugle et son voisin (ARTE France – 2019) ;
- *Laissez-moi aimer*, de Stéphanie Pillonca (ARTE France – 2019) ;
- *Manuel Down Under*, série documentaire dédiée à la découverte de l'Australie sous le prisme du handicap, au travers du périple d'un jeune Allemand trisomique et de son ami (ZDF – 2018) ;
- *ARTE Regards : Handicap et travail. Une nouvelle économie sociale*, reportage (ZDF – 2018) ;
- *L'éloquence des sourds*, documentaire sur une jeune femme qui dévoile son quotidien «d'handicapée modèle», entre exclusion et combat pour s'adapter (ARTE France – 2017) ;
- *Notes on Blindness*, film documentaire et application en réalité virtuelle basés sur le journal audio de John Hull, écrivain devenu aveugle (ARTE France – 2016) ;
- *Le Village du silence*, documentaire société sur l'institution de Fischbeck en Allemagne qui héberge des résidents sourds et aveugles (SWR – 2015) ;
- L'épisode « *Féminisme et handicap* » de l'émission *Un podcast à soi* sur ARTE Radio ;
- *Dans tes yeux*, émission documentaire autour du monde, présentée par Sophie Massieu, journaliste non-voyante (ARTE France – 2011).

Afin de communiquer au grand public ses actions, ARTE a créé une [rubrique dédiée à l'accessibilité](#) sur www.arte.tv, le site Internet de la chaîne.

Educ'Arte

Educ'Arte est le service vidéo, numérique, pédagogique et innovant désormais mis en œuvre par ARTE Education, filiale d'AFD. Destiné aux enseignants et aux élèves, il rend accessible en classe et au domicile plus de 1 300 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 métropolitaines et des départements, régions et collectives d'outremer (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 Radio et télévision belge francophone (RTBF) et d'autres acteurs éducatifs belges a été réalisée en 2019. En 2019, le cap des 1 000 établissements abonnés (de l'ordre de 700 000 enseignants et élèves) a été franchi :

- 100% des lycées de la région Nouvelle-Aquitaine (qui a renouvelé l'abonnement) ;
- 100% des collèges de la région Grand-Est ;
- Partenariats signés avec l'association des régions de France pour promouvoir la ressource dans les autres régions ;
- 100% des collèges du département de l'Ariège ;
- 80% des collèges du département du Val-d'Oise ;
- Le département de la Seine-Saint-Denis qui a labellisé la ressource.

À fin 2019, la plateforme Educ'ARTE comptabilisait plus de **128 000 visionnages**.

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. L'offre VOD se compose de 5 900 programmes. En 2019, environ 250 000 utilisateurs ont accès au service de Médiathèque numérique et plus de 593 000 visionnages ont été effectués (soit une progression de 43% par rapport à 2018).

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-Folies⁴, lieux de décentralisation initiés par La Villette, particulièrement intéressants pour diversifier et élargir le public d'ARTE en France comme en Europe.

⁴https://lavillette.com/page/micro-folies-de-la-villette_a139/1

I.3 Respect des règles éthiques et déontologiques

I - ARTE France :

Une charte de déontologie 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. Elle a mis en place différentes procédures en lien avec ses filiales AFD et AFC, afin de se conformer au Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 (« RGPD ») et à la loi « Informatique et Libertés » modifiée.

Ces mesures consistent notamment en :

- La révision de son registre de traitements par ajout de mentions supplémentaires conformes au RGPD ;
- La nomination d'une Déléguée à la protection des données (ou *Data Protection Officer* / DPO) ;
- La mise en place de référent «informatique et libertés» pour la plus grande partie des services et unités de l'entreprise et de ses filiales ;
- La sensibilisation et la formation de ces référents ;
- Des actions de formation de sensibilisation de l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise ;
- L'encadrement des relations contractuelles avec les sous-traitants et de manière générale avec les prestataires ;
- La vigilance sur le transfert des données personnelles hors de l'UE et sur les garanties nécessaires à un tel transfert.

Par ailleurs, 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.

II - ARTE G.E.I.E. :

Comme ARTE France, ARTE G.E.I.E. a mis en œuvre un dispositif de protection des données à caractère personnel. Le site de la chaîne (<https://www.arte.tv/sites/corporate/donnees-personnelles/>) précise les données collectées, leur destination et leur utilisation, ainsi que le droit d'accès, de rectification, d'effacement, de limitation du traitement ainsi que le droit à la portabilité des informations, susceptible d'être exercés par recours à la DPO nommée par l'entreprise.

Par ailleurs, la loi sur la transparence, la lutte contre la corruption et la modernisation de la vie économique, dite « Sapin 2 », instaure une obligation de prévention et de détection de la corruption à travers la mise en œuvre d'un dispositif de lutte contre la corruption. A ce titre, ARTE G.E.I.E. a désigné la fonction de l'audit interne, comme **référénte éthique** en charge de recueillir les alertes. Cette désignation est en cohérence avec le Règlement financier et les missions confiées à l'audit interne en termes de prévention et détection de la fraude.

De plus, la loi « Sapin 2 » instaure également l'obligation de mettre en œuvre **un dispositif d'alerte interne**, qui a été la première mesure spécifiquement déployée dans ce cadre au sein d'ARTE G.E.I.E. en janvier 2018. Une communication a été faite auprès de l'ensemble du personnel le 1^{er} mars 2018, et l'information a également été rendue accessible sur le site web d'ARTE, sous le lien <https://www.arte.tv/sites/corporate/gouvernance>.

I.4 Promouvoir les comportements responsables

I - ARTE France :

La sensibilisation aux stéréotypes et aux biais inconscients, mais également aux « gestes écologiques » 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 depuis 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.

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.

II - ARTE G.E.I.E. :

ARTE G.E.I.E. a mis en place un plan de mobilité, à la suite d'un diagnostic établi grâce à un questionnaire auquel 65% des salariés ont répondu. Le vélo est un des moyens de transport privilégié par les salariés puisque 37% n'ont recours qu'à ce mode de transport.

Les objectifs du plan découlent de ce diagnostic : favoriser l'usage du vélo, faciliter l'accessibilité depuis les transports en commun, faciliter les aménagements pour la mobilité douce, soutenir les alternatives à l'usage solitaire de la voiture, et notamment le vélo.

Pour que l'ensemble de l'entreprise se saisisse de ces objectifs, il a été nécessaire de travailler sur l'environnement de travail, notamment à travers l'usage du télétravail et le développement des alternatives aux mobilités professionnelles.

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 **rempli chaque année une déclaration sur le répertoire des représentants d'intérêts de la Haute Autorité pour la Transparence de la Vie Publique**. Cette déclaration est accessible [ici](#).

Les conséquences sociales de l'activité :

ARTE France et ARTE G.E.I.E. veillent à représenter le plus justement possible la diversité de la société française dans les programmes et dans leurs 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 et ARTE G.E.I.E. ont 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 2019, l'entreprise comptabilisait en moyenne 343,2 salariés dont 67% de femmes. Par ailleurs, au sein de son Comité de Direction⁵, ARTE France affiche la part de femmes la plus importante de l'audiovisuel public français (6 femmes pour 9 membres en 2019).

ARTE G.E.I.E. partage cette culture. En 2019, l'entreprise comptabilisait en moyenne 597 salariés dont 63% de femmes. Celles-ci représentaient 40% des postes de directeurs et de gérants, contre 11 % en 2009, 29% en 2013 et 33% en 2017.

Indicateur 3 (ARTE France) :

	2016	2017	2018	2019
Répartition par genre				
Femmes	65%	65%	64%	67%
Hommes	35%	35%	36%	33%

Indicateur 3 bis (G.E.I.E.)⁶ :

	2016	2017	2018	2019
Répartition par genre				
Femmes	63%	64%	62%	63%
Hommes	37%	36%	38%	37%

Indicateur 4 :

	2019
Index d'égalité femmes-hommes ARTE France	93
Index d'égalité femmes-hommes ARTE G.E.I.E.	92

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. En 2019, dans le cadre de l'amélioration de l'accessibilité du site internet de la chaîne, ARTE G.E.I.E. a intégré une salariée en situation de handicap visuel.

⁵Page 22 de L'Observatoire de l'égalité entre les femmes et les hommes dans la culture et la communication – Mars 2019

⁶Source : Bilan Social

Les années 2018 et 2019 ont vu la préparation de la **candidature d'ARTE France au double Label Egalité / Diversité Professionnelle** attribué par 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 en avril 2020.

ARTE G.E.I.E. a mis en place en 2017 un partenariat avec l'association Nos Quartiers ont du Talent, qui associe soutien à l'association et intervention de salariés de l'entreprise dans le parrainage de filleuls proposés par l'association. ARTE France a fait de même en 2019.

Par ailleurs, la dynamique de formation impulsée par le service RH porte ses fruits avec **une très large majorité de l'effectif d'ARTE France formée chaque année** (avec une part variant entre 66 et 75% ces trois dernières années).

ARTE G.E.I.E. a formé 455 salariés en 2018, soit 76% de l'effectif puisqu'une formation informatique a concerné une grande partie du personnel. Ce chiffre est de 32,8% en 2019.

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

I - ARTE France :

Après une période d'expérimentation du télétravail entre septembre 2017 et août 2018 avec 50 salariés pilotes, ARTE France a élargi ce dispositif dès 2018. Un accord collectif a été signé le 1^{er} 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 2019, environ **153 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 2019, 205 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 après la mise en place du nouveau CSE (Comité social et économique) en avril 2019 fusionnant CE, DP et CHSCT. Sa conclusion devrait intervenir en 2020.

II - ARTE G.E.I.E. :

ARTE G.E.I.E. a mis en œuvre en 2018 une charte sur le télétravail, et la renégociation de l'accord de Qualité de vie au travail de 2017 dans le courant de l'année 2020 permettra d'actualiser les dispositifs en vigueur.

II.3 Moderniser l'entreprise

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

Au sein d'ARTE France, 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 est opérationnelle depuis début 2019.

ARTE G.E.I.E. organise depuis 2018 entre 3 et 4 *masterclass* par an, permettant de partager avec les salariés du groupe les démarches et techniques innovantes repérées dans l'univers des médias.

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. Afin de communiquer au grand public ses actions en faveur de l'environnement, ARTE a créé une [rubrique dédiée](#) sur [www.arte.tv](#), le site Internet de la chaîne.

I - ARTE France :

Un Bilan carbone a été réalisé en 2019, avec l'aide d'un prestataire spécialisé. **Il porte sur l'année 2017** et donne une « vision 360° » de l'impact environnemental des activités d'ARTE France.

- Il montre que **les émissions globales d'ARTE France** pour 2017 ont été de l'ordre de **40 100 TCO₂e** (ou « tonnes-équivalent-CO₂ »). **Mais 94% de ce total est dû à la production de programmes audiovisuels.** Il est logique que ce poste soit prépondérant car l'activité principale d'ARTE France consiste à produire, coproduire et acheter des programmes antenne ou numériques pour la chaîne ARTE. Pour autant, ce pourcentage est extrêmement élevé, il est soumis à une forte incertitude de l'ordre de 44%⁷, valeur très importante pour un Bilan carbone, et la production exécutive de ces programmes est confiée à des producteurs indépendants extérieurs.
- **Hors programmes audiovisuels, les émissions d'ARTE France** pour 2017 ont été de l'ordre de **2 300 TCO₂e**, soit **6% des émissions globales.**

Un plan d'actions lié au Bilan carbone a été établi :

- La marge de manœuvre d'ARTE France pour réduire directement les émissions liées aux programmes audiovisuels est très faible car il n'est bien entendu pas envisageable de baisser le volume de programmes fournis à la chaîne, néanmoins, ARTE France peut agir en tant que prescripteur de bonnes pratiques auprès des producteurs et le Groupe ARTE dans son ensemble a prévu de s'investir dans cette thématique.
- Hors programmes audiovisuels, le plan d'actions se concentre en priorité sur la réduction de la facture électrique, la poursuite de la réduction du plastique et du papier, l'optimisation des déplacements des collaborateurs, la mise en œuvre d'une politique environnementale de gestion du parc informatique et de sobriété numérique, ces actions étant accompagnées d'une campagne récurrente de sensibilisation interne de l'ensemble des salariés.

⁷Cette marge d'erreur provient quasi intégralement du mode de calcul : ces émissions n'ont pu être évaluées qu'au travers du ratio monétaire issu de la Base carbone de l'ADEME (310 kg CO₂e/k€ investi) or celui-ci présente une forte incertitude lorsqu'il est comparé au retour d'expérience du collectif Ecoprod.

III.1 Diminuer la consommation de ressources

ARTE France est locataire d'un immeuble de bureau. Pratiquement tous les travaux d'amélioration favorables aux économies d'énergie, prévus dans le cadre du renouvellement du bail immobilier, ont été réalisés entre 2017 et 2019. Afin d'améliorer la gestion de la consommation en eau et en énergie, des interventions ont été faites sur les installations de plomberie, climatisation, chauffage et éclairage.

La **consommation d'électricité** a été maîtrisée. Les travaux de rénovation ont permis de compenser en 2019 le surcroît de consommation électrique liée à la location en 2018 de 250 m² de bureaux supplémentaires.

En deux ans, ARTE France est parvenue à **réduire significativement sa consommation d'eau**.

Indicateur 5 :

	2017	2018	2019
Consommation d'eau en m ³	2 546	2 119	2 034

Indicateur 6 :

	2017	2018	2019
Electricité en kWh/m ²	196	213	203

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, qui a baissé de 27 % depuis 2016.

Indicateur 7 :

	2016	2017	2018	2019
Impressions papier	2 925 213	2 706 013	2 338 571	2 139 492

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 6. 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 8 :

	2015	2016	2017	2018	2019
Pressage interne CD/DVD	17 617	11 579	7 829	4 413	2 825

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 9 850 kg en 2019, ce qui a permis 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.

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 dans l'intranet début 2019. Appelé à être enrichi régulièrement, ce document donne des idées et gestes simples pour réduire sur 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.

Le Bilan carbone (ou Bilan d'émission des gaz à effet de serre/ BEGES) **d'ARTE France réalisé en 2019 sur l'année 2017** a permis d'identifier les valeurs des trois champs d'investigation du bilan des BEGES et le Plan d'actions en découlant fait apparaître les éléments suivants :

A) CHAMP 1 : Les émissions directes de Gaz à effet de serre (GES)

Le champ 1 regroupe les actions concernant les **émissions directes** des installations fixes ou mobiles : la combustion (par exemple les carburants), les fuites de fluides frigorigènes...

En 2017, ce champ a représenté 14,5 TCO2e, soit 0,6% des 2 300 TCO2e retenues pour le Plan d'actions ou 0,04% des 40 100 TCO2e des émissions globales d'ARTE France.

Ils sont répartis de la manière suivante :

- 5,7 tonnes émis par les fluides frigorigènes des installations de climatisation ;
- 8,8 tonnes émis par les sources mobiles à moteur thermiques (combustion de carburant des véhicules appartenant à la société).

Du fait de son activité, ARTE France produit très peu d'émissions directes de GES. Au regard de son très faible impact et de la marge de manœuvre très limitée vu les travaux d'amélioration de la climatisation réalisés entre 2017 et 2019, **ARTE France n'a pas fixé d'objectif chiffré de réduction sur le champ 1 entre 2017 et 2020.** Néanmoins, lors de leur renouvellement, il sera envisagé de remplacer les véhicules appartenant à la société par des véhicules partiellement ou totalement électriques.

B) CHAMP 2 : Les émissions indirectes liées à l'énergie

Le champ 2 regroupe les actions concernant les émissions indirectes associées à la consommation d'électricité ou d'énergie fournie par les réseaux de chaleur et de froid.

En 2017, ce champ a représenté 59 TCO2e, soit 2,6% des 2 300 TCO2e retenues pour le Plan d'actions ou 0,1% des 40 100 TCO2e des émissions globales d'ARTE France. Ce volume correspond aux émissions indirectes liées à la consommation d'électricité dans les bâtiments d'Issy-les-Moulineaux et de Vanves.

La part du champ 2 dans le total est faible. En 2018, la location de 250 m² de bureaux supplémentaires a certes pesé sur l'impact carbone et les émissions se sont élevées à 68 tonnes. Les importants travaux de rénovation effectués la même année ont toutefois permis de compenser dès 2019 le surcroît de consommation électrique liée à cette location. **En conséquence, ARTE France poursuivra ses efforts pour réduire les émissions liées au champ 2 mais n'a pas fixé d'objectif chiffré de réduction entre 2017 et 2020.**

Ces réductions seront obtenues via l'amélioration continue des installations de climatisation, de chauffage et d'éclairage, ainsi que par une gestion raisonnée du parc informatique et la sensibilisation des salariés aux « éco-gestes » au bureau et à la sobriété numérique.

C) CHAMP 3 : Les autres émissions indirectes

Le champ 3 concerne toutes les autres émissions indirectes : les immobilisations des biens et des équipements de production (matériel informatique, logiciels...), les déplacements des salariés, les déchets générés par les activités de l'entreprise, l'utilisation et la fin de vie des produits et services vendus, le transport des marchandises...

En 2017, le champ 3 a représenté 2 227 TCO2, une fois déduit l'impact des programmes audiovisuels.

Le poids du champ 3 est donc prépondérant car il représente 97% des émissions annuelles 2017. Ce sont donc sur ces postes, non concernés par l'obligation réglementaire du BEGES, que les actions en réduction ont été ciblées (cf. détail ci-dessus).

II - ARTE G.E.I.E. :

III.1 Diminuer la consommation de ressources

ARTE G.E.I.E. est pleinement engagée dans une démarche ambitieuse de diminution de sa consommation d'énergie en mettant en œuvre un système de management énergétique basé sur la norme ISO 50001. Le Comité de gérance s'est engagé à poursuivre les objectifs suivants :

- développer une démarche d'amélioration continue en matières d'économies d'énergie afin d'accroître de 20% l'efficacité énergétique d'ici 2020, par rapport à l'année 2013 ;
- analyser et maîtriser les activités les plus gourmandes en énergies pour consommer au plus juste tout en maintenant une qualité de diffusion et de service optimale ;
- sensibiliser l'ensemble des salariés aux économies d'énergie et les informer des objectifs ;
- intégrer le critère énergie dans le processus d'achat à tous les niveaux (investissements bâtiment, équipements, broadcast, numérique, prestations, etc.) ;
- respecter les exigences légales applicables aux activités et être conforme à la norme ISO 50001.

Le bilan énergétique 2019 montre que l'entreprise a amélioré sa performance de 23,4% entre 2014 et 2019,

ce qui est notamment dû à l'optimisation du nombre de serveurs informatiques en utilisant les technologies de virtualisation quand c'est possible, au remplacement progressif des luminaires et à la meilleure régulation de la production de froid pour les serveurs. Pour 2020, l'extinction automatique des PC et le remplacement progressif des ventilo-convecteurs devrait permettre de poursuivre l'amélioration de la performance.

III.2 Améliorer la gestion des déchets et la gestion durable de la cantine

ARTE G.E.I.E. est également très sensible à la gestion des déchets, mais aussi au gaspillage alimentaire. Une sensibilisation effectuée en 2016 avait permis de réduire très significativement les déchets par assiette ; elle va être renouvelée en 2020 pour faire baisser à nouveau ce chiffre, actuellement de 70 g par assiette. Cette opération s'accompagne d'un effort de réduction de la dépense carbone grâce à la mise en place d'une journée mensuelle entièrement végétarienne.

III.3 Prendre en compte les impacts environnementaux liés à la création de contenus

ARTE G.E.I.E. est engagé dans la démarche ECOPROD via la formation de collaborateurs. Elle va organiser en 2020 une table ronde permettant d'échanger sur les approches françaises et allemandes afin de dégager des critères communs, partagés ensuite avec les producteurs travaillant avec la chaîne.

ARTE France Développement est également engagé dans cette démarche.

Note Méthodologique

Cadre légal :

Conformément aux dispositions de l'article L.225-102-1 du Code du Commerce, notre Groupe est tenu de publier une DPEF consolidée présentant les informations sur la manière dont nous prenons en compte les conséquences sociales et environnementales de nos activités. Notre DPEF reprend l'ensemble des informations requises à l'article L.225-102-1 alinéa III, à l'exception des thèmes suivants :

- Engagements sociétaux en faveur de la lutte contre la précarité alimentaire ;
- Engagements sociétaux en faveur du respect du bien-être animal.

Ces thèmes n'ont pas été abordés dans la déclaration compte tenu des activités du groupe ARTE.

Période de reporting :

Les indicateurs sociaux, environnementaux et sociétaux présentés dans cette déclaration de performance extra-financière concernent la période du 1^{er} janvier 2019 au 31 décembre 2019.

Périmètre de consolidation et modes de collecte des données :

Indicateurs 2019	Périmètre de consolidation	Période de reporting	Mode de collecte des données
Indicateur 1 : Présence d'expertes femmes dans 28' (moyenne annuelle)	ARTE Groupe	2019	Donnée issue du tableau de pilotage des indicateurs «groupe ARTE» pilotée par ARTE G.E.I.E.
Indicateur 1 bis : Présence d'expertes femmes dans ARTE Journal (moyenne annuelle)	ARTE Groupe	2019	Donnée issue du tableau de pilotage des indicateurs «groupe ARTE» pilotée par ARTE G.E.I.E.
Indicateur 2 : Nombre hebdomadaire de programmes diffusés en audiodescription par ARTE (moyenne)	ARTE Groupe	2019	Donnée issue du tableau de pilotage des indicateurs «groupe ARTE» pilotée par ARTE G.E.I.E.
Indicateur 3 : Répartition par genre de l'effectif salarié d'ARTE France	ARTE France et filiales	2019	Donnée issue du système d'informations RH d'ARTE France, pilotée par la Direction des Ressources Humaines d'ARTE France
Indicateur 3 bis G.E.I.E. : Répartition par genre de l'effectif salarié d'ARTE G.E.I.E.	ARTE G.E.I.E.	2019	Donnée issue du système d'informations RH d'ARTE G.E.I.E.
Indicateur 4 : Index de l'égalité femmes / hommes	ARTE France et filiales / ARTE G.E.I.E.	2019	Donnée calculée selon la méthode mise en place par le ministère du travail.
Indicateur 5 : Consommation en eau pour ARTE France	ARTE France et filiales	28/01/2019 au 28/01/2020	Donnée issue des facturations du fournisseur d'eau d'ARTE France pilotée par les Services Généraux
Indicateur 6 : Consommation en électricité pour ARTE France	ARTE France et filiales	2019	Donnée issue des facturations du fournisseur d'électricité d'ARTE France pilotée par les Services Généraux
Indicateur 7 : Impressions papier	ARTE France et filiales	2019	Donnée issue des facturations reçues pilotée par les Services Généraux d'ARTE France
Indicateur 8 : Pressage interne CD/DVD	ARTE France et filiales	2019	Donnée issue du système d'informations d'ARTE France, pilotée par la Direction des Technologies et du réseau de Diffusion

Méthodes de calcul des indicateurs :

- **Indicateur 3 :** Les effectifs 2019 présentés incluent les effectifs des filiales ARTE France Développement et ARTE France Cinéma mais n'incluent pas les intermittents et les pigistes.
- **Indicateur 5 :** Les consommations en eau présentées à l'indicateur 5 concernent le périmètre d'ARTE France et filiales sur la période du 28/01/2019 au 28/01/2020. Le calcul s'appuyant sur les facturations reçues, un lissage proportionnel des volumes consommés a été réalisé pour correspondre à la période définie.
- **Indicateur 6 :** Les consommations d'électricité n'incluent pas les données qui sont comprises dans les charges partagées de l'immeuble, ni le 7^{ème} étage du Bâtiment F. Les consommations électriques présentées à l'indicateur 6 concernent le périmètre d'ARTE France et ses filiales sur la période du 01/01/19 au 31/12/2019. Le calcul s'appuyant sur les facturations reçues, un lissage proportionnel des KWH consommés a été réalisé pour correspondre à la période définie.
- Les émissions de GES – Champ 1 présentées en page 27 n'incluent pas les émissions relatives aux fluides frigorigènes. Les facteurs d'émission proviennent de la base carbone ADEME.

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

Éléments de la Déclaration de Performance Extra-Financière	Chapitre du rapport
Modèle d'affaires	Modèle d'affaires (à partir de la p. 4)
Analyse de risques	Principaux enjeux et risques (à partir de la p. 8)
Politiques RSE	Politiques menées et résultats (à partir de la p. 12)

Indicateurs clés de performance	Page du document
Indicateur 1 : Présence d'expertes femmes dans 28' (moyenne annuelle)	p. 13
Indicateur 1 bis G.E.I.E. : Présence d'expertes femmes dans ARTE Journal (moyenne annuelle)	p. 13
Indicateur 2 : Nombre hebdomadaire de programmes diffusés en audiodescription par ARTE (moyenne)	p. 13
Indicateur 3 : Répartition par genre de l'effectif salarié d'ARTE France	p. 18
Indicateur 3 bis G.E.I.E. : Répartition par genre de l'effectif salarié d'ARTE G.E.I.E.	p. 18
Indicateur 4 : Index de l'égalité femmes / hommes	p. 18
Indicateur 5 : Consommation en eau pour ARTE France	p. 21
Indicateur 6 : Consommation en électricité pour ARTE France	p. 21
Indicateur 7 : Impressions papier	p. 21
Indicateur 8 : Pressage interne CD/DVD	p. 21

