

Pacte pour la visibilité des Outre-mer

entre l'Etat et France Télévisions, Radio France, France Médias Monde,
ARTE France, TV5 Monde et l'Institut national de l'audiovisuel

Sommaire

I. Etat des lieux et contexte.....	4
II. Engagements.....	7
Objectif 1. : Améliorer la visibilité des Outre-mer par le biais de l'enrichissement mutuel des offres de l'audiovisuel public.	7
Engagements associés à la poursuite de cet objectif.....	7
Engagement 1 : accroissement du volume de programmes ultramarins produits par France Télévisions mis à disposition des autres entreprises audiovisuelles publiques.	7
Engagement 2 : exposition de contenus audio produits par les radios du réseau Outre-mer La 1ère au sein des éditions nationales d'information des antennes de Radio France.	7
Engagement 3 : approfondissement de la coopération entre France Télévisions et TV5 Monde en vue d'une amplification de l'offre de programmes ultramarins sur la chaîne francophone.....	7
Engagement 4 : lancement d'un magazine dédié à l'Outre-mer sur l'antenne de France 24 grâce à un partenariat entre France Télévisions et France Médias Monde.	8
Engagement 5 : association de Radio France, France Médias Monde, TV5 Monde et l'INA à l'Opération Cœur Outre-mer pilotée par France Télévisions et examen de toutes les opportunités de programmations événementielles en lien avec les Outre-mer pouvant être organisées à l'échelle de tout ou partie du secteur audiovisuel public.	8
Engagement 6 : indexation des archives ultramarines conservées par l'INA en vue de leur exploitation dans une perspective historique et mémorielle.	9
Engagement 7 : mise en place d'un baromètre permettant d'analyser aux plans quantitatif et qualitatif le traitement des sujets ultramarins dans les émissions d'information proposées par Radio France, France Télévisions et des éditeurs privés.	10
Objectif 2. : Améliorer la distribution des contenus et des services ultramarins.	10
Engagements associés à la poursuite de cet objectif.....	10
Engagement 8 : reprise des radios du réseau Outre-mer La 1ère au sein du service Radioplayer France lancé par Radio France et des radios privées en avril 2021.....	11
Engagement 9 : mise à disposition sur l'application Radio France, d'une sélection de podcasts des radios du réseau Outre-mer La 1ère.....	11
Engagement 10 : valorisation renforcée des podcasts de RFI sur la thématique ultramarine.	11

Engagement 11 : développement des coopérations entre France Télévisions et les autres entreprises audiovisuelles publiques, en particulier l'INA, en vue d'accompagner la montée en puissance du portail Outre-mer.	12
Objectif 3. : Favoriser la présence d'ultramarins dans les programmes et leur conception.	12
Engagements associés à la poursuite de cet objectif.....	12
Engagement 12 : mise à disposition par France Télévisions d'un annuaire des experts ultramarins.....	12
Engagement 13 : développement de l'exposition d'artistes ultramarins par le biais d'une coopération renforcée entre ARTE France et Radio France, et à travers l'offre Culture Prime.	12
Engagement 14 : développement par l'INA, en partenariat avec France Télévisions, d'un parcours de formation professionnelle dédié aux territoires d'Outre-mer et accélération de la démarche engagée par France Télévisions en vue d'accompagner le parcours professionnel de journalistes, documentaristes, scénaristes ou encore artistes ultramarins.....	13
Engagement 15 : élargissement aux territoires ultramarins du dispositif Classe Alpha de préqualification et d'insertion professionnelle aux métiers de l'audiovisuel et des médias numériques.	14
III. Définitions.....	15
IV. Modalités de suivi de la mise en œuvre des engagements.....	16

I. Etat des lieux et contexte

Les territoires d'Outre-mer et leurs habitants bénéficient déjà d'une forte exposition au sein de l'ensemble des offres de l'audiovisuel public.

L'audiovisuel public offre d'ores et déjà des contenus qui mettent en valeur les Outre-mer et donnent à voir leurs cultures, leurs territoires ainsi que leurs populations, qu'elles vivent dans l'Hexagone ou dans les territoires ultramarins.

France Télévisions est chargée d'assurer la continuité territoriale du service audiovisuel public en Outre-mer par le biais du réseau de médias globaux « Outre-mer La 1^{ère} » composé de services régionaux généralistes de télévision, de radio et numériques qui privilégient la proximité dans leur offre de programmes. De nombreuses offres des autres entreprises audiovisuelles publiques sont également disponibles dans ces territoires en hertzien et par le biais des réseaux satellitaires / IPTV.

France Télévisions et les ministres de la culture et des outre-mer ont signé, le 11 juillet 2019, un Pacte pour la visibilité des Outre-mer. Cette convention fixe des objectifs en vue d'améliorer de façon concrète et pérenne la représentation des Outre-mer dès 2019 au sein des offres de France Télévisions.

Ce Pacte a pour objet de généraliser le « réflexe » Outre-mer sur l'ensemble des antennes et dans tous les genres de programmes de France Télévisions. Un an après sa signature, l'ensemble des engagements pris par l'entreprise a été mis en œuvre, comme le comité de suivi du Pacte a pu le vérifier à l'occasion de ses réunions semestrielles. France Télévisions s'est dotée d'une organisation plus propice à l'intégration de la dimension ultramarine dans l'ensemble de ses offres. La place accordée aux programmes ultramarins sur les antennes nationales de l'entreprise a été renforcée, en particulier à travers le triplement du nombre de programmes ultramarins en première partie de soirée, une progression de près de 50 % du nombre de sujets liés aux Outre-mer dans les grandes éditions nationales d'information, l'instauration de nouveaux rendez-vous réguliers sur France 3, et de documentaires « histoire » sur France 5.

L'une des principales avancées concerne les journaux télévisés, le programme « L'info outre-mer » réunissant près de 200 000 téléspectateurs par jour. En moyenne, 8,2 millions de téléspectateurs regardent chaque semaine des programmes ultramarins sur France Télévisions et le Portail numérique enregistre 1,7 million de visites en moyenne mensuelle en 2020.

Radio France, bien qu'elle ne soit pas chargée de la mission de diffusion de services de radio dans les territoires ultramarins (celle-ci revenant à France Télévisions), participe à la visibilité des Outre-mer sur l'ensemble de ses antennes, que ce soit au travers de l'actualité, de l'histoire, des cultures ultramarines, ou de ses actions dans les territoires comme Interclass'. Les territoires des Outre-Mer trouvent ainsi leur place sur les antennes à travers de nombreux rendez-vous :

- réguliers : programmes récurrents (« Les chroniques littorales » sur France Inter (du lundi au vendredi au sein du 5-7); « Le journal des Outre-mer » sur Franceinfo (le dimanche)) et actualité quotidienne dans les tranches d'information et les émissions récurrentes (un épisode du programme « Place du marché » consacré à Saint-Pierre et Miquelon par exemple) ;
- exceptionnels : dans le cadre de partenariats spécifiques (le festival réunionnais Sakifo est accompagné par France inter) ou à l'occasion d'actualités majeures.

Les artistes ultramarins sont régulièrement programmés sur FIP (par exemple dans l'émission « le club jazz à Fip ») et sur Mouv' (dans ses émissions musicales hebdomadaires « K-Za Jam Station », « la Sélection Reggae », et « Mix & The City »). France Culture enregistre des textes majeurs de la littérature et de la poésie venues des territoires d'Outre-mer. France Bleu crée régulièrement des ponts entre les régions de l'Hexagone et les Outre-mer au travers de sujets du quotidien (culture, gastronomie par exemple).

Chaîne franco-allemande à vocation européenne articulée autour des récits, **ARTE** peut être amenée à proposer, sous l'angle d'un sujet ou d'une histoire, des programmes mettant en valeur les Outre-mer. ARTE France a coproduit le documentaire découverte *700 requins dans la nuit* avec France Ô. Elle a également diffusé en 2019 le film documentaire *Zétwal*, réalisé par Gilles Elie-Dit-Cosaque, racontant le projet fou et poétique de Robert Saint-Rose, qui voulait être le premier Martiniquais à partir dans l'espace. La chaîne met par ailleurs régulièrement à l'honneur les territoires d'Outre-mer dans le cadre de son émission *Invitation au voyage*. En quatre ans d'existence de l'émission, environ 70 sujets y ont été tournés. Enfin, les Outre-mer font régulièrement l'objet de sujets dans le Journal et dans le magazine *28 minutes*.

France Médias Monde porte une attention particulière, en français et dans toutes ses langues de diffusion, au traitement des Outre-mer, où ses médias sont diffusés et suivis par une audience fidèle et intéressée par leur ligne éditoriale internationale ouverte sur les territoires qui les entourent.

Ce traitement de l'actualité ultramarine se retrouve dans des bulletins d'information, des reportages, des débats et des émissions culturelles qui font rayonner la culture et les artistes ultramarins, dans le respect du cahier des charges de France Médias Monde qui limite le temps d'antenne consacré à l'actualité française à un quart au maximum du temps total d'antenne.

Cet engagement au service de la visibilité des Outre-mer se traduit principalement par la reprise des contenus du réseau Outre-mer La 1^{ère} édité par France Télévisions :

- RFI coproduit trois rendez-vous avec le pôle Outre-mer de France Télévisions sur l'actualité des Outre-mer diffusés quotidiennement sur la radio internationale ;

- France 24 reprend régulièrement des sujets produits par France Télévisions sur l'Outre-mer dans le cadre de l'accord global de fourniture d'images.

Réciproquement, une part notable de leurs contenus est reprise en radio sur le réseau Outre-mer la 1^{ère} (contenus RFI sur Réunion la 1^{ère} et la Mayotte 1^{ère}) et en TNT sur Franceinfo (reprise du signal France 24 de minuit à 6h en heure de Paris, soit à des heures de grande écoute dans tous les territoires ultramarins), contribuant à la richesse de l'offre médiatique de service public à destination des ultramarins.

TV5 Monde accorde une attention particulière, tant dans la sélection de programmes des chaînes partenaires (principalement France Télévisions) que dans l'acquisition de tous les genres de programmes (cinéma, fiction, séries, magazines, documentaires, programmes musicaux...), à la visibilité donnée aux programmes issus des Outre-mer ou traitant du thème de l'Outre-mer sur ses antennes comme sur la plateforme TV5MONDEplus. En 2020, TV5 Monde a acquis et diffusé sur ses antennes près de 30 heures de fictions dont l'action se déroule dans les départements et territoires d'Outre-mer et près de 13 heures de documentaires portant sur ces territoires. TV5 Monde relaie par ailleurs sur l'ensemble de ses antennes des événements de France Télévisions liés aux Outre-mer.

L'INA a engagé ces dernières années la numérisation des archives des télévisions publiques ultramarines (150 000 heures de programmes). L'Institut produit ou coproduit par ailleurs des documentaires sur des thématiques ultramarines, tels que, en 2018, *Accords à tout prix*, documentaire de Jacques-Olivier Trompas qui replace dans une perspective historique le référendum sur l'indépendance de la Nouvelle Calédonie et, en 2019, *Simone et André Schwarz-Bart, la mémoire en partage*, une rencontre avec l'écrivaine guadeloupéenne.

* *
*

A travers le présent Pacte, l'objectif est de franchir une nouvelle étape.

L'audiovisuel public se doit d'être le reflet de la société et des territoires français dans toute leur diversité, notamment ultramarine.

Lors de la présentation du scénario de réforme de l'audiovisuel public le 4 juin 2018, le ministère de la culture avait confié à une commission de concertation la mission de réfléchir, entre autres, à l'exposition des programmes ultramarins. Les conclusions de la commission de concertation, remises le 18 juillet 2018, soulignaient les efforts restant à réaliser pour améliorer encore la visibilité et la représentation des populations, cultures et territoires ultramarins au sein des offres de l'audiovisuel public.

A travers le présent pacte, les entreprises audiovisuelles publiques s'engagent à :

- améliorer la visibilité des Outre-mer par l'enrichissement mutuel de leurs offres, le renforcement des synergies éditoriales et une intégration renforcée des Outre-mer dans le traitement ordinaire de l'ensemble des contenus, en veillant à ne pas enclaver les Outre-mer dans certaines thématiques et dans le respect de l'identité, des spécificités et de la liberté éditoriale des entreprises concernées ;
- saisir toutes les opportunités offertes par les avancées technologiques ainsi que par la diversification des modes de diffusion et de consommation de l'audiovisuel pour élargir l'accessibilité des contenus ultramarins ;
- favoriser la présence d'ultramarins dans les programmes et leur conception.

II. Engagements

Objectif 1. : Améliorer la visibilité des Outre-mer par le biais de l'enrichissement mutuel des offres de l'audiovisuel public.

Engagements associés à la poursuite de cet objectif

Engagement 1 : accroissement du volume de programmes ultramarins produits par France Télévisions mis à disposition des autres entreprises audiovisuelles publiques.

France Télévisions mettra à disposition des autres entreprises audiovisuelles publiques un volume plus important de contenus ultramarins qu'elle produit et dont elle détient les droits. Les modalités de cette mise à disposition sont encadrées le cas échéant par une convention.

Engagement 2 : exposition de contenus audio produits par les radios du réseau Outre-mer La 1^{ère} au sein des éditions nationales d'information des antennes de Radio France.

Radio France s'efforcera d'intégrer au sein de ses éditions nationales d'information une sélection éditorialisée de contenus audio produits par les radios du réseau Outre-mer La 1^{ère}, mis à disposition par France Télévisions auprès de l'agence franceinfo.

La mise en œuvre de cet engagement permettra de donner une plus large place aux contenus ultramarins à travers le renforcement des échanges entre l'agence franceinfo, les rédactions de Radio France et celles du réseau Outre-Mer la 1^{ère}.

Engagement 3 : approfondissement de la coopération entre France Télévisions et TV5 Monde en vue d'une amplification de l'offre de programmes ultramarins sur la chaîne francophone.

Sous réserve de la disponibilité des droits, **TV5 Monde** :

- **s'engage à proposer des contenus, notamment d'information, produits par le réseau Outre-mer La 1^{ère} et mis à disposition par France Télévisions sur sa plateforme TV5MONDEplus et ses chaînes linéaires ;**
- **s'attachera à diffuser sur ses canaux un volume croissant de programmes ultramarins proposés sur les chaînes de France Télévisions et mis à sa disposition**, notamment les programmes suivants : *L'Outre-mer fait son Olympia*, épisodes d'*Echappées belles* dédiés à des territoires d'Outre-mer, *Salé temps pour la planète* lorsque l'émission s'intéresse à des territoires ultramarins ou encore l'émission géopolitique *Et si on bougeait les lignes*.

Engagement 4 : lancement d'un magazine dédié à l'Outre-mer sur l'antenne de France 24 grâce à un partenariat entre France Télévisions et France Médias Monde.

Les chaînes du réseau Outre-mer la 1^{ère} et les médias de France Médias Monde servent des bassins géographiques voisins qui nourrissent des échanges culturels et économiques. Aussi, en 2021, **France Médias Monde lancera un magazine d'information intitulé « Outre-mer » à l'antenne de France 24 et réalisé par le pôle Outre-mer de France Télévisions.**

Ce magazine, qui sera composé de **sujets et d'images des stations du réseau Outre-mer La 1^{ère}** :

- **s'inscrit dans le cadre du partenariat entre France Médias Monde et France Télévisions, dont le pôle Outre-mer coproduit déjà trois émissions radio quotidiennes pour RFI ;**
- **sera proposé à des horaires en phase avec la disponibilité de tous les publics selon le fuseau horaire de la zone dans laquelle ils résident** (première diffusion le samedi à 11h15, heure de Paris, et rediffusion en première partie de soirée dans les territoires d'Outre-mer situés dans les bassins Océan indien et Caraïbes à travers la reprise la nuit sur Franceinfo).

France Médias Monde s'engage à faire ses meilleurs efforts pour le sous-titrer en anglais et en espagnol afin de le rendre accessible aux publics des régions proches des territoires d'Outre-mer où ces langues sont parlées et où France 24 est diffusée.

Engagement 5 : association de Radio France, France Médias Monde, TV5 Monde et l'INA à l'Opération Cœur Outre-mer pilotée par France Télévisions et examen de toutes les opportunités de programmations événementielles en lien avec les Outre-mer pouvant être organisées à l'échelle de tout ou partie du secteur audiovisuel public.

Radio France, France Médias Monde, et l'INA s'associeront chaque année à l'**opération Cœur Outre-mer**, pilotée par France Télévisions. TV5 Monde y participera elle-aussi sous réserve que soit mis à sa disposition des contenus dont les droits auront été préalablement libérés : dans cette hypothèse, elle s'engage à offrir, dans le cadre de

l'opération Cœur Outre-mer, une programmation spéciale et une reprise mondiale des programmes proposés à cette occasion.

Aux fins d'organiser l'association de Radio France, de France Médias Monde, de l'INA et de TV5 Monde à l'Opération Cœur Outre-mer, **France Télévisions organisera à l'été 2021 une réunion de présentation du dispositif.**

Les contributions de Radio France, de France Médias Monde, de l'INA et de TV5 Monde favoriseront l'accroissement de la visibilité de l'opération et *in fine* des Outre-mer. Les programmes proposés par France Télévisions dans le cadre de l'édition 2020 de cette opération (du 23 au 30 octobre) ont été regardés par 29,6 millions de Français (hors journaux d'information et jeux) soit 600 000 Français de plus qu'en 2019 et 51% de la population. Ils couvrent une grande diversité de genres : divertissement, documentaire, fiction, jeu, information, spectacle vivant, animation...

Plus généralement, les entreprises audiovisuelles publiques examineront toutes les opportunités de programmations événementielles en lien avec les Outre-mer qu'elles pourraient proposer conjointement.

En particulier, **France Médias Monde développera des co-productions et renforcera le partage d'expertises dans le cadre de projets éditoriaux événementiels en radio développés par RFI et le réseau des Outre-mer La 1^{ère}** (par exemple, à l'occasion du Mois des mémoires, de la Fête de la Radio, de la Semaine de l'Amérique Latine et des Caraïbes...). Dans ce cadre, **en 2021, RFI, le pôle Outre-mer de France Télévisions et le réseau des Outre-Mer la 1^{ère} coproduiront une émission spéciale pour les 20 ans de la loi tendant à la reconnaissance de la traite et de l'esclavage en tant que crime contre l'humanité.** Consacré à la mémoire de l'esclavage et à sa transmission, avec des invités et des reportages réalisés en France, en Afrique et dans les Outre-mer, ce programme sera diffusé sur les antennes radio du Réseau Outre-mer La 1^{ère} et sur RFI. Il sera composé de deux parties : l'une consacrée à « La transmission de la mémoire », l'autre à « La mémoire de l'esclavage ».

Engagement 6 : indexation des archives ultramarines conservées par l'INA en vue de leur exploitation dans une perspective historique et mémorielle.

L'Institut a d'ores et déjà **numérisé 150 000 heures de programmes des télévisions publiques ultramarines.** Cette opération de collecte et de traitement technique se poursuit par l'intégration et l'indexation progressives de ces images dans les bases de consultation de l'Institut.

L'INA se fixe pour objectif d'achever ce travail d'ici fin 2022. Il permettra de rendre progressivement accessibles ces contenus à la fois :

- par le biais d'outils d'accès professionnels, sous la forme de corpus consultables sur INA MEDIAPRO facilitant leur exploitation **dans des programmes** (par

exemple des documentaires) en coproduction notamment avec les entreprises audiovisuelles publiques intéressées ;

- à travers des postes de consultation à des fins de recherche, déjà déployés en Nouvelle Calédonie (Bibliothèque de l'Université de la Nouvelle Calédonie Nouméa), Guadeloupe (Archives départementales), Martinique (Archives départementales) et Polynésie (Université de la Polynésie Française - Bibliothèque universitaire), et prochainement en Guyane (Archives territoriales).

Ces archives seront par ailleurs valorisées au sein des offres numériques de l'Institut, sans pour autant créer de verticale spécifiquement dédiée à l'Outre-mer, ce qui contredirait la logique de normalisation du traitement des sujets ultramarins.

L'exploitation de ces archives contribuera, dans une perspective historique et mémorielle, à la visibilité des Outre-mer.

Engagement 7 : mise en place d'un baromètre permettant d'analyser aux plans quantitatif et qualitatif le traitement des sujets ultramarins dans les émissions d'information proposées par Radio France, France Télévisions et des éditeurs privés.

Sur le modèle des baromètres thématiques qu'il réalise (sur l'Europe, la présence des femmes à l'antenne ...), **l'INA mettra en place un baromètre pour mesurer la présence des sujets ultramarins dans les émissions d'information proposées par Radio France, France Télévisions et des éditeurs privés évoluant dans leurs univers de concurrence respectifs.**

Ce baromètre, dont la méthodologie sera définie par des chercheurs (par l'analyse des sons à partir d'un nuage de mots permettant de déterminer le sujet abordé dans l'émission en cause), permettra d'analyser quantitativement et qualitativement le traitement des Outre-mer dans ces médias. L'objectif est que cette analyse contribue à nourrir une réflexion en vue de faire évoluer le regard des hexagonaux et des ultramarins - sur les territoires d'Outre-mer.

L'INA étudiera par ailleurs, avec les autres entreprises audiovisuelles publiques concernées, la pertinence d'un élargissement du périmètre de ce baromètre à d'autres genres de programmes, sous réserve que le coût de ce dispositif demeure compatible avec sa trajectoire de financement.

Objectif 2. : Améliorer la distribution des contenus et des services ultramarins.

Engagements associés à la poursuite de cet objectif

Engagement 8 : reprise des radios du réseau Outre-mer La 1^{ère} au sein du service Radioplayer France lancé par Radio France et des radios privées en avril 2021.

France Télévisions intégrera les radios du réseau Outre-mer La 1^{ère} au service Radioplayer France. Cette solution de distribution, lancée le 8 avril 2021, est commune à un consortium de radios privées et publiques de Radio France. Elle accompagne la montée en puissance toujours plus rapide des nouveaux usages. Le service propose notamment une mise en avant géolocalisée des flux des radios locales.

Certaines stations privées de la Réunion et des Antilles ont déjà signalé leur volonté d'être accessibles sur cette plateforme, renforçant encore l'intérêt pour les radios du réseau Outre-mer La 1^{ère} d'y être reprises.

Engagement 9 : mise à disposition sur l'application Radio France, d'une sélection de podcasts des radios du réseau Outre-mer La 1^{ère}.

Au premier semestre 2022, **Radio France mettra à disposition sur son application une sélection**, opérée par France Télévisions, **de podcasts des radios du réseau Outre-mer La 1^{ère}. Cette offre sera très clairement identifiable** au sein de l'application de Radio France (à travers un espace dédié). Elle amplifiera la visibilité des contenus en cause.

Une convention organisant cette mise à disposition pourra, le cas échéant, être conclue entre France Télévisions et Radio France.

Ce déploiement constitue une formidable opportunité de renforcement des liens entre les territoires d'Outre-mer et l'Hexagone. La plateforme de Radio France permet en effet de dépasser la barrière du décalage horaire en donnant accès à l'ensemble des programmes à toute heure.

Dans la même logique, **Radio France et France Télévisions examineront la faisabilité d'une mise à disposition d'une sélection des programmes des antennes de Radio France sur l'application du réseau Outre-mer La 1^{ère}.**

Engagement 10 : valorisation renforcée des podcasts de RFI sur la thématique ultramarine.

France Médias Monde renforcera l'accessibilité des podcasts de RFI sur la thématique ultramarine, tant sur son application que sur ses sites, et en conséquence sur les applications tierces, dont celle de Radio France, qui accueille déjà des podcasts de la radio internationale. Seront en particulier valorisées les trois grandes tranches d'information régionales quotidiennes dans lesquelles les journaux Outre-mer s'insèrent (Océan Indien, Amériques Haïti Caraïbes, 24h en France).

Engagement 11 : développement des coopérations entre France Télévisions et les autres entreprises audiovisuelles publiques, en particulier l'INA, en vue d'accompagner la montée en puissance du portail Outre-mer.

Radio France, l'INA, TV5 Monde, ARTE France et France Médias Monde, sous réserve de la disponibilité des droits, de l'absence d'obstacles techniques, et de la maîtrise des coûts afférents, **mettront à disposition du portail Outre-mer La 1^{ère} une sélection de leurs contenus ultramarins**. Ces apports contribueront à la montée en puissance de la plateforme. Celle-ci doit favoriser la diffusion de la production ultramarine et offrir un reflet équilibré des réalités de chacun des territoires qui composent les Outre-mer. Elle a enregistré 20 millions de vues en 2020.

Des conventions organisant cette mise à disposition pourront, le cas échéant, être conclues entre France Télévisions et chacune des entreprises contributrices.

Au-delà de la mise à disposition de contenus, et dans la lignée des modules courts produits pour Franceinfo, **une réflexion sera engagée afin d'examiner la faisabilité d'un partenariat éditorial entre France Télévisions et l'INA** en vue d'enrichir l'offre proposée par le biais du Portail Outre-mer. Des productions communes de contenus entre le Portail Outre-mer la 1^{ère} et l'INA pourront être organisées de manière récurrente. Ces productions pourront par ailleurs être valorisées au sein des offres numériques de l'Institut, sans pour autant créer de verticale spécifiquement dédiée à l'Outre-mer(cf. supra, engagement 6).

Objectif 3. : Favoriser la présence d'ultramarins dans les programmes et leur conception.

Engagements associés à la poursuite de cet objectif

Engagement 12 : mise à disposition par France Télévisions d'un annuaire des experts ultramarins.

France Télévisions mettra à disposition de l'ensemble des entreprises audiovisuelles publiques son annuaire d'experts ultramarins dans le but d'assurer une meilleure représentation des professionnels ultramarins dans les médias.

Cet annuaire sera accessible par le biais d'une plateforme, qui recensera et référencera un ensemble d'experts ultramarins aux profils très diversifiés (tous domaines confondus). Elle donnera accès à un formulaire de contact et aux coordonnées des experts identifiés.

Engagement 13 : développement de l'exposition d'artistes ultramarins par le biais d'une coopération renforcée entre ARTE France et Radio France, et à travers l'offre Culture Prime.

Dans le cadre d'une coopération renforcée, ARTE France et Radio France feront leurs meilleurs efforts pour accroître la visibilité des artistes ultramarins, de leur art et/ou musique, notamment auprès d'une cible plus jeune, à travers leurs comptes sur les réseaux sociaux ainsi que sur leurs plateformes propres.

ARTE France restera en outre attentive à suivre leur actualité sous une forme plus journalistique, par exemple dans le magazine *Tracks*.

Les entreprises audiovisuelles publiques s'engagent par ailleurs à faire leurs meilleurs efforts pour amplifier l'exposition d'artistes ultramarins au sein de l'offre Culture Prime qu'elles éditent en commun et qui est distribuée sur Facebook et Instagram. A titre d'exemple, TV5 Monde contribuera à amplifier la visibilité des artistes ultramarins en développant des contenus consacrés à des personnalités des Outre-mer en vue d'alimenter cette offre (un par semestre).

Engagement 14 : développement par l'INA, en partenariat avec France Télévisions, d'un parcours de formation professionnelle dédié aux territoires d'Outre-mer et accélération de la démarche engagée par France Télévisions en vue d'accompagner le parcours professionnel de journalistes, documentaristes, scénaristes ou encore artistes ultramarins.

L'INA, en partenariat avec France Télévisions, développera un projet de création d'un parcours de formation professionnelle dédié aux territoires d'Outre-mer. Il s'agit de proposer aux salariés du réseau Outre-mer La 1^{ère} ainsi et plus généralement aux professionnels de l'audiovisuel et des médias numériques dans les territoires ultramarins, des modules d'accompagnement et d'évolution des compétences facilitant leur mobilité professionnelle dans ce secteur.

Cette offre sera complémentaire de la démarche engagée par France Télévisions en vue de :

- favoriser des résidences de scénaristes/artistes ultramarins ;
- envisager des compagnonnages entre documentaristes et/ou journalistes de l'Hexagone et des territoires d'Outre-mer.

Cette démarche se traduira par :

- la signature, au cours de l'année 2021, d'une convention de partenariat (2021-2024) entre France Télévisions et le Conservatoire européen d'écriture audiovisuelle autour du projet « Auteurs Talents Outre-Mer » qui permettra la formation de quatre futurs scénaristes d'Outre-mer ;
- l'accueil de journalistes ultramarins au sein de la rédaction nationale de France Télévisions - ainsi, à titre d'illustration, la présentation du 12/13 de France 3 devrait être confiée pendant plusieurs semaines à la présentatrice du JT de Mayotte La 1^{ère} en 2021.

Engagement 15 : élargissement aux territoires ultramarins du dispositif Classe Alpha de préqualification et d'insertion professionnelle aux métiers de l'audiovisuel et des médias numériques.

A la rentrée 2020, l'INA a lancé Classe Alpha, un programme de préqualification et d'orientation professionnelles dans le secteur de l'audiovisuel et des médias numériques. L'Institut entend développer ce dispositif d'inclusion sociale et d'insertion professionnelle des jeunes en coopération avec les autres entreprises audiovisuelles publiques - notamment France Télévisions et Radio France - pour en faire le premier dispositif national d'insertion professionnelle des jeunes, sans condition de diplôme, dans le secteur de l'audiovisuel et des médias numériques.

A cette fin, l'INA, France Télévisions et Radio France s'engagent à étudier les modalités, notamment opérationnelles et financières, à même de favoriser un élargissement de la base territoriale de recrutement des candidats du dispositif, en portant une attention particulière aux territoires ultramarins.

III. Définitions

Au sens du présent pacte, un « programme ultramarin » et un « sujet ultramarin » sont ainsi définis :

« Programme ultramarin »

Un programme est considéré comme tel dès lors qu'il remplit au moins l'une des conditions suivantes :

- le programme est financé ou cofinancé par une ou plusieurs antennes du Pôle Outre-mer de France Télévisions ;
- la société de production ou de co-production du programme a son siège dans un territoire ultramarin et/ou réalise au moins 50% de son chiffre d'affaires en Outre-mer ;
- une part substantielle de son contenu est tournée ou enregistrée dans un territoire d'Outre-mer ;
- le programme traite d'un sujet explicitement lié à un ou plusieurs territoires d'Outre-mer ;
- le programme met en avant de façon significative une personnalité, une initiative, une œuvre, un mouvement, un lieu ou un événement culturel ou historique issu d'un territoire d'Outre-mer.

« Sujet ultramarin »

Dans les journaux télévisés d'information, tout élément d'une édition nationale d'information (reportage, synthèse, duplex, off...) qui a trait à l'Outre-mer.

IV. Modalités de suivi de la mise en œuvre des engagements

En 2022 et en 2023, les entreprises signataires du présent pacte rendront public, au plus tard au mois de juin, un rapport commun faisant le bilan à date de la mise en œuvre des engagements qu'elles ont pris.

La mise en œuvre de chacun des engagements est plus particulièrement suivie par une ou des entreprise(s) chargée(s) d'en rendre compte en vue de l'élaboration de ce rapport :

Engagement 1 : accroissement du volume de programmes ultramarins produits par France Télévisions mis à disposition des autres entreprises audiovisuelles publiques.

Chef de file : France Télévisions

Engagement 2 : exposition de contenus audio produits par les radios du réseau Outre-mer La 1ère au sein des éditions nationales d'information des antennes de Radio France.

Chef de file : Radio France

Engagement 3 : approfondissement de la coopération entre France Télévisions et TV5 Monde en vue d'une amplification de l'offre de programmes ultramarins sur la chaîne francophone.

Chef de file : TV5 Monde

Engagement 4 : lancement d'un magazine dédié à l'Outre-mer sur l'antenne de France 24 grâce à un partenariat entre France Télévisions et France Médias Monde.

Chef de file : France Médias Monde

Engagement 5 : association de Radio France, France Médias Monde, TV5 Monde et l'INA à l'Opération Cœur Outre-mer pilotée par France Télévisions et examen de toutes les opportunités de programmations événementielles en lien avec les Outre-mer pouvant être organisées à l'échelle de tout ou partie du secteur audiovisuel public.

Chef de file : France Télévisions

Engagement 6 : indexation des archives ultramarines conservées par l'INA en vue de leur exploitation dans une perspective historique et mémorielle.

Chef de file : INA

Engagement 7 : mise en place d'un baromètre permettant d'analyser aux plans quantitatif et qualitatif le traitement des sujets ultramarins dans les émissions d'information proposées par Radio France, France Télévisions et des éditeurs privés.

Chef de file : INA

Engagement 8 : reprise des radios du réseau Outre-mer La 1ère au sein du service Radioplayer France lancé par Radio France et des radios privées en avril 2021.

Chef de file : France Télévisions

Engagement 9 : mise à disposition sur l'application Radio France, d'une sélection de podcasts des radios du réseau Outre-mer La 1ère.

Chef de file : Radio France

Engagement 10 : valorisation renforcée des podcasts de RFI sur la thématique ultramarine.

Chef de file : France Médias Monde

Engagement 11 : développement des coopérations entre France Télévisions et les autres entreprises audiovisuelles publiques, en particulier l'INA, en vue d'accompagner la montée en puissance du portail Outre-mer.

Chef de file : France Télévisions

Engagement 12 : mise à disposition par France Télévisions d'un annuaire des experts ultramarins.

Chef de file : France Télévisions

Engagement 13 : développement de l'exposition d'artistes ultramarins par le biais d'une coopération renforcée entre ARTE France et Radio France, et à travers l'offre Culture Prime.

Chef de file : ARTE France

Engagement 14 : développement par l'INA, en partenariat avec France Télévisions, d'un parcours de formation professionnelle dédié aux territoires d'Outre-mer et accélération de la démarche engagée par France Télévisions en vue d'accompagner le parcours professionnel de journalistes, documentaristes, scénaristes ou encore artistes ultramarins.

Chef de file : INA

Engagement 15 : élargissement aux territoires ultramarins du dispositif Classe Alpha de préqualification et d'insertion professionnelle aux métiers de l'audiovisuel et des médias numériques.

Chef de file : INA

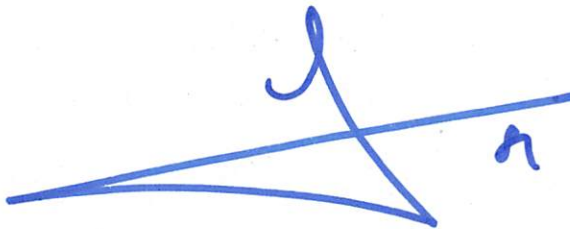
Signataires

Mme Roselyne BACHELOT-NARQUIN
Ministre de la Culture



Fait à Paris, en huit exemplaires, le **22 OCT. 2021**

M. Sébastien LECORNU
Ministre des Outre-mer

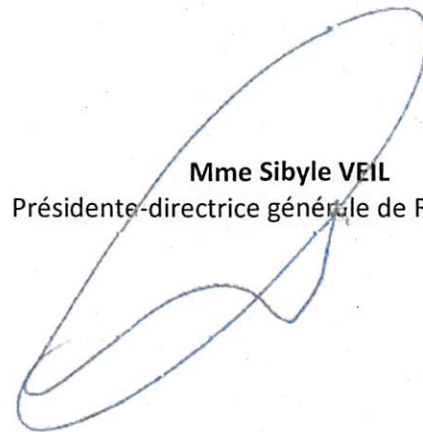


Fait à Paris, en huit exemplaires, le **26 OCT. 2021**

Mme Delphine ERNOTTE-CUNCI
Présidente-directrice générale de France Télévisions



Fait à Paris, en huit exemplaires, le



Mme Sibyle VEIL
Présidente-directrice générale de Radio France

21 OCT. 2021

Fait à Paris, en huit exemplaires, le

M. Bruno PATINO
Président du directoire d'ARTE France



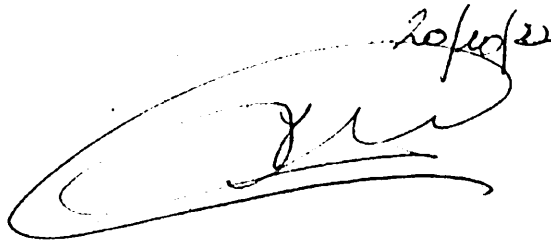
Fait à Paris, en huit exemplaires, le 22 octobre 2021

Mme Marie-Christine SARAGOSSE
Présidente-directrice générale de France Médias Monde



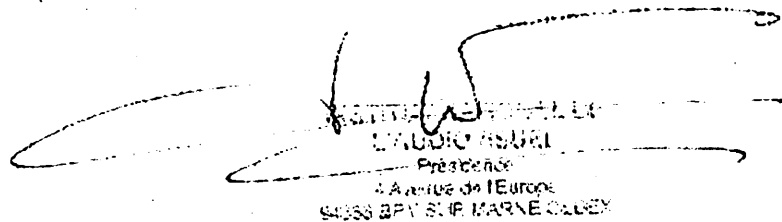
Fait à Paris, en huit exemplaires, le 22/10/21

M. Yves BIGOT
Directeur général de TV5 Monde



Fait à Paris, en huit exemplaires, le

M. Laurent VALLET
Président-directeur général de l'Institut national de l'audiovisuel



INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL
Présidence
4 Avenue de l'Europe
93853 BP 75116 MARNE LA VALLÉE

Fait à Paris, en huit exemplaires, le 22 OCT. 2021