



**france•tv**

## **Pacte pour la visibilité des Outre-mer**

*25 engagements pour garantir durablement  
la présence des outre-mer au centre de l'offre de l'audiovisuel  
public*

## SOMMAIRE

<b>I. Un « réflexe outre-mer » dans l'ensemble de l'offre.....</b>	<b>3</b>
<b>II. S'ouvrir aux outre-mer à travers des espaces dédiés .....</b>	<b>4</b>
<b>III. Renforcer les liens du Pôle Outre-mer avec les territoires et l'Hexagone.....</b>	<b>5</b>
<b>Suivi et contrôle.....</b>	<b>6</b>
<b>Définitions.....</b>	<b>7</b>

# I. Un « réflexe outre-mer » dans l'ensemble de l'offre

---

**1 - Proposer chaque mois en moyenne au moins un programme ultramarin en première partie de soirée sur France 2, France 3 ou France 5, en veillant à la diversité des genres et à un certain équilibre entre chaînes**



**INDICATEUR**

Nombre annuel de programmes ultramarins diffusés en première partie de soirée

**2 - Faire progresser, en la mesurant annuellement à l'aune de l'actualité, la représentation de l'Outre-mer dans les grandes éditions nationales d'information**



**INDICATEUR**

Nombre annuel de sujets ultramarins dans les éditions nationales d'information de France 2 et France 3

**3 - Intégrer dans les contrats de grille des chaînes nationales des objectifs adaptés de représentation des outre-mer**

**4 - Mettre en place un annuaire des experts ultramarins**

**5 - Doter la rédaction nationale d'une équipe de Coordination Outre-mer**

**6 - Doter France Télévisions d'une Unité de programme outre-mer transverse**

**7 - Assigner aux top managers directement investis de responsabilités éditoriales des objectifs chiffrés de progression de la prise en compte des outre-mer, le cas échéant en conditionnant une part de la rémunération variable à l'atteinte de ces objectifs**



**INDICATEUR**

Pourcentage de managers rattachés au directeur exécutif en charge de l'information et au directeur général en charge de l'antenne et des programmes auxquels ont été fixés des objectifs chiffrés de visibilité des outre-mer

## II. S'ouvrir aux outre-mer à travers des espaces dédiés

---

**8 - Proposer sur une chaîne nationale un magazine quotidien généraliste consacré à l'actualité, aux sociétés et aux cultures d'outre-mer**

**9 - Proposer sur France 3 un rendez-vous régulier d'information sur les outre-mer**

**10 - Lancer au premier trimestre 2020 la nouvelle offre numérique des outre-mer, dotée d'un portail national dédié, et faire progresser sa fréquentation**



**INDICATEUR**

Nombre mensuel moyen de visites de l'offre numérique des outre-mer, en distinguant portail national et offres locales

**11 - Offrir aux documentaires ultramarins une fenêtre régulière d'exposition sur une antenne nationale**



**INDICATEUR**

Nombre et volume horaire annuel de documentaires ultramarins diffusés sur les chaînes nationales

**12 - Préserver le budget de 10M€ consacré aux co-financements entre les 1ère et les antennes nationales et numériques**



**INDICATEUR**

Liste des programmes engagés au titre de cette enveloppe de 10 M€ et montant investi par titre

**13 - Editer sur franceinfo des modules et contenus quotidiens en prise avec l'actualité des outre-mer**

**14 - Intégrer les prévisions des outre-mer au bulletin météo d'une chaîne nationale, à une heure de grande écoute**

**15 - Proposer chaque année une opération événementielle consacrée aux outre-mer, mobilisant plusieurs chaînes, genres et émissions sur une durée significative**

### III. Renforcer les liens du Pôle Outre-mer avec les territoires et l'Hexagone

---

**16 - Rendre l'intégralité de l'offre de France Télévisions accessible sur la TNT en outre-mer et diffuser les Outre-mer 1ère en haute définition**

**17 - Renforcer le soutien à la production documentaire locale en doublant le budget qui lui est consacré**



**INDICATEUR**

Liste des documentaires initiés par les 1ère et montant investi par titre

**18 - Poursuivre la production d'un feuilleton tourné en outre-mer**

**19 - Doter chaque bassin de son propre Festival du film documentaire pour favoriser le rayonnement international des territoires**

**20 - Mettre à la disposition des stations de Radio France et France Médias Monde, pour leurs éditions nationales d'information, une sélection éditorialisée de contenus audio produits par le Pôle Outre-mer**

**21 - Accélérer le déploiement du plan de formation au numérique au sein du Pôle**



**INDICATEUR**

Pourcentage des salariés du Pôle Outre-mer formés au numérique

**22 - Veiller à mobiliser les équipes et moyens disponibles du Pôle pour la fabrication des programmes linéaires et numériques du groupe**

# Suivi et contrôle

---

## 23 - Créer et animer un Comité de suivi du Pacte

## 24 - S'assurer du contact avec le public et mesurer l'évolution de sa perception

### INDICATEURS

**Couverture hebdomadaire des programmes ultramarins** (nombre de Français ayant regardé au moins un programme ultramarin dans la semaine)

**Note de perception de la visibilité des outre-mer sur les chaînes nationales**

**Note de perception de la visibilité des outre-mer dans l'information**

## 25 - Rendre annuellement et publiquement compte de la mise en œuvre des engagements et des indicateurs du Pacte

## 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 co-financé par une ou plusieurs antennes du Pôle Outre-mer ;
- 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 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.

**Madame Annick GIRARDIN,**  
Ministre des Outre-mer

**Monsieur Franck RIESTER,**  
Ministre de la Culture

**Madame Delphine ERNOTTE CUNCI,**  
Présidente-directrice générale de France Télévisions

Fait à Paris, en trois exemplaires, le 11 juillet 2019