



arte Déclaration de Performance Extra-Financière

ARTE France 2021

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	7
Enjeux liés aux conséquences sociétales de l'activité	9
Enjeux liés aux conséquences sociales de l'activité	10
Enjeux liés aux conséquences environnementales de l'activité	11
Politiques menées et résultats	12
Les conséquences sociétales de l'activité	12
I - Diversité dans les programmes	12
II - Assurer l'accessibilité des programmes et des offres à tous	14
III - Respect des règles éthiques et déontologiques	17
IV- Risque de sécurité des données, du système d'informations et des réseaux sociaux	18
Les conséquences sociales de l'activité	19
I - Egalité entre les femmes et les hommes	20
II - Diversité de la société et comportements responsables dans l'entreprise	21
III - Favoriser la qualité et le bien-être au travail	22
IV- Moderniser l'entreprise	23
Les conséquences environnementales de l'activité	24
I - Protection de l'environnement dans les programmes	24
II - Diminuer la consommation de ressources	25
III - Améliorer la gestion des déchets, favoriser la biodiversité et la restauration durable	28
IV - Prendre en compte les impacts environnementaux liés au numérique et à la production audiovisuelle	29
Note Méthodologique	30
Tableaux de concordance de la Déclaration de Performance Extra-Financière 2021	34

Préambule

L'affirmation du caractère responsable et innovant de l'entreprise est un élément fort du Contrat d'objectifs et de moyens (COM) 2020-2022 d'ARTE France. Le nouveau Projet de Groupe 2021-2024 de la Chaîne ARTE, validé en Assemblée générale juin 2021, entérine cette stratégie en consacrant un de ses 5 axes stratégiques à la RSE avec l'ambition d'être un groupe exemplaire en matière de parité, de diversité et de responsabilité sociétale et environnementale.

Dédiée à la culture, ARTE défend les valeurs humanistes européennes, elle fait preuve d'ouverture, de tolérance et de responsabilité. La chaîne a des devoirs particuliers en tant que média public, culturel et européen. Un lien de confiance la relie au public et elle peut s'appuyer sur des résultats tangibles obtenus ces dernières années pour porter haut et fort ses idéaux fondateurs.

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 : le développement durable ; la lutte contre les inégalités, qu'elles soient sociales, culturelles, économiques, géographiques, liées au genre ou au handicap ; l'éthique morale et citoyenne ; ou encore la transparence dans l'utilisation des données personnelles.

ARTE mène depuis plusieurs 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. Ces sujets font l'objet d'une attention particulière des équipes pour conforter les actions déjà entreprises et mettre en œuvre de nouvelles mesures afin de consolider une stratégie RSE irrigant l'ensemble des activités, que ce soit devant ou derrière l'écran.

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 apporte 40% des programmes de la chaîne et son siège social est à Issy-les-Moulineaux. 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 Européen d'Intérêt Economique ARTE G.E.I.E.

ARTE France Développement (AFD) regroupe tous les actifs commerciaux d'ARTE France autour de trois pôles d'activité : Production, Distribution de programmes à l'international et Edition (DVD, VOD Grand Public, VOD Institutionnelle). Cette filiale assure une activité de production et de prestation audiovisuelle et numérique, qui l'a conduit notamment à participer à la fabrication d'émissions pour le Groupe ARTE ainsi qu'à une activité de recouvrement des recettes nettes-parts producteur (RNPP). Elle gère une activité d'édition DVD sous la marque ARTE Editions et une activité de Vidéo à la Demande (VOD) qui regroupe plusieurs offres, notamment artevod.com pour le grand public et [Médiathèque Numérique](#), proposée avec UniversCiné à destination des médiathèques, des comités d'entreprises et de leurs abonnés. Le pôle Production dispose d'installations techniques et est basé à Vanves alors que les pôles Distribution et Edition sont situés dans les locaux d'ARTE France à Issy-les-Moulineaux.

La filiale **ARTE Education** a été créée en 2019, 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](#) porté jusqu'alors par la filiale AFD. 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. Une nouvelle offre à destination de l'enseignement supérieur, dénommée [ARTE Campus](#), a été lancée début 2021. L'activité se fait depuis le site d'AFD à Vanves.

ARTE France Cinéma (AFC) a pour objet la [coproduction de films cinématographiques](#) ainsi que l'acquisition des droits de préachat pour leur future diffusion sur la chaîne. Elle participe à une vingtaine de films d'auteur de cinéma chaque année. L'activité se fait depuis le site d'ARTE France à Issy-les-Moulineaux.

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 décision¹. 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 d'une 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.

¹ Article 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 très majoritairement de la contribution à l'audiovisuel public (CAP). Celle-ci était de 273,30 M€ HT en 2021, en baisse (-2 M€) par rapport à 2020. S'y est ajoutée une contribution exceptionnelle de 5 M€ issue des crédits budgétaires affectés au plan « France relance ». Le total de la ressource publique a donc atteint 278,3 M€ en 2021.

ARTE France continue de privilégier la production et la diffusion d'œuvres de création originale européenne cinéma, fictions, documentaires et spectacles. En 2021, les investissements programmes s'établissent ainsi à 151,3 M€ (plan de production et d'achats), quasiment stable par rapport à 2020 (151,6 M€) – soit un résultat remarquable au regard du contexte sanitaire et des contraintes qu'il a fait peser sur l'ensemble du cycle de production des œuvres audiovisuelles.

Cela a notamment permis à ARTE d'élargir son public et d'atteindre des **records historiques d'audience à l'antenne** (France : 2,9 % – Allemagne : 1,3 %) **et pour ses offres numériques** avec un cumul annuel de plus d'1,8 milliard de vidéos vues sur l'ensemble de ses réseaux de diffusion, soit 153 millions de vidéos vues en moyenne chaque mois.

Concernant ARTE G.E.I.E., en 2021, ses ressources proviennent indirectement à 95 % des contributions à l'audiovisuel publics perçus en France (67,52 M€) et en Allemagne (67,52 M€), qui font l'objet de reversements au G.E.I.E par les pôles français et allemand. S'y ajoutent 6,605 M€ de recettes propres (produits de la distribution câble, cessions de droits, produits financiers, sponsoring).

Organisation et gouvernance

ARTE G.E.I.E. (608 salariés permanents), dont le siège est à Strasbourg, a été créé en 1991 après la signature du traité inter-étatique relatif à la Chaîne culturelle européenne conclu le 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, 350 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 (CdG) chargé de diriger la chaîne au quotidien.

Le 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 cadre pluriannuel.

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 **151,3 M€ en 2021**. La grande majorité des productions d'ARTE France sont confiés à des sociétés de production extérieures. En 2021, le plan de production a permis la réalisation de 927 heures de programmes pour l'antenne et de 412 heures de programmes numériques. Le volume important de programmes numériques est dû notamment à un fort investissement de la chaîne pour pallier le déficit de spectacle vivant en raison de la crise sanitaire qui dure depuis deux ans. 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 et l'ADN de la chaîne.

En 2021, ARTE G.E.I.E. a consacré 73,7 M€ 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 (13,7 M€) et les droits reversés aux auteurs (17,65 M€) représentent une part importante du budget de programmes.

Les perspectives d'avenir

Le Contrat d'objectifs et de moyens (COM) conclu entre l'État et ARTE France arrête les orientations stratégiques de la chaîne et détermine les moyens alloués à l'entreprise. Le COM en cours couvre la période 2020 – 2022 et intègre 9 indicateurs de suivi, autour des axes suivants :

- Poursuivre l'excellence éditoriale et amplifier le déploiement numérique ;
- Se déployer en Europe et accroître la nature européenne de ses programmes ;
- Être une entreprise responsable et innovante.

Cette stratégie est rendue d'autant plus indispensable au regard des impacts de la crise sanitaire et sociale due à la Covid-19 apparue début 2020 et toujours en cours en 2021.

Tout en continuant à défendre ses valeurs d'ouverture sur le monde, d'émancipation par la culture et de responsabilités, ARTE s'adapte aux évolutions du secteur audiovisuel. Pour faire face à une concurrence plus vive et plus mondialisée, elle 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.

Pour les trois entités d'ARTE², **le Projet de Groupe 2021-2024** porte une idée commune, une histoire commune, une conviction commune, et une ambition commune pour les années à venir. Il est articulé autour de cinq grands axes :

1. Renforcer l'offre éditoriale d'ARTE sur le linéaire et le non-linéaire ;
2. Toucher un public plus large à travers l'Europe ;
3. Asseoir et amplifier le rayonnement de la marque ARTE, label éditorial et culturel en Europe ;
4. **Être un groupe exemplaire en matière de parité, de diversité et de responsabilité sociétale et environnementale ;**
5. Simplifier l'existant et miser sur les synergies et l'évolution des méthodes de travail.

Ce cadre est décliné dans des Plans d'actions annuels qui font l'objet d'un suivi régulier dans les instances de direction de chaque entité, et notamment au niveau du Comité de Gérance et du Comité de Gérance élargi d'ARTE G.E.I.E.

² ARTE France, ARTE GEIE et ARTE Deutschland

Principaux enjeux et risques

Dans un paysage audiovisuel profondément bouleversé et dans le contexte inédit lié à la crise sanitaire et sociale, ARTE doit être une entreprise de média exemplaire. Sa responsabilité de chaîne de service public, écologique, éthique, ouverte sur les évolutions de la société et l'innovation est d'autant plus importante. L'absence de publicité sur son antenne lui garantit par ailleurs une indépendance précieuse à l'égard des annonceurs et des acteurs économiques.

Pour les équipes d'ARTE, poursuivre ce dessein est la promesse d'un engagement constant au service des valeurs fondatrices de la chaîne, notamment pour ce qui concerne les impacts sociaux, sociaux et environnementaux de son activité. Cet engagement doit s'incarner dans les programmes mais aussi dans les modes de fonctionnement et de gestion de l'entreprise. Les enjeux et risques identifiés sont donc communs à ARTE France et ARTE GEIE. Les mesures adoptées réduisent trois risques majeurs : (i.) le risque de manquement au respect des valeurs fondatrices d'ARTE, (ii.) le risque de ne pas atteindre les niveaux de performance RSE requis par la réglementation, correspondant aux attentes du secteur ou à ceux qu'elle s'est elle-même fixés et (iii.) le risque d'atteinte à la réputation et à l'image que pourraient engendrer des manquements sur ces thèmes essentiels.

I - Démarche suivie par 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 cette démarche 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 et 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. Un **Plan d'actions RSE 2017-2021** a été mis en forme par la Direction de l'entreprise à l'été 2017 et présenté au Comité d'Entreprise à l'automne puis à l'ensemble des salariés en décembre 2017.

Depuis 2017, l'entreprise a consolidé sa stratégie en maintenant une démarche participative et collective. Début 2021, elle a associé les collaborateurs de différents secteurs d'activité, métiers et fonctions, quels que soient les niveaux de postes, pour élaborer un plan d'action pluriannuel autour de sept thématiques (Rôle du diffuseur, Connaissance du public, Marques et marketing, Communication, Activités commerciales, Systèmes d'information, Ressources Humaines).

La réflexion qui s'est déroulée sur cinq mois a permis d'associer plus de 60% des collaborateurs de l'UES ARTE France dans le cadre de groupes de travail, d'ateliers de recueil de proposition, de questionnaires et a permis l'élaboration des **Plans d'actions ARTE France 2021-2025 où les enjeux RSE ont été réaffirmés** et dans lesquels ont été définies des actions sur les sujets d'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, de diversité et d'inclusion, de lien intergénérationnel et de préservation de l'environnement.

En parallèle, l'ambition d'être un groupe exemplaire en matière de parité, de diversité et de responsabilité sociétale et environnementale a été partagée au sein des trois entités du Groupe (ARTE France, ARTE Deutschland et ARTE G.E.I.E.) et **les enjeux RSE font désormais partie des cinq axes stratégiques du Projet de Groupe de la chaîne ARTE pour la période 2021-2024**. A ce titre, ils sont déclinés par chaque entité, dont ARTE France et ARTE GEIE.

Concernant ARTE France, les enjeux et les risques liés à la performance extra-financière ont donc été identifiés sur la base du **Plan d'actions RSE 2017-2021, du diagnostic et des objectifs décrits dans le COM 2020-2022, du Projet de groupe 2021-2024 et du modèle d'affaires de l'entreprise**.

ARTE France a élaboré sa première **cartographie des risques** sur le périmètre de l'UES ARTE France au cours de l'année 2019 (présentée au Comité d'audit en février 2020). Le plan d'audit et de contrôle interne 2021 prévoyait une revue et actualisation de cette cartographie. Celle-ci a été présentée le 17 février 2022 au Comité d'audit d'ARTE France. Elle classe 30 principaux risques selon 5 catégories :

- Les risques stratégiques ;
- Les risques éditoriaux ;
- Les risques liés à la production ;
- Les risques de ressources humaines ;
- Les risques liés aux fonctions support.

Outil de contrôle interne, cette cartographie donne à ARTE France une vision globale de ses risques. Elle permet le pilotage et l'amélioration des dispositifs de maîtrise notamment par des contrôles accrus sur les risques aux criticités les plus importantes.

Concernant spécifiquement les risques extra-financiers, une **Table de concordance** entre les **enjeux/risques/indicateurs clés de performance et indicateurs de suivi de la DPEF 2021** a été établie.

Enfin, il faut noter que **ARTE France a engagé en 2021 la réflexion et la concertation autour de la définition de sa « Raison d'être »**. Celle-ci devrait être inscrite dans les statuts de l'entreprise à l'été 2022.

II - Démarche suivie par ARTE G.E.I.E.

ARTE GEIE actualise tous les quatre ans **sa cartographie des risques**, afin de tenir compte des évolutions de l'organisation et des changements de l'environnement externe. Cette actualisation a été réalisée par l'audit interne fin 2020 et soumise au Comité de Gérance au 1er semestre 2021. La cartographie permet de pondérer les risques techniques, d'approvisionnement des contenus, de dégradation de l'image, de perte de patrimoine audiovisuel, de fraude mais aussi les risques informatiques, humains, réglementaires et de sécurité. ARTE G.E.I.E. a, par ailleurs, coordonné **l'élaboration du nouveau projet de Groupe 2021-2024** entre les différentes entités du Groupe ARTE, dans une approche collaborative, avec la constitution de différents groupes de travail. Le quatrième axe, parmi les cinq retenus, est intitulé « **Être un groupe exemplaire en matière de parité, de diversité et de responsabilité sociale et environnementale** ».

Chaque grand type de mesure qui le compose a été décliné en une liste de projets et d'actions à mener au sein d'ARTE G.E.I.E. (et très souvent en lien avec le reste du Groupe) entre le second semestre 2021 et la fin de l'année 2022. À titre d'exemple, l'une des actions prévues et d'ores et déjà mise en place a permis d'intégrer de manière systématique un paragraphe sur l'impact RSE dans les projets de résolution pour le comité de gérance d'ARTE G.E.I.E.

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 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. Indépendante, et au service de tous les publics, elle propose des récits et représentations du monde qui analysent les enjeux auxquels nos sociétés font face et rapprochent les Européens par la culture.

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. 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 constituent pour ARTE un élément déterminant pour la confiance de ses téléspectateurs et de ses partenaires. Chaîne à vocation citoyenne, ARTE se doit **d'atteindre tous publics, notamment les jeunes et les publics éloignés de la culture.**

L'année 2021 a été marquée par la poursuite de la pandémie mondiale de COVID-19 qui a mis à l'arrêt de nombreuses productions cinématographiques et audiovisuelles. Alors que plus de 150 des tournages d'ARTE France ont été impactés en 2020 et 165 en 2021 (blocage au stade de la post-production et/ou report du tournage), le positionnement de la chaîne a représenté un enjeu pour les entreprises audiovisuelles avec lesquelles elle travaille et ARTE a su incarner **un repère et une force d'entraînement aux côtés du secteur de la production indépendante.**

En maintenant ses investissements à travers sa filiale de coproduction ARTE France Cinéma et ses achats destinés à l'antenne, ARTE France a soutenu le cinéma d'auteur français et européen confronté à la crise liée à la fermeture des salles de cinéma en 2020 et 2021.

L'économie de la musique, déjà en profonde mutation avant la crise, a vu de nombreux festivals annulés. ARTE a proposé de revivre en ligne leurs spectacles emblématiques présentés les années précédentes et les captations de spectacles et de concerts ont été maintenues à chaque fois que cela a été possible. **ARTE Concert** a maintenu le rayonnement du spectacle vivant dans toute sa richesse et sa singularité grâce notamment à **ARTE en scène**, collection de vingt-cinq films nés de la rencontre entre artistes de scène et réalisateurs. La chaîne s'est investie dans de nombreuses propositions originales, uniques et marquantes pour garder le lien entre artistes et public pendant cette période si particulière.

ARTE G.E.I.E. s'inscrit aux côtés de tous les membres du Groupe dans les perspectives ci-dessus. Elle prête, par ses responsabilités spécifiques, une attention particulière à la diffusion euro-

péenne 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**. Dans un contexte de prolifération de fausses informations et d'exacerbation des débats, ARTE s'attache à maîtriser ses antennes et garantir la protection des données qui lui sont confiées.

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 liées à cette thématique**. La chaîne attache néanmoins une attention particulière à ce que ces valeurs soient visibles parmi les programmes diffusés. Ainsi à titre d'exemple en 2021 :

- En août, en raison de l'actualité en Afghanistan, ARTE a mis en place une programmation spéciale à l'antenne et sur arte.tv alliant documentaires, reportages et magazine afin de décrypter ce tournant géopolitique historique.
- À l'occasion des 10 ans de la guerre en Syrie, ARTE Journal, ARTE Reportage et THEMA ont proposé une sélection de reportages, de documentaires et de films d'animation, autant d'instantanés que de regards différents sur l'origine et l'évolution de ce conflit.
- Dans *Le Vénérable W.*, film documentaire de Barbet Schroeder, la rencontre avec le moine bouddhiste birman Ashin Wirathu, chef de file du mouvement nationaliste 969 et du parti racia- liste Ma Ba Tha, nous a plongés au cœur du racisme quotidien. Elle a permis d'observer comment l'islamophobie et le discours haineux se transformaient en violence et en destruction.
- *Tuer l'Indien dans le cœur de l'enfant*, de Gwenlaouen Le Gouil, une enquête implacable au sein de la communauté autochtone au Canada, a montré les traumatismes causés par la politique d'acculturation du gouvernement.
- *La caviar connection*, documentaire de Benoît Bringer et Laurent Richard, a illustré comment l'Azerbaïdjan corrompait des parlementaires européens pour s'acheter une respectabilité internationale.
- *Soudan : les derniers rebelles du Darfour*, reportage de Bastien Renouil et Olivier Marzin, a fait le point sur la situation au Soudan après dix-huit ans d'une guerre civile qui a fait 3 millions de déplacés et presque 300.000 morts.
- *Crayon au poing : 4 dessinatrices du monde arabe*, a dressé les portraits croisés de Lena Merhej (Beyrouth), Deena Mohamed (Le Caire), Zainab Fasiki (Casablanca) et Nadia Khiari (alias Willis from Tunis), artistes contestataires dont les dessins et les mots portent haut les revendications de liberté et de justice des Printemps arabes.

Enjeux liés aux conséquences sociales de l'activité

Dans un univers en pleine mutation et confronté à la concurrence des nouveaux acteurs audiovisuels et numériques, le recrutement, le développement et la fidélisation des collaborateurs sont de forts enjeux. La chaîne doit plus que jamais savoir attirer et retenir les talents, mais depuis 2020, elle a aussi dû faire face à la crise sanitaire et réaffirmer sa politique sociale engagée.

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 des méthodes de recrutement adaptées et ouvertes sur la diversité des profils.

Des actions volontaristes sont menées en faveur de **l'égalité entre les femmes et les hommes et la lutte contre les discriminations** est constante.

Alors que la vie au travail s'est conjuguée en 2020 et 2021 avec la vie en télétravail, 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 depuis plusieurs années une politique active pour **favoriser la qualité et le bien-être au travail** tout en **modernisant l'entreprise et en formant les salariés aux enjeux RSE**.

Ainsi, ARTE France a signé un **Accord Égalité Professionnelle et salariale entre les Femmes et les Hommes** le 13 décembre 2019, un **Accord Qualité de Vie au Travail et droit d'expression** le 28 février 2020 ainsi qu'un **Accord sur la Diversité** le 6 décembre 2021. Dans le cadre de ces accords, l'entreprise s'est engagée à former et à sensibiliser managers et collaborateurs sur différentes thématiques comme le handicap, la diversité, le harcèlement sexuel et agissements sexistes, le harcèlement moral et les risques psychosociaux. Depuis 2020, les actions de sensibilisation et de formations ont été mises en place et ce malgré les contraintes sanitaires au cours de ces deux dernières années.

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. La mise en œuvre de ce plan d'intégration se poursuit. Suite à l'**Accord collectif d'entreprise sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes** signé en 2020, qui prévoyait notamment de repérer et de **résorber les éventuelles disparités de rémunération, différentes mesures individuelles ont été prises avec effet en 2022**, sur la base d'une étude approfondie menée en 2021 sur les écarts de salaires pour l'ensemble des fonctions de l'entreprise. Cet accord prévoyait également de tendre à la **parité dans la sphère de gouvernance, ce qui est le cas depuis le 1er janvier 2022 au sein du Comité de gérance et de la Conférence des programmes**. Différentes actions visant à garantir l'égalité des chances dès le **processus de recrutement et dans l'accès à la formation et à lutter quotidiennement contre les comportements sexistes** sont également en cours d'étude ou de mise en œuvre.

Enjeux liés aux conséquences environnementales de l'activité

La prise en compte et la représentation des thématiques environnementales et notamment des conséquences dues au changement climatique font également partie des missions de la chaîne, que ce soit à l'antenne ou au sein de ses structures.

En tant que média, ARTE porte en effet une responsabilité particulière dans la sensibilisation aux enjeux écologiques. Avec des œuvres arrimées au réel et tournées vers l'avenir, ARTE doit 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 des thématiques environnementales, du développement durable et de l'économie circulaire**. De nombreux programmes vont dans ce sens et l'enjeu pour ARTE est d'informer et d'alerter sur les causes et effets du réchauffement climatique et plus généralement **de promouvoir les comportements propices à la préservation de l'environnement**.

Consciente de son propre impact environnemental, ARTE a engagé depuis plusieurs années une politique volontariste afin de le réduire. 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 politique production audiovisuelle** : 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...). La démultiplication de l'offre numérique et la migration des métiers vers les réseaux numériques accélérée par l'explosion du télétravail a des impacts qu'il faut maîtriser (impacts énergétiques, économie circulaire des matériels obsolètes etc.). Par ailleurs en tant que producteur et coproducteur, ARTE se doit d'engager une réflexion sur la politique de production audiovisuelle durable.

ARTE G.E.I.E. contribue à ces trois objectifs sur son propre site notamment via la certification ISO 50001 obtenue depuis plusieurs années ou encore dans le cadre de son restaurant d'entreprise, au sein duquel de nombreuses actions **en faveur d'une alimentation responsable, équitable et durable ainsi que contre le gaspillage alimentaire** sont menées.

Politiques menées et résultats

Dans le COM 2020-2022, ARTE France a conforté les actions déjà entreprises dans le COM précédent et prévu de nouvelles mesures pour structurer sa stratégie de responsabilité sociale et environnementale en irrigant l'ensemble de ses activités. Cette ambition a été partagée au sein des trois entités du Groupe (ARTE France, ARTE Deutschland et ARTE G.E.I.E.) et les **réponses à apporter aux enjeux RSE font désormais partie des axes prioritaires du Projet de Groupe de la chaîne pour la période 2021-2024**. ARTE souhaite être une entreprise de média exemplaire et développer sa politique de responsabilité sociale, civique et environnementale. Cette stratégie portée au plus haut niveau de l'entreprise (Directoire d'ARTE France et Comité de Gérance d'ARTE GEIE) se traduit notamment par une communication sur le sujet lors des Assemblées générales du personnel depuis 2017. Parce qu'ARTE se doit d'être le reflet en termes de fonctionnement des valeurs qu'elle promeut, l'axe **4 du Projet de Groupe 2021-2024 : Être un groupe exemplaire en matière de parité, de diversité et de responsabilité sociétale et environnementale** s'articule autour de 3 chantiers principaux :

- A. Mettre en œuvre un plan d'actions pour améliorer la parité femmes/hommes et la diversité dans les structures du groupe ARTE et dans la production des programmes ;
- B. Mettre en œuvre un plan d'actions pour réduire l'impact environnemental dans le fonctionnement du groupe ARTE, ainsi que dans la production des programmes ;
- C. Structurer la démarche de Responsabilité Sociale et Environnementale d'ARTE.

Afin d'assurer la coordination entre les trois pôles d'ARTE et de renforcer encore la démarche au sein de chaque entité, une Coordinatrice RSE a été nommée à ARTE GEIE en janvier 2021 ainsi qu'à ARTE France en novembre 2021. Enfin, l'échange entre pairs et la recherche collective de nouvelles solutions pour accélérer la transition écologique et solidaire sont nécessaires. Pour cette raison, en avril 2021, ARTE France a adhéré au Club Développement Durable des établissements et entreprises publics qui regroupe 110 organismes publics engagés dans une démarche active de développement durable.

Les conséquences sociétales de l'activité

I - 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 diversité**. Ainsi, la chaîne a diffusé ou mis en ligne en 2021 :

- À partir d'octobre, la série manifeste *H24, 24 heures dans la vie d'une femme* a créé l'événement avec plus de 5,2 millions de vidéos vues. Sur une idée originale de Nathalie Masduraud et Valérie Urréa, cette série dénonce les violences faites aux femmes au quotidien, de l'incident le plus banal au drame le plus terrible. 24 écrivaines ont transposé des faits réels pour proposer 24 films courts audacieux interprétés par 24 actrices d'exception. Un geste artistique fort pour éveiller les consciences et favoriser la circulation de la parole autour d'un sujet de société dramatiquement d'actualité.
- Dans *Libres !*, websérie documentaire en animation, la documentariste Ovidie et la comédienne et journaliste Sophie-Marie Larrouy déconstruisent les présupposés dictés par la société en matière de sexualité. Réalisée par Ovidie et Josselin Ronse d'après des illustrations de Diglee, portée par un casting de personnalités engagées et imaginée pour les réseaux sociaux, *Libres !* traite avec humour et tendresse de sexualité, sans fausse pudeur ni censure.
- *Bienvenue en Tchétchénie*, une investigation glaçante de David France sur les persécutions de masse qui frappent les homosexuels de ce pays a été saluée par de nombreux prix notamment à Sundance et à la Berlinale.

- *Alice Guy, l'inconnue du 7ème art*, un portrait inédit de Valérie Urréa et Nathalie Masduraud a redonné sa juste place de pionnière à la cinéaste et productrice la plus prolifique de la Belle Époque, injustement effacée de l'histoire du septième art.
- Sur ARTE Radio, *Un podcast à soi* rencontre le succès avec plus de 200 000 écoutes par épisode et 5 millions d'écoutes au total. Cette émission de référence parmi les podcasts féministes entrelace pendant près d'une heure témoignages intimes, paroles d'expertes et lectures d'extraits.

Lancé en décembre 2020 par ARTE France, en partenariat avec la SCAM, afin de donner la parole aux réalisatrices sans les circonscrire aux sujets ou aux problématiques « féminines », le concours de courts métrages documentaires intitulé *Et pourtant, elles tournent* a dépassé toutes les attentes. Ouvert aux réalisatrices de plus de 18 ans résidant en France et en Allemagne, il a en effet réuni plus de huit cents films autour d'un thème unique : "Besoin de personne". Les dix-sept courts métrages lauréats ont été diffusés sur ARTE en décembre 2021.

En mai 2021, ARTE et La Ville de Paris ont proposé en accès libre et gratuit sur les grilles de l'Hôtel de Ville l'exposition *Les femmes s'emparent du cinéma*, d'après le livre de Véronique Le Bris afin de rendre visible ce qui ne l'est toujours pas : l'apport des femmes à l'histoire du cinéma.

Ce sont des femmes qui 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.

ARTE France travaille fidèlement avec beaucoup d'auteures, réalisatrices et productrices, pour tous les genres, documentaires et fictions. Elle veille à l'**équilibre entre les femmes et les hommes, que ce soit devant ou derrière l'écran.**

Une attention particulière est déjà apportée aux « expertes » invitées et aux présentatrices des principales émissions de la chaîne.

Des outils de suivi ont été mis en place sur la part de réalisatrices, d'auteures et de productrices dans les programmes coproduits par ARTE France, tous genres confondus. Ce suivi initialement basé sur le volume de programmes a été élargi en 2021 à deux autres critères : le budget engagé et le volume horaire. Par ailleurs, 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* : Vanessa Abba, Rebecca Donauer, Melina Freda, +Annette Gerlach, Nazan Gökdemir, Dorothee Haffner, Carolyn Höfchen, Marie Labory, Anja Waltereit avec Alexis Fricker et Damien Wanner,
- *Thema* : Emilie Aubry et Andrea Fies
- *ARTE Reportage* : Andrea Fies avec William Irigoyen
- *ARTE Journal Junior* : Dorothee Haffner,

Stefanie Hintzmann, Magali Kreuzer avec Jakob Groth, Robert Handrack et Frank Rauschendorf.

En 2021, ARTE GEIE, au titre de la responsabilité qu'elle exerce pour le Groupe en matière de diffusion, a mis en œuvre l'objectif *Mesurer la part de réalisatrices, auteures et productrices, dans les programmes diffusés et dans les nouvelles productions acceptées en conférence des programmes* fixé dans le Projet de Groupe 2021-2024.

Depuis décembre 2020, ARTE France apporte son soutien au financement et au développement du site Les Expertes qui met à disposition une base de données de plus de 5 300 profils d'expertes dans tous les domaines. En décembre 2021, ARTE France a adhéré à l'association Pour les Femmes Dans les Medias.

Le pourcentage d'expertes femmes au sein du magazine d'actualités 28' et au sein d'ARTE Journal est suivi chaque mois avec un objectif de progression constante.

Indicateur Clé de Performance 1 (ARTE France) :				
	2018	2019	2020	2021
Présence d'expertes femmes dans le magazine 28' (moyenne annuelle)	37 %	39 %	40 %	42 %

Indicateur Clé de Performance 1 bis (ARTE G.E.I.E.) :				
	2018	2019	2020	2021
Présence d'expertes femmes dans ARTE Journal (moyenne annuelle)	39 %	37 %	36 %	39 %

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.

II - 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 et de nombreuses actions ont été menées en ce sens.

L'ensemble du groupe ARTE s'est engagé pour augmenter la diffusion de programmes en version audiodécrite. Dès 2018, l'objectif de diffuser 3 programmes en audiodescription par semaine en prime-time en France a été atteint. **Les objectifs fixés à 4,5 programmes hebdomadaires en 2020 puis 6 à programmes hebdomadaires en 2021 ont été largement dépassés.**

Indicateur Clé de Performance 2 :

	2018	2019	2020	2021
Nombre de programmes diffusés en audiodescription par ARTE en France (moyenne hebdomadaire)	3,7	4,3	5,7	6,7

En parallèle, ARTE a souhaité intégrer en 2021 un nouvel indicateur permettant de suivre, pour sa diffusion en France, le pourcentage de programmes bénéficiant de sous-titres en français. **Entre 2020 et 2021, cet indicateur a vu une croissance de 3,5 points.**

Indicateur Clé de Performance 2 bis :

	2020	2021
Part des programmes diffusés en France avec une version sous-titrée pour sourds et malentendants	56 %	59,5 %

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 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.
- ARTE traite enfin régulièrement du handicap au travers de ses programmes, à la fois dans les œuvres de fiction et les documentaires. L'approche d'ARTE est d'inclure les personnes handicapées dans

tous les genres de programmes, sans les enfermer ou ne les définir que par leur handicap. Voici quelques exemples emblématiques de programmes diffusés sur la Chaîne traitant de ce sujet :

- *Un mètre vingt*, de María Belén Poncio, Rosario Perazolo Masjoan et Damian Turkieh est une ode impertinente et enlevée à la diversité, devant et derrière la caméra, qui étrille les clichés sur le handicap et révolutionne la représentation des corps à l'écran. A la fois série en 6 épisodes et récit en réalité virtuelle, ce programme retrace l'odyssée intime d'une lycéenne argentine dans l'exploration de sa sexualité ;
- L'épisode « *Féminisme et handicap* » de l'émission *Un podcast à soi* sur ARTE Radio ;
- *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) ;
- *Gagner sa vie* : la première web-série documentaire conçue dès l'origine pour être accessible à tous les publics. Elle explore notre rapport au travail et à l'argent (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) ;
- *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).

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.

Pour atteindre notamment **les publics plus jeunes et ceux éloignés de la culture**, ARTE France a renforcé les moyens destinés à **l'animation des réseaux sociaux et à l'organisation** d'événements à Paris, en région et dans toute l'Europe, à l'image de sa participation en tant que partenaire média aux Micro-Folies³, lieux de décentralisation initiés par La Villette, particulièrement intéressants pour diversifier et élargir le public d'ARTE en France comme en Europe, notamment le public plus jeune. Lors de la crise sanitaire, la présence d'ARTE sur les réseaux numériques a très fortement augmenté, très peu d'événements physiques ont pu être maintenus en 2020 mais ceux-ci ont repris, au moins partiellement en 2021.

Deux exemples emblématiques de l'importance accordée à ces enjeux :

- Avec «*moi, Dionysienne - moi, Dionysien*», ARTE a réalisé en juillet 2021 un projet citoyen, artistique et participatif d'installation vidéo « hors les murs » mené à Saint-Denis (93), ville qui compte 137 nationalités sur les 197 nationalités reconnues par l'ONU dans le monde. Cette collection de près de 400 courts portraits d'habitants de Saint-Denis est à l'image de la diversité culturelle de cette ville : chacun présente un objet qui lui tient à cœur, qu'il soit lié à son enfance, à sa culture d'origine, à son travail ou à son quotidien. Ainsi ces films forment conjointement un ensemble qui dessinent un portrait de la France de demain. Les vidéos ont été projetées sur un écran géant, en plein air sur le parvis de la Basilique de Saint-Denis, la collection a été mise en ligne sur arte.tv, YouTube et les chaînes sociales d'ARTE et sera diffusée sur l'antenne d'ARTE en 2022.
- ARTE avait mobilisé en 2020 tous ses canaux de diffusion pour l'opération spéciale *Il est temps*. En novembre 2021, ARTE et France Culture ont poursuivi la démarche en organisant *Et maintenant ?* le premier Festival international des idées de demain. Une journée

de rencontres, de débats, de documentaires-conférences, d'ateliers participatifs et de spectacles, en public dans plusieurs lieux de la Maison de la Radio et de la Musique, disponibles en direct et en replay sur le site. Un grand questionnaire adressé à la jeunesse pour mieux saisir les enjeux citoyens et ayant collecté plus de 6 millions de réponses pour pratiquement 60 000 participants avait précédé ce festival et inspiré sa programmation.

Le développement d'un contact direct avec le public s'incarne également dans les nombreuses autres opérations organisées en France et notamment en régions.

Indicateur de suivi A :		
	2020	2021
Nombre d'opérations en régions à l'attention du grand public en France (projections dont avant-premières, masters-class, rencontres, débats, dédicaces... et présence dans festivals)	28	47

³ https://lavillette.com/page/micro-folies-de-la-villette_a139/1

ARTE France Développement & ARTE Education :

La filiale commerciale d'ARTE France a développé deux services facilitant l'accès de l'offre ARTE à de nouvelles typologies de publics : Médiathèque Numérique et Educ'Arte/ARTE Campus, ce dernier service étant désormais géré par sa filiale ARTE Education.

Médiathèque numérique

Cette offre d'abonnement vidéo propose **aux médiathèques municipales, départementales, universitaires, institutions culturelles et de type comité d'entreprise** des milliers de films, de documentaires, de séries et de programmes jeunesse issus du **meilleur d'ARTE et du catalogue cinéma d'UniversCiné**. Le fonctionnement du service est basé sur un principe « B to B to C » : après avoir souscrit un abonnement, les médiathèques disposent d'un site « en marque blanche » qu'elles peuvent personnaliser et éditer. Les usagers ont ainsi accès aux œuvres proposées en ligne et profitent du service dans leur médiathèque ou depuis leur domicile, en streaming ou en téléchargement. Fin 2019, un partenariat a été noué avec [LaCinetek](#), pour intégrer une partie du catalogue de ce site de vidéo à la demande consacré aux plus grands films du XXème siècle choisis et présentés par des réalisateurs et réalisatrices du monde entier.

[Médiathèque numérique](#) propose désormais plus de 7 000 programmes. En 2021, environ 380 000 utilisateurs ont eu accès au service et plus d'un million de visionnages ont été effectués.

Afin de décliner le service pour le jeune public, l'offre ludo-éducative [Ma petite Médiathèque](#) a été lancée fin 2019. Pour constituer ce catalogue riche de plus de 2 000 contenus, ARTE s'est appuyée sur une sélection d'éditeurs jeunesse, Bayard, France Télévisions distribution, Les films du Préau, L'École des Loisirs etc.

Educ'Arte/ARTE Campus

Educ'Arte est un service numérique de vidéo à la demande, pédagogique et innovant **destiné aux enseignants et aux élèves. Il rend accessible en classe et au domicile plus de 2 300 contenus issus du meilleur d'ARTE sur toutes les disciplines scolaires, de l'école primaire au lycée**. Il se distingue par la mise à disposition de fonctionnalités innovantes spécialement conçues pour un usage pédagogique : des outils pour personnaliser les vidéos (création et annotation d'extraits, création de cartes mentales) et des fonctionnalités communautaires (création de réseaux, partage des contenus). Toute la richesse ainsi produite peut être partagée entre les enseignants ou avec les élèves.

Fin 2021, près de 2 400 établissements sont abonnés à Educ'ARTE en France, en Allemagne et à l'international, soit une progression de 20% en un an, avec un taux de réabonnement de plus de 80%. En France, parmi les abonnés, les Régions Ile-de-France et Corse ont rejoint le Grand Est, la Nouvelle Aquitaine et la Normandie pour tout ou partie de leurs établissements. Un nouveau partenariat avec l'AEFE (Agence pour l'enseignement français à l'étranger) vient s'ajouter au partenariat avec la Mission Laïque de France reconduit également. Le Luxembourg a confirmé son réabonnement pour tous ses établissements pour les 3 années scolaires à venir, de même, qu'en Allemagne où le Land de Saxe-Anhalt a renouvelé son abonnement collectif pour ses 924 établissements scolaires et où le Land de Bade-Wurtemberg a abonné 80 établissements pour une expérimentation.

Peu après le lancement d'Educ'ARTE, des enseignants du supérieur et des formateurs ont montré leur intérêt pour une ressource similaire adaptée à leurs besoins. [ARTE Campus](#) a été lancé en version test fin 2020 puis commercialisé début 2021 avec un catalogue de programmes réorganisé et enrichi ainsi que des fonctionnalités adaptées à l'usage universitaire.

Près de 50 établissements se sont abonnés en 2021 dont les Université de Paris 8, Aix-Marseille, toutes les écoles d'Architecture, de nombreux IEP et écoles d'ingénieurs.

Par ailleurs, ARTE Education a participé à la démarche de partenariat national visant à fédérer les acteurs publics et privés autour de la plateforme d'information et d'accompagnement à la parentalité numérique [Je protège mon enfant](#) qui propose outils, conseils et ressources pratiques.

III - Respect des règles éthiques et déontologiques

1. ARTE France

Depuis fin 2017, ARTE France a **opté pour un établissement bancaire** particulièrement investi dans les domaines RSE. **Une charte de déontologie a été adoptée en février 2018 et mise à jour en février 2022.** 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.

L'Accord Qualité de Vie au Travail et droit d'expression signé en février 2020, définit les procédures internes à l'occasion de signalements de faits s'apparentant à du harcèlement moral, du harcèlement sexuel, des agissements sexistes ou en cas d'exposition à des Risques Psychosociaux. Deux référents en matière de lutte contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes ont été désignés par le CSE parmi ses membres.

Depuis 2017, un référent Handicap, membre de la Direction des ressources humaines, a été désigné au sein de l'UES ARTE France. En 2021, son rôle a été élargi au domaine de la diversité via l'**Accord sur la diversité** signé en décembre 2021. L'intéressé a par ailleurs bénéficié d'une formation sur le volet handicap en 2021.

Dans le but de participer aux règles de transparence sur la vie publique, et conformément à la loi sur la transparence, la lutte contre la corruption et la modernisation de la vie économique, dite « Sapin 2 », ARTE France **remplit 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](#).

ARTE France accorde également un intérêt particulier à la **protection des données personnelles et à la vie privée**. A l'initiative de son Délégué à la protection des données (DPO), elle a renforcé les

différentes procédures mises place dans l'entreprise et ses filiales afin de se conformer au Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 (dit « RGPD ») et à la loi « Informatique et Libertés » modifiée. Ces mesures consistent notamment en :

- L'acquisition d'un outil de gestion permettant une simplification et une exhaustivité dans la gestion de la politique de protection des données ;
- La désignation de «relais informatique et libertés» (RILS) dans la plus grande partie des services et unités de l'entreprise et de ses filiales. Ils ont la charge d'amorcer dès le début des projets la fiche projet dans l'outil de gestion, de transmettre un questionnaire aux prestataires et partenaires en amont de la conclusion d'un contrat et de préparer la fiche de traitement des données ;
- L'information régulière de ces relais lors des réunions communes mensuelles et leur formation en 2021 par des organismes labellisés ;
- Des réunions particulières dans chaque service au minimum deux fois par an pour vérifier la bonne remontée des informations auprès du DPO ;
- Des actions de formation et de sensibilisation destinées à l'ensemble des collaborateurs dispensées en 2019 par des organismes de formation spécialisés et qui seront reprises en 2022 ;
- L'information du personnel par des actions de sensibilisation obligatoires dispensées par des organismes labellisés ;
- L'évaluation des risques par une analyse d'impact ;
- L'encadrement des relations contractuelles avec les sous-traitants et contractants et de manière générale avec les prestataires par des questionnaires transmis en amont des projets permettant d'apprécier les éléments requis en matière de protection des données ;
- Un suivi quotidien des demandes de droits d'accès aux données personnelles et de suppression de comptes par les personnes concernées ;
- 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, une **Charte des bonnes pratiques Achats intégrant des critères RSE** a été publiée dans l'intranet.

2. 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, susceptibles d'être exercés par recours à la DPO nommée par l'entreprise.

Par ailleurs, la loi « 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 1er 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>.

Enfin, le Comité de Gérance souhaitant activement promouvoir et favoriser le respect des principes de déontologie professionnelle et de lutte contre la corruption au sein d'ARTE, le dispositif de lutte contre la corruption a été complété par un volet de sensibilisation à la compréhension du cadre législatif et à la détection des comportements contraires à l'éthique dans les activités opérationnelles. Ainsi, un **parcours de formation en ligne a été déployé tout au long de l'année 2021** à l'attention de l'ensemble des managers de l'entreprise.

IV - Risque de sécurité des données, du système d'informations et des réseaux sociaux

La cybersécurité est un enjeu majeur pour une entreprise de médias : piratage des comptes réseaux sociaux de la chaîne, de son site Internet, voire de son antenne linéaire, vols ou destructions de données ou d'informations sensibles, altération des systèmes d'informations... Avec la systématisation du télétravail depuis 2020, les menaces ont été d'autant plus nombreuses.

Les actions suivantes ont été mises en œuvre :

- Investissements informatiques réalisés pour répondre aux risques de sécurité sur les systèmes d'informations et les données, avec notamment la mise en place d'un SOC (Security Operations Center) en décembre 2020 et d'un firewall à ARTE France et à ARTE France Développement ;
- Modernisation et automatisation du PRA (Plan de Reprise d'Activité), entamée en 2020 et qui devrait se terminer en 2022 ;
- Formalisation d'une PSSI (Politique de sécurité du système d'information) (2020 / 2021) ;
- Tests annuels de l'alimentation électrique de secours des serveurs ;
- Mise à jour des accès aux comptes des réseaux sociaux, réalisée annuellement. Les responsables ont une vision de tous les comptes de la chaîne et peuvent donc identifier rapidement un cas de piratage.

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 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 de la diversité** sont une réalité au sein de l'entreprise. Depuis fin 2017, une rubrique dédiée à la RSE est présente dans l'intranet d'ARTE France.

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**. Lors de la crise sanitaire en 2020 et 2021, la priorité d'ARTE France et d'ARTE GEIE a été d'**assurer la sécurité de leurs collaborateurs**. Le télétravail a été généralisé lors du premier confinement en mars 2020 et les modalités de retour sur site ont été extrêmement progressives et encadrées, avant d'être de nouveau durcies lorsque le retour des vagues de contamination l'imposait.

À ARTE France, trois accords importants ont été signés avec les partenaires sociaux ces dernières années :

- **L'Accord Egalité Professionnelle et Salariale entre les Femmes et les Hommes de l'UES ARTE France** (décembre 2019) prévoit le rattrapage salarial en cas d'écart non justifié sur les trois années à venir.
- **L'Accord sur la Qualité de vie au travail et le droit d'expression** (février 2020) comprend des mesures en faveur d'une meilleure conciliation entre la vie professionnelle et la vie personnelle et familiale, avec notamment une série de dispositions spécifiques liées à la parentalité aussi bien pour les futures mères que les futurs pères.
- **L'Accord sur la Diversité au sein de l'UES ARTE France** (décembre 2021) traduit la volonté d'ARTE France d'agir comme une entreprise ouverte et inclusive, reflétant la société actuelle et luttant contre toutes les formes de discrimination ; il prévoit la mise en œuvre d'actions concrètes, en matière de Parité, de Diversité, d'Inclusion, de prise en compte du Handicap et d'Echanges Intergénérationnels et organise la constitution d'une commission RSE au sein du CSE.

À ARTE G.E.I.E., trois accords ou avenants ont été signés en 2021 dans ce domaine :

- **L'Avenant à l'Accord collectif sur les modalités d'exercice du droit syndical dans l'entreprise** (mai 2021), visant à mieux intégrer les représentantes et représentants des syndicats allemands, point essentiel pour veiller au caractère franco-allemand du dialogue social en cohérence avec la binationalité d'ARTE G.E.I.E. ;
- **L'Accord collectif d'entreprise relatif au télétravail au sein d'ARTE G.E.I.E.** (juillet 2021) instaurant de nouvelles règles en matière de télétravail (jusqu'à 60% de télétravail possible, voire 70% dans certaines situations exceptionnelles) à l'issue de la crise sanitaire. Cet accord devrait entrer en vigueur dès que les conditions sanitaires seront réunies ;
- **L'Avenant à l'Accord collectif d'entreprise relatif au dialogue social et à la mise en place du CSE** (juillet 2021) visant à améliorer le fonctionnement global du CSE et à allouer des moyens supplémentaires aux membres de son bureau afin de garantir de bonnes conditions au dialogue social.

I - Égalité entre les femmes et les hommes

ARTE France promeut une culture de l'égalité professionnelle et valorise la place des femmes dans la société. En 2021, l'entreprise comptabilisait en moyenne 350 salariés dont 67% de femmes. Celles-ci occupaient 57% des postes de directeurs et directeurs adjoints ; par ailleurs le Directoire et le Conseil de surveillance sont paritaires.

ARTE G.E.I.E. partage cette approche. En 2021, l'entreprise comptabilisait en moyenne 608 salariés dont 63 % de femmes. Celles-ci représentaient 45 % des postes de cadres dirigeants, contre 11 % en 2009, 29 % en 2013 et 33 % en 2017.

Indicateur Clé de Performance 3 (ARTE France) :

	2018	2019	2020	2021
Répartition par genre de l'effectif salarié d'ARTE France				
Femmes	64 %	67 %	67 %	67 %
Hommes	36 %	33 %	33 %	33 %

Indicateur Clé de Performance 3 bis (ARTE G.E.I.E.) :

	2018	2019	2020	2021
Répartition par genre de l'effectif salarié d'ARTE G.E.I.E.				
Femmes	62 %	63 %	62 %	63 %
Hommes	38 %	37 %	38 %	37 %

Indicateur Clé de Performance 4 (ARTE France) :

	2019	2020	2021
Index de l'égalité salariale femmes-hommes d'ARTE France			
	93	99	98

Indicateur de suivi B1 :

	2020	2021
Écarts de rémunération entre les femmes et les hommes d'ARTE France	39/40	38/40

Indicateur de suivi B2 :

	2020	2021
Écarts des augmentations entre les femmes et les hommes d'ARTE France	20/20	20/20

Indicateur de suivi B3 :

	2020	2021
Écarts de répartition des promotions entre les femmes et les hommes d'ARTE France	15/15	15/15

Indicateur de suivi B4 :

	2020	2021
Augmentation après la maternité à ARTE France	15/15	15/15

Indicateur de suivi B5 :

	2020	2021
Parité entre les femmes et les hommes parmi les 10 plus hautes rémunérations à ARTE France	10/10	10/10

ARTE France a entrepris en 2019 une démarche pour l'obtention du double Label Egalité /Diversité Professionnelle attribué par l'AFNOR. Le calendrier de la procédure d'obtention de ces labels a dû être modifié en raison de la situation sanitaire et l'audit AFNOR est désormais programmé en juin 2022. ARTE France a formalisé son engagement pour l'obtention de ce double label dans son plan d'actions ARTE France 2021-25 et dans l'Accord diversité du 6 décembre 2021.

Indicateur Clé de Performance 4 bis (ARTE G.E.I.E.) :

	2019	2020	2021
Index de l'égalité salariale femmes-hommes d'ARTE G.E.I.E.			
	92	914	92

Indicateur de suivi B1 bis :

	2020	2021
Écarts de rémunération entre les femmes et les hommes d'ARTE GEIE	36/40	37/40

Indicateur de suivi B2 bis :

	2020	2021
Écarts des augmentations entre les femmes et les hommes d'ARTE GEIE	20/20	20/20

Indicateur de suivi B3 bis :

	2020	2021
Écarts de répartition des promotions entre les femmes et les hommes d'ARTE GEIE	15/15	15/15

Indicateur de suivi B4 bis :

	2020	2021
Augmentation après la maternité à ARTE GEIE	15/15	15/15

Indicateur de suivi B5 bis :

	2020	2021
Parité entre les femmes et les hommes parmi les 10 plus hautes rémunérations à d'ARTE GEIE	5/10	5/10

⁴ Le léger recul entre 2019 et 2020 est lié aux rémunérations et à l'évolution du nombre de personnes parmi les « ingénieurs cadres de plus de 50 ans », dont la différence de salaire pesait plus lourdement qu'en 2020.

II - Diversité de la société et comportements responsables dans l'entreprise

Le Groupe est attaché à la lutte contre toutes les formes de discrimination, il veille notamment à l'insertion des travailleurs en situation de handicap et il promeut les comportements responsables. Par ailleurs, *Sensibiliser et former tous les salariés sur les sujets de la parité/diversité et sur l'impact environnemental* est un des axes du Projet de Groupe 2021-2024.

En 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 sont proposées à l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise.

1. ARTE France

En matière de formation, ARTE France continue de consacrer une part importante de son budget pour permettre à ses collaborateurs d'enrichir leurs connaissances dans le pratique de leurs métiers et de se développer. Les axes stratégiques de formations portent sur le développement des expertises métiers dont celles liées au numérique, la professionnalisation des méthodes de travail, l'international, le management, le développement personnel, les enjeux RSE, la prévention et la sécurité, etc. En 2020 et en 2021, des formations en lien avec la situation sanitaire ont été mise en place, comme le management à distance, la formation aux gestes et postures en télétravail.

Ainsi en 2019, 237 collaborateurs formés et 3 583 heures de formation ont été réalisées. En 2020, malgré le contexte sanitaire, de nombreuses actions de formation ont pu être réalisées et adaptées au format distanciel. Ainsi, 183 collaborateurs ont bénéficié de formations et 2081,5 heures de formation ont été réalisées. En 2021, davantage de formations ont pu reprendre.

Concernant les enjeux RSE, **des actions de sensibilisation et formations ont été mises en place depuis 2018** dans les domaines suivants :

→ Environnement

- « *Ça commence par moi* » en juin 2018 : formation sur la préservation des ressources grâce aux gestes du quotidien ;
- La sensibilisation aux « gestes écologiques » au bureau et aux pratiques liées au numérique est l'une des pierres angulaires de la promotion des comportements responsables. Elle a donné lieu à la publication de plusieurs articles dans l'Intranet où une rubrique dédiée à la RSE est présente depuis fin 2017.

→ Diversité

- Formation « *Appréhender la diversité par l'inclusion et des biais inconscients* », en juillet 2018 ;
- Mise en place d'un partenariat avec l'association NQT (Nos Quartiers ont des talents) en 2019, permettant à des salariés d'être parrains de jeune diplômés issus de milieux défavorisés pour les aider dans le cadre de leur recherche d'emploi. Depuis 2019, 12 parrainages ont été réalisés.
- Accueil de 2 élèves de REP (réseau d'éducation prioritaire) pour leur stage d'observation de 3ème en 2020, 1 en 2021 et 2 en 2022.

→ Handicap

Depuis 2017, chaque année ARTE France met en place des actions de sensibilisation pour les collaborateurs sur le handicap, notamment à l'occasion de semaine européenne pour l'emploi des personnes en situation de handicap. Un *Guide Mission Handicap* est présent dans l'Intranet d'ARTE France depuis 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. A titre d'exemple ont été organisés :

- Le dispositif *Duo Day* en 2021 : 6 binômes ont été formés dans les métiers du numérique, de la communication, production audiovisuelle, graphisme ;
- Une conférence sur l'intégration du handicap en entreprise et le handicap invisible en 2020 ;
- Des animations de sensibilisation autour du handicap auditif en 2021 avec l'élaboration de vidéo destinées à l'interne et diffusées sur les réseaux sociaux élaborés en partenariat avec l'INA et l'organisation d'un atelier « café signe ».

Pour formaliser ses engagements en matière de politique Handicap et les développer, ARTE France a entrepris une démarche en 2021 en vue d'obtention d'une **convention avec l'AGEFIPH**. Dans le cadre de cette démarche un audit par un organisme mandaté par l'AGEFIPH a été réalisé en octobre 2021 sur la situation de l'entreprise.

Par ailleurs afin de favoriser l'insertion de personnes en situation de handicap une **convention de partenariat entre ARTE France et l'association ACT'PRO** a été signée en 2021. Dans ce cadre, l'entreprise finance une formation pré-qualifiante à un métier de l'audio-visuel au profit d'une personne en situation de handicap physique, psychique ou avec trouble du développement neurologique. ARTE France s'engage à accueillir davantage le bénéficiaire de la formation en stage durant 6 mois pour suivre une formation pratique.

→ Harcèlement et risques psycho-sociaux

Dans le cadre de sa politique en matière de qualité de vie au travail, ARTE France met en place depuis 2020 des actions de formation et de sensibilisation pour l'ensemble des collaborateurs et des managers sur les thématiques suivantes :

- La prévention du harcèlement sexuel et des agissements sexistes : 7 sessions collectives en 2020, 3 sessions en 2021 et de nouvelles sessions sont programmées en 2022 ;
- La prévention des RPS : plusieurs sessions collectives ont été organisées en 2021 avec un format adapté pour les managers et un autre pour les collaborateurs. Une session spécifique pour les élus et les membres de la DRH a été organisée en 2021.

→ Bénévolat dans le cadre d'actions RSE

ARTE France a souscrit en 2021 un abonnement à la plateforme associative *Vendredi* qui sera en place en 2022. Cette plateforme permet de mettre en relation les collaborateurs avec plus de 1 000 associations pour réaliser des missions bénévoles dans différents domaines de l'environnement, de l'économie solidaire, de l'éducation, du social, du caritatif, etc.

2. ARTE G.E.I.E.

ARTE G.E.I.E. consacre également une part importante de son budget à la formation de ses personnels. Outre le développement des compétences, le plan de déploiement des compétences donne également une place importante aux priorités RSE de l'entreprise et du Groupe.

En matière de **durabilité**, la coordinatrice RSE nommée en 2021 a pu bénéficier d'une formation certifiante de **green consulting** et les équipes en charge des productions propres avaient également été formées ces dernières années aux démarches d'éco-production. Les équipes les plus fréquemment amenées à rédiger des cahiers des charges (service marketing notamment) ou à piloter des démarches d'appels d'offres ont également été formées en 2021 aux questions d'**achats durables**.

Différentes actions visent notamment à **garantir l'égalité des chances** dès le processus de recrutement et dans l'accès à la formation, et à **lutter contre les comportements sexistes** au quotidien.

III - Favoriser la qualité et le bien-être au travail

1. ARTE France

→ Organisation du travail

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 en septembre 2018 pour une durée de 3 ans. Cet accord répondait 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 150 collaborateurs de l'UES ARTE France étaient équipés du matériel adéquat permettant la pratique du télétravail. Depuis 2020, la crise sanitaire a marqué le modèle d'organisation par le déploiement massif et contraint du télétravail et a donc accéléré son déploiement. Les salariés dont le métier peut être exercé en distanciel représentaient 96% du total des effectifs en 2020. L'entreprise s'est adaptée très rapidement et elle a réalisé d'importants investissements financiers nécessaires à l'équipement des salariés en CDI, CDD et alternants.

Dans le cadre des plans d'actions 2021-2025, une réflexion globale sur le modèle d'organisation du travail a été menée en 2021. Un questionnaire a été soumis à l'ensemble des collaborateurs en vue de définir de manière pérenne de nouvelles modalités de travail au sortir de la crise sanitaire tout en maintenant le collectif de travail. Il a été complété par un questionnaire destiné aux managers et par des ateliers par direction pour prendre en compte les contraintes d'activité et d'organisation. Une négociation sur ce thème avec les organisations syndicales a débuté en octobre 2021 en vue d'aboutir à la conclusion d'un accord sur l'organisation du travail en 2022.

→ Maintien du collectif

Dans le cadre de la crise sanitaire, le dialogue et des échanges réguliers avec les partenaires sociaux et l'ensemble du personnel ont permis de garantir des conditions de sécurité optimales et le respect par tous des différentes mesures.

Malgré les contraintes sanitaires et la limitation des interactions sociales, le maintien du lien social a été une préoccupation majeure pour l'entreprise. C'est pourquoi plusieurs dispositifs ont été mis en place :

- Communication hebdomadaire de la direction : mail de communication générale du Président du Directoire ; partage des informations fournies dans le cadre de la réunion de Direction ; « Cafète virtuelle » ;
- Projections internes des avant-premières de programmes d'ARTE dans une salle virtuelle ;
- Quatre « challenges sportifs et solidaires » ont été réalisés de novembre 2020 à décembre 2021, à distance, dans le cadre du confinement. Ces défis ont débouché sur le versement d'un don à des associations choisies par les collaborateurs.

De plus, de nombreux dispositifs de formation et d'accompagnement des salariés ont été mis en place en distanciel (visioconférence) comme la formation au management à distance, des ateliers sur les risques psychosociaux animés par des psychologues cliniciens et des ateliers sur la prévention des troubles musculosquelettiques ont été déployés.

Une cellule d'écoute et d'accompagnement psychologique a enfin été mise en place au sein de l'entreprise dès le début de la crise sanitaire.

2. ARTE G.E.I.E.

Dans la même logique, en 2021, ARTE G.E.I.E. a organisé des **formations dédiées aux nouveaux outils collaboratifs, ainsi qu'aux outils de travail à distance** pour l'ensemble du personnel.

Dans le cadre de la crise sanitaire, **le dialogue et des échanges réguliers avec les partenaires sociaux** ont permis de garantir des conditions de sécurité optimales et le respect par toute et tous des différentes mesures, tout en garantissant le maintien de l'activité de production et de diffusion sur site durant toute l'année 2021.

Différents temps de cohésion virtuels ou présentiels ont été organisés en 2021 : notamment la présentation à tous les personnels du Groupe des objectifs stratégiques pour 2021-2024, ainsi qu'un séminaire interculturel regroupant des personnels des trois entités du Groupe.

Début 2022, des ateliers à destination des managers seront organisés autour de la **mise en œuvre de l'Accord de télétravail** choisi signé entre les partenaires sociaux à l'été 2021 au sortir de la crise sanitaire.

IV - Moderniser l'entreprise

1. ARTE France

La mise à niveau des connaissances des collaborateurs dans le domaine du numérique a toujours constitué un enjeu majeur. 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. En 2020, un dispositif de formation dit *Pass Numérique* destiné à tous les collaborateurs et organisé par cycles de conférences en interne a été mis en place. Ce parcours vise à former sur l'évolution des usages, l'évolution des acteurs du marché, la programmation sur les plateformes sociales, l'usage des réseaux sociaux, les nouvelles formes d'écriture, les enjeux liés aux droits numériques, l'intelligence artificielle ou les nouvelles méthodes collaboratives via les outils et les pratiques d'organisation du travail. Ce dispositif a été repris à la fin 2021 et se poursuivra en 2022.

La refonte des systèmes d'information RH (gestion du temps et des absences, entretiens annuels, formation et recrutement) ainsi que de l'Intranet ont eu lieu en 2021 pour une mise en place en janvier 2022. L'un des enjeux de cette refonte était d'améliorer l'expérience utilisateur des collaborateurs en bénéficiant par voie dématérialisée d'outils ergonomiques avec des informations en temps réel. Un volet dématérialisation des documents et des bulletins de paie a été également initié en 2021 pour être effectif dans le courant de l'année 2022. Par ailleurs, les titres restaurants ont été dématérialisés.

Le chantier de dématérialisation des procédures internes, y compris la mise en place de la signature électronique a été poursuivi, accompagné des formations adéquates. L'infrastructure permettant la livraison par les producteurs de fichiers de programmes sous forme totalement numérique est opérationnelle depuis début 2019. Par ailleurs, en 2021, l'infrastructure IT a été modernisée pour pouvoir proposer le télétravail à l'intégralité des salariés, qui sont désormais tous équipés en ordinateurs portables. Les SI RH et Finances ont été passés en mode dit SAAS (pour software as a service) afin d'être utilisés en mobilité.

2. ARTE G.E.I.E.

ARTE G.E.I.E. organise depuis 2018 entre 3 et 4 *masterclasses* par an, permettant de partager avec les salariés du groupe les démarches et techniques innovantes repérées dans l'univers des médias. L'organisation de ces *masterclasses* s'est poursuivie de manière virtuelle durant toute la durée de la pandémie. La fréquentation de ces rendez-vous prouvant la pertinence de ce format.

Les conséquences environnementales de l'activité

Depuis ses débuts, ARTE a placé le respect de l'environnement au cœur de ses valeurs. Nombre de ses programmes militent pour la **prise en compte des conséquences du changement climatique et des enjeux environnementaux**. Les programmes traitant de l'alimentation, de l'économie circulaire, du bien-être animal, de la lutte contre le gaspillage sont nombreux. Le développement durable s'inscrit donc pleinement dans sa démarche.

Sur ses différents sites, la chaîne a engagé une politique volontariste afin de **diminuer sa consommation** énergétique, **d'améliorer la gestion de ses déchets** et de **prendre en compte les impacts environnementaux liés au numérique** et à la dématérialisation. L'objectif est d'engager une diminution régulière de l'impact environnemental des différentes activités.

Afin de communiquer au grand public ses engagements environnementaux, ARTE a créé une rubrique dédiée sur www.arte.tv, le site Internet de la chaîne.

I - Protection de l'environnement dans les programmes

De nombreux programmes d'ARTE militent pour la **prise en compte des enjeux environnementaux et des conséquences du changement climatique**. La chaîne attache une attention particulière à ce que ces valeurs soient visibles parmi les programmes qu'elle produit et diffuse. À l'occasion de la Journée mondiale de la Terre elle a proposé une programmation spéciale sur l'état de la planète, de l'Antarctique à l'Afrique, entre cris d'alarme et lueurs d'espoir. Et pendant la COP26, plusieurs documentaires à l'antenne et sur arte.tv permettaient de décrypter les enjeux climatiques d'aujourd'hui et de demain. Ils revenaient sur les 30 ans de la conférence mondiale sur le climat et faisaient le point sur des questions pressantes : Comment, à l'avenir, allons-nous faire face à des conditions météorologiques extrêmes ? Que pouvons-nous faire pour réduire notre impact sur l'environnement ? À quoi ressemble le combat des jeunes pour le climat ?...

Cette préoccupation se traduit tout au long de l'année dans de nombreux programmes, dont à titre d'exemple en 2021 :

- *La fabrique de l'ignorance*, documentaire de Pascal Vasselin et Franck Cuveillier co-écrit avec Stéphane Foucart et Mathias Girel. Cette enquête édifiante sur l'instrumentalisation de la science à des fins mensongères illustre comment, du déni du changement climatique aux ravages du tabac, on instrumentalise la science pour démentir... la science.
- Dans la saison 2 de la série documentaire *Nomade des mers, les escales de l'innovation*, l'ingénieur Corentin de Chatelperron et ses compagnons du Low-tech Lab entament la deuxième partie de leur tour du monde qui les mène de l'Asie à la côte ouest des États-Unis. Chaque escale est l'occasion de rencontres inspirantes avec des inventeurs (étudiants, entrepreneurs, bricoleurs, scientifiques...) qui déploient des *low-tech* ingénieuses, porteuses d'autonomie et de développement. En décembre, ARTE a organisé un premier live sur Twitch avec Corentin de Chatelperron et le streamer Justebée afin d'échanger autour de l'écologie, la low-tech, la biosphère ou encore le survivalisme.
- *Fast Fashion, les dessous de la mode à bas prix*, documentaire de Gilles Bovon et Édouard Perrin qui montre l'impact social et environnemental d'une industrie qui brasse des milliards.
- *La grande malbouffe*, de Maud Gangler et Martin Blanchard plonge dans les coulisses de l'industrie agroalimentaire. En partant d'un produit emblématique comme le mal nommé cordon bleu, puis en élargissant le propos, ce documentaire détricote les fils cachés d'un système ultra-concurrentiel.
- *Hypermarchés, la chute de l'empire*, une enquête de Rémi Delescluse dans les arcanes de la grande distribution. Menacés par les géants du numérique et de nouveaux usages, les acteurs historiques de la grande distribution luttent sans merci pour assurer la pérennité de leur modèle.

La chaîne a créé une rubrique dédiée sur sa plateforme arte.tv afin d'y retrouver facilement les programmes autour de l'environnement et de la nature disponibles en ligne.

II - Diminuer la consommation de ressources

Chaque entité cherche à diminuer la consommation de ressources et Dresser le bilan carbone de chacune des trois entités du groupe est un des objectifs communs du Projet de Groupe 2020-2024.

1. 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 a permis d'identifier les valeurs des trois champs d'émission du BEGES et d'en tirer un Plan d'actions.

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

Le scope 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 d'émission 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 scope 1 entre 2017 et 2021.** Néanmoins, il faut noter qu'à l'occasion du renouvellement du véhicule de fonction de l'entreprise en 2020, le véhicule thermique a été remplacé par un véhicule électrique.

SCOPE 2 : Les émissions indirectes liées à l'énergie

Le scope 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 d'émission 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 scope 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 poursuit ses efforts pour réduire les émissions liées au scope 2 mais n'a pas fixé d'objectif chiffré de réduction entre 2017 et 2021.**

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.

SCOPE 3 : Les autres émissions indirectes

Le scope 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 scope 3 a représenté 2 227 TCO2e, une fois déduit l'impact des programmes audiovisuels. Le poids du scope 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 porté.

En résumé, le Bilan Carbone d'ARTE France 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.
- **Hors programmes audiovisuels, les émissions d'ARTE France** pour 2017 ont été de l'ordre de **2 300 TCO2e**, soit **6% des émissions globales.**

Hors programmes audiovisuels, le plan d'actions d'ARTE France 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.

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. Entre 2017 et 2019, la **consommation d'électricité avait été maîtrisée**, les travaux de rénovation ayant permis de compenser en 2019 le surcroît de consommation électrique liée à la location en 2018 de 250 m² de bureaux supplémentaires.

En raison de la crise sanitaire, les confinements, les restrictions de déplacements et la généralisation du télétravail pendant plusieurs mois ont rendu les années 2020 et 2021 totalement atypiques au niveau de la consommation d'eau qui a très fortement baissé, alors que la baisse de la consommation électrique a été réelle mais beaucoup plus mesurée. En effet, malgré l'absence de personnel pendant une période importante, la conservation du bâtiment en l'état et le maintien d'une présence réduite de personnel a nécessité de conserver la climatisation et le chauffage de manière pratiquement identique. Par ailleurs le télétravail a fortement sollicité les serveurs informatiques.

Indicateur Clé de Performance 5 :

	2018	2019	2020	2021
Consommation en électricité d'ARTE France en kWh/m ²	194	203	164	177

Indicateur de suivi C :

	2018	2019	2020	2021
Consommation d'eau d'ARTE France en m ³	2 152	2 041	1 204	1 033

Les déplacements professionnels des salariés sont un des axes du plan d'actions lié au Bilan carbone. En 2019, ils ont généré l'équivalent de 64,628 tCO₂. En 2020, en raison des confinements et des restrictions de déplacements liées à la crise sanitaire, ce chiffre a été divisé par trois et, **en 2021**, malgré la levée progressive de ces restrictions, ils n'ont engendré que **11,306 tCO₂**.

Indicateur de suivi D :

	2019	2020	2021
Équivalent CO ₂ des déplacements professionnels ARTE France en tCO ₂	64,628	20,656	11,306

Fin 2017, l'élaboration d'un plan de mobilité a permis d'étudier les **mesures favorisant l'usage du vélo et le covoiturage** : depuis 2018, 18 supports à vélos ont été installés sur le parvis devant l'entrée et dans le parking d'ARTE France ; des recharges pour vélos électriques et un atelier vélo ont été mis à disposition dans le parking en juin 2018. L'indemnité kilométrique vélo (IKV) a été mise en place en 2018 pour les salariés utilisant ce mode de transport doux. Afin de promouvoir tous les modes de transports écoresponsables (vélo, trottinette, co-voiturage, etc.) de ses salariés, ARTE France a mis en place début 2020, un forfait mobilité dont le montant pouvait initialement atteindre jusqu'à 400 euros par an. Ce montant a été porté à 500 euros début 2021. Par ailleurs, pour promouvoir le recours aux véhicules électriques, ARTE France a installé en 2020, trois bornes pour le rechargement des batteries des véhicules électriques et le véhicule de service de la direction a été remplacé par un véhicule électrique.

ARTE France Développement (AFD) :

Cette filiale d'ARTE France, très investie sur les thématiques sociales et environnementales, a souhaité faire un état des lieux des principaux postes émetteurs de ses activités.

Elle a réalisé en 2020 **deux Bilans Carbone** avec l'aide d'un prestataire spécialisé :

- Le premier bilan porte sur l'ensemble des activités de la filiale et indique que **les émissions globales d'ARTE France Développement** pour l'année 2019 ont été de l'ordre de **5 600 TCO₂e**. Au sein de ces émissions, 4 960 TCO₂e ont été émises par l'exploitation de droits audiovisuels, représentant ainsi 93% des émissions de CO₂e d'ARTE France Développement. Globalement, les émissions indirectes dues à la fabrication, l'utilisation et la fin de vie des produits achetés ou vendus (scope 3) sont largement majoritaires.
- Une des activités d'ARTE France Développement porte sur la production audiovisuelle de magazines pour l'antenne d'ARTE et le second Bilan Carbone a été mené pour **prendre en compte les impacts environnementaux spécifiquement liés à la création de contenus**. Il a porté sur l'évaluation de l'impact de la production de trois magazines : *Karambolage*, *le Dessous des Cartes* et *les Experts du Dessous des Cartes*. Il a mis en évidence que les productions de ces programmes ont émis 2 à 3 fois moins de GES que les productions audiovisuelles étudiées par l'ADEME. Cela s'explique surtout par la faible part de tournage à l'extérieur dans ces émissions, l'essentiel de la production étant réalisée dans les locaux d'ARTE France Développement.

2. ARTE G.E.I.E.

ARTE G.E.I.E. a mis en place un plan de mobilité depuis plusieurs années, 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 privilégiés par les salariés puisque 37 % d'entre eux 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. Un nouvel accord QVT entre partenaires sociaux devrait, par ailleurs, être signé au premier trimestre 2022, accablant notamment la mise en place d'un forfait mobilité.

Un Bilan carbone a été réalisé en 2021, avec l'aide d'un prestataire spécialisé. **Il porte sur l'année 2019** et donne une « vision 360° » de l'impact environnemental des activités d'ARTE GEIE, qui sont menées pour certaines d'entre elles pour l'ensemble du Groupe ARTE.

Mené au premier semestre 2021, ce bilan recense les émissions de gaz à effet de serre de l'ensemble des activités d'ARTE GEIE (en prenant pour référence l'exercice 2019 et en partie celui de 2020). Pour mener à bien ce projet, différents services d'ARTE GEIE ont travaillé aux côtés d'un cabinet conseil spécialisé aux enjeux énergie-climat (Climat Mundi).

Ce bilan carbone vient compléter la certification ISO 50001 et d'autres mesures visant à réduire l'empreinte carbone d'ARTE, à l'image du plan de mobilité, de la démarche durable du restaurant d'entreprise et des actions en faveur de la biodiversité sur le site d'ARTE GEIE. L'intérêt d'un tel bilan carbone global est d'examiner, pour la première fois, l'impact environnemental de la production et de la diffusion de l'ensemble des programmes d'ARTE. Au sens du *Greenhouse Gas Protocol*, cela correspond à un bilan couvrant les champs 1 à 3 (SCOPE 1-3), c'est-à-dire toutes émissions de gaz à effet de serre générées le long de la chaîne de valeur. Ces trois champs couvrent : les émissions induites directement par l'entreprise, par exemple pour le chauffage et la climatisation du bâtiment (SCOPE 1), celles résultant de l'approvisionnement en énergie (électricité et gaz) par des sources externes (SCOPE 2) et enfin les émissions indirectes, engendrées par l'achat de produits et de services, les investissements d'ordre technique, la production de programmes ARTE, mais aussi la mobilité des employés, etc. (SCOPE 3). Les gaz à effet de serre ne se limitent pas au dioxyde de carbone : les autres gaz produits sont alors convertis en équivalents CO₂ (CO₂e).

Voici les principaux résultats de ce bilan, répartis en quatre catégories :

→ Visionnage de l'offre linéaire et non linéaire d'ARTE par le public de la chaîne

Cette catégorie tient compte de la production des terminaux (TV, ordinateurs, tablettes, téléphones portables...) et du visionnage de l'offre de programmes par le public d'ARTE. C'est celle qui émet le plus de gaz à effet de serre et sur laquelle ARTE n'a qu'une influence limitée.

→ Distribution de l'offre linéaire et non linéaire d'ARTE sur l'ensemble des vecteurs

Cette catégorie recense les émissions de gaz à effet de serre engendrées par la distribution des programmes d'ARTE sur tous les vecteurs (TV et Web, y compris les plates-formes tierces telles que YouTube). Il est intéressant de noter que la part des émissions de GES résultant de la diffusion linéaire en mode broadcast (satellite, DVB-T, câble) est très inférieure à celle liée à la diffusion non linéaire à la demande (tous les contenus visionnés en replay sur arte.tv et les plates-formes tierces).

→ Contenu (programmes)

Cette catégorie concerne la production et l'achat de tous les programmes d'ARTE, que ce soit du côté d'ARTE GEIE, d'ARTE France ou d'ARTE Deutschland.

→ Fonctionnement d'ARTE GEIE

Cette catégorie recense toutes les émissions directes liées au fonctionnement d'ARTE GEIE, y compris au sein du restaurant d'entreprise : besoins en énergie, équipements (informatiques, techniques, mobilier, etc.), Services généraux, mobilité des employés (y compris les déplacements professionnels).

Le graphique ci-dessous présente la répartition des émissions de gaz à effet de serre en fonction des catégories.



Le rapport d'expertise présente en détail les émissions de gaz à effet de serre générées. Dans le cas des émissions indirectes, il a fallu en partie recourir à des hypothèses et à des généralisations : il faut donc tabler sur un certain facteur d'incertitude. Par ailleurs, les spécialistes externes ont formulé des recommandations pour réduire les émissions de gaz à effet de serre. Pour donner suite à ce bilan, une priorisation est en cours, en collaboration avec l'ensemble des services concernés, au niveau du groupe, sur la question de la distribution et de la «sobriété numérique» et au niveau d'ARTE GEIE sur les questions touchant le siège. Dans ce domaine, ARTE G.E.I.E. est pleinement engagée depuis plusieurs années 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**.

La politique énergétique ARTE G.E.I.E. entérinée par le Comité de Gérance en avril 2021 reprend les 5 grands objectifs suivants :

- Développer une démarche d'amélioration continue en matière d'économies d'énergie afin de réduire de 40% les consommations énergétiques d'ici 2024, par rapport à l'année de référence 2013. L'objectif était initialement une réduction en moyenne de 20% d'ici 2020 par rapport à 2013, il a été revu à la hausse en avril 2021 ;
- 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 (le règlement financier de l'entreprise engage à avoir au moins 10 projets dans lesquels un critère énergie figure) ;
- Respecter les exigences légales applicables aux activités et être conforme à la norme ISO 50001.

Les premiers résultats du bilan énergétique 2021 montrent que l'entreprise a continué à améliorer ses performances, avec une diminution de 26,68 % de la consommation entre 2014 et 2021 (contre 23,4 % entre 2014 et 2019). Le remplacement des ventilo-convecteurs dans le bâtiment a contribué à ce résultat. La baisse de 2020 s'expliquait également par la diminution

de la production sur site sur plusieurs semaines au printemps 2020 en raison de la crise sanitaire. Il est d'autant plus satisfaisant que cette baisse se soit poursuivie en 2021 (même si elle est très légère : 4,87 GWh en 2020 vs 4,84 GWh en 2021).

Indicateur Clé de Performance 6 (ARTE G.E.I.E.) :

	2018	2019	2020	2021
Consommation énergétique pour ARTE G.E.I.E. en GWh	5,2	4,9	4,8	4,8

ARTE cherche à adopter des comportements vertueux y compris dans le **choix de ses fournisseurs d'électricité en favorisant l'énergie renouvelable**. Ce soutien au développement de la production d'électricité à partir de sources d'énergies renouvelables a également vocation à enclencher un cercle bénéfique en incitant les acteurs du marché à se tourner davantage vers les modes de production plus respectueux de l'environnement.

Indicateur Clé de Performance 7 (ARTE France) :

	2019	2020	2021
Pourcentage d'électricité d'origine renouvelable du fournisseur d'électricité d'ARTE France	100 %	100 %	100 %

Indicateur Clé de Performance 7 bis (ARTE G.E.I.E.) :

	2019	2020	2021
Pourcentage d'électricité d'origine renouvelable des fournisseurs d'électricité d'ARTE G.E.I.E.	99,5 %	99,5 %	99,5 %

Depuis plusieurs années, de nombreuses actions ont été menées pour réduire la consommation de papier à ARTE France avec des résultats tangibles :

- la revue de presse est passée en version dématérialisée depuis 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 % entre 2016 et 2019. **L'impact des confinements et du télétravail ont conduit à une division par deux des consommations de papier en 2020 par rapport à l'année précédente et le volume a continué à baisser en 2021 mais cette évolution, liée à une présence moindre des salariés est totalement atypique.**

Indicateur Clé de Performance 8 (ARTE France) :

	2018	2019	2020	2021
Impressions papier pour ARTE France	2 338 571	2 139 492	1 072 781	856 010

III - Améliorer la gestion des déchets, favoriser la biodiversité et la restauration durable

1. ARTE France

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 la valorisation de 5 544,20 kg de papier de bureau en 2021, ce qui a permis le recyclage selon les normes en vigueur de l'équivalent de 2 217 ramettes de 500 feuilles de papier A4, soit plus que les 1 712 ramettes utilisées. Ce chiffre est en baisse par rapport à celui de 2020 (6 405 kg) en raison du fort taux de télétravail des salariés.

2. ARTE G.E.I.E.

La situation exceptionnelle des années 2020 et 2021 en termes de sécurité sanitaire n'a pas permis de mettre en œuvre de nouvelles mesures tout au long de l'année 2021, la priorité ayant été donnée aux mesures de sécurité permettant la pérennité des services. Juste avant la crise, une sensibilisation sur l'utilisation du Bio et la journée végétarienne avaient été faite pour le personnel, et il faudra reprendre ces éléments dans le courant de l'année 2022. Une **filière de recyclage dédiée aux masques** liés à la crise sanitaire a pu être mise en place. La gestion et la restauration durable sont au cœur de la préparation de l'appel d'offres relatif à la restauration collective, prévu au premier semestre 2022.

IV - Prendre en compte les impacts environnementaux liés au numérique et à la production audiovisuelle

Mesurer et réduire l'impact environnemental des activités numériques d'ARTE, tout en améliorant la qualité de service est un des objectifs du Projet de Groupe 2021-2024.

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. Par ailleurs, la **centralisation de l'archivage du patrimoine audiovisuel** d'ARTE France a été réalisée dans les locaux d'ARTE G.E.I.E. afin de limiter un double stockage. En parallèle, pour sensibiliser les salariés et alléger l'empreinte écologique, un **Guide des bonnes pratiques au bureau** a été publié dans l'intranet début 2019 et mis à jour en 2021. Appelé à être enrichi régulièrement, ce document donne des idées et gestes simples pour réduire les impacts sur l'environnement. **Le Bilan carbone réalisé par ARTE G.E.I.E.** a mis en évidence que parmi les émissions de gaz à effet de serre engendrées par la distribution des programmes d'ARTE sur tous les vecteurs (TV et Web, y compris les plates-formes tierces telles que YouTube), la très grande majorité résultent de la diffusion non linéaire (les contenus visionnés en replay sur arte.tv et les plates-formes tierces) contre seulement un faible pourcentage pour la diffusion linéaire classique (satellite, DVB-T, câble ou IP-TV). C'est un axe de travail prioritaire pour la chaîne. Le rapport souligne également **l'impact énorme lié à la phase amont de la production des terminaux puis à celle de leur utilisation** ainsi que la nécessité d'accroître la durée d'utilisation des équipements numériques.

Mesurer l'impact environnemental d'une sélection de programmes afin de déterminer des critères d'éco-responsabilité pour la production est un des objectifs du Projet de Groupe 2021-2024.

Le Bilan carbone d'ARTE France réalisé en 2019 a montré que **94 % de ses émissions globales était 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 %, valeur très importante pour un Bilan carbone, et la production exécutive de ces programmes est confiée à des producteurs indépendants extérieurs. La marge de manœuvre directe de l'entreprise pour réduire 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, elle peut agir en tant que prescripteur de bonnes pratiques auprès des producteurs et le Groupe ARTE dans son ensemble s'est saisi de ce chantier.

En raison de la crise sanitaire, la table ronde permettant d'échanger sur les approches française et allemande afin de dégager des critères communs, partagés ensuite avec les producteurs travaillant avec la chaîne n'a pu avoir lieu. Mais le Comité de gérance **a nommé une Coordinatrice RSE**. Elle doit, en accord avec les directeurs-gérants, fixer les objectifs RSE dans le domaine de la production, des achats et des coproductions de programmes pour le GEIE, être la référente pour toutes les questions de diversité, de genre et d'inclusion dans les contenus, enfin identifier et traiter les différentes questions franco-allemandes pouvant se poser au sein de l'entreprise, en termes de sensibilisation et de communication interne. Elle a pris ses nouvelles fonctions en février 2021 et s'est engagée concrètement sur plusieurs chantiers, notamment l'application de critère d'éco-productions sur un épisode de la série documentaire *GEO*.

Note Méthodologique

Cadre légal

Conformément aux dispositions de l'article L.225-102-1 du Code du Commerce, ARTE France est tenue de publier une DPEF consolidée présentant les informations sur la manière dont ARTE France et ARTE G.E.I.E. prennent en compte les conséquences sociales et environnementales de leurs 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 concernent la période du 1er janvier 2021 au 31 décembre 2021.

Périmètre de consolidation et mode de collecte des données

Indicateurs Clés de Performance 2021	Périmètre de consolidation	Période de reporting	Mode de collecte des données
Indicateur 1 : Présence d'expertes femmes dans 28' (moyenne annuelle)	ARTE Groupe	2021	Donnée issue du Tableau de bord du Groupe ARTE piloté par ARTE G.E.I.E.
Indicateur 1 bis : Présence d'expertes femmes dans ARTE Journal (moyenne annuelle)	ARTE Groupe	2021	Donnée issue du Tableau de bord du Groupe ARTE piloté par ARTE G.E.I.E.
Indicateur 2 : Nombre de programmes diffusés en audiodescription par ARTE (moyenne hebdomadaire)	ARTE Groupe	2021	Donnée issue du Tableau de bord du Groupe ARTE piloté par ARTE G.E.I.E.
Indicateur 2 bis : Part des programmes diffusés en France avec une version sous-titrée pour sourds et malentendants	ARTE Groupe	2021	Donnée issue du Tableau de bord du Groupe ARTE piloté par ARTE G.E.I.E.
Indicateur 3 : Répartition par genre de l'effectif salarié d'ARTE France	UES ARTE France	2021	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.	2021	Donnée issue du système d'informations RH d'ARTE G.E.I.E., pilotée par la Direction des Ressources Humaines d'ARTE G.E.I.E.
Indicateur 4 : Index de l'égalité femmes-hommes ARTE France	UES ARTE France	2021	Donnée calculée par Direction des Ressources Humaines d'ARTE France selon la méthode mise en place par le ministère du travail.
Indicateur 4 bis : Index de l'égalité femmes-hommes ARTE G.E.I.E.	ARTE G.E.I.E.	2021	Donnée calculée par Direction des Ressources Humaines d'ARTE G.E.I.E. selon la méthode mise en place par le ministère du travail.
Indicateur 5 : Consommation en électricité pour ARTE France en kWh/m²	ARTE France (site d'Issy-les-Moulineaux uniquement)	2021	Donnée issue des facturations du fournisseur d'électricité d'ARTE France pilotée par les Services Généraux d'ARTE France.
Indicateur 6 : Consommation énergétique pour ARTE G.E.I.E. en GWh	ARTE G.E.I.E.	2021	Donnée issue des facturations électricité, gaz, fioul et carburant d'ARTE G.E.I.E. pilotée par les Services Généraux d'ARTE G.E.I.E.
Indicateur 7 : Pourcentage d'électricité d'origine renouvelable des fournisseurs d'électricité d'ARTE France	UES ARTE France	2021	Donnée issue des facturations du prestataire, pilotée par les Services Généraux d'ARTE France.
Indicateur 7 bis : Pourcentage d'électricité d'origine renouvelable des fournisseurs d'électricité d'ARTE G.E.I.E.	ARTE G.E.I.E.	2021	Donnée issue des facturations des fournisseurs d'électricité d'ARTE G.E.I.E. pilotée par les Services Généraux d'ARTE G.E.I.E.
Indicateur 8 : Impressions papier pour ARTE France	ARTE France (site d'Issy-les-Moulineaux uniquement)	2021	Donnée issue des facturations du prestataire, pilotée par les Services Généraux d'ARTE France

Indicateurs de suivi 2021	Périmètre de consolidation	Période de reporting	Mode de collecte des données
Indicateur A : Nombre d'opérations en régions à l'attention du grand public en France (projections dont avant-premières, masters-class, rencontres, débats, dédicaces... et présence dans festivals)	UES ARTE France	2021	Donnée calculée par la Direction de la Communication d'ARTE France sur la base du bilan annuel des opérations.
Indicateur B1 : Écarts de rémunération entre les femmes et les hommes d'ARTE France	UES ARTE France	2021	Donnée calculée par Direction des Ressources Humaines d'ARTE France selon la méthode légale et sur la base de notre classification après information et consultation du CSE.
Indicateur B2 : Écarts des augmentations entre les femmes et les hommes d'ARTE France	UES ARTE France	2021	Donnée calculée par Direction des Ressources Humaines d'ARTE France selon la méthode légale.
Indicateur B3 : Écarts de répartition des promotions entre les femmes et les hommes d'ARTE France	UES ARTE France	2021	Donnée calculée par Direction des Ressources Humaines d'ARTE France selon la méthode légale.
Indicateur B4 : Augmentation après la maternité à ARTE France	UES ARTE France	2021	Donnée calculée par Direction des Ressources Humaines d'ARTE France selon la méthode légale.
Indicateur B5 : Parité entre les femmes et les hommes parmi les 10 plus hautes rémunérations à ARTE France	UES ARTE France	2021	Donnée calculée par Direction des Ressources Humaines d'ARTE France selon la méthode légale.
Indicateur B1 bis : Écarts de rémunération entre les femmes et les hommes d'ARTE G.E.I.E.	ARTE G.E.I.E.	2021	Donnée calculée par Direction des Ressources Humaines d'ARTE G.E.I.E. selon la méthode légale.
Indicateur B2 bis : Écarts des augmentations entre les femmes et les hommes d'ARTE G.E.I.E.	ARTE G.E.I.E.	2021	Donnée calculée par Direction des Ressources Humaines d'ARTE G.E.I.E. selon la méthode légale.
Indicateur B3 bis : Écarts de répartition des promotions entre les femmes et les hommes d'ARTE G.E.I.E.	ARTE G.E.I.E.	2021	Donnée calculée par Direction des Ressources Humaines d'ARTE G.E.I.E. selon la méthode légale.
Indicateur B4 bis : Augmentation après la maternité à ARTE G.E.I.E.	ARTE G.E.I.E.	2021	Donnée calculée par Direction des Ressources Humaines d'ARTE G.E.I.E. selon la méthode légale.
Indicateur B5 bis : Parité entre les femmes et les hommes parmi les 10 plus hautes rémunérations à ARTE G.E.I.E.	ARTE G.E.I.E.	2021	Donnée calculées par Direction des Ressources Humaines d'ARTE G.E.I.E. selon la méthode légale.
Indicateur C : Consommation d'eau pour ARTE France en m ³	UES ARTE France	2021	Donnée calculée en additionnant les consommations d'eau des sites d'Issy-les-Moulineaux et de Vanves
Indicateur D : Equivalent CO2 des déplacements professionnels ARTE France en tCO2	UES ARTE France	2021	Donnée fournie par le prestataire gérant les déplacements professionnels d'ARTE France, pilotée par la Direction financière

Méthodes de calcul des indicateurs Clés de Performance :

- **Indicateurs 1 et 1 bis** : Moyenne annuelle de la proportion de femmes parmi les experts invités chaque mois dans le magazine d'actualités 28 Minutes diffusé chaque jour à 20h05 du lundi au samedi et dans ARTE Journal qui chaque jour à 19h45 propose une approche européenne et culturelle de l'actualité. L'expert-e est entendu-e comme une personne ayant une légitimité par rapport à la question évoquée, en raison de son métier, de son travail personnel ou de son expérience vécue, et qui est doté d'une vision analytique sur le sujet. Il s'agit d'une personne capable de produire une analyse (et non un témoignage), avec une vision distanciée, ce qui implique qu'elle ne soit pas directement actrice de l'évènement dont il est rendu compte, même si elle a pu en avoir connaissance indirectement.
- **Indicateur 2** : Nombre de programmes diffusés en audiodescription par ARTE (moyenne hebdomadaire)
L'audiodescription est un ensemble de techniques qui permettent de rendre des films, des spectacles ou des expositions, accessibles aux personnes aveugles ou malvoyantes grâce à un texte en voix off qui décrit les éléments visuels de l'œuvre.
Tous les programmes de la chaîne disponibles en audiodescription sont disponibles [ici](#) sur le site arte.tv.
- **Indicateur 2 bis** : Part des programmes diffusés en France avec une version sous-titrée pour sourds et malentendants.
Le calcul concerne les versions sous-titrées pour sourds et malentendants ainsi que les versions intégralement sous-titrées (VOST) pour les premières diffusions, multidiffusions et rediffusions de la grille TV, à l'exception des programmes suivants : émissions en direct, les journaux d'ARTE, opéras, habillages et présentations, programmes de complements, agenda Coup de cœur, concerts et spectacles. Il s'agit d'une moyenne annuelle.
- **Indicateur 3** : Répartition par genre de l'effectif salarié d'ARTE France
Extraction mensuelle des effectifs présents le dernier jour du mois, on parle d'effectif physique, à savoir une personne à temps partiel compte pour un. Les effectifs 2021 présentés incluent les contrats à durée indéterminée et déterminée d'ARTE France et des filiales ARTE France Développement, Arte Education et ARTE France Cinéma mais n'incluent pas les intermittents et les pigistes.
- **Indicateur 3 bis G.E.I.E** : Répartition par genre de l'effectif salarié d'ARTE G.E.I.E. en 2021.
A partir du Browser SAP HR : 12 Extractions par type de population des effectifs en fin de mois : CDI/CDD et Intermittents/Pigistes.

Chaque extraction comporte le matricule, le statut, le sexe du personnel concerné. Calcul de la moyenne sur l'année par statut / sexe des effectifs.

- **Indicateur 4 et 4 bis** : La *Loi pour la Liberté de choisir son avenir professionnel* du 5 septembre 2018 a créé l'Index de l'égalité salariale Femmes-Hommes afin de soumettre les entreprises à une obligation de résultat. Pour les entreprises de plus de 250 salariés, l'index, sur 100 points est calculé chaque année à partir de 5 indicateurs :
 - L'écart de rémunération femmes-hommes, note sur 40
 - L'écart de répartition des augmentations individuelles, note sur 20
 - L'écart de répartition des promotions, note sur 15
 - Le nombre de salariées augmentées à leur retour de congé de maternité, note sur 15
 - La parité parmi les 10 plus hautes rémunérations, note sur 10Il doit être rendu public et transmis à l'inspection du travail. Les résultats de cet indicateur pour ARTE France et pour ARTE GEIE sont disponibles [ici](#) sur le site arte.tv.
- **Indicateur 5** : Consommation en électricité pour ARTE France.
Le calcul consiste à faire la somme des consommations d'électricité, exprimée en kWh/M2. Les consommations d'électricité n'incluent pas les données qui sont comprises dans les charges partagées de l'immeuble à Issy-les-Moulineaux.
- **Indicateur 6** : Consommation énergétique pour ARTE G.E.I.E.
Le calcul consiste à faire la somme des consommations de toutes les énergies confondues exprimée en GWh (électricité, gaz, fuel du groupe électrogène, et carburants) pour tous les usages énergétiques (data center, restaurant d'entreprise, chauffage, climatisation, déshumidification, régies, studios, salles techniques, dégivrage antennes, bureaux, déplacements voitures ARTE G.E.I.E.).
- **Indicateur 7** : Pourcentage d'énergie renouvelable du fournisseur d'électricité d'ARTE France Attestations d'utilisation et garanties d'origine communiquées par les fournisseurs d'électricité.
- **Indicateur 7 bis** : Pourcentage d'énergie renouvelable des fournisseurs d'électricité d'ARTE G.E.I.E.
Attestations d'utilisation et garanties d'origine communiquées par les fournisseurs d'électricité.
- **Indicateur 8** : Le cumul des impressions papier Noir & Blanc et couleurs (en unités) concernent le périmètre d'ARTE France et ses filiales qui sont hébergées sur le site d'Issy-les-Moulineaux. Cet indicateur ne concerne que le bâtiment ARTE France à Issy les Moulineaux et le cumul a été effectué sur la base des relevés de facturation du prestataire gérant les imprimantes.

Évolution du périmètre des indicateurs Clés de Performance entre la DPEF 2020 et la DPEF 2021 :

- Dans les DPEF 2018 à 2020, un Indicateur Clé de Performance (Indicateur 8 dans la DPEF 2020) portait sur le Pressage interne des CD/DVD pour ARTE France. En effet, Les salariés d'ARTE France et de ses filiales ont la possibilité de demander le pressage sous format numérique de programmes audiovisuels hébergés dans les bases de données soit pour un usage interne, soit pour l'envoi à des journalistes lorsqu'il s'agit de préparer la communication des programmes avant leur diffusion. Il n'existe pas de filière de recyclage spécifique en France pour les DVD, il était donc indispensable de réduire la production à la source. Grâce à une politique de réduction active menée en parallèle de la généralisation de la visualisation des programmes sous format numérique, cet indicateur était passé de 20 662 exemplaires en 2015 à 866 exemplaires en 2020 puis à 153 en 2021. Il n'était plus pertinent de le suivre en tant qu'Indicateur Clé de Performance.
- Dans les DPEF 2018 à 2020, un Indicateur Clé de Performance (Indicateur 6 dans la DPEF 2020) portait sur la Consommation d'eau pour ARTE France. Au regard de l'activité de bureaux exercée par ARTE France et de la faible marge de manœuvre restant après les actions déjà menées (ex : mise en place de fontaines à eau branchées sur le réseau), il a été décidé de continuer à suivre cette consommation mais en tant qu'Indicateur de suivi et non Indicateur Clé de Performance.

Méthodes de calcul des indicateurs de suivi :

- **Indicateur A** : Nombre d'opérations en région à l'attention du grand public en France (projections dont avant-premières, masters-class, rencontres, débats, dédicaces... et présence dans festivals). Le calcul consiste à faire la somme des opérations menées en France en dehors de Paris. Les opérations ayant eu lieu sous format numérique uniquement et accessibles dans la France entière sont comptabilisées.
- **Indicateurs B1 à B5** : Détail des 5 critères composant la base de calcul de l'Index de l'égalité salariale Femmes-Hommes d'ARTE France.
- **Indicateurs B1 bis à B5 bis** : Détail des 5 critères composant la base de calcul de l'Index de l'égalité salariale Femmes-Hommes d'ARTE G.E.I.E.
- **Indicateur C** : Consommation d'eau pour ARTE France en m³. Le calcul consiste à faire la somme des consommations annuelles d'eau en M3 sur les sites d'Issy-les-Moulineaux et de Vanves sur la base des factures reçues. Le calcul s'appuyant sur les facturations reçues et des estimations, un lissage proportionnel des volumes consommés a été réalisé pour correspondre à la période définie.
- **Indicateur D** : Equivalent CO2 des déplacements professionnels ARTE France en tCO2. Calcul réalisé par le prestataire en additionnant les impacts carbone des déplacements avion et train sur la base des kilomètres parcourus.

Tableaux de concordance de la Déclaration de Performance Extra-Financière 2021

Éléments de la Déclaration de Performance Extra-Financière	Chapitre du rapport
Modèle d'affaires	Modèle d'affaires (à partir de la page 4)
Analyse de risques	Principaux enjeux et risques (à partir de la page 8)
Politiques RSE	Politiques menées et résultats (à partir de la page 14)

Indicateurs clés de performance	Page du document
Indicateur A : Nombre d'opérations en région à l'attention du grand public en France (projections dont avant-premières, masters-class, rencontres, débats, dédicaces... et présence dans festivals)	Page 15
Indicateur B1 : Écarts de rémunération entre les femmes et les hommes d'ARTE France	Page 20
Indicateur B2 : Écarts des augmentations entre les femmes et les hommes d'ARTE France	Page 20
Indicateur B3 : Écarts de répartition des promotions entre les femmes et les hommes d'ARTE France	Page 20
Indicateur B4 : Augmentation après la maternité à ARTE France	Page 20
Indicateur B5 : Parité entre les femmes et les hommes parmi les 10 plus hautes rémunérations à ARTE France	Page 20
Indicateur B1 bis : Écarts de rémunération entre les femmes et les hommes d'ARTE G.E.I.E.	Page 20
Indicateur B2 bis : Écarts des augmentations entre les femmes et les hommes d'ARTE G.E.I.E.	Page 20
Indicateur B3 bis : Écarts de répartition des promotions entre les femmes et les hommes d'ARTE G.E.I.E.	Page 20
Indicateur B4 bis : Augmentation après la maternité à ARTE G.E.I.E.	Page 20
Indicateur B5 bis : Parité entre les femmes et les hommes parmi les 10 plus hautes rémunérations à ARTE G.E.I.E.	Page 20
Indicateur C : Consommation d'eau pour ARTE France en m ³	Page 26
Indicateur D : Equivalent CO2 des déplacements professionnels ARTE France en tCO2	Page 26