

**ARTE** France  
**Avenant 2023-2024**  
 au Contrat d'objectifs et de moyens  
 2020-2022

# ARTE France

## Avenant 2023–2024

### au Contrat d'objectifs et de moyens 2020–2022

#### I. Contexte commun aux organismes audiovisuels publics français

Dans leur dernière génération, les Contrats d'objectifs et de moyens (COM) conclus entre l'Etat et les organismes de l'audiovisuel public français ont été pour la première fois alignés entre eux et sur la même période, couvrant les années 2020 à 2022. Ils ont affirmé la spécificité de l'audiovisuel public en dégagant cinq axes stratégiques prioritaires : conforter le statut d'offre de référence en matière d'information ; renforcer l'offre audiovisuelle de proximité ; sanctuariser le rôle central de l'audiovisuel public dans la culture et la création ; développer l'offre éducative et les contenus destinés à la jeunesse ; renforcer les actions extérieures et le traitement des enjeux européens. Des avancées notables ont été accomplies dans l'ensemble de ces champs, qui méritent d'être poursuivies au cours de la période qui s'ouvre, et ce d'autant que les priorités identifiées en 2020 restent plus que jamais centrales.

La poursuite de la dynamique de transformation de l'audiovisuel public passera par un approfondissement de la réflexion stratégique sur les enjeux du secteur. La mise en œuvre de ces priorités nécessitera l'approfondissement des coopérations entre les organismes de l'audiovisuel public. Le champ des coopérations prioritaires et les bénéfices à en attendre au regard de ces priorités doivent être définis dans les prochains mois. Cette réflexion doit se construire dans le dialogue avec l'ensemble des parties prenantes et les parlementaires. Les conclusions qui en seront tirées seront ensuite inscrites dans la prochaine génération de COM.

Afin de se laisser le temps nécessaire pour bâtir, dans la concertation, cette prochaine génération de COM, les organismes de l'audiovisuel public et le Gouvernement ont élaboré des avenants aux COM 2020-2022 prolongeant ces derniers d'une durée d'un an. Cette durée est de deux ans s'agissant du cas spécifique d'ARTE France, afin d'aligner la période couverte par son COM avec celle du Projet de groupe 2021-2024 d'ARTE. Ces avenants s'inscrivent dans une logique conservatoire : ils reconduisent les axes stratégiques en vigueur et actualisent les cibles qui leur sont attachées. Ils sont par ailleurs adossés à une trajectoire financière intégrant le financement d'une partie des surcoûts liés à l'inflation, le glissement de la masse salariale et des dépenses engagées des entreprises ainsi que la compensation des effets fiscaux induits par la suppression de la contribution à l'audiovisuel public à l'été 2022.

## II. Contexte propre au Groupe ARTE

### LA CHAÎNE ARTE

Projet binational à vocation européenne, issu du Traité franco-allemand du 2 octobre 1990, la chaîne ARTE est le fruit d'une confiance partagée par la France et l'Allemagne dans le pouvoir émancipateur et fédérateur de la culture. Née sous le signe de l'humanisme et de l'ouverture au monde et à toutes les formes de création, elle incarne une voie européenne unique en son genre, qui va à l'encontre de la standardisation des programmes à l'œuvre dans l'audiovisuel et fait rayonner des œuvres françaises et européennes audacieuses et engagées. Cet objectif de « *compréhension et de rapprochement entre les peuples en Europe*<sup>1</sup> » est au fondement même de la chaîne. Alors que la guerre a fait son retour sur le continent européen et que le paysage des médias est bouleversé par la place centrale qu'ont prise des plateformes de dimension mondiale, la voix singulière et la vocation européenne d'ARTE en font le point d'ancrage naturel d'une politique audiovisuelle publique ambitieuse en Europe.

Les résultats d'ARTE sont tangibles, son identité de chaîne est très forte et son image positive des deux côtés du Rhin. En 2021, sa part d'audience en France a été de 2,9% (+12% par rapport à 2019 et +32% par rapport à 2017), elle a cumulé 1,8 milliard de vidéos vues et été classée 2<sup>ème</sup> chaîne préférée des Français, 3<sup>ème</sup> chaîne préférée des Allemands<sup>2</sup>. Pour le public comme pour les créateurs, ARTE fait figure de bastion d'une vision européenne de la création, ouverte, libre, engagée et audacieuse. Elle lutte de manière permanente contre la désinformation, elle vise à faciliter la compréhension des enjeux et à renforcer le débat public européen. Elle cherche à émouvoir, informer, et partager avec les citoyens le plaisir de comprendre et la volonté d'agir.

### ARTE FRANCE ET LE GROUPE ARTE

ARTE France, pôle français d'ARTE, est pleinement intégré dans un Groupe comprenant également un pôle allemand, ARTE Deutschland, et une structure commune à ces deux pôles, constituée sous forme de G.E.I.E. **Les trois entités sont unies par le Projet de groupe** portant sur la période 2021-2024, adopté à l'unanimité en juin 2021 lors de l'Assemblée Générale du G.E.I.E., instance au sein de laquelle l'Etat français est représenté. Une pleine cohérence entre le COM d'ARTE France et le Projet de groupe est donc essentielle à la détermination et à la correcte exécution de la stratégie de l'entreprise.

Dans ce cadre commun aux trois entités du Groupe, et conformément à son objet social, ARTE France est essentiellement chargée de **concevoir et de fournir des programmes et les moyens nécessaires à l'exercice des missions d'ARTE G.E.I.E.**, selon un **principe de stricte parité avec le membre allemand** qui garantit les **équilibres** de gouvernance et de fonctionnement au sein du Groupe.

L'engagement allemand pour le développement d'ARTE est constant, fort et croissant, tout particulièrement depuis le début de la guerre en Ukraine, et les ressources de l'audiovisuel public allemand, en augmentation structurelles ces dernières années, sont garanties jusqu'à la fin 2024.

### LE PROJET DE GROUPE ACTUEL

ARTE est aujourd'hui à la croisée des chemins. Trente ans après sa création, ARTE est devenue un **bouquet d'offres éditoriales** réunissant **son antenne TV, sa plateforme arte.tv et ses chaînes sociales** et un **label culturel audiovisuel européen de référence, précurseur dans ses extensions numériques**. Elle peut se projeter en tant que **plateforme culturelle européenne, gratuite, dans la langue de chacun**. Elle est toutefois aujourd'hui confrontée à une **concurrence très rude** avec la croissance rapide des plateformes internationales et le développement numérique des acteurs historiques. Comme **projet culturel et éditorial de qualité**, elle fait face à la **standardisation** et à la **mondialisation** des productions. Comme **projet humain d'entreprise**, elle se doit d'être toujours plus le reflet en termes de fonctionnement des **valeurs qu'elle promeut à l'écran**.

---

1 Préambule du Traité interétatique.

2 Source : Baromètre IFOP

### III. Objet de l'avenant

Le présent avenant au COM conclu entre l'Etat et ARTE France engage, pour les exercices 2023 et 2024, les orientations et moyens alloués au pôle français du Groupe ARTE. Il vise, de manière conservatoire, à doter le membre français des moyens nécessaires au respect des équilibres internes au Groupe et au maintien de ses positions concurrentielles à un horizon de deux ans. Il conserve ainsi le cadre de développement et les orientations stratégiques retenus pour la période initiale du COM (2020-2022), mais prolonge et actualise les objectifs-cibles de l'entreprise pour deux années supplémentaires (2023-2024) et détermine les ressources qui seront allouées à l'entreprise ainsi que leur affectation prévisionnelle selon un plan d'affaires.

Il contribue ainsi, par son contenu comme par sa nouvelle échéance, à la correcte exécution de la stratégie arrêtée pour le Groupe jusqu'à la fin 2024.

### IV. Prolongation des orientations stratégiques et actualisation des indicateurs de performance

La poursuite du soutien d'ARTE France **à la création originale française et européenne**, pour nourrir l'ensemble des propositions éditoriales d'Arte dans un marché audiovisuel durci par l'arrivée de nouveaux entrants et marqué par une forte tension sur les moyens de production et sur les prix d'acquisition des droits, appelle une hausse significative, en valeur, des engagements de production (indicateur 1) ainsi qu'un maintien de l'engagement spécifique de l'entreprise en faveur de la création cinématographique (indicateur 5), afin que la part des œuvres inédites (qui fait l'objet d'un suivi) et celle des œuvres européennes (indicateur 5) diffusées **à l'antenne, constitutives** de l'identité de la chaîne et de la promesse qu'elle adresse au spectateur, ne fléchissent pas.

Le maintien de conditions adéquates de distribution linéaire et non-linéaire de la chaîne, de mise en avant de ses programmes et marques, ainsi que l'offre d'une expérience utilisateur conforme aux attentes des internautes et aux standards du marché sur les canaux numériques appartenant en propre à ARTE, nécessitent par ailleurs d'apporter à ARTE GEIE, à travers la contribution que lui verse ARTE France, des ressources en hausse d'environ 2% en 2023 et 1,7% en 2024, conformément à l'appréciation indépendante portée par les instances de supervision du partenaire allemand.

Sous ces hypothèses, peuvent être envisagés en 2023 et 2024 le maintien de l'audience linéaire de la chaîne en Europe (suivi) et de la part d'audience-plancher fixée pour la France (indicateur 2), ainsi qu'un **développement** encore soutenu de ses audiences non-linéaires sur tous les territoires (indicateur 3) et dans toutes les langues (suivi), conformément aux valeurs-cibles retenues par le Projet de groupe.

En ce qui concerne les performances de gestion et la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise, la recherche d'exemplarité sera poursuivie, notamment sur les terrains de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes (rehaussement de l'indicateur 6, processus engagé en vue de l'obtention du label égalité de l'AFNOR), de la diversité et de l'inclusion (processus engagé en vue de l'obtention du label diversité de l'AFNOR, négociation en cours d'une convention avec l'AGEFIPH) et de la préservation de l'environnement (via l'élaboration en cours de plans d'action). Des programmes de sensibilisation et de formation des collaborateurs sur l'ensemble de ces thématiques seront organisés.

On notera enfin que, même avec une hausse en valeur absolue des investissements dans les programmes, la part consacrée **à ces derniers dans le budget total de l'entreprise devrait légèrement fléchir** (indicateur 7), reflétant une déformation limitée mais réelle de la structure de ses coûts sous l'effet, notamment, de l'inflation générale (estimée de manière conservatoire à ce stade à 2% en 2023 et 3% en 2024, sous réserve d'un éventuel réexamen lors de l'élaboration du projet de loi de finances pour 2024) ; du dynamisme particulier de certaines dépenses contraintes (en matière informatique et immobilière, notamment) ; **et enfin de la** nécessaire consolidation des moyens humains de l'entreprise (indicateur 8), devant lui permettre d'assurer de manière pérenne l'ensemble des missions stratégiques et permanentes qui lui sont assignées.

En conséquence, les indicateurs de performance retenus pour 2023 et 2024 s'établissent comme suit :

## 1 – Poursuivre l'excellence éditoriale et amplifier le déploiement numérique

### 1.1. Porter haut et fort les valeurs et la singularité créative d'ARTE

OBJECTIF > Favoriser la production et la diffusion d'œuvres européennes

INDICATEUR 1 > Engagement de production d'œuvres audiovisuelles, cinématographiques et multimédia européennes (en m€)

ANNÉE	2020	2021	2022	2023	2024
CIBLE	> 85 M€	≥ 85 M€	≥ 85 M€	≥ 86 M€	≥ 88 M€
REALISE	88,82 M€	87,98 M€	≥ 85 M€ (éval.)		

> UN SUIVI du pourcentage de programmes inédits apportés par arte france et diffusés sur arte sera réalisé.

PÉRIMÈTRE > programmes qui ont été diffusés pour la 1ère fois à la télévision en France pour les programmes audiovisuels et pour la 1ère fois sur ARTE pour les films de Cinéma.

### 1.2 Proposer une offre de service public identifiée et qui s'adresse à tous les publics

OBJECTIF > Développer l'attrait et l'exposition de l'offre éditoriale

INDICATEUR 2 > Part d'audience france

ANNÉE	2020	2021	2022	2023	2024
CIBLE	≥ 2,4 %*	≥ 2,4 %	≥ 2,4 %	≥ 2,4 %	≥ 2,4 %
REALISE	2,9 %	2,9 %	≥ 2,9 %		

\*Pour mémoire, l'objectif à atteindre en 2020 dans le cadre du COM 2017-2021 était ≥ 2,2 %

INDICATEUR 3 > Nombre de vidéos vues en ligne par mois (sur l'ensemble des territoires et des modes de diffusion) (en millions)

ANNÉE	2020	2021	2022	2023	2024
CIBLE	120 M	144 M*	165 M	181 M** + 8%/2023	
REALISE	136,3 M	153 M	169 M (éval.)		

PÉRIMÈTRE : Cumul des vidéos vues mesurées par des outils du marché pour les offres gérées par ARTE et des vidéos vues communiquées par les tiers opérateurs. Ce cumul détaillera la répartition entre l'offre propre à ARTE et sa reprise par des tiers. Cet objectif sera revu en cas d'impact substantiel lié à l'évolution des lignes directrices en matière de consentement du public.

\*Pour mémoire, l'objectif à atteindre en 2021 dans le cadre du COM 2017-2021 était de 46 M.

\*\* Correspond à +10%/2022 conformément au Projet de Groupe 2021-2024.

### 1.3 Développer les synergies et partenariats au sein de l'audiovisuel public

> UN SUIVI de la part des heures de formation dispensées aux salariés de l'entreprise ayant été réalisées dans un cadre mutualisé et/ou par un organisme de formation, existante ou à créer, appartenant au secteur audiovisuel public ; dans le respect des règles de la commande publique

NUMÉRATEUR > Nombre total d'heures de formation dispensées aux salariés de l'entreprise considérée sur l'exercice (I) par l'INA ou (II) par une autre entreprise du secteur audiovisuel public dans le cadre d'une formation interne dite « pair à pair » ayant également bénéficié aux salariés de l'entreprise considérée ou (III) par un organisme de formation nouvellement créé appartenant au secteur audiovisuel public ou (IV) dans le cadre d'une commande adressée conjointement par au moins deux des cinq entreprises couvertes par la feuille de route annexée au présent COM à un organisme de formation n'appartenant pas au secteur audiovisuel public.

DÉNOMINATEUR > Nombre total d'heures de formation, de toute nature<sup>1</sup>, quel qu'en soit le prestataire<sup>2</sup>, dispensées aux salariés de l'entreprise sur l'exercice considéré.

1. Formations « métiers » destinées à l'acquisition de compétences propres au secteur de l'audiovisuel et des médias numériques et formations « hors métiers » destinées à l'acquisition de tout autre type de compétences, que ces formations présentent ou non un caractère certifiant.

2. Organisme privé, l'entreprise considérée elle-même dans le cadre de ses formations internes dites « pair à pair », l'INA.

> UN SUIVI des indicateurs relatifs aux achats mutualisés SERA RÉALISÉ.

PÉRIMÈTRE > Le nombre de marchés actifs et le montant contractualisé correspondant.

## 2 – Se déployer en Europe et accroître la nature européenne des programmes

### 2.1 Parler d'Europe, et montrer le projet européen sous un jour créatif

OBJECTIF - Favoriser la production et la diffusion d'œuvres européennes

INDICATEUR 4 > Part des œuvres européennes dans les œuvres diffusées

ANNÉE	2020	2021	2022	2023	2024
CIBLE	≥ 85 %	≥ 85 %	≥ 85 %	≥ 85 % (PdG)	≥ 85 % (PdG)
REALISE	88,2%	88,1%	89% (éval.)		

OBJECTIF > Promouvoir le cinéma français et européen

INDICATEUR 5 > Part des ressources d'arte france destinée à l'engagement de production d'œuvres cinématographiques européennes

ANNÉE	2020	2021	2022	2023	2024
CIBLE	≥ 3,5 %	≥ 3,5 %	≥ 3,5 %	≥ 3,5 %	≥ 3,5 %
REALISE	3,5 %	3,5 %	3,5 %		

### 2.2 Mieux exposer ARTE auprès du public français et européen

> UN SUIVI de l'audience cumulée hebdomadaire (15 mn) détaillant les chiffres pour la France et pour l'Allemagne sera réalisé.

> UN SUIVI du nombre de vidéos vues en ligne hors France et Allemagne (sur l'ensemble des modes de diffusion) sera réalisé.

## 3 – Être une entreprise responsable et innovante

### 3.1 Être une entreprise de média exemplaire

OBJECTIF – Favoriser l'égalité entre les femmes et les hommes

INDICATEUR 6 > Index de l'égalité professionnelle FEMMES/HOMMES

ANNÉE	2020	2021	2022	2023	2024
CIBLE	≥ 93	≥ 94	≥ 95	≥ 97	≥ 97
REALISE	99	98			

> UN SUIVI de la part des expertes dans le magazine 28' SERA REALISÉ.

> UN PLAN D'ACTIONS en faveur de la diversité et de l'inclusion ET UN plan d'actions VISANT A promouvoir la préservation de l'environnement seront mis en œuvre.

### 3.2 Consacrer prioritairement les moyens disponibles à l'offre au public

INDICATEUR 7 > Total des ressources consacrées aux programmes / TOTAL DES RESSOURCES

ANNÉE	2020	2021	2022	2023	2024
CIBLE	> 71 %	> 71 %	> 71 %	≥ 70 %	≥ 70 %
REALISE	72 %	71 %	71 % (éval.)		

PÉRIMÈTRE > (Production et achats + Droits artistes interprètes) / (Total des ressources - Contribution à ARTE GEIE)

### 3.3 Optimiser la gestion pour garantir la soutenabilité économique

OBJECTIF – Accompagner les salariés d'ARTE en cohérence avec la stratégie

INDICATEUR 8 > (Dépenses de personnel permanent + dépenses de personnel de renfort et de remplacement) / total des ressources

ANNÉE	2020	2021	2022	2023	2024
CIBLE	< 7,7 %	< 7,7 %	< 7,7 %	< 7,9 %	< 8,1 %
REALISE	7,4 %	7,4 %	7,7 % (éval.)		

> UN SUIVI de la masse salariale en valeur absolue sera réalisé.

INDICATEUR 9 > RÉSULTAT OPÉRATIONNEL

ANNÉE	2020	2021	2022	2023	2024
CIBLE	> 1,5 M€	> 1,5 M€	> 1,5 M€	> 1,5 M€	> 1,5 M€
REALISE	2,7 M€	1,6 M€	1,5 M€ (éval.)		

PÉRIMÈTRE > Dotations publiques + Prélèvement sur le report à nouveau + Recettes diverses – Total des dépenses de programmes – Dépenses liées aux programmes – Contribution au GEIE – Frais de personnel et de formation – Frais de structure (toutes les données sont issues du plan d'affaires)

> UN SUIVI du montant des ressources propres sera réalisé.

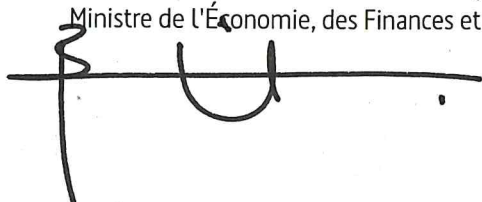
PÉRIMÈTRE > Total des ressources propres hors produits financiers : RNPP, rémunération Procirep, bouquet Afrique, refacturations diverses etc.

## V. Traduction sous forme de plan d'affaires pour 2023 et 2024

[SECRET DES AFFAIRES]

**M. Bruno LE MAIRE**

Ministre de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique



Fait à Paris, en quatre exemplaires, le

**Mme Rima ABDUL MALAK**

Ministre de la Culture



Fait à Paris, en quatre exemplaires, le

**M. Gabriel ATTAL,**

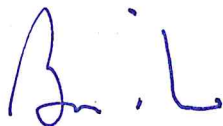
Ministre délégué auprès du ministre de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique, chargé des Comptes publics



Fait à Paris, en quatre exemplaires, le

**M. Bruno PATINO**

Président du directoire d'ARTE France



Fait à Paris, en quatre exemplaires, le

**27 MARS 2023**