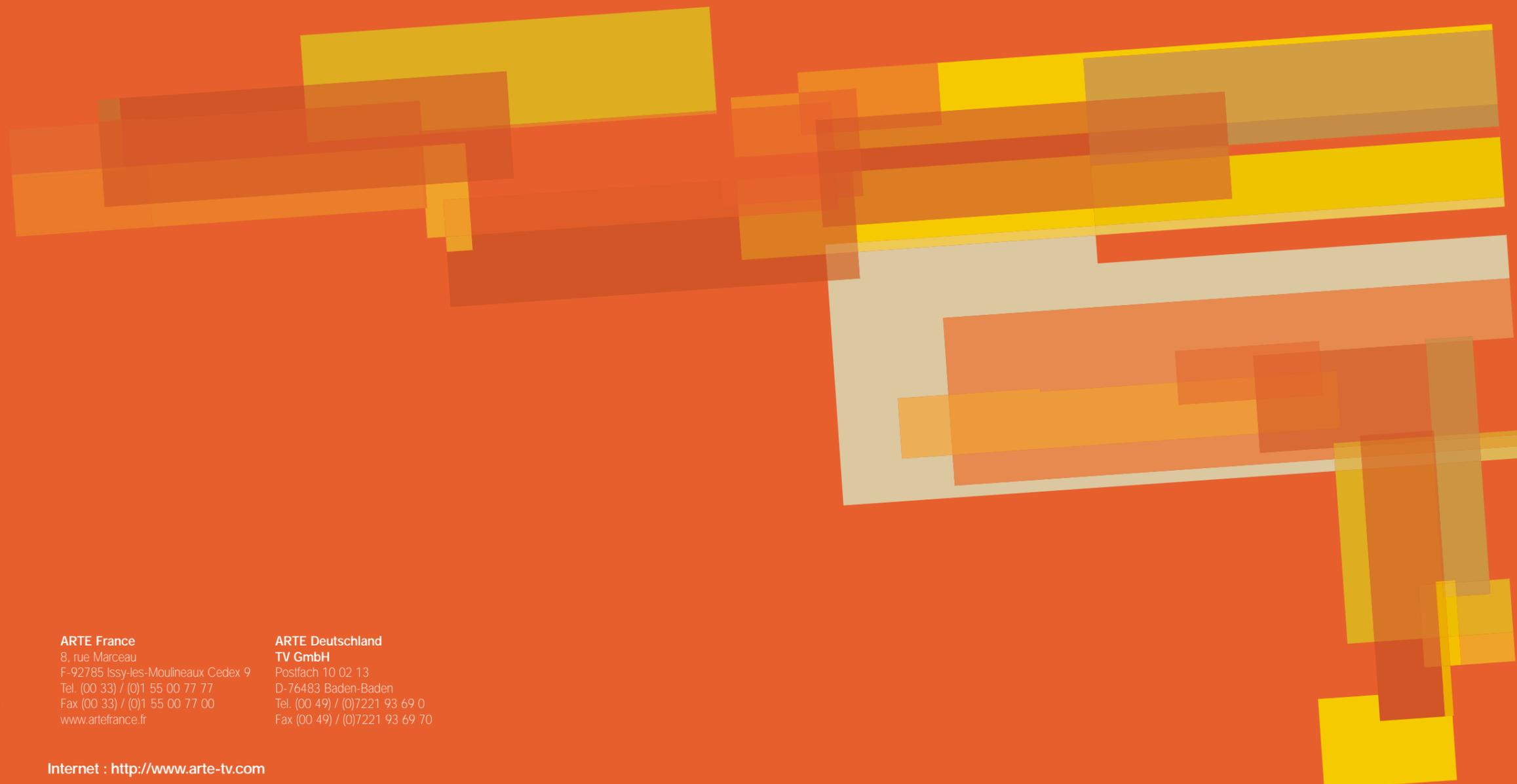


arte

Rapport d'activité
2001



ARTE G.E.I.E.
2A, rue de la Fonderie
F-67080 Strasbourg Cedex
Tel. (00 33) / (0)3 88 14 22 22
Fax (00 33) / (0)3 88 14 22 00

ARTE France
8, rue Marceau
F-92785 Issy-les-Moulineaux Cedex 9
Tel. (00 33) / (0)1 55 00 77 77
Fax (00 33) / (0)1 55 00 77 00
www.artefrance.fr

**ARTE Deutschland
TV GmbH**
Postfach 10 02 13
D-76483 Baden-Baden
Tel. (00 49) / (0)7221 93 69 0
Fax (00 49) / (0)7221 93 69 70

Internet : <http://www.arte-tv.com>



Sommaire

Rapport du comité de gérance	4
Programmes	10
Gestion et Technique	18

Rapport du comité de gérance

2001 : une année riche en événements

L'année 2001 a été marquée par des événements tragiques. Les attentats du 11 septembre ont suscité une demande considérable d'informations et d'analyse de la part du public. En traitant cette actualité en profondeur, dans la **Thema sur l'Afghanistan** notamment, ARTE a su montrer qu'elle savait être réactive, sans pour autant perdre en qualité. Relatant les événements d'un point de vue transnational, le journal **ARTE Info** est parvenu à augmenter le nombre de ses téléspectateurs.

D'une manière générale, la Chaîne a su faire face en 2001 à une concurrence très rude, réussissant même à accroître sa part de marché de 10 % en Allemagne. Après une certaine faiblesse des audiences au premier semestre, la nouvelle grille a permis à ARTE de se ressaisir dans les deux pays et de recueillir en France une part d'audience moyenne de 3,1 % sur l'ensemble de l'année 2001. Ces chiffres confirment que dans un contexte difficile, être une télévision de qualité permet d'attirer de nouveaux téléspectateurs. Cependant, on ne peut ignorer que l'apparition de nouvelles chaînes thématiques vient concurrencer ARTE sur ses sujets de prédilection, la culture et l'Europe.

En France, ARTE doit désormais faire face à une concurrence renforcée par la généralisation du satellite.

Malgré cette évolution des paysages audiovisuels respectifs, l'audience de la Chaîne dans les deux pays reste stable. Il est néanmoins impératif pour ARTE de se doter d'une identité plus marquée et de consolider sa position. C'est bien là l'un des objectifs essentiels poursuivis par la Charte d'ARTE, mise en chantier cette année.

Une charte pour affirmer le profil de la Chaîne

Si la diversité est l'un des atouts majeurs d'ARTE, elle entrave parfois la lisibilité de ses programmes et la fidélisation de ses téléspectateurs.

ARTE doit donc relever un double défi : d'une part proposer des programmes plus facilement identifiables et d'autre part renforcer sa cohésion interne et externe. Aussi le Comité de gérance a-t-il décidé au printemps de lancer une vaste réflexion sur l'identité de l'entreprise et ses perspectives d'avenir.

Dans une première phase, la Centrale et les Membres ont élaboré pour l'ensemble du Groupe, une Charte fondée sur trois valeurs : **ouverture, respect et chaleur**. Ces valeurs, dont certaines sont déjà largement incarnées par ARTE, doivent inspirer et guider toutes les actions de la Chaîne et

ont pour objectif essentiel de créer un lien plus étroit avec les téléspectateurs.

Après un processus de consultation de plusieurs mois, l'Assemblée Générale a adopté la Charte en mars 2002. Des groupes de travail ont été mis en place dans chacun des secteurs de l'entreprise avec pour mission de mettre en œuvre les dispositions de la Charte d'ici à l'automne 2003.

Lancement des programmes d'après-midi en diffusion numérique

Le 6 janvier 2001, ARTE a lancé sa grille d'après-midi, diffusée dans un premier temps en numérique, par satellite et sur le câble. Outre la rediffusion de programmes-phares, cette grille d'après-midi renforce l'approche européenne de la Chaîne et s'adapte au public plutôt féminin de cette tranche horaire, grâce à des magazines de société présentant la famille, la santé et les modes de consommation sous un angle européen. En Allemagne, les crédits nécessaires à cette extension avaient été accordés par la KEF (Commission pour l'évaluation des besoins financiers des chaînes publiques) dans le cadre de la dernière augmentation de la redevance. En France, ils ont été attribués au début de l'année 2001 avec la signature du *Contrat d'objectifs et de moyens* par lequel la partie française d'ARTE s'engage vis-à-vis de l'Etat sur un certain nombre d'objectifs, obtenant en contrepartie une garantie

financière à moyen terme et la possibilité d'une planification quadriennale.

Avec le lancement de la grille d'après-midi, ARTE commence à sortir du «ghetto de 19h» et crée les conditions d'un passage progressif à une diffusion toute la journée.

Avancées de la diffusion en analogique sur le câble à partir de 14h

Ces programmes de l'après-midi n'étant diffusés qu'en numérique, ARTE était jusqu'ici dans l'impossibilité de constituer son public dès l'après-midi et se trouvait fortement handicapée face à la concurrence. Pour cette raison, ARTE a sollicité auprès des *Landesmedienanstalten* (CSA régionaux allemands) l'attribution dès 14h d'un canal dans les réseaux câblés analogiques, qui, de par son statut de chaîne publique financée par la redevance, lui revient de droit. Plusieurs Länder lui ont donné leur accord en cours d'année, à commencer par Brême qui reprend la Chaîne dans le câble analogique depuis le 13 décembre. La Basse-Saxe et Hambourg lui ont emboîté le pas au premier trimestre 2002. Ainsi, plus de 2,5 millions de foyers allemands reçoivent d'ores et déjà ARTE en norme analogique dès 14h. D'autres *Landesmedienanstalten* ont annoncé leur ralliement à cette position. Au cours de 2002, 70 % des foyers allemands, soit plus de 12 millions de foyers câblés, devraient ainsi recevoir ARTE dès 14h.

En France, dans l'attente de la Télévision Numérique Terrestre, ce sont actuellement 3,5 millions de foyers qui peuvent recevoir ARTE en norme numérique dès 14h, sur le câble et le satellite.

Cocktail ARTE faisant suite à la diffusion, en direct de la Philharmonie de Berlin, du Requiem de Verdi. De gauche à droite : les chanteurs Roberto Alagna, Angela Gheorghiu, Elisabeth Descombes (Responsable de la publication "Le Monde de la Musique"), Jobst Plog (Président d'ARTE) et Claude Martin (Ambassadeur de France en Allemagne)



Assemblée du personnel, le 3 mai 2001. De gauche à droite : Victor Rocarès (Directeur des Programmes), Jobst Plog (Président), Jérôme Clément (Vice-Président), Wolfgang Bernhard (Directeur de la Gestion)

Récompenses obtenues en 2001

THEMA

Algérie
Le rêve de Sisyphe de Faouzia Fekiri - Documentaire - ARTE France
• Fipa d'Or dans la catégorie Documentaires et essais de création

Vaincre à tout prix

La ruée vers l'or de Johan Åsard, Folke Rydén - Documentaire - ARTE/ZDF • Rockie Special Jury Award, Banff

Le marché, carrefour des échanges

Le marché chinois de Zoran Solomun, Vladimir Blazevski - Documentaire - ARTE/ZDF

• Prix du meilleur documentaire, Semaine du film de Duisburg

Dixième anniversaire d'ARTE et pose de la première pierre du nouveau siège

En 2001, ARTE a fêté ses dix années d'existence ainsi que le passage à une nouvelle étape, symbolisée par la pose de la première pierre de son nouveau siège, le 3 mai 2001, presque 10 ans jour pour jour après la création de la Chaîne, le 30 avril 1991. En présence de nombreuses personnalités, de la presse, des chaînes partenaires européennes et des salariés, la Ministre de la Culture et de la Communication, Catherine Tasca, a réitéré publiquement son engagement politique et personnel en faveur d'ARTE. Le Maire de Strasbourg, Fabienne Keller, ainsi que les présidents du Conseil régional et du Conseil général ont, eux aussi, insisté sur l'importance d'ARTE pour le développement de la ville et de l'Alsace.



Pose de la première pierre du nouveau siège, le 3 mai 2001. De gauche à droite : Jérôme Clément (Vice-Président), Catherine Tasca (Ministre de la culture), Jobst Plog (Président)

Remise du Prix Carlo-Schmid à ARTE

ARTE s'est vue distinguée par le prestigieux Prix Carlo-Schmid pour son action au service de «la compréhension entre les peuples en Europe». Lors de la cérémonie officielle en présence de nombreuses personnalités politiques et culturelles, le Ministre-Président de Rhénanie-Palatinat, Président de la Commission audiovisuelle des Länder et Plénipotentiaire de la République Fédérale d'Allemagne pour les affaires culturelles franco-allemandes, Kurt Beck, a souligné le rôle «éminent» d'ARTE dans les relations culturelles entre les deux pays. Pour la première fois depuis son existence, le Prix était décerné à une institution.

Nominations

Le 20 mars, Jérôme Clément a été réélu à la tête d'ARTE France pour un nouveau mandat de cinq ans, tandis que Jean Rozat était nommé Directeur général.

Heiko Holefleisch, jusqu'alors responsable de l'unité II au sein de la «Hauptredaktion Unterhaltung Wort» de la ZDF, a succédé le 1er octobre 2001 à Hans-Günther Brüske au poste de Directeur-Gérant d'ARTE Deutschland TV GmbH et de Coordinateur ZDF.

Gérard Saint-Paul, qui peut se prévaloir d'une longue carrière internationale de journaliste de télévision, de radio et de presse écrite, a intégré la Chaîne le 1er janvier 2001 au poste de Directeur de l'information.

Remise du Prix Carlo-Schmid, le 7 juillet 2001. De gauche à droite : Gerhard Widder (Maire de Mannheim), Siegmund Mosdorf (Président de la Fondation Carlo-Schmid), Jobst Plog (Président d'ARTE), Jérôme Clément (Vice-Président d'ARTE), Ute Vogt (Présidente du Conseil d'administration de la Fondation Carlo-Schmid), Kurt Beck (Ministre-Président de Rhénanie-Palatinat)



Communication

ARTE intéresse de plus en plus la presse

En 2001 encore, les retombées dans la presse française et allemande ont pris de l'ampleur, en raison notamment du grand nombre de programmes-phares et d'événements institutionnels majeurs.

A l'occasion de la pose de la première pierre, le 30 mai, ARTE a accueilli de nombreux journalistes des deux pays, qui se sont intéressés au dixième anniversaire de la Chaîne. Une importante brochure intitulée «ARTE a dix ans !», éditée en deux langues, a rappelé les grands moments institutionnels et les points forts de la programmation entre 1991 et 2001.

La grille des programmes lancée en septembre 2001 a, elle aussi, fait l'objet d'un travail de presse intense dans les deux pays.

De nombreuses avant-premières s'adressant à un public cible ont en outre été organisées en France et en Allemagne.

Emir Kusturica et Dr. Nelle, lors de la fête ARTE - Festival International du Film de Berlin 2001



Prix décernés par ARTE

- Prix ARTE du meilleur court-métrage, Oberhausen
Afta – Jour après jour de Kornel Mundruczo
- Prix ARTE du meilleur documentaire, Semaine du film de Duisbourg
Le marché chinois de Zoran Solomun
- Prix Cyril-Collard
Stand by de Roch Stephanik
- Prix ARTE du meilleur documentaire européen, Berlin
Black Box BRD de Andres Veiel

Festivals et salons

Comme chaque année, ARTE a été partenaire des plus grands festivals de musique, de théâtre et de cinéma : Berlin, Cannes, Oberhausen, Hof, Munich, Avignon, Aix-en-Provence, Locarno, Schleswig-Holstein, Venise, etc. A l'occasion du Festival de Berlin et des cinq années d'existence de l'accord de coproduction qui lie ARTE France, l'ARD et la ZDF - 36 coproductions à ce jour dont 2 Palmes d'Or à Cannes et 1 Ours d'Or à Berlin - la presse spécialisée a été conviée à une rencontre avec les responsables d'ARTE.

Profitant de la présentation de **La Tosca** au Festival de Venise, ARTE a organisé une opération de Relations publiques à laquelle ont assisté, outre le réalisateur Benoît Jacquot, les protagonistes du film, Angela Gheorghiu, Roberto Alagna et Ruggero Raimondi, ainsi que quelques représentants de la Chaîne.

Il convient encore de noter que pour la première fois, ARTE a participé au Festival International du Documentaire d'Amsterdam, et qu'au Festival de Salzbourg, la Chaîne a rendu hommage à Gérard Mortier, qui achevait son mandat de Directeur artistique.

Avec un succès sans cesse grandissant, ARTE a été présente aux Salons du livre de Paris, Francfort et Leipzig.

Récompenses obtenues en 2001

- Après la guerre
Seule avec la guerre de Danielle Arbid - ARTE France
- Prix du meilleur premier documentaire, Hot Dogs, Toronto
 - Prix Albert Londres

Promotion / Marketing



En Allemagne, la campagne publicitaire «**ARTE erleben**» a été poursuivie en 2001 dans la presse et à l'antenne. Cette année encore, l'ARD et la ZDF ont apporté leur soutien en diffusant gratuitement des spots télévisés. En tout, quelque 90 millions de contacts ont ainsi été établis, à raison de 12 contacts par personne sur une cible d'environ 11,6 millions de téléspectateurs.

Une campagne d'annonces clas-

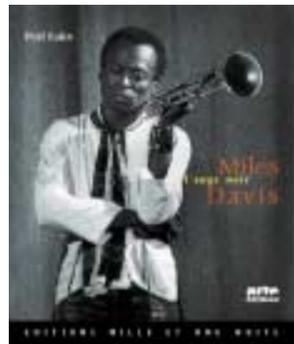
siques a permis d'annoncer, à Brême et Bremerhaven, la diffusion d'ARTE en analogique sur le câble à partir de 14h. En France aussi, une vaste campagne de publicité, destinée à faire connaître la nouvelle grille des programmes, a adopté un ton léger et direct, afin de rééquilibrer l'image trop «sérieuse» de la Chaîne.

Le mensuel allemand des programmes peut s'enorgueillir d'un succès grandissant : entre janvier et décembre 2001, le nombre des abonnés payants est passé de **30 000 à 45 000**. Depuis avril 2001, le **ARTE Magazin** est également en vente dans les librairies de la plupart des grandes gares allemandes. Par ailleurs, sa diffusion auprès de relais d'opinions (institutions, médecins, politiques, etc.) contribue activement à la promotion de la Chaîne, et lui permet de gagner de nouveaux téléspectateurs, tout en soutenant sa communication institutionnelle.



Le développement

En 2001, le catalogue français d'ARTE Vidéo s'est enrichi de 33 titres. Il totalise à la fin de l'année 400 références de VHS et/ou de DVD. ARTE Éditions a également proposé 10 nouveaux livres



en 2001. Le dernier paru, **Miles Davis, l'ange noir**, est un ouvrage en hommage au jazzman, coédité avec les Editions Mille et une nuits.

En Allemagne, ARTE EDITION a enrichi son offre de 10 nouveaux titres, livres et vidéos confondus, portant ainsi le nombre total de parutions à 65 titres. **Die Manns - Ein Jahrhundertroman** de Heinrich Breloer et Horst Königstein a été le fleuron du millésime 2001, vendu à 110.000 exemplaires.



Le nouveau site internet d'ARTE

Cinq ans après son lancement, **arte-tv.com** a été remanié et en novembre 2001, c'est un site Internet entièrement repensé qui a pu être mis en ligne.

Doté d'une esthétique conviviale et innovante, le site reprend les éléments essentiels de l'habillage d'ARTE, comme, par exemple, l'angle à 4 degrés. Prolongement des émissions, **arte-tv.com** s'articule autour de grandes rubriques thématiques : Histoire, politique et société, Arts et musique, Cinéma et fiction ainsi que Sciences et découverte. Des jeux et des forums viennent compléter cette offre.

La Chaîne veut faire de ce site un nouveau vecteur de communication, complémentaire à l'antenne, interactif et de qualité.

L'augmentation du nombre de visites au cours des premiers mois indique que le nouveau **arte-tv.com** répond aux attentes des internautes.



Développement international

ARTE a poursuivi son développement international, concluant des partenariats avec trois nouvelles chaînes européennes. Outre un accord de coopération avec la chaîne néerlandaise NPS (signé le 12 février), des contrats d'association ont été conclus le 1er janvier avec la TVP polonaise et le 21 mars avec la chaîne autrichienne ORF. Ces partenariats permettront aux différentes cultures de l'Europe de l'Est d'être dorénavant plus présentes dans le programme d'ARTE. Des représentants de la TVP et de l'ORF disposent d'une voix consultative dans les différents organes de la Chaîne.

Enfin, en octobre 2001, ARTE et la BBC ont posé les bases d'un accord de coproduction, prévoyant la réalisation d'un minimum de dix émissions sur une durée de deux ans. En Angleterre, ces programmes seront diffusés sur la nouvelle chaîne numérique BBC FOUR, lancée début 2002, dont la ligne éditoriale est très proche de celle d'ARTE.

Zoom Le journal électronique Zoom a été conçu au début de l'année pour faciliter l'échange d'informations internes au Groupe ARTE. De plus en plus populaire auprès des salariés, il s'est imposé comme un outil indispensable à la communication interne. Zoom informe sur les réunions et les décisions du Comité de Gérance, sur les activités des différentes directions et unités de la Chaîne et fait état des grands débats de politique et de société.

Des chats offrent une plate-forme aux salariés pour un échange de vues sur les thèmes les plus divers et les enjeux de la Chaîne.

Récompenses obtenues en 2001

DOCUMENTAIRE

- *La terre des âmes errante* de Rithy Panh - ARTE France
- Grand Prix, Rockie Award du meilleur documentaire, Prix Sony de la critique internationale, Festival de télévision de Banff
- Grand Prix au Festival de Yamagata
- Golden Gate Award, Festival de San Francisco
- Golden Matchstick, Amnesty International, Amsterdam

Une journée disparue dans le sac à main de Marion Kainz - ARTE/WDR

- Fipa d'Argent dans la catégorie "Grands reportages et faits de société", Biarritz

Programmes

Nouvelle grille d'après-midi

Afin de répondre aux attentes spécifiques du public de l'après-midi, auquel était proposée depuis 1998, entre 14h et 19h, la rediffusion de certains programmes de soirée, ARTE a décidé en l'an 2000 de lancer une série de magazines centrés sur la vie quotidienne des Européens.

Précédant l'avènement du numérique terrestre en France et l'attribution de canaux de diffusion 24h/24 dans le câble analogique en Allemagne, la diffusion numérique de ces magazines permet à ARTE de tester des formats inhabituels sur la chaîne en même temps qu'elle touche un nouveau public. Ce premier aménagement de la programmation d'après-midi préfigure une grille de programmes spécifiquement produits pour cette tranche horaire et destinés à des publics qu'il sera intéressant, à plus long terme, d'attirer sur ARTE aussi pendant la soirée.

Mis à l'antenne le 6 janvier 2001, sept magazines ont été programmés sur la tranche horaire la plus exposée en début d'après-midi - 14h - 15h30 - dont cinq magazines de 26 minutes : **Voilà l'Europe**, **La cuisine des terroirs**, les magazines de santé **Scalpel** et **Hippokrates**, le magazine féminin **LOLA** et **Les choses de la vie**, ainsi que deux magazines de 43 minutes, **Biographies** et **Album de famille**.

Voilà l'Europe est un magazine d'information sur le quotidien des hommes et des femmes en Europe aujourd'hui et sur les grandes questions sociétales européennes.

La cuisine des terroirs propose une plongée au cœur des cultures et des traditions culinaires des régions européennes.



Le magazine français **Scalpel** et son homologue allemand **Hippokrates** traitent des

divers aspects de la santé ainsi que des politiques de santé en Europe.

LOLA, l'unique magazine féminin résolument européen, conjugue la vie des femmes européennes au présent et au pluriel.

Le magazine **Les choses de la vie** présente, de façon exhaustive et divertissante à la fois, les objets du quotidien qui ont marqué le XXe siècle.

Album de famille porte un regard européen sur toutes les questions de l'éducation et de la famille.

Biographies fait le portrait des personnalités éminentes d'aujourd'hui.

Enfin, avec le lancement du magazine du court-métrage **Court-Circuit**, d'une durée de 90 minutes, le samedi à 17h30, ARTE donne un signe fort en direction des cinéphiles et de la jeune génération.

Conjuguée avec ces nouveaux magazines, la rediffusion de certains programmes de soirée, les meilleurs et les mieux adaptés à l'horaire d'après-midi, garantit la diversité de l'offre.

Nouvelle grille de soirée

La grille de soirée était à l'antenne depuis plusieurs années et donnait quelques signes d'essoufflement : les études confirmaient le manque de diversité de la programmation et soulignaient par ailleurs la difficulté des contenus. L'érosion de l'audience du prime-time et de la deuxième partie de soirée, tranches horaires traditionnellement fortes de la Chaîne, a confirmé la nécessité d'adapter la grille de programmes à de nouvelles habitudes de consommation télévisuelle résultant d'une offre élargie, tout en préservant les missions et l'esprit de la Chaîne.

Les grandes orientations ont été fixées à la fin de l'année 2000 :

- redynamiser le rythme des soirées par une plus grande alternance de genres,
- créer un carrefour entre 22h30 et 23h afin de permettre aux téléspectateurs des autres chaînes de rejoindre ARTE,
- accentuer la compétence d'ARTE dans le domaine de la culture et de la vie européenne en créant de nouveaux rendez-vous, emblématiques de la Chaîne et de ses missions.



MP2Nite - Placebo

Mise à l'antenne le 29 septembre 2001, la nouvelle grille de soirée reflète les trois axes de changement :

Le lundi, en deuxième partie de soirée, le **Grand Format** propose désormais au téléspectateur un changement d'écriture et de rythme après le film en prime-time. Ce rendez-vous a en outre l'avantage d'assurer une plus grande visibilité que par le passé à ces longs documentaires. Un autre rendez-vous Cinéma s'installe en dernière partie de soirée avec le Magazine du Court-métrage **Court-circuit**, en corrélation partielle avec la diffusion du samedi après-midi.

Le mardi, en prime time, la **Thema** politique et sociétale anciennement diffusée le jeudi, est désormais raccourcie pour gagner en intensité. L'émission musicale **Music Planet**, transfuge du samedi, s'installe en deuxième partie de soirée. Ses rendez-vous de musique pop et rock se donnent désormais régulièrement deux fois par mois dans un cadre plus convivial : c'est **Music Planet 2Nite**, enregistré en public dans un club, en alternance parisien ou hambourgeois.

La troisième partie de soirée s'adresse désormais au public friand d'animation et de formes expérimentales grâce à deux magazines : **La nuit s'anime** diffusé deux fois par mois et **La Nuit**, une fois par mois, en alternance avec un téléfilm, programmé après la **Thema** mensuelle **De quoi je me mêle**. Le mercredi, toujours après **Les Mercredis de l'Histoire**, **Musica**, se termine désormais au carrefour de 22h45, horaire permettant la diffusion de films de cinéma peu connus du grand public dans la case **Ciné-découverte**.

Récompenses obtenues en 2001

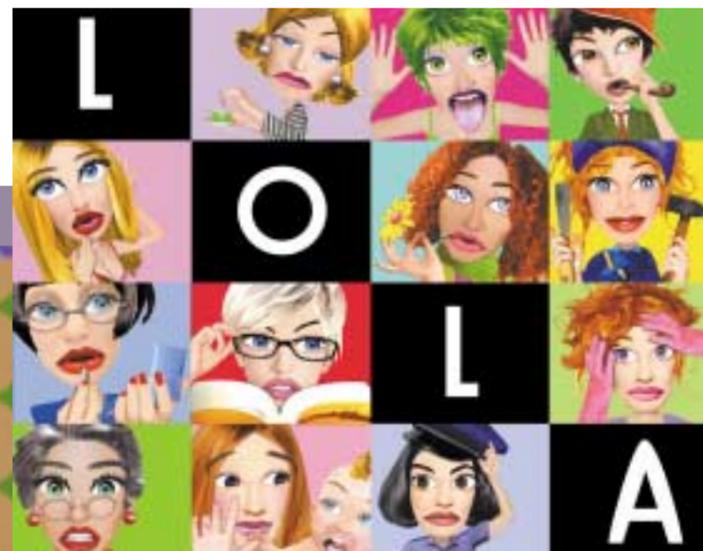
FICTIONS

Contrôle d'identité de Christian Petzold - ARTE/HR

- Prix du film de Hesse
- Meilleur long-métrage, "Deutscher Filmpreis", Berlin

Dérives de Pierre Chosson, Christophe Lamotte - ARTE France

- Fipa d'Or du meilleur scénario dans la catégorie "Fictions", Biarritz



Nous vaincrons ! de Christian Jeltsch, Klaus Schere - ARTE/BR/SWR

- Prix Adolf Grimme pour le meilleur scénario, la meilleure réalisation et la meilleure interprétation (Stephanie Gossger) dans la catégorie "Fiction et Divertissement", Marl
- Prix du scénario au Prix Télévision de Bavière

Au-delà de Max Farberböck - ARTE/ZDF

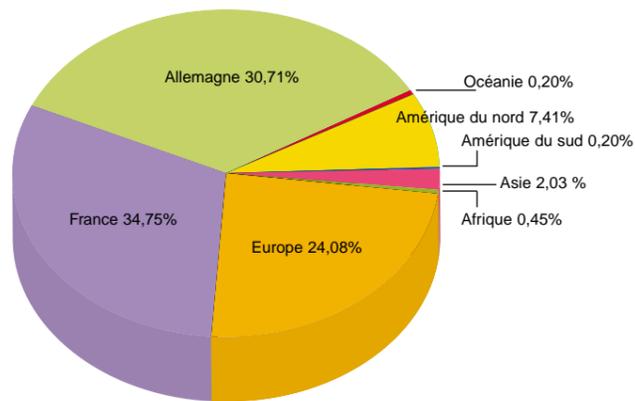
- Nymphes d'Or du meilleur scénario, Nymphes d'Or de la meilleure réalisation, "catégorie Fiction", Festival de Télévision de Monte-Carlo



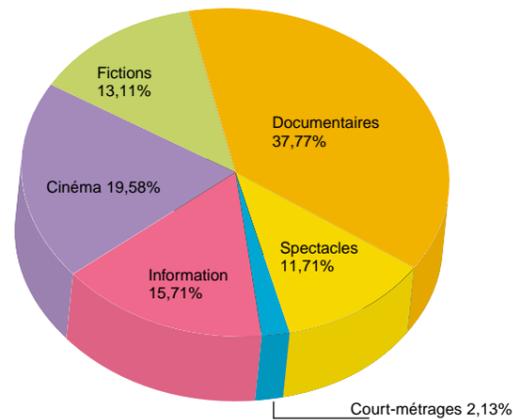
Le jeudi, avant la soirée **Thema** consacrée à des sujets essentiellement culturels, la programmation d'un film récent en début de soirée dans la case **Première séance**, redynamise la soirée et rééquilibre le prime-time, auparavant trop axé sur le genre documentaire.

Le vendredi, le documentaire de société **La Vie en face** a quitté le prime-time du mardi et trouvé une place stable après le téléfilm du vendredi. Autour de 23h, l'ancien **Profil** a pris de l'ampleur, passant de 60 à 75 minutes et accueillant de nouveaux concepts de rencontres avec des artistes. La soirée se termine une fois par mois par un film de cinéma muet. Le samedi a vu la création de **Forum**, magazine européen de société, diffusé à 19h en remplacement de **Histoire Parallèle**. Le dimanche, enfin, s'enrichit à 20h15 d'une émission consacrée aux amoureux de la **Danse**.

Origine géographique des programmes



Répartition par genres



Thema - Les Vikings



Thema - Spécial Afghanistan, Le Commandant Massoud

Les points forts de la programmation

La programmation très appropriée qu'ARTE a développée à l'occasion des dramatiques événements du 11 septembre, a, une fois de plus, mis en valeur la qualité des programmes produits par la chaîne et l'efficacité de son réseau international qui lui permet d'avoir accès à des films inédits remarquables. Mais passons rapidement en revue les autres temps forts de l'année 2001.

Thema

La Thema du dimanche s'adresse à un public familial. En 2001 également, les sujets de découverte, les monstres sacrés et les grands mythes de l'histoire ont eu la vedette : **Les Vikings, La Route de la soie, Versailles, Sir Peter Ustinov, la BD américaine et ses héros.**

Les sujets de société, d'économie et de géopolitique, diffusés jusqu'au changement de grille de septembre le jeudi, ont désormais leur place le mardi en prime-time. Evoquons **Les tabous de l'argent, Le sexe des hommes, La prison** et bien sûr les sujets liés aux attentats du 11 septembre comme le **Spécial Afghanistan** du 20 septembre.

A l'inverse, les sujets culturels, scientifiques ou consacrés aux mouvements intellectuels et philosophiques sont passés du mardi au jeudi. En 2001, il a été question en particulier du **Nouveau Musée juif de Berlin**, de **La saga Guggenheim**, de littérature enfantine avec **De Fifi Brindacier à Astrid Lindgren**. Environ 6 fois par an, la Thema du jeudi commence dès 20h45 par une fiction ou un film de cinéma, pour présenter de grands auteurs de la littérature européenne. **Thomas Mann et les siens** et **Sartre** ont inauguré cette nouvelle ligne éditoriale.

Documentaires, Magazines et Docu-Soaps

Citons, parmi les 13 cases documentaires et magazines, celles de première et deuxième parties de soirée. En 2001, les feuilletons documentaires se sont particulièrement illustrés avec **Cinq filles et une balance**.

Les **Grands Formats** les plus appréciés ont été, en France et en Allemagne, **Automat Kalashnikov**, consacré à la célèbre arme de guerre, **I love you Natasha**, film très émouvant sur la Russie d'aujourd'hui, ou encore **La Conductrice, une traversée en bus de l'Iran** portrait d'une Iranienne peu commune. Mais il conviendrait d'en citer de nombreux autres comme **Le dossier Alois Brunner, Fausto Coppi : histoire d'Italie, Made in Germany, Les Glaneurs et la glaneuse** ou encore **Hermann Graebe, le témoin qui en savait trop.**

Les plus grands succès des **Mercredis de l'Histoire** se sont portés sur des sujets aussi divers qu' **Elisabeth II, les Kamikazes** et **les Guerriers d'Hitler.**

L'Aventure humaine se porte toujours aussi bien et s'est particulièrement illustrée avec la série **Terra X, L'Ordre des Templiers, A l'Ombre des Pharaons** ou **Le Vésuve.**

Concorde, le crash d'une légende, Un aller simple pour l'Allemagne et **Divorce à l'iranienne** ont marqué les temps forts de **La Vie en face.**



Docu-soap - Cinq filles et une balance

Thema - Versailles



Les mercredis de l'histoire - Les Kamikazes

Récompenses obtenues en 2001

Ressources humaines de Laurent Cantet - La Sept ARTE
 • César de la meilleure première oeuvre de fiction, meilleur espoir masculin (Jalil Lespert)

Les Petites Mains de Lou Jeunet - ARTE France
 • Prix du meilleur téléfilm, Festival de la Fiction TV de Saint-Tropez

CINEMA

Hundstage (Dog Days) de Ulrich Seidl - ARTE/ZDF
 Grand Prix du Jury, Festival International du Film de Venise
Intimité de Patrice Chéreau - ARTE France Cinéma/WDR
 • Ours d'Or du meilleur film, Ours d'Argent de la meilleure interprétation féminine (Kerry Fox) et prix "Ange Bleu", Festival International du Film de Berlin
 • Prix Louis-Delluc, Paris



Les travaux d'Hercule de Pietro Francisci



Thomas Mann et les siens de Heinrich Breloer



L'inconnue du val perdu de Serge Meynard



Médée de Don Kent

Cinéma

ARTE a articulé sa programmation cinéma 2001, selon la logique de ses cases, à la fois autour des grands noms du cinéma international comme Fritz Lang, Rohmer, Melville, Orson Welles ou Polanski, des talents d'aujourd'hui tels que Tom Tykwer, Brigitte Rouan et Tonie Marshall, ou de cinématographies plus lointaines, comme celle de l'Ukraine. Pour le plus grand plaisir de ses téléspectateurs, ARTE s'est accordé quelques fantaisies comme ce cycle consacré aux péplums des années 60.

Pour fêter les 10 ans de sa création, ARTE a choisi de célébrer les passions franco-allemandes avec deux chefs d'œuvre : **Jules et Jim** de François Truffaut et **La grande illusion** de Jean Renoir.

ARTE a également beaucoup soutenu les courts-métrages, présents à la fois en grille de jour et de soirée, ainsi que le cinéma muet, avec un rendez-vous mensuel où ont été diffusés des classiques tels que **Le Capitaine Fracasse**, **Salomé** et **Les Nibelungen**.

Fictions

Les fictions d'ARTE plongent au cœur du monde d'aujourd'hui. Les grands succès de l'année 2001 sont l'exact reflet des sujets qui nous agitent, inquiètent ou passionnent tous : **L'inconnue du val perdu** de Serge Meynard, **Sperling et le dernier tabou** de Peter Schulze-Rohr, **Parents** de Giles Foster. La diffusion ou rediffusion de grandes sagas ont retenu toute l'attention du public, en particulier le drame calédonien **Terre violente** de Michael Offer, ainsi que **l'Algérie des chimères** de François Luciani en France ou la somptueuse trilogie **Thomas Mann et les siens** en Allemagne.

Spectacles

Tout au long de l'année, **Maestro** a été le rendez-vous des interprètes les plus prestigieux, **José Cura**, **Angela Gheorghiu** et **des stars de demain**, présentées par Montserrat Caballé.

Musica a approché des artistes aussi célèbres que **Alfred Brendel**, ou **Sylvie Guillem**, et a également exploré, à Pâques, les musiques sacrées, juives, chrétiennes et musulmanes.

Pour célébrer l'année Verdi, ARTE a diffusé plusieurs œuvres majeures, dont **Macbeth** sous la direction de Riccardo Muti et le **Requiem** dirigé par Claudio Abbado, en direct de la Philharmonie de Berlin.

Mises en scène novatrices et distributions éblouissantes : l'opéra était aussi à l'honneur, avec de nombreux directs dont **Le Freischütz**, en direct de l'Opéra de Hambourg, **La Chauve-souris** en direct de Salzbourg, ou encore **La Bohème** en direct du Staatsoper de Berlin.

Music Planet et **Tracks** s'intéressent aux plus grands du Jazz, du Hip-Hop, du Raï, de la House ou de la World Music, Fonky Family, Joe Jackson, Cheb Mami, Britney Spears ou Placebo.

Le Théâtre n'a pas été en reste. ARTE ne pouvait manquer la vibrante **Médée** interprétée par Isabelle Huppert en Avignon, ni l'événement théâtral européen, **Faust I** de Peter Stein, **Loups et brebis** d'Alexandre Ostrovski, ni **Trois versions de la vie** de Yasmina Reza.

La Nouvelle Eve de Catherine Corsini



ARTE Info et Reportage

Sous l'impulsion des nouveaux responsables de l'information, Gérard Saint-Paul, directeur de l'information, et Waltraud Luschny, rédactrice en chef, **ARTE Info** s'est faite plus incisive. Les dix premières minutes du journal sont un condensé classique de l'actualité européenne et mondiale. Ensuite, place à l'approfondissement et à l'analyse, avec deux dossiers très fouillés, sur des thèmes d'actualité. Le journal se referme sur une page culturelle.

Aussitôt après les attentats du 11 septembre aux Etats-Unis, **ARTE Info** a créé un flash à 19h, annonçant les moments forts de la journée, développés ensuite, à 19h45, dans le journal en direct.

Les reportages de 20h15 aux sujets extrêmement divers marquent une transition fort appréciée avant d'aborder le programme de la soirée. Parmi les 155 reportages diffusés en 2001, **La Folie tatar**, **Le Charles de Gaulle** ou encore **L'opération E-Day** ont remporté un très vif succès de part et d'autre du Rhin.

Cours Lola, cours de Tom Tykwer



L'image d'ARTE

Bilan qualitatif

En 2001, ARTE a testé l'appréciation que le public porte sur ses programmes¹. Un panel de téléspectateurs français et allemands a visionné l'ensemble des programmes de la Chaîne. Il en ressort un fort taux de satisfaction dans les deux pays. En moyenne, 75 % des téléspectateurs français apprécient le programme d'ARTE qu'ils regardent. Ils sont 63 % en Allemagne.

L'étude d'image² de la Chaîne montre par ailleurs que les téléspectateurs français placent ARTE au premier rang des chaînes les plus instructives de l'ensemble du paysage audiovisuel. Les valeurs qui la définissent le mieux pour les Français et les Allemands sont : **la qualité, l'approfondissement, la créativité et l'objectivité**.

Suivi qualitatif

Afin d'améliorer la qualité des programmes de la Chaîne et de redéfinir la ligne éditoriale de certaines cases, la Direction des Programmes poursuit un travail d'**analyse et un suivi qualitatif** qui associe la Conférence des Programmes, les unités de programmes et le Service des Etudes. Les premières études portant sur **Voyages, Voyages, Archimède, Music Planet 2Nite, Metropolis**, ont permis de mieux cerner les attentes des téléspectateurs et de déterminer avec précision les axes d'optimisation des programmes fournis par plusieurs partenaires.

[1] Source : Qualimat de Sommer Research, printemps 2001

[2] Source : Bilan de la marque Ipsos, hiver 2001

Récompenses obtenues en 2001

- L'Emploi du temps* de Laurent Cantet - ARTE France Cinéma
- "Lion de l'année" dans la catégorie "Cinema del Presente", Festival International du Film de Venise
- Prix "FIPRESCI", Vienne
- La pianiste* de Michael Haneke - ARTE France Cinéma/BR
- Grand Prix du Jury, Prix d'interprétation féminine (Isabelle Huppert) et Prix d'interprétation masculine (Benoit Magimel), Festival International du Film de Cannes
- Prix de la meilleure actrice européenne (Isabelle Huppert), Prix européen du film, Berlin

SPECTACLES

- Médée* de Don Kent - ARTE France
- 7 d'Or du meilleur réalisateur
- Enfants prodiges entre misère et gloire - Le secret de l'école russe de piano* de Irene Langemann - ARTE/WDR
- Golden Gate Award "Merit Winner" dans la catégorie "The Arts", San Francisco

Audience d'ARTE

Une évolution favorable

L'année 2001 a été marquée par la hausse du nombre de téléspectateurs de la Chaîne. Au total, ce sont **12,5 millions de téléspectateurs** qui ont regardé ARTE chaque semaine³ dans les deux pays - 3,69 millions en Allemagne, 8,8 millions en France - alors qu'ils n'étaient que 12,1 millions en 2000.

En France, la grille mise en place à l'automne a également eu un fort impact sur l'audience. Le premier mois après son lancement, la Chaîne a connu une part de marché de 3,5 %. Au final, ARTE réalise une part de marché de 3,1 % sur 2001.

Dans les deux pays en revanche, les nouveaux formats **Forum, Danse et Music Planet 2Nite** ont eu des difficultés à s'installer avant de trouver leur public au fil des semaines.

En Allemagne, ARTE a bénéficié d'une part de marché annuelle de 0,78 % (+ 9,9 % par rapport à 2000). Les très bons résultats enregistrés pendant le second semestre ont largement contribué à cette progression de l'audience. L'offre estivale de la Chaîne a été plébiscitée par le public et a permis d'atteindre une part de marché de 0,89 % sur juillet - août. Après la mise en place de la nouvelle grille des programmes, fin septembre, la part de marché du prime-time a également fait un bond (+14 %) grâce notamment aux cases cinéma du lundi - **Voir et Revoir** - et du jeudi - **Première séance** - et à la **Thema** du dimanche.

[3] au moins 15 minutes d'affiliée

Top 10 des meilleures audiences en France

Titres	Nbre moyen (en millier)
Vénus beauté (institut)	2752
Nevada Smith	2321
Touchez pas au grisbi	2279
Le dessous des cartes : Afghanistan	2278
Les Vikings	2109
L'allée du roi	2108
L'arnaque	2108
Les secrets de la grande muraille	2026
Les tribulations d'un Chinois en Chine	1978
Elisabeth II	1949



Nevada Smith de Peter Hathaway

L'Antenne

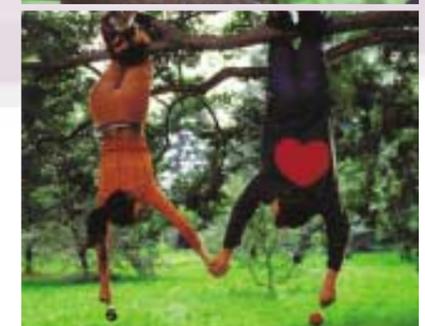
Nouvel habillage de la Chaîne

Toutes les activités de la Chaîne convergent vers l'Antenne. En premier lieu, les équipes du secteur prédiffusion et de la régie finale, s'assurent de la fiabilité technique de la diffusion des programmes d'ARTE.

Le Service des Conducteurs établit la continuité entre les programmes et l'habillage de chaîne ainsi que l'auto-promotion, et livre ainsi à la régie finale le conducteur précis de la soirée d'ARTE.

L'Antenne est également responsable de la promotion des programmes et contribue pour une large part à définir l'identité visuelle de la Chaîne. ARTE est d'ailleurs connue et reconnue pour son design et ses trailers qui lui valent dans le monde entier les récompenses les plus flatteuses !

Ainsi, le Service Promotion-Habillage a mis à l'antenne le 1er janvier 2001 un nouvel habillage. Après les moutons, les jumelles et les vieilles dames de la première époque, l'esthétique raffinée de la femme métronome ou de l'homme arbre dressant ses branches vers le ciel de ces cinq dernières années, ARTE a décidé de se montrer sous un jour chaleureux et ludique. L'agence américaine Razorfish, qui s'est également distinguée par son habillage de Discovery et de la ZDF, a su développer pour ARTE un concept d'habillage dynamique et narratif qui a pour but d'incarner la Chaîne à travers divers personnages et situations quotidiennes.



Un test qualitatif a été réalisé auprès de téléspectateurs français et allemands. L'habillage d'ARTE est perçu comme proche des gens, teinté d'humour et respectueux du téléspectateur.

Un travail a été engagé afin de garantir une meilleure adéquation entre ces saynètes et les trois valeurs d'ARTE : **ouverture, respect, chaleur**. Les textes des bande-annonces bénéficient d'une attention particulière. L'objectif est d'en gommer certains aspects didactiques et d'en améliorer la compréhension.

L'autre chantier important concernait la préparation des 10 ans d'ARTE. Une production de 20 spots, réalisés par Hélène Guétary, mettant en avant les programmes forts de la Chaîne, a débuté en octobre 2001.

Enfin, un appel d'offre a été lancé afin de renouveler l'habillage de l'ensemble des émissions d'information dont la mise à l'antenne est prévue le 9 septembre 2002.

Récompenses obtenues en 2001

ARTE INFO

La mort d'un jeune Algérien demandeur d'asile en février 1999 de Jörg Krause - ARTE G.E.I.E.

- Prix franco-allemand du journalisme, Grand Prix dans la catégorie "Télévision de moins de 10 minutes", Paris



ARTE-REPORTAGE

A bas le rodéo

de Uwe-Lothar Müller, Didier Ricou, Elise Humbert - ARTE G.E.I.E.

- Brigitte Bardot International Award, au Media and Arts Awards "Genesis Awards", Los Angeles

Gestion et Technique

En 2001, plusieurs projets d'envergure sont passés du stade de la conception à celui de la réalisation : la construction du nouveau siège, la modernisation de la liaison image, son et données entre Strasbourg et l'Allemagne, la diffusion numérique des deux versions linguistiques d'ARTE et la diffusion des programmes d'après-midi via les réseaux câblés allemands. Au chapitre des ressources humaines, il faut citer l'accord salarial portant sur un nouveau système de rémunération, signé en septembre 2001 après de longues négociations.

Le nouvel accord salarial

Dans sa phase de lancement, ARTE G.E.I.E. avait utilisé une grille des salaires provisoire tolérant des écarts importants entre les différents postes. Les effectifs augmentant, ce système a révélé certaines insuffisances. Afin de mener à bien une politique salariale cohérente, un nouveau système de rémunération a été mis en place progressivement, à partir de 1995, en concertation avec les syndicats. Il présente les caractéristiques suivantes :

- Les postes existants ont été évalués et classifiés selon une méthode analytique développée par le cabinet de conseil HAY, bien connu pour ses compétences en la matière. Dans la phase initiale, HAY a assisté ARTE dans cette démarche. Par la suite, des personnels de la maison ont été formés à cette méthode et une commission de classification des postes, constituée à parité égale de membres du Service des Ressources Humaines et de représentants du personnel, a été mise en place.
- Une grille comprenant 10 grades de rémunération a été mise au point, les fourchettes au sein de chacun des grades

ayant été déterminées sur la base de valeurs comparables en France et en Allemagne, établies par la société HAY. Lors de la répartition dans les différents grades, il a fallu trouver des solutions face au différentiel existant entre salaires français et allemands.

- La progression à l'échelon supérieur au sein d'un même grade n'est plus automatique après une certaine durée. Elle dépend désormais d'une évaluation faite chaque année par les supérieurs hiérarchiques, qui établit dans quelle mesure les objectifs convenus en commun l'année précédente dans le cadre de l'entretien annuel ont été atteints. L'évaluation est exprimée en points. Parvenu à un certain nombre de points, le salarié passe à l'échelon supérieur.

La formule choisie favorisant la progression salariale en fonction des résultats, les objectifs de chaque salarié doivent être fixés au préalable, puis évalués avec le supérieur hiérarchique lors de l'entretien annuel. Pour mener à bien ce projet, tous les collaborateurs aux postes de responsabilité ont suivi des séminaires de formation en 2002.

Assemblée du personnel au Palais des Fêtes de Strasbourg, le 3 mai 2001



Récompenses obtenues en 2001

Le grand recul de Pierre-Olivier François - ARTE G.E.I.E.
• Prix Spécial franco-allemand du journalisme dans la catégorie "Télévision du Haut Conseil Culturel Franco-Allemand", Paris

Mise en chantier du nouveau siège d'ARTE

Les premiers mois de l'année ont été consacrés au lancement d'appels d'offres pour tous les travaux à effectuer : gros œuvre, façades, toit et équipement technique. Le permis de construire a été délivré le 23 mars, et le 30 avril 2001 l'acte notarié portant sur l'acquisition de la parcelle par ARTE était remis pour inscription au cadastre. Aucune objection n'ayant été émise contre le permis de construire dans les deux mois suivant le dépôt de la demande et les premiers lots ayant été attribués, plus rien ne s'opposait à la mise en chantier.

Coïncidant avec les dix ans d'ARTE G.E.I.E., le 30 avril, la pose de la première pierre du nouveau siège d'ARTE a eu lieu le 3 mai, en présence de la ministre française de la Culture, des Présidents du Conseil régional et du Conseil général, de Mme le maire de la Ville de Strasbourg ainsi que de nombreux représentants de la vie publique, de la presse et des collaborateurs de la chaîne.

Le chantier a démarré à la mi-juin, les travaux de fondation ont commencé mi-juillet, les premiers murs ont été érigés à la mi-septembre. Malgré les problèmes posés initialement par la présence de la nappe phréatique, les travaux se sont poursuivis comme prévu. C'est ainsi que les murs du rez-de-chaussée et du premier étage étaient terminés dès la fin de l'année, tout comme le parking souterrain. Grâce à une caméra installée dans un bâtiment voisin, il a été possible de suivre le début des travaux sur le site Internet d'ARTE.

Chantier du nouveau siège d'ARTE, près du Parlement européen



Planification de la technique audiovisuelle sur le nouveau siège

Parallèlement à la mise en chantier, les réflexions sur la planification de la technique audiovisuelle du nouveau siège se sont poursuivies en 2001. Des groupes de travail ont préparé les dossiers de l'appel d'offres, prévu pour le 1er trimestre 2002, pour les différents secteurs (régie de diffusion, pré-diffusion, nodal, studios, unité informations, post-production). Un sondage réalisé durant la première moitié de l'année auprès de tous les équipementiers sollicités pour la réalisation de la technique AV, a montré que plusieurs scénarios sont envisageables en matière de normes et d'équipements centraux des différents secteurs. A la mi-novembre, ces scénarios ont fait l'objet de discussions et d'une concertation avec des experts qui représentaient les parties française et allemande d'ARTE.

Achèvement et mise en service de la liaison fibres optiques Strasbourg-Kehl

Un projet de liaison fibres optiques a été lancé en 2000 dans le cadre d'une coopération avec la Communauté Urbaine de Strasbourg et l'Université Louis Pasteur. Les câbles partent du nouveau siège, passent par le bâtiment de France 3 Alsace (lieu actuel de la régie de diffusion) et l'unité informations d'ARTE dans la rue de Sarrelouis, pour arriver à la caserne désaffectée de Kehl. Grâce à la mobilisation de toutes les personnes concernées qui étaient placées sous la direction du service technique d'ARTE, la liaison a été mise en service le 1er juillet 2002, dans le respect des délais impartis.

HABILLAGE - PROMOTION

Générique : Metropolis de Velvet, Berlin, Novaprod, Paris - ARTE G.E.I.E.

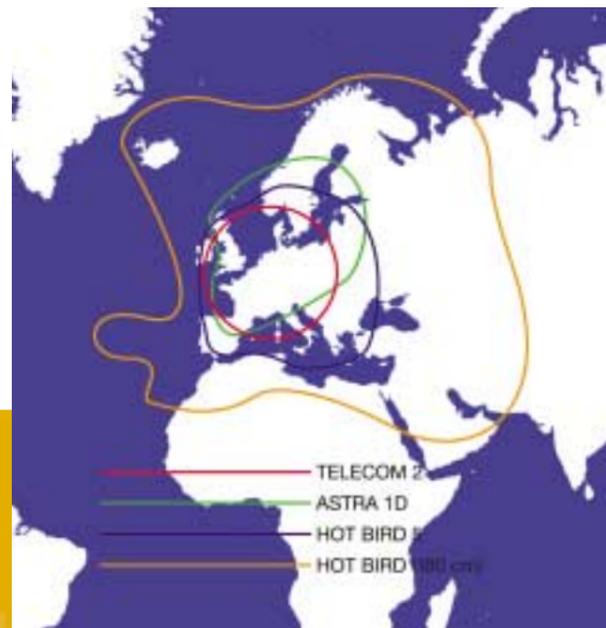
- Promax d'Or catégorie "Meilleur générique", Promax d'Or catégorie "Meilleure utilisation de la typographie", Promax d'Argent, catégorie "Meilleur design sonore", PROMAX Europe, Amsterdam
- Gold Award, BDA USA
- Eyes & Ears Award dans la catégorie "Meilleur générique d'émission", Medientage Munich



Diffusion en numérique des programmes d'ARTE via EUTELSAT

Les répéteurs satellites des systèmes ASTRA et EUTELSAT, par lesquels ARTE diffuse les versions française et allemande de son programme sous forme analogique, ne sont quotidiennement disponibles qu'à partir de 19h, puisqu'un autre programme (dans l'hexagone «La Cinquième», Outre-Rhin la chaîne «Kinderkanal») est diffusé dans la journée par le biais de ce répéteur. Pour que les exploitants de réseaux câblés et de bouquets numériques en Europe puissent recevoir toute la journée un signal dans les deux versions linguistiques d'ARTE, un projet de diffusion numérique en parallèle a été développé sur la bande de fréquence 9 Mhz du satellite Hotbird 5 d'EUTELSAT, laquelle n'est pas utilisée pour une diffusion analogique. C'est par ce satellite qu'est diffusée la version française en mode analogique. La viabilité de cette diffusion simultanée a été attestée par une série de tests.

Pour établir la liaison montante, un contrat a été conclu avec Telekom Luxembourg qui a monté l'antenne émettrice à proximité immédiate du point de jonction de la liaison fibres optiques d'ARTE Strasbourg-Kehl. Cette installation sert également de secours à une diffusion analogique de la version allemande via ASTRA. La mise en service a commencé comme prévu le 1er juillet 2001.



Couverture satellitaire (antennes de 60 à 180 cm)

Récompenses obtenues en 2001

Bande-annonce fiction :
Nouvelle vague de Pascal Bantz - ARTE G.E.I.E.
• Promax d'Or catégorie "Meilleure bande son d'une fiction", PROMAX Europe, Amsterdam

Finances

L'arrivée de l'Euro

Une année avant la mise en circulation officielle de l'euro, le 1er janvier 2002, ARTE a commencé à se préparer durant l'exercice 2001 en prenant diverses mesures : dès janvier 2001, les factures adressées aux clients ont été libellées en euros. Lors de la première quinzaine d'août, les modules Approvisionnement et Comptabilité ainsi que Gestion budgétaire du système SAP utilisés par ARTE ont été convertis en euros, suivis, au cours de la phase de transition des mois de novembre et décembre, par les fiches de paye. Le passage à la nouvelle monnaie s'est déroulé dans les délais prévus et n'a pas rencontré de problèmes majeurs.

Bancatque (electronic banking)

Durant l'exercice 2001, ARTE s'est mise à la bancatque pour effectuer le règlement d'une grande partie des factures de fournisseurs ainsi que le versement des traitements et honoraires. Depuis lors, plus de 90 % de nos fournisseurs sont payés sur ce mode. Les données requises ont été transmises par voie électronique aux succursales de l'une de nos banques en France et en Allemagne. Cette mesure a permis d'accélérer considérablement le règlement des factures de fournisseurs, notamment de celles provenant d'Allemagne.



La vie en face - Le profit et rien d'autre !



Produits et charges 2001

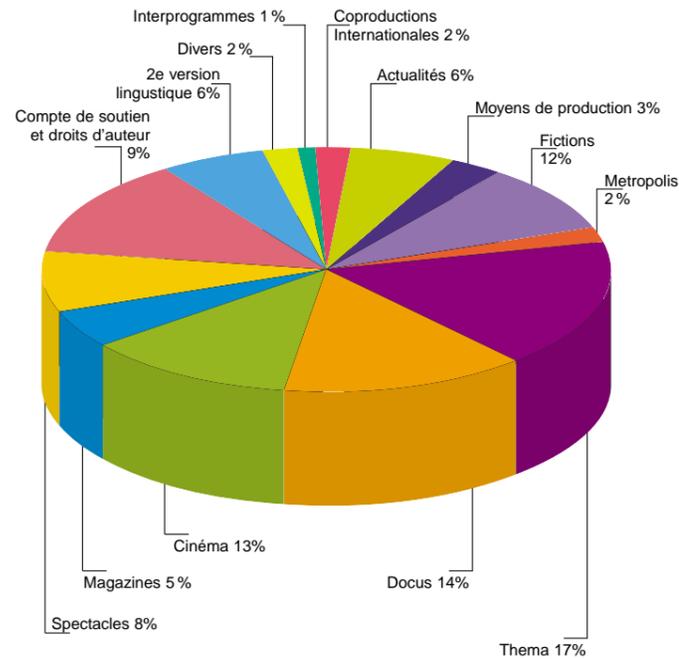
ARTE est, pour une large part, financée par la redevance audiovisuelle, en France comme en Allemagne, ainsi que, dans une moindre mesure, par les recettes propres des Membres et d'ARTE G.E.I.E. La part des redevances affectées à ARTE est versée aux deux Membres, ARTE France et ARTE Deutschland. Le contrat de formation prévoit en effet que les deux Membres assurent paritairement le financement du budget d'ARTE G.E.I.E., approuvé au préalable par eux, et qu'ils fournissent les émissions inscrites dans la grille des programmes, ainsi que les droits afférents si ces programmes n'ont pas été produits par ARTE G.E.I.E. (environ 20 %).

Les trois organisations composant la structure d'ARTE sont juridiquement indépendantes et présentent chacune un bilan et compte de résultats, ainsi qu'un rapport de gestion. C'est précisément pour cette raison qu'il serait trop complexe de réaliser un bilan consolidé. Toutefois, il est possible de présenter la somme globale des charges et produits du groupe. Les analyses des comptes clôturés d'ARTE France, d'ARTE Deutschland et d'ARTE G.E.I.E permettent d'établir les tableaux récapitulatifs ci-après.

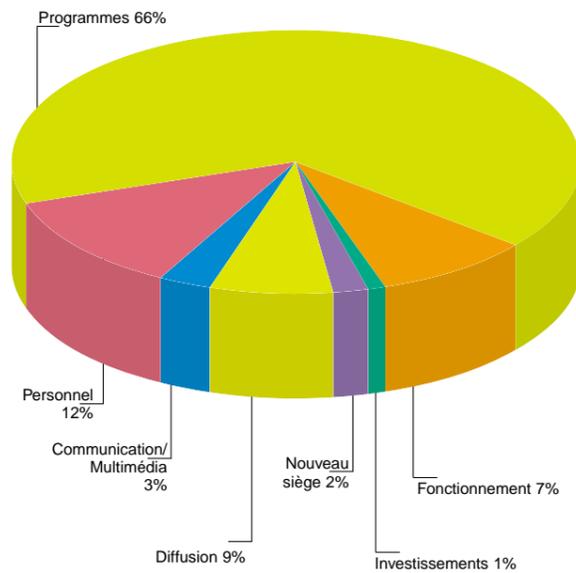
Bande-annonce fiction : Warriors de Christian Gyss - ARTE G.E.I.E.
• Promax d'Or catégorie "Meilleure promo d'une fiction", PROMAX Europe, Amsterdam

Bande-annonce Music Planet : John Lennon de Sophie Houaud - ARTE G.E.I.E.
• Promax d'Or catégorie "Meilleure promo pour un programme musical", PROMAX Europe, Amsterdam

Dépenses consolidées programmes 2001
Total : 203,921 Millions d'Euros



Dépenses consolidées 2001
Total : 314,002 Millions d'Euros



Clôture des comptes 2001 - ARTE consolidé

Clôture 2001	
Total Recettes réelles en KEuros	
Produits de la redevance	308 096
Produits propres	6 166
Total	314 262

Clôture 2001	
Total Recettes réelles en KEuros	
Investissement	3 587
Nouveau siège	6 038
Fonctionnement	23 056
Communication / Multimedia	10 512
Personnel	38 775
Programmes	203 921
Thema	32 854
Docus	29 400
Magazines	10 472
Fictions	24 189
Spectacles	15 785
Cinéma	27 305
Actualité	11 624
Metropolis	4 209
Interprogrammes	1 804
Coproductions internationales	3 067
2e version linguistique	13 209
Moyens de production	6 022
Comptes de soutien et droits d'auteurs	19 129
Divers	4 852
Diffusion	28 113
Total	314 002

Résultat budgétaire	260
----------------------------	------------

Les bilans 2001 d'ARTE France, d'ARTE Deutschland et d'ARTE G.E.I.E. ont été contrôlés par les commissaires aux comptes ci-après :

- ARTE France : Deloitte Touche Tohmatsu - Henri Fouillet
- ARTE Deutschland : PWC Deutsche Revision
- ARTE G.E.I.E. : Barbier Frinault & Associés - Deloitte Touche Tohmatsu



Edité par ARTE G.E.I.E.

- Développement et Coordination
Responsable : Hans Walter Schlie
- Presse et Relations publiques
Responsable : Claude-Anne Savin
Coordination générale : Vincent Caluory
- Traductions réalisées en collaboration avec le service linguistique
- Recherche iconographique réalisée en collaboration avec le Service photos

© ARTE G.E.I.E. – Presse & PR – Août 2002

- Conception graphique : Welcome Byzance, F-67300 Schiltigheim
- Impression : Gyss imprimeur Obernai (imprimé sur du papier sans chlore)
- Crédits photos (Tous droits réservés) : p. 4 : Shamrock Photo/Norbert Kesten - p. 5 : ARTE/Frédéric Maigrot
p. 6 : ARTE/Frédéric Maigrot; p. 7 : ARTE - p. 8 : ARTE - p. 9 : ARTE/Cell network/Active Base Concept
p. 10 : ARTE - p. 11 : ARTE ; ARTE France - p. 12 : ARTE ; ARTE France - p. 13 : ZDF ; NDR ; ARTE France
p. 14 : ARTE France ; ARTE France/Gemini Films - p. 15 : WDR/Bavaria Film/S. Anneck ; ARTE France ; WDR
p.16 : ARTE France/ZDF - p. 18 : Frédéric Maigrot - p. 19 : Eric Hartweg/SERS ; ARTE