



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

La représentation des femmes à la télévision et à la radio

Rapport sur l'exercice 2016

Mars 2017



Avant-propos

Les médias audiovisuels, parce qu'ils nous donnent à voir et à entendre la société dans laquelle nous vivons, contribuent à forger nos représentations individuelles et collectives. Ils sont un facteur puissant de cohésion sociale.

C'est pourquoi j'ai souhaité dès 2013 que le Conseil supérieur de l'audiovisuel puisse mener, avec les acteurs de la télévision et de la radio, une réflexion constante sur la place et l'image des femmes dans les médias. Cette réflexion a trouvé sa traduction dans les nouvelles missions que le législateur a confiées au Conseil par la loi du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes.

C'est dans ce cadre élargi et approfondi que le Conseil publie aujourd'hui pour la deuxième fois un rapport éclairant. Si nous nous félicitons des progrès réalisés, nous mesurons aussi tout le travail qui reste à accomplir pour améliorer la présence des femmes à la télévision et à la radio.

Pour y parvenir, nous en appelons à une vigilance et une mobilisation de tous les instants.

Olivier SCHRAMECK



Préface

Quatre ans de travail ont permis ce beau résultat : un rapport sur les déclarations – presque parfaites – des chaînes de télévision et de radio concernant la présence des femmes sur leurs antennes.

Il a fallu des heures de concertation, des pressions amicales mais exigeantes, pour obtenir ce tableau à la fois encourageant et alarmant de la place des femmes à l'écran et sur les ondes.

Des progrès ont incontestablement été accomplis notamment grâce à la loi du 4 août 2014 qui donne au CSA le pouvoir de veiller à la place et à l'image des femmes. Mais celles-ci souffrent, encore aujourd'hui, d'une sous-représentation et de la diffusion de nombreux stéréotypes et préjugés sexistes.

Je veux saluer le chemin accompli. De réels efforts sont à noter mais j'espère pouvoir me féliciter l'an prochain de nouveaux progrès car nous sommes encore loin du but assigné par la loi, qui est de représenter de manière juste la place des femmes dans les médias audiovisuels.

Il ne s'agit pas seulement d'appliquer des principes mais de refléter la société d'aujourd'hui et de préparer celle de demain ; filles et garçons, femmes et hommes ne doivent pas recevoir pour modèle, dans les médias, la société d'hier mais le monde tel qu'il vient, dans l'égalité des destins, en droit et en pratique.

Sylvie PIERRE-BROSSOLETTE



Sommaire

Introduction	5
État de la représentation des femmes dans les programmes des services de télévision et de radio en 2016	7
Indicateurs quantitatifs relatifs à la représentation des femmes et des hommes dans les programmes	7
Méthodologie	7
La présence, toutes catégories confondues, des femmes et des hommes sur les chaînes de télévision et de radio	8
La présence des femmes et des hommes sur les chaînes de télévision	10
La présence des femmes et des hommes sur les chaînes de radio	16
Indicateurs qualitatifs relatifs à la représentation des femmes à l'antenne	18
Méthodologie	18
Programmes luttant contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes	18
Programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé	21
Les actions du Conseil supérieur de l'audiovisuel en matière de droits des femmes, pour l'exercice 2016	22
Les interventions du Conseil s'agissant de la représentation des femmes à l'antenne	22
L'implication du Conseil dans la représentation des femmes dans les messages publicitaires	22
Un dialogue régulier et constructif avec les principales associations de défense des droits des femmes	23
Les préconisations du Comité d'orientation « Droits des femmes »	23
Actions pour l'avenir et préconisations	24
Annexes	25



Introduction

Pour la deuxième année consécutive, les chaînes de télévision et de radio ont remis au Conseil supérieur de l'audiovisuel, comme l'a demandé le législateur, des indicateurs qualitatifs et quantitatifs sur la représentation des femmes et des hommes dans leurs programmes.

Éléments de contexte

En matière de droits des femmes, les missions du Conseil supérieur de l'audiovisuel découlent de la loi n°2014-873 du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes qui a inséré un quatrième alinéa à l'article 3-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986, confiant au Conseil la mission de veiller : *« d'une part, à une juste représentation des femmes et des hommes dans les programmes des services de communication, d'autre part, à l'image des femmes qui apparaît dans ces programmes, notamment en luttant contre les stéréotypes, les préjugés sexistes, les images dégradantes, les violences faites aux femmes et les violences commises au sein du couple. »*

Pour remplir cet objectif, cette loi a également inséré un nouvel article 20-1 A dans la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 en vertu duquel *« les sociétés nationales de programme mentionnées à l'article 44, ainsi que les services de télévision à caractère national et les services de radio appartenant à un réseau de diffusion à caractère national, diffusés par voie hertzienne terrestre, contribuent à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes en diffusant des programmes relatifs à ces sujets. Ces services fournissent au Conseil supérieur de l'audiovisuel des indicateurs qualitatifs et quantitatifs sur la représentation des femmes et des hommes dans leurs programmes et permettant au conseil d'apprécier le respect des objectifs fixés au quatrième alinéa de l'article 3-1. Ces informations donnent lieu à une publication annuelle. Le conseil fixe les conditions d'application du présent article, en concertation avec les services mentionnés au premier alinéa du présent article. »*

Les conditions d'application de cette loi ont été précisées dans la délibération n°2015-2 relative au respect des droits des femmes, adoptée le 4 février 2015 (cf. annexe 1).

Cette délibération est applicable à France Télévisions, Radio France, France Médias Monde, TF1, TMC, HD1, NT1, LCI, M6, 6Ter, W9, Paris Première, Canal +, I>Télé, C8, Cstar, NRJ 12, Chérie 25, NRJ, Nostalgie, RTL, Fun Radio, Gulli, Europe 1, Virgin Radio, RMC Découverte, RMC, BFM TV, L'Équipe et Numéro 23. À noter que Arte, La Chaîne parlementaire et Public Sénat, bien que n'étant pas concernées par cette délibération, ont décidé de communiquer volontairement au Conseil des données relatives aux droits des femmes (les contributions de Arte, LCP et Public Sénat figurent en annexe 2).

Un cadre juridique élargi

Depuis l'adoption, le 27 janvier 2017, de la loi n° 2017-86 relative à l'égalité et à la citoyenneté, le Conseil s'est vu confier une nouvelle compétence en matière de représentation des femmes dans les messages publicitaires. La loi précitée a, en effet, inséré à l'article 14 de la loi de 1986 la disposition suivante : *« Il veille au respect de la dignité de toutes les personnes et à l'image des femmes qui apparaissent dans ces émissions publicitaires. »*



L'implication forte du Conseil en matière de droits des femmes depuis 2013

La juste représentation et le respect des droits des femmes dans les programmes télévisés étant une de ses préoccupations forte depuis 2013, le Conseil a créé un groupe de travail consacré à ces questions afin de suivre les actions mises en œuvre par les chaînes de télévision et les radios en faveur d'une juste représentation des hommes et des femmes dans les programmes ainsi que pour lutter contre les stéréotypes, les préjugés sexistes et les images dégradantes.

Ainsi, depuis 2013 le Conseil a réalisé ou commandé de nombreuses études et notamment celles relatives aux stéréotypes féminins véhiculés dans les séries de fiction, d'animation et les émissions de divertissement (2014), ou encore le rapport sur la présence des femmes dans les éditions d'information réalisé par l'Institut national de l'audiovisuel (Ina) pour le compte du Conseil (2014). En 2015, le Conseil a réalisé le premier rapport relatif à la représentation des femmes dans les programmes des services de télévision et de radio.

Enfin, le Conseil a mis en place un comité d'orientation « Droits des femmes », qui réunit deux ou trois fois par an plusieurs personnalités et est un lieu privilégié de réflexion sur les perspectives d'amélioration possibles en matière de représentation et d'image des femmes à la télévision et à la radio ainsi qu'une instance opérationnelle guidant le Conseil dans son action, en formulant des propositions concrètes. M^{me} Sylvie Pierre-Brossolette préside ce comité (cf. composition du comité en annexe 3).

2016 : deuxième année d'application de la délibération du 4 février 2015 du Conseil

Le Conseil précise que, de manière générale, pour cette deuxième année d'application de la délibération, les éditeurs ont fourni des déclarations complètes et conformes à ses demandes.

Le présent rapport rend compte d'une part, de l'état de la représentation, quantitative et qualitative, des femmes dans les programmes des services de télévision et de radio pour l'exercice 2016 et, d'autre part, des actions menées par le Conseil en matière de droits des femmes pour l'année 2016.



État de la représentation des femmes dans les programmes des services de télévision et de radio en 2016

Conformément à la délibération n° 2015-2 relative au respect des droits des femmes (cf. annexe 1), les éditeurs concernés ont transmis au Conseil, le 31 janvier 2017, des données quantitatives et qualitatives concernant la présence des femmes et des hommes sur leurs antennes, pour l'exercice 2016. Ces données ont permis au Conseil de dresser un état des lieux global de la présence des femmes sur les antennes.

Indicateurs quantitatifs relatifs à la représentation des femmes et des hommes dans les programmes

Les données quantitatives concernent la proportion de femmes et d'hommes présentateurs/animateurs, journalistes/chroniqueurs, experts, autres intervenants et invités politiques dans les programmes d'information (journaux et magazines d'information), les magazines, les divertissements, les retransmissions sportives et les documentaires. Il ressort de ces données des résultats significatifs sur la présence des femmes tant à la télévision qu'à la radio.

Méthodologie

S'agissant des données quantitatives pour les catégories « présentateur/animateur », « journaliste/chroniqueur », « autre intervenant » et « invité politique », la méthode d'indexation porte sur la totalité des programmes diffusés par les chaînes sur deux mois « neutres » dans l'année (ces périodes ont été établies en concertation entre les opérateurs et le Conseil) : les mois de mai et d'octobre ont été retenus pour l'année 2016¹.

S'agissant de la catégorie « expert »², les données sont déclarées tout au long de l'année, mais seulement sur certaines émissions déterminées en concertation entre les opérateurs et le Conseil. Les émissions qui ont été retenues sont des émissions de plateau, au cours desquelles des experts ont été amenés à s'exprimer. À noter que les chaînes d'information en continu, en raison de leur format, tributaire de l'actualité, ont déclaré cette catégorie « expert » non pas sur l'ensemble de l'année, mais sur les deux mois de déclaration déterminés par le Conseil : mai et octobre 2016.

¹ Le Conseil tient particulièrement à féliciter France Médias Monde qui a fourni une déclaration portant sur l'ensemble de l'année.

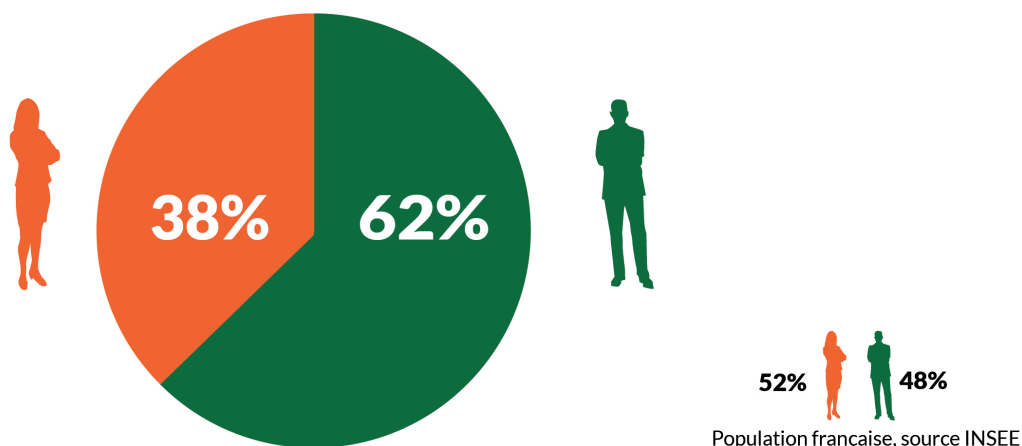
² Est considéré comme expert toute personne extérieure à la rédaction de la chaîne de télévision ou de radio invitée à s'exprimer sur un sujet entrant dans son champ de compétences.



La présence, toutes catégories confondues, des femmes et des hommes sur les chaînes de télévision et de radio

- **Des femmes toujours sous-représentées sur les antennes (TV et radio), en particulier dans les catégories « expert » et « invité politique »**

Télévision et radio, toutes catégories confondues



Le traitement, toutes catégories et toutes chaînes confondues, des données transmises par les éditeurs de service, montre que seules 38 % des personnes présentes à l'antenne sont des femmes, alors qu'elles représentent, selon l'INSEE, 52 % de la population française³.

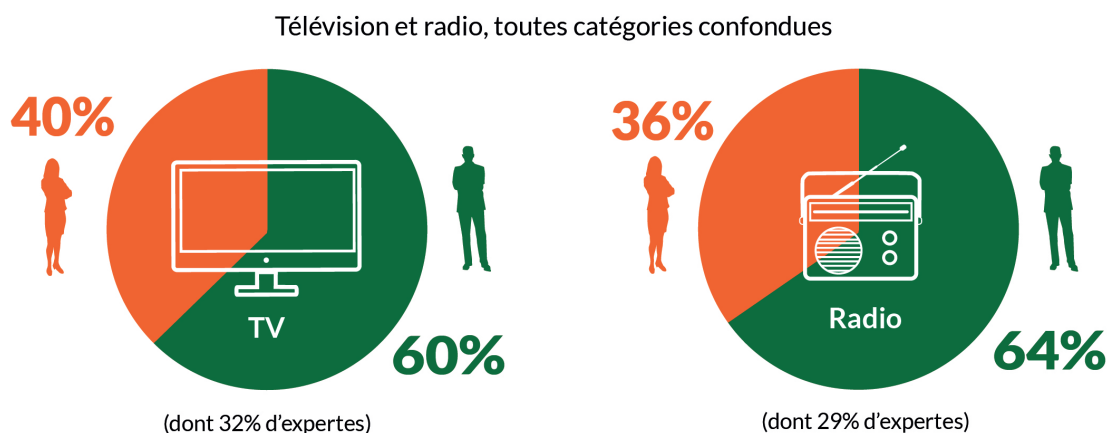
La représentation des hommes et des femmes est plus équilibrée dans la catégorie « présentateur/animateur » – 48 % de femmes présentatrices ou animatrices contre 52 % d'hommes – tandis que c'est dans les catégories « experts » (30 %) et « invités politiques » (32 %) que la présence des femmes est la plus faible.

À noter que dans son premier bilan relatif à la représentation des femmes dans les programmes des services de télévision et de radio pour l'exercice 2015, publié le 8 mars 2016, le Conseil avait déjà relevé de faibles taux de femmes dans les deux catégories précitées.

³ Source INSEE : proportion de femmes au sein de la population française au 1^{er} janvier 2017.

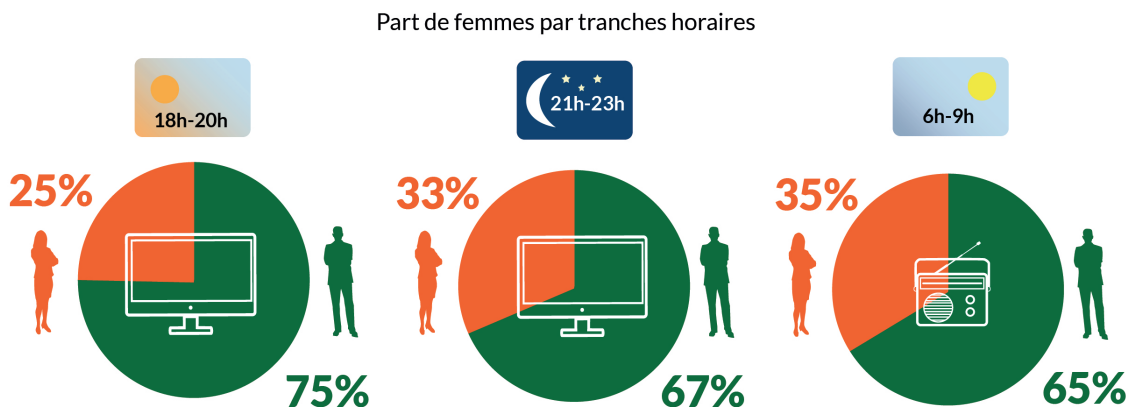


- **Un déséquilibre plus marqué à la radio qu'à la télévision**



De manière générale, le Conseil constate que les radios semblent éprouver plus de difficultés à mettre des femmes à l'antenne. En effet, la présence des femmes, au global, s'élève à 40 % pour la télévision alors qu'elle n'est que de 36 % pour les radios. Ce constat avait déjà été dressé en 2014 dans le rapport sur la présence des femmes dans les éditions d'information réalisé par l'Ina pour le compte du CSA : « *Lorsque le média ne comporte plus d'image mais seulement des voix, les présentatrices, en augmentation sur les écrans, disparaissent de l'antenne pour laisser place aux hommes* ».

- **Moins de femmes dans les programmes diffusés aux heures de forte audience à la télévision**



Le Conseil constate une sous-représentation des femmes à la télévision aux heures de forte audience. Elle est très prononcée sur la tranche 18h-20h (25 %), et reste significative sur la tranche 20h-23h (35 %), en comparaison avec leur part au global (40 %).

En revanche, à la radio, le déséquilibre est quasi-identique dans les matinales (35 %) et dans le reste de la programmation (36 %).

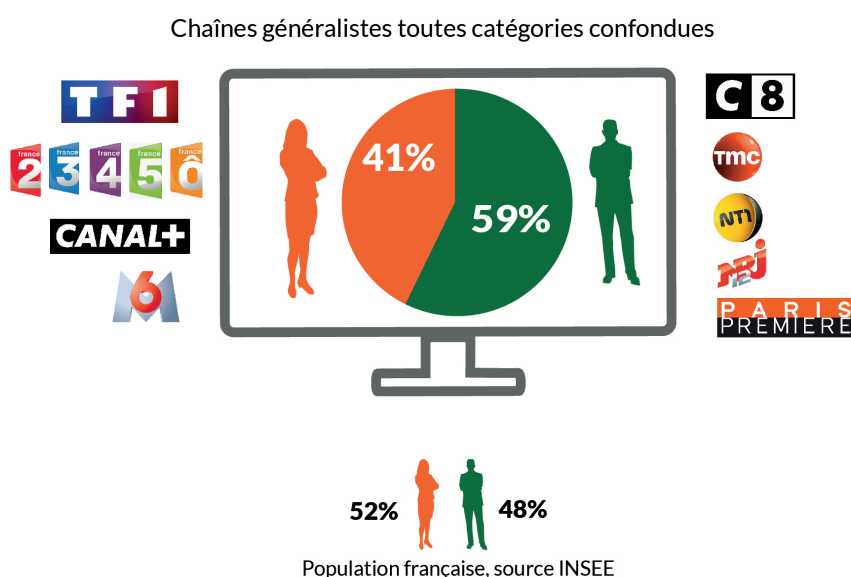
La présence des femmes et des hommes sur les chaînes de télévision

Il est apparu pertinent d'analyser tout particulièrement la présence des femmes et des hommes à la télévision sur quelques catégories marquantes :

- les chaînes généralistes ;
- les chaînes d'information en continu ;
- les chaînes thématiques (« fiction », « jeunesse », « musique » et « sport »).

Les chaînes de télévision généralistes

• Des efforts encore à fournir

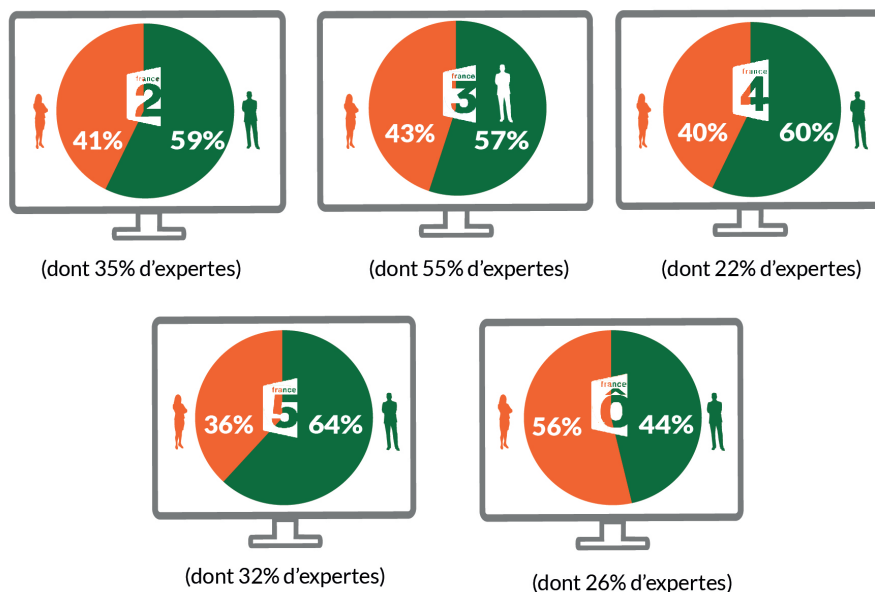


Si l'on se concentre sur les résultats obtenus par les chaînes de télévision généralistes - TF1, les cinq chaînes de France Télévisions, Canal+, M6, C8, TMC, NT1, NRJ 12 et Paris Première -, le Conseil constate que le taux de femmes à l'antenne, toutes catégories confondues, est de 41 %, soit légèrement supérieur aux résultats globaux concernant la présence des femmes à la télévision (+ 1 point). À noter qu'elles sont le moins mal représentées dans la catégorie « présentateur/journaliste » (45 %) et le plus sous-représentées dans la catégorie « invité politique » (24 %).

Le Conseil relève toutefois avec satisfaction que le taux de présence des expertes sur ces chaînes s'élève à 39 % (contre 32 % pour le taux d'expertes toutes chaînes confondues). Ce taux de femmes plus élevé dans cette catégorie s'explique notamment par l'engagement particulier de France Télévisions en faveur des femmes expertes sur ses antennes ; il est à noter par ailleurs que dans son nouveau contrat d'objectifs et de moyens 2016-2020, le groupe s'est en effet engagé à augmenter de cinq points par an la part des femmes expertes sollicitées sur ses antennes, jusqu'à atteindre la parité en 2020.

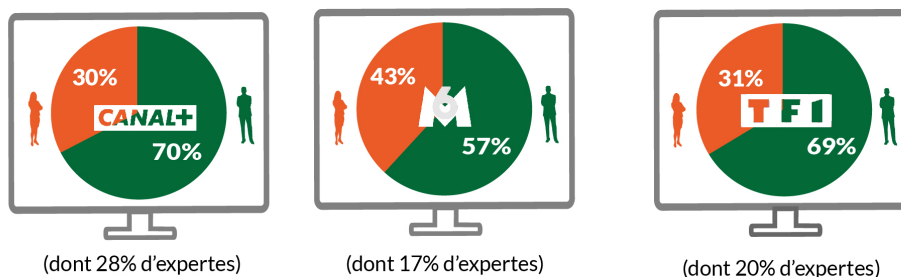
**• Un meilleur taux de présence des femmes sur les chaînes du service public**

Chaînes du service public toutes catégories confondues



Si l'on se concentre sur les résultats du service public, le taux de présence des femmes, toutes catégories confondues, est compris entre 36 % (France 5) et 56 % (France Ô). Le Conseil relève d'ailleurs avec satisfaction que les taux d'expertes ne descendent pas sous la barre des 30 % sur les chaînes où il y a le plus d'émissions de débats (France 2, France 3, France 5), ce qui est un résultat encourageant pour le groupe public souvent mis en cause pour la sous-représentation d'expertes dans certaines de ses émissions phares comme *C dans l'air* sur France 5. À noter d'ailleurs que, s'agissant particulièrement de cette émission, le taux d'expertes pour l'exercice 2016 est de 29 %, alors qu'il était de 26 % en 2014.

Chaînes privées toutes catégories confondues



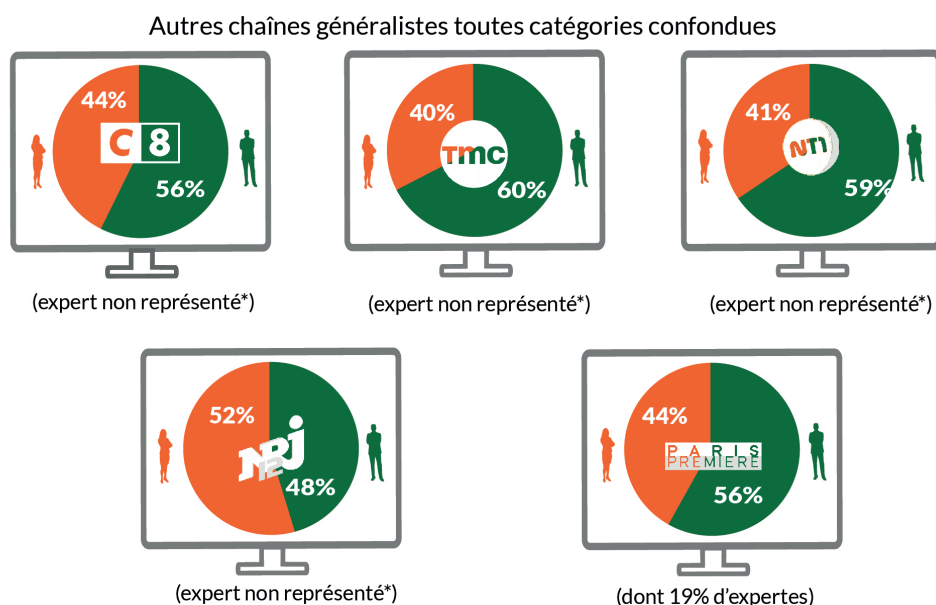
Concernant les chaînes privées généralistes - Canal+, M6 et TF1 -, le Conseil relève que le taux de femmes, toutes catégories confondues, est globalement inférieur à celui des chaînes du groupe public puisqu'il est compris entre 30 % (Canal+) et 43 % (M6).

Canal+ et TF1 ont des taux de présence de femmes nettement inférieurs à celui de M6 ; la proportion de journalistes/chroniqueuses sur Canal+ est particulièrement faible (27 %), comme l'est celle des invités politiques sur TF1 (17 %) (cf. tableau en annexe 4 présentant la proportion d'hommes et de femmes par catégories et par chaînes).



S'agissant de M6, le taux de femmes plus élevé (43 %) s'explique notamment par une présence importante de présentatrices/animatrices et journalistes/chroniqueuses. À noter toutefois que les expertes et les invitées politiques sont largement sous-représentées sur la chaîne - respectivement 17 % et 25 % - (cf. annexe 4).

Enfin, s'agissant de C8, TMC, NT1, NRJ 12 et Paris Première, le Conseil relève que la proportion de femmes, toutes catégories confondues, est plus importante que sur les chaînes généralistes historiques puisqu'elle est comprise entre 40 % (TMC) et 52 % (NRJ 12).



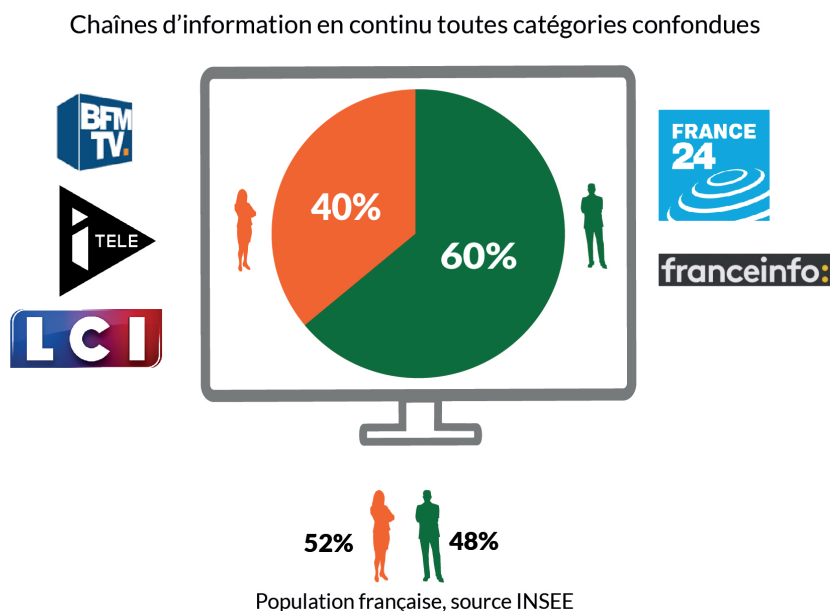
* Au cours de la concertation avec les chaînes, aucune émission n'a été retenue comme pouvant faire l'objet d'un décompte d'experts.

Cette présence relativement équilibrée s'explique notamment par l'absence d'experts sur ces chaînes – seule Paris Première en a reçus – ainsi que par le très faible nombre d'invités politiques (cf. annexe 4), ces deux catégories faisant en effet généralement fortement baisser la présence des femmes au global puisqu'elles sont largement sous-représentées dans ces dernières.

Par ailleurs, si le Conseil relève le taux élevé de femmes présentes dans les programmes de NRJ 12 (52 %), il rappelle qu'il est toutefois intervenu auprès de la chaîne au cours de l'année s'agissant de leur image. En effet, à la suite de très nombreuses plaintes de téléspectateurs concernant deux émissions phares de la chaîne, *Les anges de la télé réalité* et *Le Mad Mag*, qui dénonçaient la tenue de propos vulgaires, sexistes et stéréotypés, le Conseil a, le 18 mai 2016, mis fermement en garde la chaîne contre le renouvellement de manquements aux dispositions de l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986.

Les chaînes d'information en continu

- **Des résultats encourageants s'agissant de la présence des femmes sur les chaînes d'information en continu**



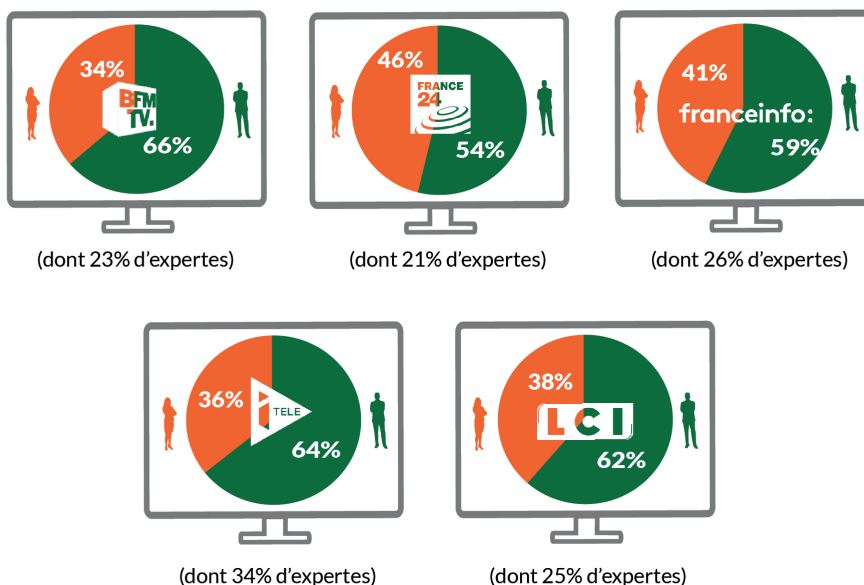
Sur les chaînes d'information en continu – BFM TV, I>Télé, LCI, franceinfo: et France 24 – le taux de présence des femmes, toutes catégories confondues, s'élève à 40 %. Ces proportions de femmes et d'hommes, relativement équilibrées, sont principalement dues à une présence satisfaisante de présentatrices/animatrices (55 %).

Si ce taux de femmes est élevé, au global, le Conseil relève toutefois que, sur ces chaînes d'information en continu, les taux d'expertes (23 %), d'autres intervenantes (24 %) et même d'invitées politiques (26 %) sont faibles.

Le Conseil note cependant que France Médias Monde a pris des engagements spécifiques en la matière dans le cadre de son contrat d'objectifs et de moyens 2016-2020. Le groupe s'est en effet engagé à ce que, en 2020, parmi les personnes présentes sur ses antennes, toutes catégories confondues, au moins 40 % soient des femmes et que celles-ci représentent 33 % dans les catégories « autre intervenant » et « expert ». Par ailleurs, dans le cadre de l'application de la délibération n° 2015-2 du Conseil, le groupe s'était fixé l'objectif d'atteindre en 2016, pour France 24, des proportions de 30-31 % de femmes dans les catégories « autre intervenant », de 25-26 % dans la catégorie « invité politique » et de 21-24 % dans la catégorie « expert ».



Chaînes d'information en continu toutes catégories confondues

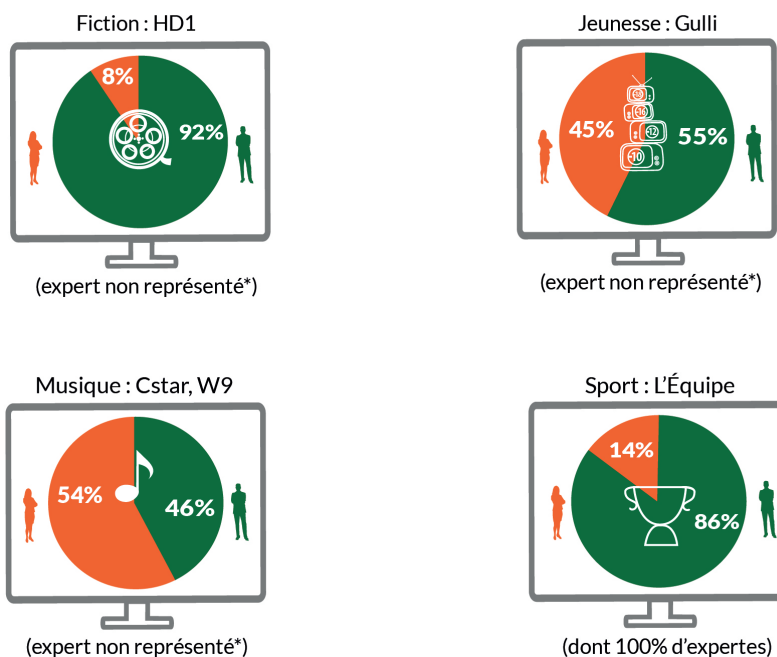


Le Conseil relève un effort particulier des chaînes d'information en continu du service public s'agissant de la présence des femmes sur leurs antennes. Ce résultat contraste avec les résultats s'agissant de la présence des expertes. En effet, les chaînes d'information en continu du service public proposent des taux de présence d'expertes encore bas : 21 % (France 24) et 26 % (franceinfo:).

Les chaînes thématiques (fiction, jeunesse, musicale, sport)

- Un taux de présence des femmes très déséquilibré selon la thématique des chaînes

Chaînes thématiques par genre toutes catégories confondues



* Au cours de la concertation avec les chaînes, aucune émission n'a été retenue comme pouvant faire l'objet d'un décompte d'expertes.



La proportion d'hommes et de femmes sur les chaînes thématiques HD1 (fiction), Gulli (jeunesse), CStar et W9 (musique) et L'Équipe (sport) varie très fortement d'une chaîne à l'autre puisqu'elle est comprise entre 8 % (HD1) et 54 % (CStar et W9).

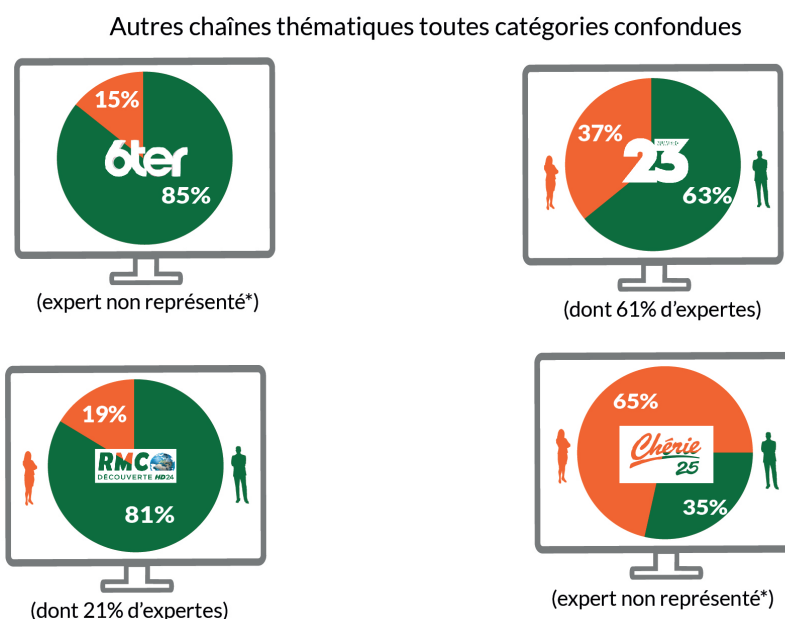
Si la présence des femmes est plutôt équilibrée sur Gulli – avec 45 % de femmes présentes à l'antenne, ce n'est pas le cas sur HD1 et L'Équipe, avec respectivement 8 % et 14 % de femmes présentes à l'antenne.

À noter que cette très faible présence de femmes pour L'Équipe est principalement due à un taux faible de journalistes/chroniqueuses (11 %) (cf. tableau récapitulatif en annexe 4).

Concernant HD1, ce très faible taux (8 %) s'explique notamment par le fait que la chaîne diffuse un seul magazine, *Les enquêtes impossibles*, présenté par un homme (cf. annexe 4).

Concernant CStar et W9, le Conseil constate que la part des femmes sur ces deux chaînes musicales est plus importante que celle des hommes, 54 % contre 46 %. Toutefois, il convient de préciser que ces chaînes, qui ont une programmation principalement dédiée à la musique, diffusent un grand nombre de vidéomusiques qui peuvent participer à véhiculer une image stéréotypée des femmes.

Pour les autres chaînes thématiques - 6ter, Numéro 23, RMC Découverte et Chérie 25, le Conseil relève que le taux de présence de femmes est également déséquilibré puisqu'il est compris entre 65 % (Chérie 25) et 15 % (6ter).



* Au cours de la concertation avec les chaînes, aucune émission n'a été retenue comme pouvant faire l'objet d'un décompte d'experts.

Concernant Chérie 25, conformément à l'article 2-3-3 de sa convention qui précise que l'éditeur : « [...] s'engage à assurer une présence majoritaire de femmes à l'antenne, en particulier, à favoriser l'expression de femmes en qualité d'expertes », la proportion de femmes est naturellement très élevée : 90 % de femmes dans la catégorie « présentateur/animateur », 100 % de journalistes/chroniqueuses et 57 % d'autres intervenantes (cf. annexe 4).

Numéro 23 compte 37 % de femmes sur ses antennes, en raison d'un taux important de présentatrices/animatrices (56 %) et d'une proportion hommes/femmes relativement équilibrée dans la catégorie « invité politique » (43 %). Le Conseil note toutefois que les femmes représentent seulement 20 % de la catégorie « journalistes/chroniqueurs » (cf. annexe 4).



RMC Découverte compte une proportion de femmes très déséquilibrée (19 %) en raison notamment d'une très forte présence de présentateurs/animateurs (89 %), d'autres intervenants-hommes (80 %) et de journalistes/chroniqueurs (74 %) (cf. annexe 4).

Enfin, la proportion de femmes peu élevée sur 6ter (15 %) s'explique par le très faible taux de présentatrices/animateuses (14 %). À noter que la chaîne ne fait intervenir ni journaliste ni expert ou invité politique (cf. annexe 4).

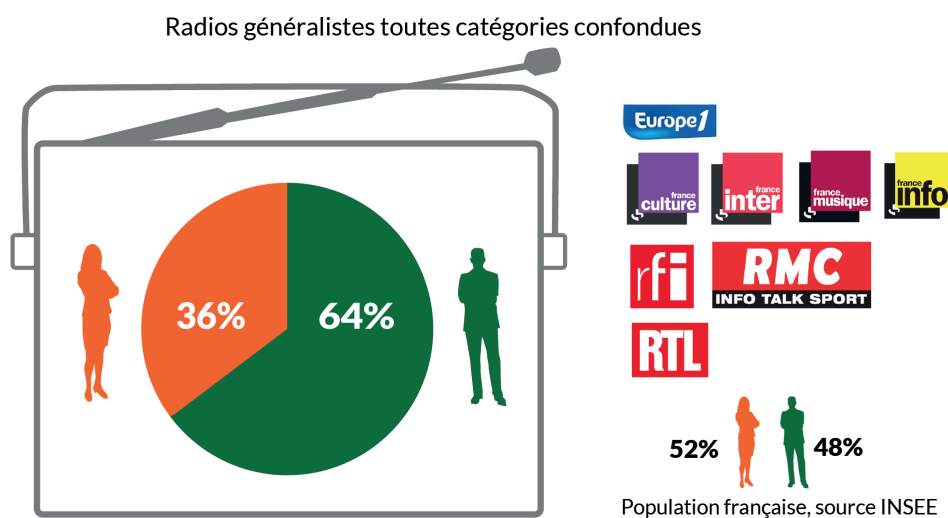
La présence des femmes et des hommes sur les chaînes de radio

Il est également apparu pertinent d'analyser tout particulièrement la présence des femmes et des hommes à la radio sur deux catégories marquantes :

- les radios généralistes ;
- les radios musicales.

Les radios généralistes

- **Des efforts importants restent encore à fournir sur les radios généralistes s'agissant de la présence des femmes**

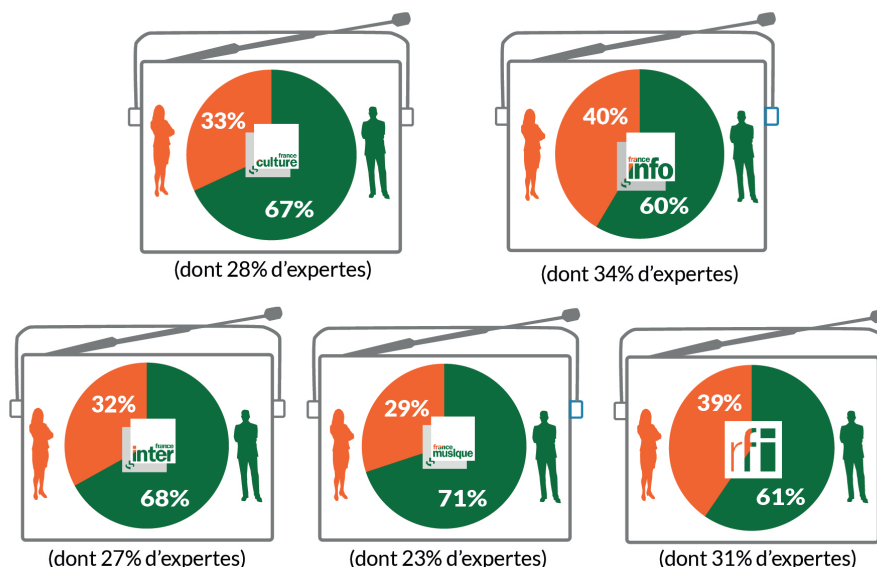


Si l'on se concentre sur les radios généralistes – Europe 1, France Culture, France Info, France Inter, France Musique, RFI, RMC et RTL - la présence des femmes, toutes catégories confondues, s'élève à 36 %. Le Conseil constate, comme pour la télévision, que les femmes sont principalement présentes dans la catégorie « présentateur/animateur » (47 %) et sous-représentées dans la catégorie « expert » (29 %).



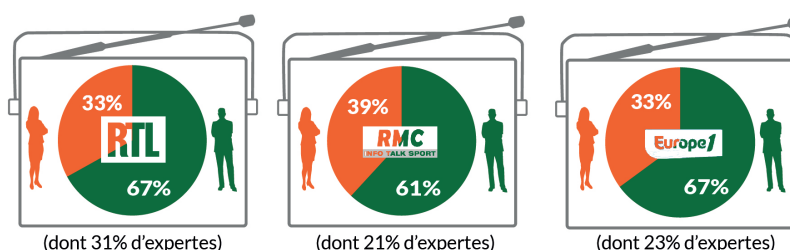
S'agissant des radios du secteur public, le Conseil note que la part des femmes sur ces antennes ne dépasse pas la part des femmes toutes radios généralistes confondues (36%), excepté pour France Info et RFI (respectivement 40% et 39%).

Radios généralistes du service public toutes catégories confondues



En ce qui concerne RFI, France Médias Monde s'était fixé comme objectif à l'occasion de sa déclaration annuelle prévue par la délibération du Conseil du 4 février 2015, et en plus des engagements chiffrés pris dans son nouveau contrat d'objectifs et de moyens 2016-2020⁴, d'atteindre 30-31 % d'expertes, 31-32 % d'autres intervenantes et 20-22 % d'invitées politiques. Ces objectifs ont été remplis dans toutes les catégories et notamment pour les expertes puisque la chaîne en compte 31 %.

Radios généralistes privées toutes catégories confondues



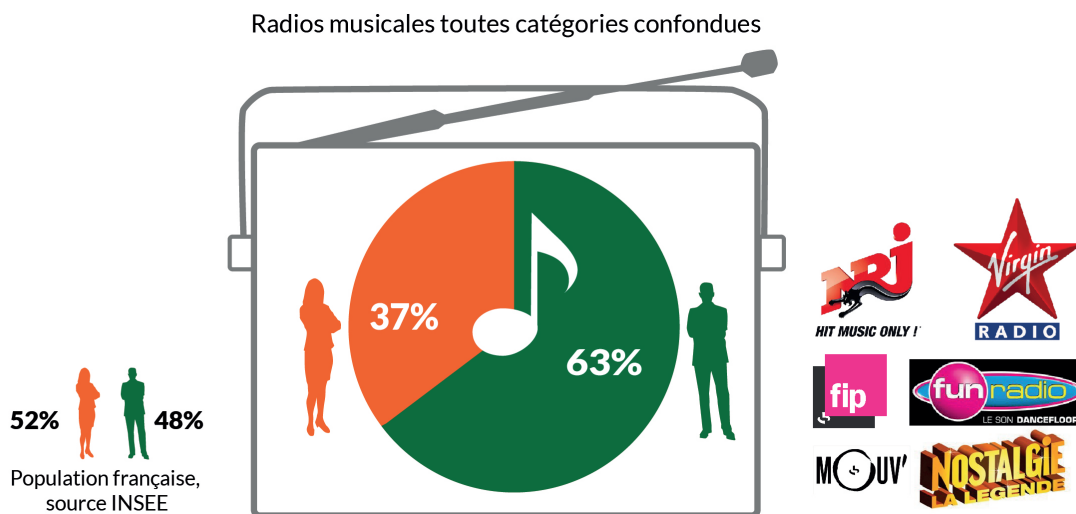
S'agissant des radios généralistes privées, le Conseil relève qu'elles présentent des taux de femmes quasi-équivalents à ceux des radios généralistes du service public (entre 33 % et 39 % contre 29 % et 40 %). Cependant, les expertes sont globalement moins présentes sur les radios généralistes privées que sur les radios du secteur public.

⁴ Le groupe s'est engagé à ce que, en 2020, parmi les personnes présentes sur ses antennes, toutes catégories confondues, au moins 40 % soient des femmes et que celles-ci représentent 33 % dans les catégories « autre intervenant » et « expert ».



Les radios musicales

• Des journalistes/chroniqueuses très présentes sur les radios musicales



Si l'on se concentre sur la proportion d'hommes et de femmes, au global, sur les radios musicales – FIP, Fun Radio, Le Mouv', Nostalgie, NRJ et Virgin Radio –, elle s'élève à 37 %.

Dans le cadre de son premier bilan pour l'exercice 2015, le Conseil avait déjà relevé que cette proportion était globalement équilibrée pour les radios musicales sur la catégorie « journaliste/chroniqueur ». Ce constat se confirme puisque pour l'exercice 2016, cette proportion s'élève à 46 %.

Indicateurs qualitatifs relatifs à la représentation des femmes à l'antenne

Conformément à la délibération n° 2015-2 relative au respect des droits des femmes adoptée le 4 février 2015, les éditeurs sont tenus de diffuser chaque année des programmes et/ou sujets contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes, ainsi que des programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé. Ils communiquent tout au long de l'année au Conseil la liste de ces programmes.

Méthodologie

S'agissant des programmes et/ou sujets contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes, ont été acceptés à ce titre tous ceux qui traitent de ces sujets, quels que soient leur forme (série de programmes courts, unitaires, sujets traités, etc.) et leur genre (fiction, documentaire, débat).

S'agissant des programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé, ont été acceptés à ce titre les programmes « jeunesse », de fiction et de télé-réalité n'ayant obtenu que des réponses positives aux questions formulées dans les grilles de lecture qui se trouvent en annexes de la délibération précitée (cf. annexe 1). Ces programmes sont déclarés par les chaînes sur l'ensemble de l'année, de manière non exhaustive.

Le Conseil a procédé à une vérification de l'ensemble de ces programmes.



Programmes luttant contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes

Programmes et/ou sujets déclarés par les chaînes de télévision

Pour l'année 2016, la plupart des chaînes de télévision soumises à la délibération⁵ ont déclaré des programmes et/ou sujets contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes.

**Programmes et/ou sujets déclarés de manière non exhaustive par les chaînes et contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes⁶**

Chaînes	Nombre de programmes et/ou sujets déclarés et validés	Volume horaire
6TER	15 programmes et/ou sujets représentant 362 heures	4 %
BFMTV	42 programmes et/ou sujets	-
Canal Plus	63 programmes et/ou sujets représentant 349 heures	4 %
Chérie 25	69 programmes et/ou sujets représentant 820 heures	9 %
France 24	59 programmes et/ou sujets	-
France 2	31 programmes et/ou sujets représentant 65 heures	0,7 %
France 3	10 programmes et/ou sujets représentant 194 heures	2 %
France 4	100 programmes et/ou sujets représentant 145 heures	2 %
France 5	27 programmes et/ou sujet représentant 31 heures	0,4 %
France Ô	41 programmes et/ou sujet représentant 194 heures	2 %
Gulli	5 programmes et/ou sujets représentant 66 heures	0,8 %
HD1	9 programmes et/ou sujets représentant 1811 heures	21 %
I>Télé	16 programmes et/ou sujets	-
LCI	5 programmes et/ou sujets	-
L'Equipe	285 programmes et/ou sujets	-
M6	13 programmes et/ou sujets représentant 20 heures	0,2 %
NRJ 12	30 programmes et/ou sujets représentant 643 heures	7 %
NT1	13 programmes et/ou sujets représentant 70 heures	0,8 %
Numéro 23	41 programmes et/ou sujets représentant 1186 heures	14 %
RMC Découverte	5 programmes et/ou sujets représentant 203 heures	3 %
TF1	21 programmes et/ou sujets représentant 54 heures	0,6 %
TMC	10 programmes et/ou sujets représentant 41 heures	0,5 %
W9	6 programmes et/ou sujets représentant 25 heures	0,3 %

Source : Données fournies par les chaînes de télévision début 2017¹

*Certaines chaînes n'ayant pas eu accès à la base de diffusion du CSA, les volumes horaires des programmes acceptés n'ont pas pu être calculés.

⁵ Seules CStar, Paris Première et franceinfo: n'ont pas transmis de déclaration au Conseil

⁶ Le volume important déclaré par certaines chaînes s'explique soit par la longueur des séries déclarées, soit par un grand nombre de rediffusions de ces programmes, soit par les deux.



Le Conseil constate que, parmi les programmes déclarés, figurent de très nombreux documentaires traitant des violences faites aux femmes en France (ex : *Le jour où tout a basculé : je suis victime de violences conjugales, etc.*) et dans le monde (ex : *Arrachées à Daech*). Les chaînes ont également déclaré de nombreux magazines consacrés à des femmes ayant marqué l'histoire politique, culturelle ou sportive (ex : *Menu Président 2017, Secrets d'Histoire, Romy de tout son cœur, Belle histoire de l'athlétisme féminin, etc.*).

Par ailleurs, un grand nombre de fictions audiovisuelles et cinématographiques ont également été considérées par le Conseil comme contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes en raison du rôle central et dénué de préjugés sexistes attribué aux personnages principaux féminins (ex : *We want sex equality, Il m'a appelée Malala, etc.*).

Enfin, un nombre important de rencontres sportives féminines (ex : football, rugby) ont été déclarées par les chaînes. À noter que la tenue des Jeux olympiques de Rio en septembre 2016 a conduit à la diffusion d'un nombre important de rencontres sportives féminines sur les chaînes de télévision qui ont retransmis les épreuves (Canal+ et France Télévisions).

Le Conseil relève que certaines chaînes ont été particulièrement impliquées dans la diffusion de programmes et/ou sujets contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes. L'Équipe en a déclarés pas moins de 285, mais cela est principalement dû à la retransmission, tout au long de l'année, de rencontres sportives féminines. France 4 a diffusé 100 programmes représentant 2 % du volume horaire annuel de programmation.

En revanche, d'autres chaînes comme Gulli et LCI se distinguent par un faible volume horaire de programmes luttant contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes.

Le Conseil relève que, de manière générale, les chaînes ont réservé une faible part de leur temps d'antenne à ces programmes : en effet, le volume horaire consacré à ces programmes ne dépasse pas 21 % (HD1 pour 9 programmes) et tombe même jusqu'à 0,2 % (M6).



Programmes et/ou sujets déclarés par les chaînes de radio

Pour l'année 2016, la plupart des stations de radio soumises à la délibération⁷ ont déclaré, de manière non exhaustive, des programmes et/ou sujets contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes.



Programmes et/ou sujets déclarés de manière non exhaustive par les chaînes et contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes

Radios	Nombre de programmes et/ou sujets déclarés et validés
Europe 1	103 programmes et/ou sujets
France Culture	33 programmes et/ou sujets
France Info	61 programmes et/ou sujets
France Inter	33 programmes et/ou sujets
France Musique	2 programmes et/ou sujets
Mouv'	14 programmes et/ou sujets
Nostalgie	8 programmes et/ou sujets
NRJ	8 programmes et/ou sujets
RFI	74 programmes et/ou sujets
RMC	14 programmes et/ou sujets
RTL	38 programmes et/ou sujets
Virgin Radio	22 programmes et/ou sujets

Source : Données fournies par les chaînes de radio début 2017⁸

S'agissant des radios généralistes - Europe 1, France Culture, France Info, France Inter, France Musique, RFI, RMC et RTL -, le Conseil relève que Europe 1, avec 103 programmes (80) et/ou sujets (23) (ex : *Il n'y en a pas deux comme elle*, chronique consacrée à la différence de salaire homme /femme, etc.), se distingue comme la radio ayant déclaré le plus de programmes. En revanche, RMC est la radio généraliste qui en a diffusés le moins avec seulement 14 programmes et/ou sujets déclarés.

S'agissant des radios musicales – Le Mouv', Nostalgie, NRJ et Virgin Radio – le Conseil note que Virgin radio⁹ est celle qui a déclaré le plus de programmes luttant contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes (22).

À noter que pour les chaînes de télévision et les radios, le Conseil a considéré que 47 programmes déclarés par les chaînes comme contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes ne pouvaient pas être considérés comme tels car ils n'abordaient pas ces thématiques. Ces programmes ont donc été décomptés des déclarations.

⁷ Toutes les stations de radio ont déclaré des programmes, à l'exception de FIP et Fun radio.

⁸ Certaines chaînes n'ayant pas eu accès à la base de diffusion du CSA, les volumes horaires des programmes acceptés n'ont pas pu être calculés.

⁹ Virgin Radio a déclaré de nombreux sujets (12) consacrés notamment à la Journée de la Femme.



Programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé

Pour l'année 2016, la plupart des chaînes de télévision soumises à la délibération ont déclaré des programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé¹⁰.



Programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé (chaînes de télévision)¹¹

Chaînes	Nombre de programmes déclarés et validés	Volume horaire
6TER	18 programmes représentant 980 heures	11 %
C8	Aucun programme validé	-
Canal Plus	5 programmes représentant 160 heures	2 %
Chérie 25	13 programmes représentant 513 heures	6 %
France 2	25 programmes représentant 437 heures	5 %
France 3	132 programmes représentant 204 heures	2 %
France 4	8 programmes représentant 302 heures	3 %
France 5	5 programmes représentant 23 heures	0,3 %
France Ô	13 programmes représentant 637 heures	7 %
Gulli	45 programmes représentant 2260 heures	26 %
HD1	16 programmes représentant 3020 heures	34 %
M6	24 programmes représentant 752 heures	9 %
NRJ 12	6 programmes représentant 584 heures	7 %
NT1	6 programmes représentant 1011 heures	12 %
Numéro 23	32 programmes représentant 1280 heures	15 %
RMC Découverte	1 programme représentant 2 heures	0,02 %
TF1	32 programmes représentant 983 heures	11 %
TMC	11 programmes représentant 1321 heures	15 %
W9	6 programmes représentant 473 heures	5 %

Le Conseil constate le nombre très important de programmes considérés comme non stéréotypés diffusés par France 3 (132). Ce résultat très positif s'explique par la diffusion de nombreuses fictions mettant à l'honneur des personnages féminins (ex : *Capitaine Marleau*, *Les enquêtes de Vera*, *Origines*).

À noter que HD1, avec 16 programmes diffusés représentant un volume horaire de 34 % de son volume horaire annuel de diffusion, est la chaîne qui accorde le plus de temps d'antenne à ces programmes.

En revanche, le Conseil constate que RMC Découverte est la chaîne qui diffuse le moins de programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé et qui accorde le moins de temps d'antenne à ces derniers (0,02 % de son volume horaire annuel de diffusion).

131 programmes déclarés par les chaînes n'ont pas été retenus puisqu'ils ne correspondaient pas aux genres de programmes acceptés à ce titre.

¹⁰ Au regard des genres retenus pour cette catégorie (fiction, jeunesse, télé réalité), les chaînes d'information en continu et les radios ne sont pas concernées par cette déclaration.

¹¹ À noter que certains programmes déclarés comme luttant contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes se retrouvent dans cette liste.



Les actions du Conseil supérieur de l'audiovisuel en matière de droits des femmes, pour l'exercice 2016

Les actions présentées ci-après sont celles qui ont été entreprises en 2016 par le Conseil, sous l'impulsion du groupe de travail « Droits des femmes » ainsi que de son comité d'orientation.

Les interventions du Conseil s'agissant de la représentation des femmes à l'antenne

Depuis l'adoption, le 4 août 2014, de la loi n°2014-873 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes qui a inséré un quatrième alinéa à l'article 3-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 confiant au Conseil la mission de veiller : « *d'une part, à une juste représentation des femmes et des hommes dans les programmes des services de communication, d'autre part, à l'image des femmes qui apparaît dans ces programmes, notamment en luttant contre les stéréotypes, les préjugés sexistes, les images dégradantes, les violences faites aux femmes et les violences commises au sein du couple.* », le Conseil est intervenu quatorze fois auprès des chaînes (cf. relevé de décisions du Conseil s'agissant des droits des femmes en annexe 5).

En 2016, deux lettres simples ont été adressées, quatre mises en garde ont été adoptées, deux mises en demeure ont été prononcées et le directeur général a transmis au rapporteur indépendant un dossier susceptible de justifier l'engagement d'une éventuelle sanction.

L'implication du Conseil dans la représentation des femmes dans les messages publicitaires

Le groupe de travail « Droits des femmes » a souhaité approfondir, au cours des deux dernières années, la question de la représentation des femmes dans la publicité, où les stéréotypes peuvent être particulièrement présents.

Dans cette optique, quatre rencontres avec l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) ont eu lieu entre 2015 et 2016 et deux propositions d'actions ont été soumises à l'Autorité : la première consistait en la réalisation d'une étude conjointe (CSA/ARPP) sur l'image des femmes dans la publicité et la seconde concernait une modification de sa recommandation « Image de la personne humaine » pour en renforcer les dispositions s'agissant de l'image des femmes.

Ces deux propositions d'actions ont été réalisées par l'ARPP en 2016. En effet, par un courrier en date du 8 avril 2016, l'ARPP a informé le Conseil des modifications qu'elle a apportées à sa recommandation « Image de la personne humaine », qui s'intitule désormais « Image et respect de la personne ». Les dispositions relatives à l'image des femmes s'en trouvent renforcées. Puis, le 4 novembre 2016, l'ARPP a présenté au Conseil les premiers résultats de l'étude conjointe (CSA/ARPP) sur l'image des femmes dans la publicité qui devrait être publiée dans le courant du premier semestre 2017.

Enfin, depuis l'adoption de la loi n° 2017-86 relative à l'égalité et à la citoyenneté, le 27 janvier 2017, le Conseil se voit confier une nouvelle compétence s'agissant de la représentation des femmes dans les messages publicitaires. La loi précitée a, en effet, inséré à l'article 14 de la loi de 1986 la disposition suivante : « *Il veille au respect de la dignité de toutes les personnes et à l'image des femmes qui apparaissent dans ces émissions publicitaires.* »



Un dialogue régulier et constructif avec les principales associations de défense des droits des femmes

En 2016 et début 2017, le groupe de travail a auditionné à deux reprises des associations féministes.

La première audition a eu lieu le 18 novembre 2016 en présence des représentants de « Les Chiennes de garde », « Voxfemina », « Femmes solidaires », « Osez le Féminisme », « Le laboratoire de l'égalité » et la « Coordination française pour le lobby européen des femmes ». Cette réunion a été l'occasion de leur présenter ses dernières actions et de les encourager à saisir le Conseil. À ce sujet, les associations ont appelé l'attention du Conseil sur leur besoin de pédagogie : afin de ne pas décourager leurs membres à saisir le Conseil, il leur semblerait nécessaire que ce dernier les informe du processus de traitement des plaintes. Par ailleurs, à la suite de cette réunion, la présidente de « Les Chiennes de garde » a indiqué vouloir mettre en place, d'une part, des réunions plus fréquentes entre les associations et, d'autre part, un « prix » mettant en avant les émissions présentant une image des femmes déplorable.

La seconde réunion a eu lieu le 10 janvier 2017 avec l'audition du service juridique de la Fondation des Femmes. Cette rencontre a été l'occasion d'évoquer, d'une part, les actions que souhaite mettre en place la Fondation (ex : lancement d'une campagne sur l'image des femmes sur internet, etc.) et, d'autre part, la manière dont le service juridique pourrait aider les associations à saisir le Conseil sur la base de l'article 42 de la loi de 1986.

Les préconisations du Comité d'orientation « Droits des femmes »

Au cours de l'année 2016, le comité d'orientation s'est réuni deux fois : le 8 mars et le 18 octobre. Dans le cadre de cette dernière réunion, plusieurs axes de travail ont été envisagés par les membres du comité. En effet, ils souhaiteraient mener une réflexion sur les moyens d'accès à la production audiovisuelle des réalisatrices, s'intéresser à la place des violences faites aux femmes dans les programmes audiovisuels, ainsi que sensibiliser les grands groupes industriels afin qu'ils accordent les messages revendiqués dans leurs campagnes publicitaires, s'agissant de la représentation des femmes, à leurs mesures en matière de ressources humaines.

Par ailleurs, le comité souhaiterait mener une réflexion sur l'image des femmes dans les vidéomusiques, très souvent problématique, en veillant à prendre en compte les modalités de production de ces contenus.



Actions pour l'avenir et préconisations

- Inciter les éditeurs à définir des objectifs de progression pour améliorer la présence des femmes sur leurs antennes et notamment des expertes

S'agissant des données quantitatives, le Conseil constate, comme l'année dernière, que, globalement, les femmes sont moins représentées à l'antenne que les hommes.

Il persiste en effet une sous-représentation de ces dernières chez les « experts » et « invités politiques » aussi bien pour les radios que pour les télévisions. Le Conseil encourage les éditeurs à rendre publics des objectifs de progression en la matière afin que cela se répercute sur leurs antennes.

Les catégories des « présentateurs/animateurs » et des « journalistes/chroniqueurs » présentent en revanche une répartition plus équilibrée des hommes et des femmes concernant leur présence.

Des engagements concernant les expertes notamment pourraient être pris dans le cadre des contrats d'objectifs et de moyens pour les sociétés nationales de programmes, dans les conventions pour les chaînes et radios privées ainsi qu'à l'occasion des déclarations annuelles prévues par la délibération du Conseil du 4 février 2015 .

- Inciter les éditeurs à augmenter les volumes horaires consacrés aux programmes luttant contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes et les programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé

S'agissant des données qualitatives, le Conseil souhaiterait que les chaînes déclarent de manière plus complète les programmes luttant contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes qui ne représentent en moyenne que 3 % des programmes diffusés, ainsi que les programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé, qui ne représentent en moyenne que 9 % des programmes diffusés, ce qui demeure très faible.

- Favoriser l'accès à la production audiovisuelle des réalisatrices

- Mieux appréhender l'image des femmes dans la publicité, dans le cadre des nouvelles missions confiées au Conseil par la loi du 27 janvier 2017 relative à l'égalité et à la citoyenneté

- Ouvrir un dialogue pour améliorer la représentation des femmes dans les vidéomusiques.

Le Conseil constate de manière générale que les vidéomusiques véhiculent une mauvaise image des femmes. Une réflexion sera donc engagée en 2017 sur ce sujet.



Annexe 1

Délibération n° 2015-2 du 4 février 2015 26

Annexe 2

Contributions de Arte, LCP et Public Sénat 32

Annexe 3

Composition du comité d'orientation « Droits des femmes »
au 17 février 2017 36

Annexe 4

Tableau présentant les parts d'hommes et de femmes par chaînes
et par catégories 37

Annexe 5

Relevé de décisions du Conseil supérieur de l'audiovisuel
en matière de droit des femmes de 2014 à 2016 39



Annexe 1

Délibération n° 2015-2 du 4 février 2015

Délibération n° 2015-2 du 4 février 2015 relative au respect des droits des femmes par les sociétés mentionnées à l'article 20-1-A de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel,

Vu la loi n° 2014-873 du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes ;

Vu la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, notamment ses articles 1er, 3-1, 20-1 A, 41-3, 43-11 et 44 ;

Après en avoir délibéré,

Décide :

La loi n° 2014-873 du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes a inséré un quatrième alinéa à l'article 3-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 qui confie notamment au conseil la mission de veiller, *« d'une part, à une juste représentation des femmes et des hommes dans les programmes des services de communication audiovisuelle et, d'autre part, à l'image des femmes qui apparaît dans ces programmes, notamment en luttant contre les stéréotypes, les préjugés sexistes, les images dégradantes, les violences faites aux femmes et les violences commises au sein du couple »*.

Pour remplir cet objectif, un nouvel article 20-1 A a été inséré dans la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 en vertu duquel *« les sociétés nationales de programme mentionnées à l'article 44, ainsi que les services de télévision à caractère national et les services de radio appartenant à un réseau de diffusion à caractère national, diffusés par voie hertzienne terrestre, contribuent à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes en diffusant des programmes relatifs à ces sujets. Ces services fournissent au Conseil supérieur de l'audiovisuel des indicateurs qualitatifs et quantitatifs sur la représentation des femmes et des hommes dans leurs programmes et permettant au conseil d'apprécier le respect des objectifs fixés au quatrième alinéa de l'article 3-1. Ces informations donnent lieu à une publication annuelle. Le conseil fixe les conditions d'application du présent article, en concertation avec les services mentionnés au premier alinéa du présent article. »*

Le conseil a procédé à une large concertation avec l'ensemble des éditeurs de services de télévision et de radio concernés par les dispositions de l'article 20-1 A de loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et des représentants des auteurs et des producteurs afin d'adopter la présente délibération.

Elle est applicable aux sociétés nationales de programme mentionnées à l'article 44 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986, ainsi qu'aux services de télévision à caractère national et aux services de radio appartenant à un réseau de diffusion à caractère national, diffusés par voie hertzienne terrestre. Les services de télévision et de radio ne répondant pas à cette définition peuvent décider de s'y soumettre volontairement.



La présente délibération a pour objet, en application de l'article 20-1 A de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986, de préciser les programmes relatifs à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes que ces services doivent diffuser, de fixer les indicateurs qualitatifs et quantitatifs sur la représentation des femmes et des hommes dans les programmes et d'encourager les diffuseurs à souscrire des engagements volontaires chaque année.

I. Diffusion de programmes contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes

Les éditeurs sont tenus de diffuser chaque année des programmes et sujets contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes.

Est considéré comme tel tout programme, quels que soient sa forme (série de programmes courts, unitaires, sujets traités...) et son genre (fiction, documentaire, débat) qui s'attache à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes, notamment les programmes dénués de stéréotypes féminins, portant spécifiquement sur la problématique de l'égalité femmes/hommes, mettant en valeur le rôle et la place des femmes dans la société ou encore luttant contre les violences faites aux femmes.

Les éditeurs communiquent chaque année au conseil la liste de ces programmes en précisant ceux diffusés aux heures de grande écoute pour les services de télévision.

II. Indicateurs quantitatifs et qualitatifs relatifs à la juste représentation des femmes et des hommes et à l'image des femmes dans les programmes

A. Les indicateurs quantitatifs sur la représentation des femmes et des hommes dans les programmes des services de télévision et de radio

Les éditeurs qui diffusent des programmes d'information (journaux et magazines d'information), des magazines, des divertissements, des retransmissions sportives et des documentaires fournissent au conseil pour chaque genre de programme :

- le nombre de présentateurs et/ou animateurs répartis par sexe et leur proportion respective ;
- le nombre de journalistes et/ou chroniqueurs répartis par sexe et leur proportion respective ;
- le nombre d'experts des émissions de plateaux (hors reportages, témoignages ou documentaires) répartis par sexe et leur proportion respective ;
- le nombre des autres intervenants et/ou invités politiques des émissions de plateaux (hors reportages, témoignages ou documentaires) répartis par sexe et leur proportion respective.

Les listes des présentateurs et/ou animateurs, des journalistes et/ou chroniqueurs, des experts des émissions de plateaux ainsi que des autres intervenants et/ou invités politiques des émissions de plateaux sont communiquées au conseil à sa demande aux seules fins de vérification.



B. Les indicateurs qualitatifs sur la représentation des femmes et des hommes dans les programmes

Tout éditeur de service de radio ou de télévision qui diffuse des programmes « jeunesse », des fictions audiovisuelles et des programmes dits de télé-réalité met en œuvre un système d'auto-évaluation sur le fondement de grilles de lecture, élaborées par le conseil en coopération avec le Haut Conseil à l'égalité et soumises aux éditeurs durant la concertation.

Les éditeurs communiquent chaque année au conseil la liste des programmes qui peuvent se prévaloir d'un caractère non stéréotypé au regard de ces grilles de lecture. Plus un programme obtient de réponses positives aux questions formulées dans les grilles de lecture, moins il est stéréotypé. Le choix de présentation de cette liste est à la discrétion de l'éditeur qui pourra choisir de la présenter de manière exhaustive, en précisant les réponses obtenues pour chaque programme de la liste, ou en se limitant à une énumération des programmes.

III. - Engagements optionnels

A. - La programmation

Afin de faire progresser la représentation des femmes et lutter contre les stéréotypes féminins, les éditeurs de services peuvent s'engager sur :

- pour les services de télévision, la diffusion d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques réalisées par des femmes, notamment aux heures de grande écoute ;
- la fixation d'un nombre minimal de programmes contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes à diffuser au cours de l'année, dont une proportion de programmes inédits. Une montée en charge pluriannuelle peut également être prévue. La garantie d'exposition de tout ou partie de ces programmes à des heures de grande écoute pourra être considérée comme un engagement complémentaire ;
- la production d'un programme court de fiction ou d'animation, diffusé sous la forme d'une campagne d'information, dont les modalités de diffusion (période, plage horaire, fréquence, durée) sont déterminées en concertation avec le conseil ;
- le nombre de sujets signés par des femmes journalistes dans les programmes d'information ;
- la nature des sujets traités par des femmes dans l'information et les magazines.

B. - Les ressources humaines

Chaque éditeur peut proposer au conseil des engagements pour améliorer la représentation des femmes au sein de ses équipes :

- l'organisation de sessions de formation à la prise de parole dans les médias pour les femmes identifiées en tant qu'expertes (dans le cadre de l'établissement de leurs bases de données d'expertes) ;
- la mixité dans l'exercice des postes d'encadrement à pourvoir ainsi que la mise en place d'une organisation interne permettant de détecter talents et potentiels et d'assurer, grâce à des mesures spécifiques d'accompagnement, le développement de leurs carrières.



IV. - Modalités de mise en œuvre de la présente délibération

L'éditeur communique au conseil chaque année, avant le 31 janvier, la liste des programmes contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes, l'ensemble des indicateurs qualitatifs et quantitatifs, et, le cas échéant, son analyse du respect des engagements optionnels de l'année précédente en application des I, II et III de la présente délibération.

Par ailleurs, l'éditeur peut proposer au conseil par courrier, au plus tard le 30 novembre de chaque année, les engagements optionnels qu'il prend, pour l'année suivante, en application du III de la présente délibération. Dès leur acceptation par le conseil, les propositions de l'éditeur valent engagements au sens de la présente délibération.

V. - Suivi assuré par le conseil

Le conseil procède, chaque année, à l'analyse des indicateurs qualitatifs et quantitatifs. Pour pallier les insuffisances qu'il aura éventuellement relevées, des objectifs de progression sont, pour l'année à venir, déterminés en concertation avec les éditeurs concernés.

Le conseil examine également la mise en œuvre des engagements optionnels pris par les éditeurs. La liste des programmes contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes, l'ensemble des indicateurs, les objectifs de progression ainsi que les engagements optionnels pris par les éditeurs sont rendus publics par le conseil dans le cadre du rapport qu'il établit chaque année en application de l'article 20-1 A de la loi du 30 septembre 1986.

La présente délibération entrera en vigueur le 1^{er} mars 2015 et sera publiée au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 4 février 2015.

Pour le Conseil supérieur de l'audiovisuel :
Le président,
O. SCHRAMECK





Annexes

Indicateurs de la présence de stéréotypes dans les fictions

(Pour prendre en compte les fictions audiovisuelles où il n'y a pas un seul premier rôle féminin, lorsque la question concerne ce premier rôle, remplacer « le premier rôle féminin » par « la majorité des rôles féminins. »)

1. Y a-t-il au moins une femme qui ait un rôle important ?
2. Y a-t-il au moins une autre femme qui ait un rôle important ?
3. Quand deux femmes se parlent, évoquent-elles autre chose que leur vie personnelle ?
4. Le premier rôle féminin a-t-il un travail ou est-il en recherche d'emploi ?
5. a. Y a-t-il au moins une femme avec un rôle important qui ait une activité décisionnaire (dans la sphère professionnelle/politique/associative ou le cercle familial) ?
b. À l'inverse, y a-t-il au moins un homme qui évolue, autant que les personnages féminins, dans la sphère privée/familiale/domestique ?
6. Au-delà des difficultés auxquelles elle est confrontée dans la sphère publique et privée, est-elle globalement indépendante et libre de ses choix ?
7. Son comportement échappe-t-il globalement aux archétypes de sexe (exemples non exhaustifs : la bavarde, la séductrice, la coquette, l'acheteuse compulsive, etc.) ?

Indicateurs de la présence de stéréotypes dans les programmes jeunesse

(Animations, fictions avec images de synthèse et fictions audiovisuelles mettant en scène des enfants ou des adolescents)

1. Y a-t-il un personnage principal de sexe féminin qui ait un rôle important ?
2. Y a-t-il au moins un autre personnage de sexe féminin important ?
3. a. Les personnages de sexe féminin adultes évoluent-ils en dehors de la sphère domestique ?
b. À l'inverse, les personnages de sexe masculin adultes évoluent-ils, autant que les personnages féminins, à l'intérieur de la sphère domestique ?
4. Les personnages échappent-ils aux stéréotypes comportementaux ?
 - Les personnages de sexe féminin échappent-ils à des traits de caractère associés à certaines faiblesses (exemple : émotivité, passivité, timidité, effacement)
 - Le comportement des personnages de sexe féminin échappe-t-il aux archétypes de sexe (exemples non exhaustifs : la bavarde, la séductrice, la coquette, l'acheteuse compulsive, etc.) ?
5. Les personnages de sexe féminin sont-ils caractérisés par autre chose que le souci de leur apparence physique ?



Indicateurs relatifs aux programmes dits de télé réalité

(La grille s'applique à un programme de télévision suivant des personnes sélectionnées puis réunies dans un cadre donné, dans le but de réaliser des objectifs fixés par la production et permettant l'observation, par le téléspectateur, de la réalisation d'actions de la vie quotidienne)

1. Le sujet de l'émission est-il de développer un talent personnel ou d'améliorer une compétence plutôt que de tester des personnes en situation de dépendance ou de recherche amoureuse ?
2. Les participants échappent-ils aux codes de « l'hyper sexualisation » ? :
 - les participantes ne cherchent pas de manière caricaturale à ressembler à un idéal de beauté véhiculé par la société ?
 - Les participantes n'ont pas recours systématiquement à la séduction ?
 - Les tenues des participantes sont-elles en adéquation avec la situation du moment ?
 - Les participants échappent-ils aux archétypes de sexe (exemples non exhaustifs : le séducteur, l'hyper-viril) ?
3. La présentation des participantes (dans le générique ou au début de l'émission lors des présentations) est-elle aussi valorisante que celle de leurs homologues masculins ?
4. Les participantes renvoient-elles globalement une image d'indépendance par rapport aux hommes ?
5. Évite-t-on de voir une répartition non équilibrée et sexuée des tâches de la vie quotidienne ou de la vie communautaire ?



Annexe 2

Contributions de Arte, LCP et Public Sénat

Arte et l'égalité Homme-femme

Dans l'entreprise

Les équipes d'Arte France sont composées de 70 % de femmes. À noter que 60 % des postes de direction sont occupés par des femmes.

S'agissant de la présence des femmes à l'antenne

Les principales émissions quotidiennes sont présentées par des femmes (*28 minutes* avec Élisabeth Quin et Nadia Dam, *Le Journal* avec Kadi Adoum Douass et Marie Labory pour la France, Nazan Gökdemir pour l'Allemagne, la soirée *Thema* du mardi avec Émilie Aubry et Andrea Fies, *Arte Journal Junior* (3 femmes pour 1 homme), *Xenius* (un duo homme/femme). Seuls *Vox Pop* et *Philosophie* sont présentées par des hommes.

S'agissant des expert(e)s, en 2016, la barre des 30 % est dépassée en moyenne sur 8 émissions observées (avec près de 32 % d'expertes). Ce taux est en progression par rapport aux années précédentes, notamment grâce aux émissions *Le Journal* qui en invite plus de 36 %, *28 Minutes* qui avoisine les 35 % et surtout *Philosophie* qui atteint la parité avec 52 % d'expertes. En 2017, Arte s'engage à poursuivre ses efforts. Pour la première fois, le projet stratégique du groupe Arte intègre un indicateur de suivi sur la proportion d'expertes avec comme ambition de faire systématiquement mieux chaque année. Ce projet a été décidé en commun avec l'équipe allemande de la chaîne, plus rétive à la mesure. Le groupe Arte espère pouvoir atteindre la parité en 2021.

S'agissant de la lutte contre les stéréotypes

De nombreux documentaires combattent les stéréotypes féminins en s'intéressant notamment aux conditions de vie des femmes dans le monde. De même pour des séries à succès : après *Borgen*, ont été diffusées *Le mari de la Ministre* mais aussi *Molly, une femme au combat*, *Carole Matthieu*, ou bien encore *Héroïnes*.

S'agissant de la musique

La chaîne met à l'honneur des femmes dans un secteur qui reste très inégalitaire. Des concerts dirigés par Laurence Equilbey ou Emmanuelle Haïm sont souvent diffusés sur *Arte Concert*.

S'agissant des professionnels du secteur de l'audiovisuel (auteurs, réalisateurs et producteurs) travaillant pour la chaîne

La chaîne déclare faire travailler de nombreuses femmes dans tous les genres : documentaires, fictions et cinéma. Des récents prix obtenus par Arte les ont distinguées : Mia Hansen Love (*L'avenir*), Maren Ade (*Toni Erdmann*), Isabelle Czajka (*Tuer un homme*) ou Delphine et Muriel Coullin (*Voir du pays*), Lucie Borleteau (*Cannabis*).



Note sur la représentativité des femmes au sein de LCP Assemblée nationale

Pour la première fois, et bien que n'étant pas placée sous l'autorité du CSA, LCP entend manifester sa volonté de faire progresser la représentativité des femmes dans les médias. C'est dans cet objectif que la direction de la chaîne a souhaité apporter sa contribution - bien que partielle - au prochain rapport présenté par le régulateur.

Afin d'améliorer la représentation des femmes, la direction de la chaîne s'est attachée en priorité à accroître leur présence au sein du personnel. Du point de vue de ses ressources humaines, LCP est composée de 53 % de femmes et de 47 % d'hommes.

À l'antenne, en ce qui concerne les présentateurs / animateurs d'émissions d'informations, deux sont présentées par une femme (*Politique Matin, Questions d'actualité*), deux par un homme (*Ça vous regarde, Questions d'info*).

Pour les autres émissions, deux sont présentées par un homme (*Droit de Suite, Parlement Hebdo*), une par un couple homme/femme (*Parlement Hebdo*), l'autre par une femme (*Grand Écran*).

Les programmes produits à l'extérieur sont présentés par une femme (*État de Santé*) ou un couple homme/femme (*Flash Talk*).

En ce qui concerne les journalistes reporters d'images chroniqueurs, amenés à intervenir à l'antenne, nous comptons 10 femmes pour 5 hommes.



La volonté de LCP d'améliorer la représentativité des femmes se traduit par sa politique de documentaires et fictions. Depuis le début de la saison en septembre, 24 programmes multidiffusés relèvent de cette ambition de lutter contre les préjugés sexistes et de proposer des programmes non stéréotypés (deux catégories difficiles à séparer) :

- *Les femmes combattantes du Congo*
- *Survivantes de la prostitution*
- *Nos mères nos daronnes*
- *Femmes contre Daech*
- *Ballade pour une reine*
- *Naked war*
- *Féministes en tous genres*
- *Simone Veil, une histoire française*
- *Une présidente pour l'Amérique, mode d'emploi*
- *Les dames du Panthéon*
- *Sexe, business et politique*
- *Femme députée un homme comme les autres*
- *Trente ans et plus si affinités / partie femme*
- *L'alarme de Louissette*
- *Ma cité au féminin*
- *Une femme à Paris*
- *Le djihad au féminin*
- *Une vie de belle-mère* (diffusé avec *Une vie de beau-père*)
- *La fiancée du Nil*
- *Najat Vallaud Belkacem la discrète ambitieuse*
- *Chère Anorexie*
- *Lettre à Anna Politkovskaia* (diffusé à partir du mois de mars)
- *Le mari de la ministre* (série fiction)
- *We want sex equality* (fiction)

En ce qui concerne la présence des femmes sur nos plateaux, le décompte n'a commencé que depuis le début de cette saison en septembre. Il traduit notre difficulté à faire évoluer les mentalités, les reflexes et les habitudes.

Globalement, les femmes représentent :

- 25,5 % de nos invités,
- 28,2 % des experts invités sur nos plateaux
- 21,3 % des invités politiques.

L'amélioration de la représentativité des femmes sur nos plateaux d'invités constitue une prochaine étape prioritaire pour LCP.



Note sur la présence des femmes à Public Sénat

Dans le cadre du rapport sur la représentativité des femmes dans les médias que le CSA rendra public en mars prochain, Public Sénat, bien que n'étant pas placée sous l'autorité du régulateur, souhaite apporter sa contribution en faisant état de la place des femmes au sein de la chaîne.

D'un point de vue de ses ressources humaines, la chaîne est composée de 58,55 % de femmes et de 41,45 % d'hommes.

La surreprésentation des femmes est visible à l'antenne puisque 7 présentateurs sur 13 sont de sexe féminin. Quatre d'entre elles interviennent quotidiennement sur nos tranches phares que sont *Les matins du Sénat*, *Sénat 360*, émission de 2 heures en direct dans l'après-midi, et *On va plus loin*, notre prime time en direct chaque soir de 22h à 23h30.

Public Sénat compte également de nombreuses femmes parmi les journalistes reporters d'images (JRI) – 6 sur 9 – ce qui contribue à la représentativité des femmes à l'antenne, les voix des sujets étant en majorité féminines.

Concernant la programmation, l'égalité hommes-femmes et la place des femmes dans la société est, notamment, un axe fort de notre politique de coproduction et de diffusion de documentaires, toujours suivis de débats. Autre exemple symbolique : Public Sénat a créé à la rentrée 2016 une nouvelle case mensuelle de téléfilms français à thématique historique ou politique. Elle a été inaugurée avec : *La loi*, de Christian Faure, avec Emmanuelle Devos dans le rôle de Simone Veil, film qui raconte les jours qui ont précédé l'adoption de la loi légalisant l'interruption volontaire de grossesse.

En ce qui concerne les invités, la chaîne n'a pas assuré de suivi statistique précis en 2016, ni les années précédentes, mais reste sensible à cette question. Le choix des invités est en effet toujours effectué à la lumière de cette exigence de parité des plateaux que nous nous fixons.

Public Sénat s'engage à être particulièrement vigilante pour progresser dans cet objectif et se met en capacité de transmettre des observations plus détaillées l'année prochaine.



Annexe 3

Composition du comité d'orientation « droits des femmes » au 17 février 2017



Liste des membres du comité d'orientation « droits des femmes » (10 femmes et 10 hommes)

1. Madame Nicole AMELINE
2. Madame Isabelle BORDRY
3. Monsieur Alain CHENU
4. Monsieur Jean-Paul CLUZEL
5. Madame Sylvie COQUARD
6. Madame Michèle COTTA
7. Monsieur Jean-Pierre COTTET
8. Madame Eva DARLAN
9. Madame Laurence EQUILBEY
10. Madame Mercedes ERRA
11. Madame Laura FLESSEL-COLOVIC
12. Madame Janine MOSSUZ-LAVAU
13. Monsieur Jacques SANCHEZ
14. Monsieur Marc TESSIER
15. Monsieur David FOENKINOS
16. Monsieur Frédéric MION
17. Monsieur Simon MASSEI
18. Monsieur Gaël PASQUIER
19. Monsieur Yves RAIBAUD
20. Madame Brigitte GRESY



Annexe 4

Tableau présentant les parts d'hommes et de femmes par chaînes et par catégories¹

Groupe	Opérateurs	Présentateurs/ animateurs		Journalistes chroniqueurs		Experts		Invités politiques		Autres in- tervenants		Répartition totale	
		F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H
Canal	C8	61%	39%	40%	60%	NR*	NR*	13%	87%	36%	64%	44%	56%
Canal	Canal+	38%	62%	27%	73%	28%	72%	31%	69%	28%	72%	30%	70%
Canal	Cstar	63%	37%	100%	0%	NR*	NR*	NR*	NR*	68%	32%	68%	32%
Canal	Cnews	47%	53%	31%	69%	34%	66%	23%	77%	20%	80%	36%	64%
France Médias Monde	France 24	70%	30%	41%	59%	21%	79%	30%	70%	28%	72%	46%	54%
France Médias Monde	RFI	43%	57%	37%	63%	31%	69%	21%	79%	37%	63%	39%	61%
France Télévisions	France 2	38%	62%	45%	55%	35%	65%	29%	71%	40%	60%	41%	59%
France Télévisions	France 3	36%	64%	43%	57%	55%	45%	29%	71%	20%	80%	43%	57%
France Télévisions	France 4	47%	53%	41%	59%	22%	78%	0%	100% ²	13%	87%	40%	60%
France Télévisions	France 5	54%	46%	44%	56%	32%	68%	38%	62%	32%	68%	36%	64%
France Télévisions	France Ô	64%	36%	42%	58%	26%	74%	50%	50%	37%	63%	56%	44%
France Télévisions	FranceInfo	46%	54%	41%	59%	26%	74%	33%	67%	15%	85%	41%	59%
Lagardère	Europe 1	36%	64%	39%	61%	23%	77%	24%	76%	26%	74%	33%	67%
Lagardère	Gulli	38%	62%	95% ³	5%	NR*	NR*	NR*	NR*	46%	54%	45%	55%
Lagardère	Virgin radio	31%	69%	44%	56%	NR*	NR*	NR*	NR*	41%	59%	34%	66%
Amaury	L'Equipe	21%	79%	11%	89%	100% ⁴	0%	NR*	NR*	19%	81%	14%	86%
M6	6Ter	14%	86%	NR*	NR*	NR*	NR*	NR*	NR*	100% ⁵	0%	15%	85%
M6	M6	42%	58%	49%	51%	17%	83%	25%	75%	0%	100% ⁶	43%	57%
M6	Paris Première	46%	54%	51%	49%	19%	81%	4%	96%	38%	62%	44%	56%
M6	W9	44%	56%	32%	68%	NR*	NR*	NR*	NR*	53%	47%	47%	53%
NextRadio TV	BFM TV	43%	57%	38%	62%	23%	77%	22%	78%	23%	77%	34%	66%
NextRadio TV	RMC	18%	82%	55%	45%	21%	79%	31%	69%	58%	42%	39%	61%
NextRadio TV	RMC Découverte	11%	89%	26%	74%	21%	79%	40%	60%	20%	80%	19%	81%

* NR : Non représenté.

1 - S'agissant de la catégorie « expert », lorsque la mention « non représenté » apparaît, cela signifie qu'au cours de la concertation avec les chaînes, aucune émission n'a été retenue comme pouvant faire l'objet d'un décompte d'experts.

2 - France 4 : la chaîne n'a reçu qu'un seul invité politique lors de l'émission l'Autre JT.

3 - Gulli : sur la base de trois émissions, Ce sera moi, Dans ma télécabine et Gulive diffusées au cours du mois de mai 2016.

4 - L'Equipe : la chaîne n'a reçu que trois experts au cours de l'année : trois femmes qui sont intervenues dans l'émission l'Equipe type

5 - 6Ter : la chaîne n'a reçu qu'une autre intervenante sur les deux mois de déclaration au cours de l'émission Départ immédiat, qui a été rediffusée une fois.

6 - M6 : la chaîne n'a reçu que deux autres intervenants dans le cadre de son JT du soir, le 19:45.



Groupe	Opérateurs	Présentateurs/ animateurs		Journalistes chroniqueurs		Experts		Invités politiques		Autres in- tervenants		Répartition totale	
		F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H
NRJ	Chérie 25	90%	10%	100%	0%	NR*	NR*	NR*	NR*	58%	42%	65%	35%
NRJ	Nostalgie	49%	51%	55%	45%	NR*	NR*	NR*	NR*	NR*	NR*	52%	48%
NRJ	NRJ	33%	67%	33%	67%	NR*	NR*	NR*	NR*	NR*	NR*	33%	67%
NRJ	NRJ 12	30%	70%	59%	41%	NR*	NR*	NR*	NR*	53%	47%	52%	48%
Diversité TV	Numéro 23	56%	44%	20%	80%	61% ⁷	39%	43%	57%	36%	64%	37%	63%
Radio France	Fip	54%	46%	NR*	NR*	NR*	NR*	NR*	NR*	34%	66%	52%	48%
Radio France	France Culture	46%	54%	43%	57%	28%	72%	16%	84%	30%	70%	33%	67%
Radio France	France Info	93%	7%	6%	94%	34%	66%	48%	52%	36%	64%	40%	60%
Radio France	France Inter	34%	66%	44%	56%	27%	73%	22%	78%	28%	72%	32%	68%
Radio France	France Musique	28%	72%	44%	56%	23%	77%	13%	87%	30%	70%	29%	71%
Radio France	Mouv'	19%	81%	52%	48%	NR*	NR*	71%	29%	28%	72%	34%	66%
RTL	Fun Radio	46%	54%	38%	62%	NR*	NR*	NR*	NR*	NR*	NR*	43%	57%
RTL	RTL	33%	67%	35%	65%	31%	69%	31%	69%	31%	69%	33%	67%
TF1	HD1	0%	100% ⁸	NR*	NR*	NR*	NR*	NR*	NR*	42%	58%	8%	92%
TF1	LCI	50%	50%	47%	53%	25%	75%	25%	75%	24%	76%	38%	62%
TF1	NT1	27%	73%	61%	39%	NR*	NR*	50%	50%	50%	50%	41%	59%
TF1	TF1	34%	66%	30%	70%	20%	80%	17%	83%	33%	67%	31%	69%
TF1	TMC	46%	54%	17%	83%	NR*	NR*	NR*	NR*	45%	55%	40%	60%

* NR : Non représenté.

7 - Numéro 23 : seulement 9 numéros de l'émission Liberté, égalité, diversité ont été déclarés, au cours desquels 22 expertes et 14 experts ont été invités.

8 - HD1 : la chaîne ne propose qu'un seul magazine, Les enquêtes impossibles, qui est présenté par un homme.



Annexe 5

Relevé de décisions pour l'exercice 2014

TELEVISION ET RADIO				
Service	Emission	Date de diffusion	Fait	Décision du GT et/ou intervention du Conseil
France 2	Emission pour tous	22 janvier 2014	L'attention du Conseil a été appelée sur une séquence de l'émission relative au football féminin à la télévision : plusieurs chroniqueurs auraient tenus des propos à caractère misogyne à l'égard de la pratique féminine sportive de haut niveau.	CP du 13 février 2014 : ➔ Lettre simple : le Conseil a souhaité appeler l'attention de France Télévisions sur le décalage à connotation contradictoire entre, d'une part, les actions menées au niveau du groupe pour promouvoir l'image et la place des femmes et, d'autre part, le contenu des programmes, notamment la teneur des propos échangés dans des émissions de divertissement diffusées à des horaires de grande écoute.
France Télévisions	Les Jeux Olympiques de Sotchi	Du 8 au 22 février 2014	Le Conseil a reçu des plaintes concernant certains propos tenus par deux commentateurs de France Télévisions pendant certaines épreuves (patinage artistique notamment), susceptibles de porter atteinte à l'image des femmes.	CP du 12 mars 2014 : ➔ Mise en garde ferme : le Conseil a estimé que les propos tenus par les commentateurs étaient extrêmement déplacés et que certains d'entre eux étaient même de nature à refléter des préjugés sexistes.
La loi n°2014-873 du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes a inséré un quatrième alinéa à l'article 3-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 qui confie notamment au Conseil la mission de veiller : « d'une part, à une juste représentation des femmes et des hommes dans les programmes des services de communication, d'autre part, à l'image des femmes qui apparaît dans ces programmes, notamment en luttant contre les stéréotypes, les préjugés sexistes, les images dégradantes, les violences faites aux femmes et les violences commises au sein du couple. »				



Relevé de décisions pour l'exercice 2015

TELEVISION ET RADIO					
Service	Emission	Date de diffusion	Fait	Décision du GT et/ou intervention du Conseil	Type de manquement
France Inter	<i>La bande originale</i>	2 décembre 2014	La présidente de l'association « Chiennes de Garde » a saisi le Conseil à propos de l'émission du 2 décembre, au cours de laquelle un humoriste dans sa chronique décrit une liaison imaginaire entre l'invité et une chroniqueuse. L'association regrette qu'une radio du service public autorise ses animateurs à employer des propos sexistes qui constituent, selon elle, une incitation au viol.	CP du 18 mars 2015 : → <u>Lettre simple à Radio France</u> afin de : 1. lui indiquer que, malgré leur caractère humoristique, les propos qui ont été tenus dans l'émission, étaient choquants et déplacés. Ces propos sont même de nature à porter atteinte à l'image des femmes et s'apparentent à des préjugés sexistes ; 2. l'appeler à une plus grande vigilance, à l'avenir, s'agissant du respect de l'image et de la place de la femme au sein de ses programmes.	Manquements aux dispositions de l'article 3-1 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986.
France 2 et France 3	<i>Beau travail</i>	De mai à décembre 2014	Le Conseil a été saisi par l'association « Supplément Dame » concernant le programme court <i>Beau travail</i> parrainé par le MEDEF. Cette association regrette que ce programme ne propose pas un équilibre des interventions entre les femmes et les hommes exerçant les métiers présentés. Par ailleurs, elle signale que le programme ne féminise pas systématiquement les noms des métiers lorsque ceux-ci sont représentés par une femme. Ainsi, d'après la présidente de l'association, ce programme contribuerait au renforcement des stéréotypes de sexe dans la sphère professionnelle.	CP du 18 mars 2015 : → <u>Lettre simple à France Télévisions</u> dans laquelle le Conseil déplore que ce programme n'ait pas proposé une vision équitable de la place des femmes et des hommes dans le milieu professionnel.	
France 2	<i>Les rois du bêtisier</i>	1 ^{er} janvier 2015	Dans le cadre de ce bêtisier, une séquence de Canal+ ayant fait l'objet d'une intervention du Conseil le 28 mai 2014 - une intervention pour non-respect des dispositions relatives à la signalétique jeunesse -, a été rediffusée, à 16h30.	CP du 25 mars 2015 : → <u>Lettre simple à France Télévisions</u> pour lui signifier que : 1. le Conseil a estimé qu'en rediffusant cette séquence sans signalétique, le groupe a manqué à ses obligations relatives à l'application de la signalétique jeunesse. Il lui a demandé d'y veiller à l'avenir ; 2. qu'il a considéré que la séquence en question offrait une	Manquements aux dispositions de l'article 3-1 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986.



				image dégradante de la femme en la réduisant à la fonction d'objet sexuel. Le Conseil a donc invité France Télévisions à être plus attentif à l'image des femmes qui apparaît dans ses programmes comme cela est prévu à l'article 3-1 de la loi n°96-1067 du 30 septembre 1986.	
D17, Trace Urban, Ofive	<i>Clip musical « CoCo » de O.T. Genasis</i>	22, 25 février et 18 mars 2015	L'attention du Conseil a été appelée sur la diffusion de ce clip qui selon les téléspectateurs présenterait une image dégradante de la femme.	CP du 20 mai 2015 : → Lettre simple : le Conseil a souhaité rappeler aux chaînes la réglementation applicable en matière de droits des femmes, afin d'attirer leur attention sur la question de l'image des femmes véhiculée dans certaines vidéomusiques.	

Relevé de décisions pour l'exercice 2016

TELEVISION et RADIO					
Service	Emission	Date de diffusion	Fait	Décision du GT et/ou intervention du Conseil	Type de manquement
France Inter	<i>La bande originale</i>	9 octobre 2015	La présidente de l'association « Les chiennes de garde », Madame Marie-Noëlle Bas, a appelé l'attention du Conseil sur les propos tenus par l'animateur de l'émission qui aurait demandé à l'invité, Yann Queffelec, si l'attachée de presse qui l'accompagnait était « bonne ».	CP du 27 janvier 2016 : → Mise en garde : le Conseil a décidé de mettre en garde les responsables de Radio France suite à cette intervention de l'animateur qui, pour évoquer une attachée de presse de la station, avait employé un terme extrêmement vulgaire et dégradant (« elle est bonne »).	Manquements aux dispositions des articles 3-1 et 43-11 de la loi du 30 septembre 1986.
France 2	<i>Comment ça va bien !</i>	13 octobre 2015	Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a reçu une plainte d'une téléspectatrice relative à une chronique de l'humoriste Jarry lors de l'émission du 13 octobre 2015. La plaignante dénonce « une intervention sexiste » de l'humoriste, qui aurait tenu des propos « rabaissants et inadmissibles » envers une des chroniqueuses de l'émission.	CP du 27 janvier 2016 : → Mise en garde : le Conseil a décidé de mettre en garde France Télévisions à la suite de ce sketch de Jarry et ce malgré son caractère humoristique. Il a estimé que les propos tenus dans cette chronique ainsi que les gestes de l'humoriste envers une chroniqueuse, étaient très vulgaires voire	Manquements aux dispositions des articles 3-1 et 43-11 de la loi du 30 septembre 1986.



				dégradants.	
NT1, W9	<i>Le Bachelor et Les Marseillais</i>	Janvier à mai 2016	Le Conseil a reçu de nombreuses plaintes au sujet de ces émissions de télé-réalité. Les téléspectateurs dénonçant des propos vulgaires, sexistes, stéréotypés etc.	CP du 18 mai 2016 : → Lettre simple : le Conseil a adressé une lettre simple aux responsables de ces chaînes afin d'attirer leur attention, d'une part, sur le nécessaire respect des dispositions de l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986, en raison notamment de l'accumulation des stéréotypes dévalorisants qui y sont véhiculés et, d'autre part, qui les informerait qu'une attention toute particulière sera dorénavant apportée sur les propos tenus dans ce type d'émissions.	Manquements aux dispositions de l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986.
NRJ 12	<i>Les Anges de la télé-réalité et le Mad Mag</i>	Janvier à mai 2016	Le Conseil a reçu de nombreuses plaintes au sujet de ces émissions de télé-réalité. Les téléspectateurs dénonçant des propos vulgaires, sexistes, stéréotypés etc.	CP du 18 mai 2016 : → Mise en garde ferme contre le renouvellement de manquements aux dispositions de l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986.	Manquements aux dispositions de l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986.
Europe 1	<i>Les pieds dans le plat</i>	11 février 2016	L'attention du Conseil a été appelée sur les propos tenus par un des chroniqueurs de l'émission s'agissant d'une chroniqueuse : « Si tu te fais violer, ce n'est pas grave non plus ».	CP du 13 juillet 2016 → Lettre simple : considérant, d'une part, que la diffusion des propos tenus par un des chroniqueurs de l'émission, s'agissant des violences faites aux femmes, constituait un manquement d'Europe 1 aux dispositions de l'article 3-1 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 et, d'autre part, que la maîtrise de l'antenne n'a pas été assurée par l'animateur, le Conseil est intervenu par courrier auprès de la station afin de lui rappeler ses obligations légales et conventionnelles.	Manquements aux dispositions de l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986 et de l'article 2-10 de la convention de la station.
NRJ	<i>C Couet</i>	17 décembre 2015 et 5 février 2016	Le Conseil a reçu de nombreuses plaintes au sujet des propos tenus dans cette émission concernant l'image des femmes.	CP du 28 septembre 2016 → Mise en demeure : le Conseil a mis en demeure NRJ de se conformer, à l'avenir aux dispositions de l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986, à celles des troisième et quatrième alinéas de la délibération du Conseil supérieur de l'audiovisuel du 10 février 2004 ainsi qu'aux stipulations de l'article 2-6 de la convention conclue le 2 octobre 2012 avec	Manquements aux dispositions de l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986, à celles des troisième et quatrième alinéas de la délibération du Conseil supérieur de l'audiovisuel



				le Conseil.	du 10 février 2004 ainsi qu'aux stipulations de l'article 2-6 de la convention conclue avec le Conseil.
France Télévisions	Jeux Olympiques de Rio 2016	août 2016	Le Conseil a été saisi par le CRAN (Conseil représentatif des associations noires) ainsi que par plusieurs particuliers au sujet du traitement médiatique des Jeux Olympiques de Rio sur France Télévisions. Les plaignants ont regretté les propos tenus par certains présentateurs, notamment lors de la cérémonie d'ouverture, diffusée sur France 2. Plusieurs exemples d'erreurs ou de propos déplacés ont été cités dans les saisines.	CP du 5 octobre 2016 ➔ Mise en garde : un courrier de mise en garde a été adressé à France Télévisions en rappelant l'éditeur à ses obligations de rigueur dans le traitement de l'information et d'exemplarité en matière de lutte contre les discriminations et de respect des droits des femmes	Manquements aux dispositions de l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986 et à celles du préambule et de l'article 35 du cahier des charges de France Télévisions.
C8	Touche pas à mon poste : les 35 heures de Baba	octobre 2016	Le Conseil a été saisi par plusieurs associations (ex : Osez le féminisme, Les effronté-e-s, SOS les mamans etc.) ainsi que par de nombreux téléspectateurs au sujet d'une séquence diffusée le 14 octobre 2016, à 01h15 du matin lors de l'émission spéciale « Touche pas à mon poste : les 35 heures de Baba », au cours de laquelle un des chroniqueurs de l'émission embrasse, sans son consentement, la poitrine d'une figurante.	CP du 23 novembre 2016 ➔ Mise en demeure : au regard des manquements caractérisés à l'article 3-1 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986, le Conseil a décidé de mettre en demeure C8 de respecter les stipulations de l'article précité.	Manquements aux dispositions de l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986.