



Rapport annuel du Conseil
sur les travaux de la commission
Associations-médias audiovisuels

Année 2012

Novembre 2013

Conseil supérieur de l'audiovisuel
Direction des programmes
Novembre 2013

Rapport annuel du Conseil
sur les travaux de la commission
Associations-médias audiovisuels

Année 2012

Sommaire

Éléments de contexte	5
I. LES ACTIONS MENEES PAR LA COMMISSION ASSOCIATIONS-MEDIAS AUDIOVISUELS EN 2012	7
II. ÉTAT DES LIEUX SUR LA PRESENCE DES ASSOCIATIONS SUR L'ANTENNE DES MEDIAS AUDIOVISUELS POUR L'ANNEE 2012	11
III. DONNEES CHIFFREES SUR LA PRESENCE DES ASSOCIATIONS CARITATIVES DANS LES JOURNAUX TELEVISES DE SOIREE ET D'AVANT-SOIREE POUR L'ANNEE 2011 ISSUES DE L'ETUDE INA	18
CONCLUSION ET PERSPECTIVES	21



Éléments de contexte

La mise en place de la commission Associations-médias audiovisuels

Lors de la deuxième Conférence de la vie associative qui s'est tenue le 17 décembre 2009, M. Michel Boyon s'était prononcé en faveur de la construction d'un véritable partenariat entre l'audiovisuel et les associations. Il avait souligné que le Conseil devait faciliter les liens entre les médias audiovisuels et les associations, et renforcer l'exposition de celles-ci sur les antennes.

À la suite de cette conférence, le Premier ministre de l'époque, M. François Fillon, avait chargé le Conseil de créer une commission de réflexion sur l'accès des associations aux médias audiovisuels. Celle-ci a été installée le 24 juin 2010. Présidée par deux membres du Conseil, M. Emmanuel Gabla et M^{me} Michèle Reiser, elle comportait des représentants du monde audiovisuel et associatif.

Le Conseil a adopté, le 4 janvier 2011, le rapport de la commission qui comprend 10 propositions. Ce rapport a été transmis au Premier ministre, puis rendu public le 2 mars 2011.

Par courrier du 29 juin 2011, M. Luc Chatel, alors ministre de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et de la Vie associative, a demandé au Conseil de constituer un groupe de réflexion *« composé à parité de représentants de médias audiovisuels et d'associations pour favoriser une meilleure connaissance mutuelle et suivre les propositions présentées »*.

L'installation de la commission Associations-médias audiovisuels a eu lieu au siège du Conseil le 23 janvier 2012.

La composition de la commission

La commission associations-médias audiovisuels, coprésidée alors par MM. Nicolas About et Emmanuel Gabla, comprend des représentants des médias audiovisuels ainsi que des représentants du monde associatif.

Les représentants des médias audiovisuels :

- Groupe TF1
- France Télévisions
- Groupe CANAL+¹
- Groupe M6
- Groupe NRJ

¹ Les chaînes du Groupe Bolloré, initialement représentées au sein de la commission, ont été achetées en septembre 2012 par le Groupe Canal+, qui y représente désormais D8 et D17.



- Groupe Lagardère
- Groupe NextRadio
- Radio France
- Groupe RTL
- Skyrock
- SIRT (Syndicat interprofessionnel des radios et télévisions indépendantes)
- SNRL (Syndicat national des radios libres)
- CNRA (Confédération nationale des radios associatives)
- TLSP (Union des télévisions locales de service public)

Les représentants du monde associatif :

- Isabelle Altmayer-Barnier, juriste, responsable associative
- Edith Arnoult-Brill, vice-présidente du Haut Conseil à la vie associative,
- Nadia Bellaoui, secrétaire nationale de la Ligue de l'enseignement, présidente de la Conférence permanente des coordinations associatives (CPCA),
- Pauline Bruyas, vice-présidente du Mouvement rural de jeunesse chrétienne (MRJC),
- Frédérique Camize, directrice du développement et de la communication de la Fondation pour la recherche médicale,
- Francis Charhon, directeur général de la Fondation de France, membre du bureau du Haut Conseil à la vie associative,
- Charlotte Debray, déléguée générale FONDA,
- Ahmed El Khadiri, délégué général d'ANIMAFAC,
- Mélanie Gratacos, membre du Conseil économique, social et environnemental,
- Jacques Henrard, membre du conseil d'administration de la Jeunesse au plein air (JPA), président d'honneur de la CPCA,
- André Hochberg puis Françoise Sampermans, présidente de France Générosités,
- Gérard de la Martinière, président du Comité de la charte du don en confiance,
- Sylvain Nivard, président de la commission Culture à la Confédération française pour la promotion sociale des aveugles et des amblyopes (CFPSAA),
- Christophe Paris, directeur général de l'Association de la fondation étudiante pour la ville (AFEV),
- Philippe Ryfman, avocat, professeur et chercheur associé au département de Science politique et au Centre européen de sociologie et science politique de la Sorbonne,
- Michel Soublin, président du Comité de la charte.

Le présent rapport s'attachera à présenter les actions menées par la commission Associations-médias audiovisuels au cours de l'année 2012 (I), un état des lieux de la présence des associations ou fondations sur les médias audiovisuels en 2012 (II) et des données chiffrées sur leur présence au sein des journaux télévisés à l'appui d'une étude réalisée par l'INA (III).



I. LES ACTIONS MENÉES PAR LA COMMISSION ASSOCIATIONS-MÉDIAS AUDIOVISUELS EN 2012

I.1. Les axes de travail mis en place pour l'année 2012

Au cours de la réunion d'installation de la commission en janvier 2012, trois axes de travail ont été dégagés pour l'année :

- Comment consacrer un temps d'antenne plus important aux associations en favorisant la diversité des causes présentées (présence des associations/fondations sur les antennes des médias audiovisuels) ;
- Comment concilier une certaine exhaustivité eu égard au nombre d'associations et de fondations existantes avec la garantie pour les médias audiovisuels du sérieux des associations et des fondations qui veulent être présentes sur leur antenne (recensement des associations/fondations) ;
- Comment améliorer la transparence quant à l'accès des associations aux médias audiovisuels (critères d'éligibilité des associations/fondations).

I.2. Les ateliers organisés au cours du premier semestre 2012 et la réunion du 28 novembre 2012

Trois ateliers ont été organisés en mai et en juin 2012 afin d'approfondir avec les membres de la commission qui le souhaitaient les trois thématiques dégagées lors de la première réunion de la commission. Une réunion de la commission dans son ensemble a eu lieu le 28 novembre 2012 pour présenter les discussions tenues au cours des trois ateliers.

I.2.1 Consacrer un temps d'antenne plus important aux associations en favorisant la diversité des causes présentées (présence des associations/fondations sur les antennes des médias audiovisuels)

Cet objectif répond aux propositions n° 1 et 3 du rapport sur l'accès des associations aux médias audiovisuels publié en mars 2011, document fondateur de la commission associations-médias audiovisuels.

Afin d'illustrer ce rapport, il avait alors été demandé aux médias audiovisuels de décompter de manière exhaustive la place qu'ils avaient accordée aux associations ou fondations sur leur antenne en 2009 et au premier semestre 2010.

Cet état des lieux, accompagné d'une étude réalisée par l'INA sur les sujets évoqués dans les journaux télévisés diffusés autour de 20 heures, avait permis de montrer « *la bonne volonté évidente (des médias audiovisuels) pour permettre l'accès des associations à leur antenne* »².

² Cf. Rapport sur l'accès des associations aux médias audiovisuels précité, p. 23.



La proposition n°1 du rapport sur l'accès des associations aux médias audiovisuels étant de « consacrer un temps d'antenne plus important aux acteurs de la vie associative et (de) favoriser la parole des associations dans le débat public », la commission a jugé souhaitable que les médias soient en mesure de lui fournir des données chiffrées.

Le travail de recensement très détaillé, qui avait été utile pour la rédaction du premier rapport a été jugé fastidieux pour les médias audiovisuels s'il est à renouveler tous les ans. Les chaînes en général ont éprouvé des difficultés à réaliser un décompte détaillé concernant la présence des représentants des associations sur leur antenne, ces derniers intervenant régulièrement au sein de divers programmes.

La commission Associations-médias audiovisuels a de ce fait proposé que l'objectif désormais soit moins de procéder à un recensement exhaustif de la présence des associations, ou des fondations, à l'antenne que de s'assurer de l'efficacité et de la mise en œuvre des préconisations du rapport sur l'accès des associations aux médias audiovisuels. Il s'agira en conséquent de vérifier la fluidité et la transparence du processus de sélection des associations, ou fondations mises à l'antenne par une déclaration annuelle des médias audiovisuels.

Pour répondre à cet objectif, elle a souhaité que les éléments suivants soient demandés aux médias audiovisuels :

- un résumé des événements marquants de l'année étudiée ;
- un chiffrage global de la présence des associations et fondations sur les antennes ;
- un éclairage particulier sur les nouvelles associations et fondations participant à une émission diffusée en première partie de soirée (hors journaux télévisés) en distinguant les émissions d'appel aux dons des autres ;
- une explication sur les motifs de refus opposés aux associations ou fondations non sélectionnées.

Les médias audiovisuels devraient, en outre, être en mesure de fournir, sur demande, des listes détaillées des émissions et des associations/fondations concernées.

Parallèlement, l'Institut national de l'audiovisuel pourrait, chaque année, étudier le nombre de sujets consacrés aux associations et aux associations dans les journaux télévisés diffusés aux alentours de 20 heures sur les chaînes hertziennes relevant du dépôt légal.

I.2.2 Concilier une certaine exhaustivité eu égard au nombre d'associations et de fondations existantes avec la garantie pour les médias audiovisuels du sérieux des associations et des fondations qui veulent être présentes sur leur antenne (recensement des associations/fondations)

La proposition n° 6 du rapport publié en 2011 prévoyait l'incitation du secteur associatif à améliorer le recensement des associations grâce à des portails informant les médias audiovisuels et le public des choix possibles entre les associations pour une cause donnée.

Pour ce faire, la commission a étudié la possibilité d'utiliser un portail de référencement existant en l'adaptant au besoin ou, si un tel outil n'existe pas, de le créer. Ce portail devrait pouvoir être ainsi accessible aux médias audiovisuels mais aussi le cas échéant aux donateurs.



Il pourrait contenir différents éléments d'information comme le nom de l'association, son objet social, son adresse, la liste de ses dirigeants, les actions phares qu'elle a menées, etc...

Le classement des associations ou fondations pourrait être réalisé en fonction des causes défendues par ces dernières.

➤ **Difficulté d'utiliser un portail existant**

Plusieurs portails recensent les associations existantes mais sont soit non consultables, soit partiels.

Tout d'abord, le répertoire national des associations (RNA) recense toutes les associations déclarées en Préfecture. Ce portail ne peut être utilisé car, contenant des données à caractère personnel, son accès est strictement limité aux administrations.

Par ailleurs, s'agissant des associations agréées par un ministère, elles sont répertoriées sur le site du ministère concerné. Néanmoins, ce recensement, bien qu'utile, n'est pas exhaustif ; seules les associations qui font la démarche d'être agréées sont concernées.

De même, plusieurs sites internet ne recensent que certaines associations déterminées. Ainsi, le site internet de la mairie de Paris liste les associations actives sur son seul territoire. Le site internet Infodon présente les mêmes caractéristiques de n'offrir une visibilité qu'à certaines associations, en l'espèce celles qui sont membres de France Générosités³. Enfin, le Comité de la Charte du don en confiance recense les 79 organisations qu'il a agréées⁴.

➤ **Réflexion sur la possibilité de créer un nouveau portail**

Face à l'inexistence d'un outil complet de recensement des associations, la commission s'est interrogée sur l'opportunité de créer un portail spécifique qui permettrait aux associations ou fondations qui le souhaitent de s'enregistrer.

Pour être efficace, ce portail devrait comporter :

- des critères d'analyse clairement définis (association reconnue d'utilité publique (RUP)⁵, appel aux dons etc..) ;

³ Les membres de France Générosités sont des organismes à but non lucratif, d'intérêt général, faisant appel aux générosités. France Générosités a pour vocation l'étude et la défense des droits et des intérêts matériels et moraux de ce secteur.

⁴ L'admission au sein du Comité de la Charte est conditionnée par différents critères : être une organisation à but non lucratif de droit français, justifier d'un caractère d'intérêt général et adhérer à l'objet associatif du Comité, faire appel à la générosité du public, collecter au moins 500 000€ de ressources privées par an.

Le Comité ne contrôle pas les associations qui sont financées entièrement par les pouvoirs publics, les associations de défense d'intérêts particuliers, les organisations ayant des missions à caractère religieux, politique ou syndical.

⁵ Aucun texte ne définit ni le contenu, ni les critères de l'utilité publique. Toutefois, la pratique administrative a permis de dégager les critères suivants : un but d'intérêt général, une influence et rayonnement suffisant, dépassant le cadre local, un nombre minimum d'adhérents fixé à titre indicatif à 200, la tenue d'une comptabilité claire et précise, une solidité financière tangible, des statuts d'association avec des garanties de transparence notamment, une période probatoire de fonctionnement d'au moins 3 ans.



- une liste de thématiques correspondant aux causes défendues par les associations/fondations (sur le modèle des thématiques mises en place par le RNA⁶) ;
- un lien renvoyant vers le site Internet de l'association concernée ;
- un système de correction automatique à l'instar de ce qui existe pour les demandes de subventions en ligne ;
- la réalisation de contrôles par sondage.

Par ailleurs, un comité de sages devrait être créé pour superviser la création et la mise à jour de ce portail.

Pour que ce portail soit fiable, trois conditions doivent être réunies :

- une indépendance totale du site et de son gestionnaire ;
- outre le coût de sa création, la garantie de l'existence d'un financement pérenne pour la mise à jour du site ;
- la prévision au préalable des motifs d'exclusion des associations ou fondations.

Ces conditions n'ayant pas pu être remplies, il a été proposé de réfléchir à la possibilité de mettre en place un « guide des critères » commun à tous les médias audiovisuels, destiné à les guider pour déterminer du caractère sérieux des associations avant toute mise à l'antenne. Aux différentes séances de réunion de la commission, ce projet de guide a été étudié et il a été envisagé de le rendre accessible sur le site internet des chaînes de télévision. Ces dernières n'étaient cependant pas favorables à cette publicité.

I.2.3 Améliorer la transparence quant à l'accès des associations aux médias audiovisuels (critères d'éligibilité des associations/fondations)

Le rapport sur l'accès des associations aux médias audiovisuels publié en 2011 préconisait la fixation par les médias audiovisuels de critères d'éligibilité pour l'accès à leur antenne et leur publicité. Pour ce faire, les médias avaient la possibilité de s'appuyer sur ceux déjà établis par les pouvoirs publics, nationaux, européens ou internationaux.

La possibilité de mettre en place une personne référente clairement identifiée au sein du média audiovisuel ou celle de créer une adresse mél dédiée a également été suggérée pour permettre la mise en place d'une procédure transparente et simplifiée pour accéder à l'antenne⁷.

Il a été en outre proposé aux médias audiovisuels la mise en place d'un espace consacré aux associations sur leur site internet.

⁶ Les associations recensées dans le RNA sont regroupées par rubriques (organismes culturels et socio-éducatifs, humanitaire/entraide et action sociale, organismes de consommateurs, anciens combattants, religion/philosophie, économie/finances, aide aux victimes, environnement, loisirs, santé...).

⁷ TF1 a mis en place un Comité solidarité se réunissant 4 fois par an.

M6 a mis en place un Comité de sélection, composé notamment du référent associations, qui choisit les associations en fonction de la ligne éditoriale de la chaîne. France Télévisions a nommé un « référent associations » chargé de coordonner les différentes sollicitations auprès des chaînes du groupe. Canal+ a également nommé des personnes « relais associations ». Le groupe Lagardère a mis en place un Département solidarité avec un référent associations en 2012.



II. ÉTAT DES LIEUX SUR LA PRÉSENCE DES ASSOCIATIONS SUR L'ANTENNE DES MÉDIAS AUDIOVISUELS POUR L'ANNÉE 2012

Par des courriers datés du 23 janvier 2013, le Conseil a sollicité des médias audiovisuels représentés au sein de la commission la fourniture d'un rapport annuel sur la présence des associations ou fondations sur leur antenne au cours de l'année 2012. Un questionnaire était joint à ce courrier à titre indicatif afin de guider les réponses des éditeurs de services de télévision et de radio.

La plupart des médias audiovisuels contactés ont répondu de manière détaillée au questionnaire, certains ont souhaité en sus mettre en lumière leur action de manière plus globale concernant les associations à l'antenne, étoffant ainsi les données à la disposition du Conseil afin de mettre en avant des initiatives particulières. Peu de médias n'ont pas répondu aux demandes répétées : le groupe RTL, Skyrock, SNRL, TLSP.

En réponse au questionnaire, les médias locaux ont tout de même fait part de leurs difficultés à répondre de manière détaillée à la demande d'un bilan des actions en faveur de la présence des associations sur leurs antennes. En effet, ils ont indiqué que les associations locales étaient par nature omniprésentes dans leur programmation, en leur qualité de relais pour médiatiser les actions de nombreuses associations au niveau local. En outre, ces petites structures ont précisé ne pas disposer de moyens humains et financiers suffisants pour répondre à cette demande précise.

D'après le SIRT, les associations et fondations font partie intégrante de la programmation des radios et télévisions indépendantes, locales, régionales et thématiques, de manière continue, sur l'ensemble de l'année.

Enfin, à l'instar du Comité de solidarité de TF1, du Comité de sélection de M6 et du référent associations de France Télévisions déjà existants, le groupe Lagardère a indiqué qu'il avait institué un Comité de pilotage en interne afin d'assurer le suivi des diverses initiatives des antennes du groupe, que ce soit en radio ou en télévision. Le référent associations et le Département solidarité du groupe permettent ainsi d'avoir une visibilité sur les actions entreprises sur les antennes dans ce domaine.

II.1. Principales actions menées à l'antenne en 2012 par les médias audiovisuels

À la demande du Conseil, les éditeurs ont établi une liste des événements marquants intervenus au cours de l'année 2012 et des tendances de leur politique éditoriale sur ce point.

Par le biais de leurs déclarations, les médias audiovisuels ont démontré leur prise de conscience de l'importance de leur rôle dans la promotion auprès des téléspectateurs des représentants de la société civile. Les associations sont de ce fait présentes sur l'antenne des médias audiovisuels de trois manières : au sein de programmes éditorialisés, au sein d'émissions programmées en lien avec un événement médiatique national et par le biais d'espaces publicitaires offerts gracieusement par les services de télévision et de radio.



L'étude des déclarations des services de télévision et de radio interrogés permet de dégager plusieurs tendances pour l'année 2012 : une présence toujours prépondérante des associations à forte notoriété, une stabilité de la place accordée aux associations au sein des programmes de première partie de soirée et la mise en place de quelques initiatives remarquables dans la mise en valeur des acteurs de la société civile.

➤ **Un soutien toujours important accordé aux associations à forte notoriété**

Les médias audiovisuels se sont associés à de grandes causes tout au long de l'année 2012. Leurs déclarations permettent de confirmer le constat effectué dans le rapport précité publié en mars 2011 selon lequel les associations à forte notoriété ont un bon accès à l'antenne, par le biais d'événements médiatiques et d'émissions d'appels aux dons à destination des téléspectateurs : le *Sidaction*, les opérations *Pièces jaunes*, les *Restos du cœur*, le *Pasteurdon*, *Fondation Abbé Pierre*, ou encore *UNICEF*.

Bénéficiant de réseaux de contact, leur accès est facilité, notamment quand le référent associations au sein de certains médias audiovisuels n'a pas été précisément désigné. Par ailleurs, cet état des lieux s'explique également par l'absence d'outil de référencement fiable du secteur associatif, privant ainsi les services de télévision et de radio de données sur le sérieux d'associations moins médiatisées.

Sur les chaînes de télévision nationales privées gratuites [ou TF1 et M6], ce constat s'avère particulièrement suivi. Bien que des associations représentant des causes plus diversifiées soient présentes à l'antenne, ces dernières ont bénéficié d'une exposition médiatique moins importante, notamment par le biais des campagnes gracieuses.

Concernant le service public, le Téléthon demeure un événement primordial dans la politique de présence des associations à l'antenne. Par ailleurs, les associations sont régulièrement représentées dans les émissions de plateau des chaînes du groupe, notamment celles de France 5 (*Les Maternelles*, *C dans l'air*, *Le Magazine de la santé...*).

Des campagnes gracieuses ont également été accordées pour le soutien de causes plus diverses, notamment celle de l'association ELA (Association européenne contre les leucodystrophies) pendant une semaine en 2012.

Inversant cette tendance de représentation majoritaire d'associations à forte notoriété, NRJ 12 a développé des partenariats avec des associations moins médiatisées, qu'elle valorise principalement au sein de ses programmes de divertissements *Les Anges de la télé réalité 4* et *L'Île des vérités 2* ou de son magazine *Tellement vrai*, voire à l'occasion de la Journée de la femme (diffusion de pastilles culturelles pendant une semaine).

Canal + a poursuivi en 2012 sa politique d'invitations de représentants d'associations dans ses émissions diffusées en clair (*Le Grand Journal*, *La Nouvelle Édition* par exemple) et a donné la parole à des associations diversifiées comme *Handicap International*, *Les Prisons du cœur*, *l'Association française des victimes du terrorisme* ou encore *Osez le féminisme*.



Le groupe Lagardère déclare également avoir mis en place des actions en faveur d'associations médiatiquement moins représentées en diffusant notamment des campagnes gracieuses en faveur de *SOS Sida* en amont de la Journée mondiale de lutte contre le sida.

➤ **Un nombre stable d'émissions diffusées en première partie de soirée sur les chaînes de télévision privées gratuites**

Cette question concernait plus spécifiquement les services de télévision privés généralistes dont les ressources proviennent principalement de la publicité, en raison de la particularité de leur programmation à cet horaire de forte audience. En effet, la première partie de soirée représente pour ces services de télévision un carrefour d'audience primordial et une case de programmation nécessitant la mise à l'antenne de programmes fédérateurs et grand public susceptibles d'attirer de nombreux annonceurs.

Malgré une baisse du nombre d'associations présentes sur ses antennes, TF1 déclare avoir tout de même maintenu la programmation de plusieurs émissions diffusées en première partie de soirée (trois émissions spéciales *Qui veut gagner des millions* consacrées à des grandes causes, une émission spéciale *Les 12 Coups de Noël*).

M6 a également diffusé en 2012 quatre programmes construits autour des associations diffusés en première partie de soirée (la finale de *Top chef 2012*, émission spéciale sur la recherche médicale de *E=M6*, *La France a un incroyable talent* et *D&CO*). Des campagnes gracieuses ont également été diffusées sur cette antenne à des heures de forte audience.

Gulli a diffusé l'émission *In ze boîte spéciale associations* en première partie de soirée.

Concernant les autres services de télévision gratuits, ces derniers ont déclaré avoir donné la parole aux associations par le biais de sujets dans leurs magazines d'information ou de société.

Néanmoins, peu d'autres services ont mis en place des émissions faisant appel aux dons en première partie de soirée.

➤ **Des initiatives remarquables et la création de nouveaux rendez-vous sur les autres services**

Les stations de Radio France ont indiqué avoir mis en place de nouveaux rendez-vous destinés à mettre en valeur la vitalité de la vie associative en France, à l'appui de programmes courts diffusés notamment sur l'antenne de France Info tels que *Info camps* ou *Initiative France Info*. L'émission *Terre à terre* diffusée sur France culture a diffusé régulièrement des informations sur la vie associative du monde agricole et environnemental.

France Télévisions indique avoir accueilli une nouvelle association sur ses antennes ELA dans des programmes éditorialisés (*Télématin*, *Les Années bonheur*, les journaux d'information) en octobre 2012.



Canal + a, quant à elle, développé la diffusion de documentaires engagés dans ses plages cryptées, associant des ONG à cette programmation (*Kindia 2015, Global gâchis*). Ces documentaires ont été programmés en première diffusion en première partie de soirée puis multidiffusés sur les antennes du service.

Certaines radios et télévisions indépendantes ont indiqué avoir développé des initiatives ciblées sur la mise en avant de l'activité des bénévoles au sein des associations locales (exemples : la Banque alimentaire, la Société nationale de sauvetage en mer, l'association « Respect » sur la diversité dans les banlieues pour la radio Alouette, l'association AIDES pour la radio Lor FM ou encore la télévision Grand Lille TV).

II.2. Chiffrage global de la présence des associations à l'antenne

Les médias audiovisuels ont globalement soulevé l'impossibilité de réaliser un chiffrage précis de la présence des associations à l'antenne dans leurs programmes éditorialisés. En effet, pour les émissions d'information et les journaux d'information, le recours à l'expertise des associations ou fondations est régulier, voire quotidien.

En outre, un chiffrage purement quantitatif de la présence des associations à l'antenne ne permet pas de rendre compte de manière exhaustive des différents formes de citation des associations qui sont plus ou moins longues (citation dans les journaux télévisés, participation d'un représentant dans un débat, émission entièrement consacrée à une association...).

Concernant les chaînes d'information en continu et les médias locaux, ces derniers faisant une place de choix aux associations locales, ils sont dans l'impossibilité de comptabiliser la présence des associations sur leurs antennes.

BFM TV indique tout de même que 5 à 10 % des invités en plateau représentent une association, soit un invité par jour en moyenne, corroborant ainsi l'affirmation de la présence importante des représentants du monde associatif sur l'antenne des chaînes d'information. Les médias locaux, quant à eux, sont les plus accessibles aux associations implantées localement et pour nombre d'entre eux, ont intégré un, voire plusieurs rendez-vous réguliers, donnant la parole au secteur associatif dans leur grille de programmes.

Le tableau récapitulatif ci-dessous présente les réponses chiffrées des éditeurs de service de télévision et de radio, sous réserve des associations présentes dans les sujets d'actualité des journaux et des magazines d'information ou dans les grands événements, non comptabilisés dans les données communiquées.



Nom du média audiovisuel	Volume horaire annuel consacré aux associations en 2012
Groupe TF1	25 heures (émissions diffusées en 1 ^{ère} partie de soirée, programmes courts, campagnes gracieuses)
France Télévisions	50 à 100 heures par antenne nationale (hors Téléthon).
Groupe Canal +	Associations présentes à 80 occasions dans les magazines de la chaîne Canal +. Chiffrage en volume horaire impossible à réaliser. Information non communiquée pour les autres antennes.
Groupe M6	Non communiqué
Groupe NRJ	NRJ 12 : 190 heures NRJ Paris : 300 heures NRJ Hits : 104 heures
France Info	24 heures de chroniques sur l'année.
France Inter	9 heures hebdomadaires, soit 468 heures annuelles
Le Mouv	28 heures
France Bleu, France Culture	Chiffrage impossible à réaliser
Groupe Lagardère	Chiffrage impossible à réaliser
Groupe RMC	Chiffrage impossible à réaliser (5 à 10 % des invités plateau)
Radios membres du CNRA et télévisions locales	Chiffrage impossible à réaliser
Radios et télévisions indépendantes membres du SIRT	Environ 400 heures (chroniques, sujets diffusés dans les JT et spots publicitaires dédiés).

Source : Déclarations des chaînes pour l'année 2012

II.3. Présentation des critères d'éligibilité des associations utilisés par les médias audiovisuels

La question des critères d'éligibilité reste épineuse, certains médias audiovisuels refusant de mettre en place un système de critères, là où les pouvoirs publics peinent à créer un système de référencement des associations existantes. Ils rappellent que cet outil permettrait aux médias de disposer d'informations sur la fiabilité des associations et sécuriserait l'action des médias audiovisuels.

La commission a travaillé sur la possibilité de mettre en place un guide des critères que le média audiovisuel serait susceptible de demander à une association pour évoquer son action. Cette grille de lecture pourrait être modulée selon qu'il s'agit d'une émission d'appel aux



dons ou d'un magazine d'information. Toutefois, ces documents n'ont pas recueilli l'approbation des membres de la commission.

Néanmoins, certains médias ont pallié cette difficulté en mettant en place en interne une liste de critères afin de les guider dans le choix des associations mises en lumière.

➤ **Exemples de critères utilisés par les médias ayant mis en place une grille de référencement**

France Télévisions dispose de critères d'éligibilité prédéterminés, exposés dans la *charte d'accès des associations aux antennes de France Télévisions*. L'application de ces critères est vérifiée par le Comité de suivi de la Charte, lors de deux réunions annuelles ordinaires.

Le Groupe TF1 indique dans le rapport annuel fourni au Conseil les critères d'éligibilité clairement définis dans cette optique :

- le caractère non lucratif des organismes associatifs ;
- l'existence de l'association depuis au moins deux ans ;
- l'existence de reçu fiscal pour les associations bénéficiant de dons ;
- Le siège social français de l'organisme ;
- La présentation détaillée de l'association.

La chaîne D8, quant à elle, utilise également des critères prédéterminés pour accorder du temps d'antenne à une association : la cause soutenue (eu égard à l'objet social), la notoriété et l'actualité. En cas de doute sur la réputation d'une association, la chaîne vérifie la présence de son siège social en France et effectue des recherches sur le site Internet éventuel de l'organisme afin de déterminer clairement son objet social.

Le groupe Nextradio privilégie quant à lui les fondations labellisées Grande cause nationale.

➤ **La prédominance de la liberté éditoriale et de l'actualité**

Les chaînes insistent sur la nécessité de conserver leur liberté éditoriale dans le choix des associations contactées et mises à l'antenne. Les chaînes d'information en continu plus spécifiquement, en raison de leur thématique, donnent souvent la parole à des représentants des associations intervenant en leur qualité d'expert du sujet d'actualité réalisé.

De surcroît, les médias audiovisuels rappellent plus globalement la prédominance du respect de la ligne éditoriale de la chaîne ou de la radio, centrée autour de son engagement citoyen et des grands sujets d'actualité.

➤ **Le cas particulier des médias locaux**

Qu'il s'agisse des antennes locales des radios et télévisions publiques ou privées, ces dernières indiquent donner la parole aux associations implantées localement. Ce critère d'implantation locale est déterminant dans le choix des associations accédant à l'antenne, en raison du souci de pépérer le lien social local.



Bien que cette proximité avec l'auditoire soit un critère principal pour les médias locaux, radios et télévisions confondues, la notoriété locale de l'association, la thématique et l'éthique de l'antenne sont également prises en compte dans la décision finale de mettre à l'antenne une association ou une fondation.

II.4. Des axes de soutien définis par les médias audiovisuels pour l'année 2012

Selon leurs déclarations, la plupart des médias audiovisuels ont mis en place une politique de soutien de causes prédéfinies.

Ces causes doivent être pertinentes par rapport à la ligne éditoriale du média, l'identité des antennes joue ainsi un rôle majeur dans la détermination des causes soutenues.

Les causes le plus fréquemment soutenues au titre de l'année 2012 ont été les suivantes : la solidarité, la santé, la diversité et les discriminations, l'aide à la personne, le handicap, l'insertion sociale ou encore l'environnement durable.

Pour le service public, radios et télévisions confondues, il est notable de remarquer la diversité des causes soutenues. Ainsi, Radio France a mis en place, notamment au travers des antennes régionales de France Bleu, un véritable partenariat et une politique de soutien des associations culturelles présentes en région.

A contrario, certains médias ont fait le choix de ne pas définir d'axes particuliers de soutien et ont déterminé l'accès à leur antenne au gré de l'actualité et des thématiques abordées dans les programmes. C'est le cas notamment des chaînes d'information en continu.

II.5. Explications sur les motifs de refus opposés aux associations non sélectionnées

Les refus peuvent être opposés en cas de non-respect des critères d'éligibilité mis en place par le média audiovisuel.

Selon les déclarations des chaînes, les doutes sur la part des recettes de l'association effectivement consacrées à son action, ceux sur la lisibilité du message proposé par l'association ou encore le manque de place à l'antenne pour les messages d'intérêt général peuvent justifier un refus d'accès à l'antenne.

Concernant les médias locaux, les refus sont liés à l'absence d'implantation territoriale de l'association ou du manque de disponibilité dans la grille de programmes.

La ligne éditoriale est également prépondérante pour l'ensemble des médias audiovisuels interrogés. Le choix final des associations présentes à l'antenne est parfois effectué par les producteurs des émissions concernées en fonction des choix éditoriaux.

De nombreux médias indiquent ne pas avoir opposé de refus à des demandes d'accès à l'antenne formulées par des associations. À l'inverse, les médias sont amenés à solliciter eux-mêmes l'intervention des associations, afin d'obtenir leur expertise pour la couverture de sujets d'actualité.



III. DONNÉES CHIFFRÉES SUR LA PRÉSENCE DES ASSOCIATIONS CARITATIVES DANS LES JOURNAUX TÉLÉVISÉS DE SOIRÉE ET D'AVANT SOIRÉE POUR L'ANNÉE 2011 ISSUES DE L'ÉTUDE INA

Le rapport transmis par l'INA étudie le nombre de sujets consacrés aux associations ou fondations dans les journaux télévisés diffusés aux alentours de 20 heures sur les chaînes hertziennes relevant du dépôt légal (TF1, France 2, France 3, Canal+, M6, Arte).

Deux études ont été réalisées à ce jour, concernant respectivement l'année 2010 et l'année 2011 en appliquant la même méthodologie. Un comparatif de ces deux rapports a été réalisé.

➤ Présence des associations caritatives ou ONG dans l'offre globale des journaux télévisés de l'avant-soirée ou de soirée

Comparatif 2010-2011

	2010	2011	Évolution 2010/2011
Nombre total des sujets	31 985	34 627	+ 2 642
Nombre de sujets sur les associations	686 2,1 %	456 1,6 %	-230 -0,6 %
Dont sujets mettant en jeu des associations identifiées	579 (194 associations citées)	363 (156 associations citées)	-216 (-38 %)
Dont sujets mettant en jeu des associations non renseignées	107	93	-14 (-13 %)

Source : Etude INA

L'année 2011 est marquée par une baisse notable du nombre de sujets consacrés aux associations dans les journaux télévisés de soirée et d'avant-soirée par rapport à l'année 2010, et ce, malgré une hausse du nombre global de sujets diffusés dans les JT.

Alors que les sujets consacrés aux associations représentaient en 2010 2,1 % du nombre total de sujets diffusés, ils ne représentaient plus que 1,6 % en 2011, soit une baisse de 0,6 %.

Cette baisse se répercute de fait sur la diversité des associations évoquées et sur leur accès à l'antenne, le nombre d'associations citées ayant diminué de manière sensible.



➤ **Répartition des sujets entre associations identifiées et non renseignées
Comparatif 2010-2011**

Répartition par chaîne	2010		2011	
	Association identifiée	Association non renseignée	Association identifiée	Association non renseignée
TF1	177	24	119	19
France 2	98	20	52	11
France 3	117	11	73	13
Canal +	45	17	40	10
M6	70	16	44	16

Source : Etude INA

La baisse du nombre de total de sujets va de pair avec une baisse sur presque chaque antenne du nombre de sujets consacrés aux associations dans les journaux télévisés, mentionnée dans le tableau ci-dessus.

La baisse est répartie équitablement entre les différentes antennes étudiées. Seule Canal + reste globalement stable en consacrant une quarantaine de sujets à des associations dans ses journaux télévisés.

➤ **Répartition des associations par catégorie
Comparatif 2010-2011**

Catégorie	2010		2011	
	Nombre d'associations	Rang	Nombre d'associations	Rang
Aide aux victimes	38	2	28	3
Femme	10	7	6	9
Logement	4	9	7	7
Médical	32	3	30	2
Minorités	18	6	10	8
Pauvreté	39	1	26	4
Protection de l'enfance	20	5	13	5
Protection de l'environnement et /ou des animaux	23	4	11	6
Divers	10	7	49	1
Total	194	-	180	-

Source : Etude INA



L'importance de la catégorie Divers en 2011 par rapport à 2010 témoigne d'une tendance à l'atomisation du secteur associatif dans les journaux télévisés et, en parallèle, d'une diversification des causes présentées au détriment des grandes causes.

Ainsi, toutes les catégories étudiées sur les années 2010 et 2011 ont été moins évoquées à l'antenne au bénéfice d'autres causes. Les sujets consacrés aux associations traitant de la thématique « médicale » ont constitué la première catégorie représentée dans les sujets des JT en 2011 à la place de la catégorie « pauvreté » qui l'occupait en 2010.

Seule la catégorie « logement » a été plus présente dans les sujets des JT, malgré un petit nombre de passages (4 en 2010, 7 en 2011).

➤ **Les associations les mieux représentées au sein des journaux télévisés**

À l'instar du constat effectué sur l'ensemble des programmes des médias audiovisuels, quelques associations à forte notoriété se partagent le classement des sujets les mieux traités : Restos du cœur, Triangle génération humanitaire sur les antennes de France Télévisions, Croix rouge/Croissant rouge, Droit au logement, Action contre la faim, Médecins sans frontière, AFM...

Entre 2010 et 2011, la liste des associations les plus citées dans les sujets des journaux télévisés est globalement similaire. Toutefois, il est important de noter une évolution certaine sur les antennes de l'ensemble des chaînes : en 2011, le nombre de sujets consacrés à une seule et même association à forte notoriété a fortement diminué par rapport à l'année 2010, au profit d'une diversification des associations et en conséquence des causes présentées.

À titre d'illustration, alors que France 2 ou France 3 consacraient 15 à 17 sujets au sein de leurs journaux télévisés à une seule association (Flotille de la liberté) en 2010, en 2011 la première association la plus citée ne l'était que 7 à 9 fois.

De nombreuses autres associations ont fait l'objet d'un seul sujet au cours de l'année (liste détaillée non fournie par l'INA). De ce fait, les associations disposant d'une plus faible notoriété médiatique ont eu plus souvent l'occasion en 2011 d'accéder à l'antenne des journaux télévisés.



CONCLUSION ET PERSPECTIVES

Conscient de l'importance pour les associations et pour les causes qu'elles défendent d'avoir accès aux médias audiovisuels, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a créé en janvier 2013 une nouvelle mission « Associations » afin de contribuer à l'élargissement en son sein de cet accès dans des conditions de transparence et de non-discrimination.

Les médias audiovisuels ont réaffirmé dans leurs rapports annuels 2012 l'intérêt porté aux actions menées par les associations ou fondations pour traiter de l'engagement citoyen des Français. Ces organismes sont reconnus comme étant des acteurs privilégiés, des experts dont la présence est rendu nécessaire pour éclairer les téléspectateurs sur des sujets d'actualité et de société.

Les rapports communiqués par les médias audiovisuels ainsi que les données chiffrées fournies par l'INA démontrent la prise de conscience des médias audiovisuels d'une nécessité d'un accès plus équitable du monde associatif aux médias audiovisuels.

Les médias audiovisuels apprécient de jouer un rôle moteur dans l'accès des associations à leur antenne, en mettant en place une politique active d'invitations ou de création d'événements médiatiques autour de l'action des associations. Plusieurs d'entre eux ont indiqué que la situation actuelle leur paraissait satisfaisante concernant l'accès transparent et diversifié des associations aux services de télévision et de radio. De surcroît, les différentes contributions fournies à la commission insistent sur l'importance de la liberté de chaque média audiovisuel de fixer sa ligne éditoriale et de rester maître du contenu de ses programmes en la matière.

Certains médias audiovisuels ont également déclaré qu'un encadrement plus strict de l'accès des associations n'était pas souhaitable car ils considèrent comme significative et efficace la visibilité offerte déjà à ces organismes. La souplesse qui prévaut actuellement est ainsi essentielle pour les médias audiovisuels dans leur dialogue avec les associations.

En 2012, la commission Associations-médias audiovisuels n'a été saisie par aucune association pour obtenir un éventuel arbitrage face à une impossibilité d'accès à l'antenne d'un média audiovisuel.

Malgré ces constats positifs et face à la vitalité de la vie associative en France, la commission peut néanmoins regretter la place toujours importante accordée par les médias aux associations ou fondations de renommée importante au détriment d'associations défendant des causes moins médiatiques ou disposant d'une connaissance moindre des mécanismes d'accès aux médias.

La commission émet trois souhaits pour favoriser la transparence dans les relations médias audiovisuels-associations : tout d'abord, permettre une bonne information sur les critères d'éligibilité d'accès à l'antenne éventuellement mis en place, parallèlement systématiser la présence d'une personne référente pour les associations au sein des médias audiovisuels et enfin encourager le regroupement des associations afin de proposer aux médias un guide informant du sérieux de leur action.