

RAPPORT

L'éducation aux médias et à l'information

Rapport sur l'exercice 2023-2024

Décembre 2024

Sommaire

Avant-propos.....	5
Synthèse.....	6
Introduction	8
I. Les actions des médias audiovisuels en matière d'EMI&CN.....	9
1. <i>Sur les antennes et les prolongements numériques : des progrès significatifs dans la diversification des thèmes, mais la variété des cibles reste à développer</i>	10
2. <i>Sur le terrain : un engagement fort qui se renforce et se renouvelle d'année en année</i>	13
Focus sur la démarche « Café IA » du Conseil National du Numérique (CNNum) qui vise à toucher un public varié.....	14
II. Les actions de l'Arcom en matière d'EMI&CN.....	16
1. <i>La poursuite des initiatives de l'Arcom dans le cadre scolaire</i>	16
2. <i>De nouvelles actions pour toucher des publics divers</i>	20
Focus sur le rôle des conseillers numériques face au défi de l'éloignement numérique	21
3. <i>Des échanges et des projets de collaboration au niveau local et au niveau international</i>	23
Focus sur le rôle des radios associatives en matière d'EMI&CN	23

Avant-propos

« La nécessité d'une démarche collective d'ampleur pour construire à terme une citoyenneté numérique fait aujourd'hui consensus. »

Elle nécessite de donner à chacune et à chacun - indépendamment de son âge, son origine socio-culturelle, son niveau d'éducation, sa situation géographique - les outils de compréhension, de compétences et de responsabilité pour évoluer dans l'univers informationnel et numérique. De nombreux acteurs - les médias audiovisuels nationaux et locaux, les médias numériques, l'Éducation Nationale, des institutions publiques, des associations -, sont déjà mobilisés et actifs. De multiples ressources d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique existent sur différents supports.

Pour massifier ces multiples initiatives et répondre à l'évolution des usages, nous devons tous ensemble relever un certain nombre de défis en 2025 :

- l'évaluation de l'impact des différentes propositions, l'ajustement des propositions pour leur plus grande efficacité. Et la pérennisation des actions mises en place ;
- l'échange pour bénéficier des multiples expertises acquises et apporter des alternatives complémentaires renforcées ;
- l'écoute des besoins, des inquiétudes éventuelles des citoyens, l'organisation d'accès facilités pour tous les citoyens, aux contenus pédagogiques souvent dispersés, le renouvellement des thématiques, des ressources au rythme de l'accélération des technologies et des usages correspondants, comme l'intelligence artificielle ;
- l'accompagnement du développement des écosystèmes locaux réunissant les acteurs participant à l'EMI pour qu'ils puissent répondre aux attentes prioritaires de leur territoire ;
- l'élargissement des cibles concernées, aux étudiants, aux adultes, aux seniors ;
- le renforcement des dispositifs à destination des parents pour qu'ils exercent pleinement leur rôle face aux nouveaux usages, notamment numériques, de leurs enfants.

Notre objectif partagé consiste à donner les clés nécessaires à l'apprentissage du savoir-faire et le savoir-être dans l'espace informationnel et numérique, pour que chaque citoyen puisse y évoluer en confiance et en responsabilité. »

Bénédicte Lesage,
Conseillère à l'Arcom,
En charge du groupe de travail
« Education, Transition écologique et Santé »

Synthèse

Principaux constats :

Concernant les actions des médias audiovisuels :

- Des actions d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique (EMI&CN) qui traitent **de thématiques nouvelles**, tant sur les antennes que sur les prolongements numériques des médias audiovisuels (ex : la transition écologique, le respect du droit d'auteur, etc.) ;
- Des **initiatives qui s'adressent majoritairement au public scolaire**. A titre d'exemple, **67 %** des actions de terrain menées s'adressent aux élèves et aux étudiants, et pas aux cibles « adultes » et « seniors » plus exposées à la manipulation de l'information ;
- **Une implication en hausse sur le numérique mais qui reste très limitée** par rapport à leur engagement sur les antennes : **14 %** des actions menées en EMI&CN le sont sur le numérique contre **86 %** sur les antennes ;
- Sur le terrain, un renforcement de leur engagement local à travers **des initiatives itinérantes et participatives** qui portent néanmoins essentiellement sur les enjeux de lutte contre la manipulation de l'information et la découverte du métier de journaliste (**69 %**).

Concernant les actions de l'Arcom :

Au niveau international

- **Des échanges réguliers avec ses homologues à l'international** et une intégration dans le groupe de travail « Education and Awareness Working » du réseau Global Online Safety Regulators Network (GOSRN).

Au niveau national

- **L'intensification de ses interventions auprès des élèves** : plus de **8 000** élèves formés et sensibilisés sur l'année scolaire 2023/2024 et la signature d'une convention de partenariat avec l'INSPE de Bretagne (juillet 2024) ;
- **La conclusion d'un partenariat avec ARTE Education (janvier 2024)** avec pour première concrétisation la publication d'une [ressource](#) pédagogique commune autour de la représentation du handicap dans les médias ;
- **L'élargissement de son offre de ressources** qui s'adressent désormais au grand public et aux parents, pour mieux comprendre des sujets tels que la liberté d'expression et les enjeux de représentations médiatiques ;
- Une première participation à « Numérique en commun[s] » qui lui a permis **de nouer des liens avec les acteurs de la médiation numérique**.

Au niveau local

- **La participation au développement des écosystèmes locaux en EMI&CN** avec l'organisation par **14** Arcom locales, de premières rencontres avec les rectorats de leurs territoires respectifs pour favoriser les échanges avec les acteurs médiatiques locaux et envisager des actions communes.

Préconisations de l'Autorité à l'égard des éditeurs :

- **Intensifier** le déploiement des actions d'EMI&CN hors du champ scolaire, à l'attention de tous les publics, pour diffuser encore plus largement les outils de compréhension des usages des médias audiovisuels et numériques ;
- **Produire** des contenus d'EMI&CN exclusifs sur leurs prolongements numériques afin de répondre aux attentes des Français qui utilisent les réseaux sociaux ou les plateformes de vidéo pour accéder à des informations produites par les médias audiovisuels ;
- **Pérenniser** les initiatives en les inscrivant dans des plans pluriannuels d'actions ;
- **Mesurer** l'impact et l'efficacité des actions menées auprès des publics (ex : questionnaire de satisfaction, sondage en ligne sur les besoins, étude d'impact, etc.).

Prochaines actions de l'Arcom - dates à retenir :

Concernant ses actions pour toucher de nouveaux publics :

- **Le 4 décembre**, participation à l'événement « À fond les manettes, mode prévention activé » organisé par le réseau « Info Jeunes » du Val de Marne ;
- **Début décembre**, publication de deux journaux d'actualité, *Mon Quotidien* et *L'Actu* des éditions PlayBac, consacrés à la protection du droit d'auteur ;
- **Courant décembre**, publication de nouvelles BD consacrées à la liberté d'expression et ses limites, au respect du droit d'auteur et à la lutte contre les discriminations ;

Concernant ses collaborations en EMI&CN :

- **Janvier 2025**, lancement du groupe de travail avec les ministères de l'Education nationale, de la Culture, de l'Agriculture et des experts consacré à l'évaluation des dispositifs d'EMI&CN ;
- **A partir de janvier 2025**, organisation par les Arcom locales, pour la deuxième année consécutive, des rencontres entre des acteurs de l'éducation nationale (recteurs, CLEMI, etc.), des acteurs médiatiques et associatifs locaux ;
- **Du 24 au 29 mars 2025**, participation à la « Semaine de la presse et des médias dans l'école », organisation d'une table ronde consacrée à la citoyenneté numérique en présence de représentants des plateformes en ligne, d'enseignants, d'élèves et de parents d'élèves ;
- **Avril 2025**, publication d'une ressource sur la citoyenneté numérique co-construite avec la CNIL et le Défenseur des Droits ;
- **Mai 2025**, publication d'une ressource autour de l'intelligence artificielle co-construite avec le CNNum.

Introduction

Alors que les États généraux de l'information se sont achevés en septembre 2024, l'une des recommandations qui en est issue, figurant dans le rapport publié le 12 septembre¹, accorde une place prépondérante à l'éducation critique et aux médias en indiquant notamment qu'elle doit être une priorité à l'école. Le rapport précise par ailleurs que : *« Chacun se forge une opinion grâce à l'information à laquelle il a accès, mais personne n'est à l'abri d'être exposé à la désinformation ou à la mésinformation, a fortiori dans un espace informationnel bouleversé. Savoir en faire usage et exercer son esprit critique est donc essentiel². »*

Dans ce contexte, l'Arcom publie, pour la quatrième année consécutive, un rapport qui met en avant les actions menées par les médias audiovisuels en matière d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique (EMI&CN). Ces initiatives de plus en plus nombreuses démontrent le rôle essentiel qu'ils jouent, depuis plusieurs années, dans la généralisation de l'EMI&CN, notamment auprès du public scolaire.

Cependant, l'Arcom et les médias audiovisuels font face à un défi commun : pérenniser ces actions tout en les élargissant à des publics plus vulnérables à la désinformation, tels que les adultes et les seniors. Cette année encore, l'Autorité met en lumière les initiatives menées sur les antennes et sur le numérique, en saluant les efforts de certains groupes qui réinventent leurs pratiques en investissant davantage le terrain par des actions au contact direct des publics.

De son côté, l'Autorité développe également ses ressources pour toucher de nouveaux publics tels que les parents ou encore les acteurs de la médiation numérique, qui sont au cœur des enjeux d'éducation à la citoyenneté numérique.

¹ Le rapport des États généraux de l'information, 2024 : <https://etats-generaux-information.fr/la-restitution>

² Ibid, p.8

I. Les actions des médias audiovisuels en matière d'EMI&CN

Les obligations des médias audiovisuels en matière d'EMI&CN

Les chaînes de télévision et de radio

Les groupes du service public - France Télévisions, Radio France et France Médias Monde - disposent d'obligations renforcées en matière d'éducation aux médias et à l'information, issues de la loi et figurant dans leurs cahiers des missions et des charges. Au regard de leur devoir d'exemplarité, la loi du 30 septembre 1986 leur a fixé les objectifs suivants (cf. article 43-11) :

>> « **[favoriser]** le débat démocratique, les échanges entre les différentes parties de la population ainsi que l'insertion sociale et la citoyenneté » ;

>> « **[concourir]** au développement et à la diffusion de la création intellectuelle et artistique et des connaissances civiques, économiques, sociales, scientifiques et techniques ainsi qu'à l'éducation à l'audiovisuel et aux médias. »

Concernant les chaînes du secteur privé, l'Arcom veille depuis 2020 à ajouter une stipulation en la matière dans les conventions qu'elle signe avec ces dernières. Ainsi : « *L'éditeur, ou le groupe auquel il appartient, s'engage à mener des actions d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique, notamment à l'antenne, sur ses prolongements numériques et/ou sur le terrain, à destination des différents publics jeunes et adultes. Par ailleurs, il s'engage à relayer sur son antenne et/ou sur ses plateformes numériques, les campagnes relatives au respect du droit d'auteur, à la promotion de l'offre légale ainsi qu'à la lutte contre le piratage, notamment celles élaborées dans le cadre d'une collaboration entre l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique et le Centre national du cinéma et de l'image animée. Il rend compte annuellement à l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique de ses actions, ou de celles du groupe auquel il appartient, destinées à contribuer à l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique, et réexamine régulièrement ses engagements avec l'Autorité* ».

Par ailleurs, dans le cadre du dernier lancement d'appel aux candidatures pour l'édition de services de télévision à vocation nationale³, **l'Arcom a invité les candidats à prendre des engagements en faveur des enjeux de société majeurs parmi lesquels figure l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique**. Une demande qui a trouvé un large écho auprès des candidats qui ont formulé des engagements en la matière.

Les plateformes en ligne

Le règlement européen sur les services numériques (RSN) du 19 octobre 2022 instaure un cadre particulier afin d'imposer aux très grandes plateformes et très grands moteurs de recherche en ligne (VLOPSEs), désignés comme tels par la Commission européenne, de lutter spécifiquement contre les risques systémiques liés notamment à la diffusion de contenus de désinformation. **La participation à des campagnes d'éducation aux médias**, afin de favoriser l'esprit critique et d'améliorer les compétences des utilisateurs pour reconnaître les techniques de désinformation et de manipulation, **est une des mesures prévues par le RSN pour atténuer ces risques systémiques**.

³ Lien pour accéder à l'appel aux candidatures du 28 février 2024 pour l'attribution de fréquences pour la diffusion de chaînes de la TNT nationale : <https://www.arcom.fr/espace-professionnel/appel-candidatures/appel-aux-candidatures-du-28-fevrier-2024-pour-lattribution-de-frequences-pour-la-diffusion-de-chaines-de-la-tnt-nationale>

La loi du 21 mai 2024 visant à sécuriser et à réguler l'espace numérique (SREN), qui adapte le cadre français au RSN, a conforté les attributions confiées à l'Arcom par la loi du 22 décembre 2018 en matière de lutte contre la manipulation de l'information. L'Autorité conserve un pouvoir de recommandation tout en continuant à être chargée de publier un bilan périodique de l'application des mesures prises par les VLOPSEs en vue de lutter contre la manipulation de l'information, désormais fondé sur les informations publiées en application du RSN (rapports de transparence, d'évaluation des risques et d'audit).

En tant que coordinateur pour les services numériques (CSN), l'Arcom participe, aux côtés des autres CSN européens et notamment au sein du Comité pour les services numériques présidé par la Commission européenne, à la supervision de toutes les plateformes en ligne disponibles en France, et sera en mesure de proposer son expertise pour appuyer la Commission dans la supervision des obligations visant à lutter contre les risques systémiques sur les VLOPSEs.

Dans la continuité des exercices précédents, l'Arcom a souhaité poursuivre son travail de recensement, d'analyse et de valorisation des actions menées par les chaînes de télévision et de radio en matière d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique (EMI&CN).

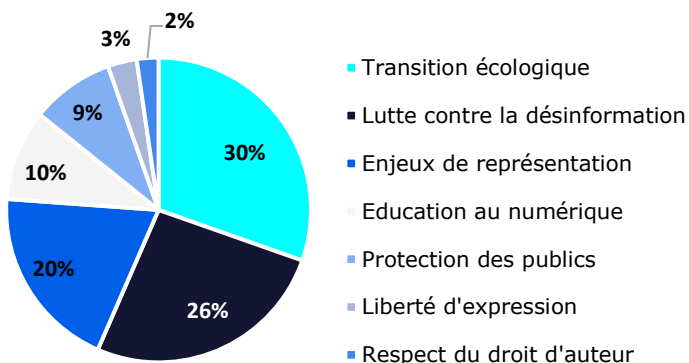
1. Sur les antennes et les prolongements numériques : des progrès significatifs dans la diversification des thèmes, mais la variété des cibles reste à développer

L'Arcom tient à souligner que s'impliquer en EMI&CN passe par la diffusion de programmes et la mise en place d'actions participant de l'éducation culturelle et artistique des publics ainsi que d'une éducation citoyenne. En effet, l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique est une discipline en constante évolution qui doit s'ajuster aux nouvelles manières dont les citoyens accèdent à l'information tout en continuant de répondre aux préoccupations les plus actuelles de la société (ex : l'intelligence artificielle, la transition écologique, les enjeux de représentation dans les médias audiovisuels et numériques, etc.).

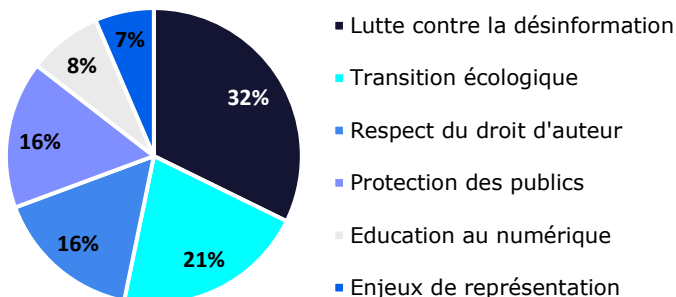
Un engagement renouvelé des médias audiovisuels pour diversifier les thématiques en matière d'EMI&CN

Lors de l'exercice précédent, l'Autorité avait déjà relevé le renforcement de l'engagement des médias en faveur de nouvelles thématiques, avec des actions ciblées autour notamment de la transition écologique et de la citoyenneté numérique. Pour ce nouvel exercice, elle relève avec satisfaction que la tendance se poursuit et s'intensifie avec une volonté toujours plus importante de diversifier les thèmes abordés, aussi bien sur les antennes que sur le numérique (cf. graphiques ci-après).

Typologie des thématiques abordées sur les antennes



Typologie des thématiques abordées sur le numérique



Ainsi, d'après les déclarations des chaînes, **30 %** des contenus diffusés sur les antennes et **21 %** de ceux proposés sur leurs plateformes numériques sont consacrés au décryptage de l'information relative aux enjeux environnementaux. Sur les antennes, l'Arcom note le lancement en 2024 de nouvelles émissions telle que **Plan B, l'économie autrement** sur France 24 qui sensibilise le public aux solutions alternatives face aux défis environnementaux. Sur le numérique, elle relève que les groupes M6 et TF1 proposent des podcasts autour de cette thématique.

Si l'Arcom constate que la thématique « Respect du droit d'auteur » commence à être traitée par les chaînes de télévision et de radio (**2 %** sur les antennes et **16 %** sur le numérique), elle relève que c'est en grande partie dû à la valorisation des campagnes de sensibilisation de l'Arcom relatives à la lutte contre le piratage culturel et sportif.

Enfin, s'agissant des sujets traditionnels de l'EMI&CN – la lutte contre la manipulation de l'information et la fabrique de l'information –, ils restent très traités par les médias audiovisuels qui continuent de s'appuyer sur leurs équipes de fact-checkeurs (**Les Vérificateurs** pour TF1 et LCI, **Les Révélateurs** pour France Télévisions ou encore **Les Observateurs** pour France Médias Monde) et poursuivent la diffusion sur leurs antennes d'émissions phares qui visent à analyser et à expliquer l'actualité (**Info ou Infox** sur France 24, **Les dessous de l'info** sur RFI, etc.). Il convient de préciser que sur le numérique, la plateforme « Lumni » propose une mini-série **Lumni ResoTuto**, qui aborde les questions de la protection des données, de l'accès à l'information et la désinformation ou encore de la découverte de différents métiers.

Un investissement croissant sur le numérique mais qui reste encore perfectible

Pour ce nouvel exercice, l'Autorité constate un investissement plus important des groupes sur leurs prolongements numériques (**14 %**), qui demeure néanmoins très en-deçà de leur implication sur les antennes (**86 %**) (cf. graphique ci-après).

Répartition des actions d'EMI&CN sur les antennes et le numérique



L'Autorité tient cependant à saluer plusieurs initiatives. A titre d'exemples, le développement en 2024 des capsules de ***l'Info en Vrai*** de **BFMTV** qui visent à présenter les coulisses de l'information sur les supports numériques et les réseaux sociaux de la chaîne ; le podcast « Combattre par la presse » de **France Médias Monde** qui s'inscrit dans la continuité d'un webinaire, et qui permet d'explorer la manière dont les nouvelles générations s'informent sur Internet, la défiance croissante des citoyens envers les médias, etc. Par ailleurs, **TF1+** a lancé en janvier 2024 **Top Info**, une offre d'information destinée aux plus jeunes qui consiste à leur proposer, chaque jour à 19 heures, trois vidéos de contenu exclusif de 3 à 6 minutes qui décryptent l'information. En 2024, **Franceinfo** en partenariat avec **Bayard Jeunesse** a lancé une offre régulière de webinaires interactifs, comme « **Salut l'info ! le direct** » pour les 7-11 ans et « **Franceinfo junior Okapi** » pour les 11-15 ans, disponibles en *streaming* et en *replay*.

Toutefois, l'Autorité appelle à consolider ces efforts puisque, d'après l'étude « Les Français et l'information »⁴ qu'elle a publiée en mars 2024, si la télévision et la radio restent les premiers modes d'accès à l'information pour les Français - **80 %** d'entre eux déclarant s'informer au moins une fois par semaine en regardant une chaîne de télévision, dont **66 %** au moins une fois par jour (respectivement **67 %** et **51 %** pour la radio) -, les réseaux et les plateformes sont aussi massivement utilisés. En effet, un Français sur deux (**53 %**) s'informe quotidiennement sur les réseaux sociaux ou les plateformes de vidéo en ligne. Il convient néanmoins de préciser que très peu de Français s'informent exclusivement sur les réseaux sociaux ou les plateformes de vidéo (seulement **11 %**) ; la plupart (**47 %**) utilisant à la fois les médias traditionnels et les plateformes pour accéder à l'information.

De plus, cette étude précise que : « *environ un quart des individus utilisant les réseaux sociaux ou les plateformes de vidéo pour s'informer déclare consulter le plus souvent des informations produites par les médias* »⁵.

Ainsi, pour s'adapter aux nouvelles habitudes de consommation de l'information, il est essentiel que les chaînes de télévision et de radio intensifient leurs efforts sur le numérique afin de répondre aux besoins des citoyens et continuer ainsi à proposer une alternative fiable à certains contenus que l'on peut trouver sur les réseaux sociaux et les plateformes en ligne.

La nécessité d'intensifier les efforts pour sensibiliser le public adulte aux enjeux d'EMI&CN

Lors de l'exercice précédent, l'Autorité avait alerté sur le fait que les actions des médias audiovisuels étaient trop cantonnées aux publics jeunes et sur l'année 2023/2024, le constat reste identique alors même que ces publics ne sont pas les plus perméables à la manipulation de l'information.

En effet, dans le cadre de son étude sur le rapport des Français à l'information, l'Arcom relevait que le profil type du Français perméable aux thèses complotistes était le suivant : individu âgé de 60 ans et plus, qui interagit régulièrement sur les réseaux sociaux et les consulte quotidiennement⁶. Cette constatation soulève des questions essentielles quant à la nécessité d'adapter les contenus et les actions à une audience plus diversifiée.

Toutefois, l'Autorité relève avec satisfaction les initiatives de certains médias pour toucher des publics variés, comme le magazine **Parents, un jeu d'enfant**, diffusé sur

⁴ Les Français et l'information, Arcom, 2024 : <https://www.arcom.fr/sites/default/files/2024-03/Arcom-etude-Les-Francais-et-information.pdf>.

⁵ *Ibid*, p.26.

⁶ *Ibid*, p.42.

[Gulli](#), qui s'adresse aux parents et aborde des sujets tels que le harcèlement scolaire et l'écologie, ou encore **Le Journal en Français Facile**, un podcast quotidien d'actualité à destination des apprenants du français, initié par [France Médias Monde](#). Malgré ces initiatives, les actions en EMI&CN menées par les médias demeurent insuffisamment accessibles à tous les âges.

2. Sur le terrain : un engagement fort qui se renforce et se renouvelle d'année en année

Des initiatives itinérantes réparties sur l'ensemble du territoire qui s'adressent encore majoritairement aux jeunes publics

L'Autorité se réjouit de constater l'engagement des médias audiovisuels à organiser des initiatives itinérantes dans plusieurs villes de France. Ces actions démontrent une volonté forte de se rapprocher des citoyens et de promouvoir l'accès à l'EMI&CN.

Ainsi, elle souligne particulièrement la collaboration entre les différentes entreprises de l'audiovisuel public autour de l'initiative « **Le Tour de France académique de l'EMI** » de [France Télévisions](#). En effet, depuis octobre 2022, le groupe a engagé un tour des académies, à l'occasion duquel ses journalistes sensibilisent professeurs, élèves et parents à la fabrique de l'information et à la lutte contre la manipulation de l'information. Cette année, [France Médias Monde](#) et [Radio France](#) se sont associés à l'étape organisée dans l'académie de Nancy en novembre 2023 et ont pu participer à la formation d'une centaine d'enseignants.

Dans cette même dynamique, [BFMTV](#) a poursuivi son dispositif « **Tour de France BFMTV & vous** », l'Autorité accueille avec satisfaction son prolongement pour une troisième saison en 2025.

Néanmoins, la grande majorité des actions de terrain menées par les médias s'adressent encore trop massivement aux publics scolaires (primaire, collège, lycée et étudiants) (**67 %**) (cf. graphique ci-après).



Focus sur la démarche « Café IA » du Conseil National du Numérique (CNNum) qui vise à toucher un public varié

En mai 2024, le président de la République a annoncé charger le CNNum de structurer un dispositif de débats démocratiques et de partage de ressources pédagogiques sur l'intelligence artificielle⁷. Le Conseil a donc mis en place un projet d'envergure nationale visant à démultiplier les espaces d'échanges et de partage de connaissances sur l'intelligence artificielle accessibles à tous : le dispositif « Café IA ».

L'Arcom a donc sollicité le CNNum afin qu'il présente ce dispositif :

« 'Café IA' vise à fédérer, soutenir, promouvoir et rassembler les initiatives de débats et de partage de connaissances sur l'IA menées en vue de la diffusion d'une culture populaire du numérique. Un café IA est un moment d'échange au cours duquel les participants peuvent apprendre, expérimenter et débattre pour décider de leurs usages numériques, que ce soit avec, sans ou sur l'intelligence artificielle. Partout en France, des moments d'échange sont ainsi organisés pour partager, apprendre, expérimenter, débattre et reprendre la main sur des outils qui semblent parfois nous échapper.

Depuis mai 2024, ce sont donc près d'une centaine de premiers cafés qui ont été animés au sein de collectivités territoriales, d'établissements scolaires ou universitaires, de structures de médiation ou d'éducation populaire, d'entreprises, etc. À Bordeaux, on débat ainsi plusieurs heures autour d'un café ; à Lons-le-Saulnier, on expérimente des outils pour mieux les comprendre ; à Toulouse, on explore nos imaginaires technologiques en écrivant des mikrodystopies, etc. Chacun de ces moments permet de tisser du lien humain, de s'écouter et de partager son expérience, ses attentes et ses appréhensions.

Ils permettent aussi de renforcer notre esprit critique concernant l'IA et la technologie, et ce quel que soit notre âge : identifier les récits qui peuplent nos imaginaires individuels et collectifs, médiatiques et culturels ; comprendre l'origine et le fonctionnement des outils qui ont fait irruption dans notre quotidien ; saisir leur influence sur la manière dont on communique, dont on s'informe, dont on travaille, dont on apprend ; démystifier les idées reçues.

Et si le prochain café IA était organisé chez vous ? Depuis plusieurs mois, « Café IA » se structure de manière décentralisée et prend la forme d'un commun de la connaissance : sur le site cafeia.org, des ressources pédagogiques et d'autoformation sont mises à disposition des futurs animateurs ou des curieux, ainsi que des formats d'animation clé en main que chacun peut s'approprier pour ensuite proposer son propre Café IA. »

Des actions participatives pour impliquer les publics dans le processus de création

Certains médias développent des actions sur le terrain qui permettent aux publics scolaires de participer à la création d'émissions. L'Autorité salue ces initiatives qui permettent aux élèves de se familiariser à l'usage des médias, de découvrir les divers métiers associés à la production d'émissions et de se confronter aux enjeux médiatiques qui les entourent.

⁷ Source : <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2024/05/22/rassemblement-des-plus-grands-talents-francais-de-lia>.

A titre d'exemple, [BFM Paris Île-de-France](#) propose depuis 2024 l'émission ***Paris Go, Par des enfants*** qui consiste en la conception par des élèves de primaire (CM1 et CM2) d'un programme culturel en s'appuyant sur leurs centres d'intérêt et l'actualité locale. Ils prennent en charge l'ensemble des étapes de production, de la création du générique à la rédaction, en passant par les tournages et la présentation à l'écran. Ce travail a conduit à la réalisation de **2** émissions de dix minutes, qui ont été diffusées sur [BFM Paris Île-de-France](#).

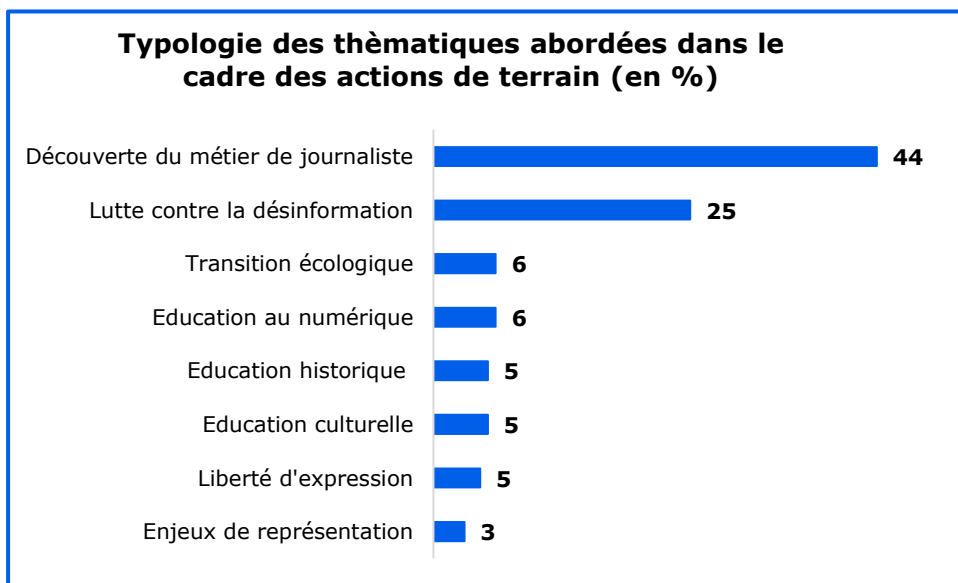
En parallèle, [Radio France](#) propose chaque année environ **250** ateliers radiophoniques à destination des élèves (du CM1 à la Terminale), notamment par l'intermédiaire de ses stations [France Bleu](#), présentes sur l'ensemble du territoire. Ces ateliers permettent aux jeunes de réaliser des interviews, des chroniques, voire des fictions, tout en découvrant les métiers de la radio et les étapes de la production d'un programme.

De son côté, [France Télévisions](#) participe activement à des événements tels que le « Festival international du film d'animation » d'Annecy, à l'occasion duquel elle organise divers ateliers créatifs. Ces initiatives incluent l'analyse et la création d'affiches de dessins animés, l'apprentissage du dessin du mouvement ainsi que des séances d'initiation à la réalisation de podcasts. Les jeunes y apprennent à poser leur voix, à conduire des interviews et à produire eux-mêmes ces contenus radiophoniques.

Des thématiques plus diverses pourraient être envisagées sur le terrain

Cependant, l'Autorité note à nouveau que la plupart des actions de terrain se concentrent essentiellement sur la découverte des métiers du monde de l'audiovisuel et la lutte contre la désinformation (respectivement **44 %** et **25 %**).

Bien que ces initiatives soient essentielles, l'Autorité encourage les éditeurs à élargir les thématiques abordées pour renforcer la formation de citoyens éclairés. A titre d'exemples, davantage d'actions autour des enjeux du numérique ou de la représentation médiatique pourraient être envisagées afin de répondre aux préoccupations les plus actuelles de la société.



II.

Les actions de l'Arcom en matière d'EMI&CN

Le cadre légal dans lequel s'inscrit l'Arcom en matière d'EMI&CN

>> **la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication** : plusieurs articles portent sur l'éducation aux médias et à l'information :

l'article 28 qui précise que les conventions conclues entre l'Arcom et les éditeurs portent sur les points suivants :

« 3° Les mesures propres à contribuer à l'éducation aux médias et à l'information ;

5° La diffusion de programmes éducatifs et culturels ainsi que d'émissions destinées à faire connaître les différentes formes d'expression artistique [...] ;

7° La contribution à des actions culturelles, éducatives et de défense des consommateurs. »

l'article 43-11 qui fixe aux sociétés du service public les objectifs suivants :

« [favoriser] le débat démocratique, les échanges entre les différentes parties de la population ainsi que l'insertion sociale et la citoyenneté » ;

« [concourir] au développement et à la diffusion de la création intellectuelle et artistique et des connaissances civiques, économiques, sociales, scientifiques et techniques ainsi qu'à l'éducation à l'audiovisuel et aux médias. »

l'article 60 qui concerne les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos et qui vise parmi leurs obligations celle de : « 5° Prévoir des mesures d'éducation aux médias et de sensibilisation des utilisateurs. »

>> **la loi du 24 juin 2020 contre les contenus haineux sur Internet** : création d'un Observatoire de la haine en ligne placé auprès de l'Arcom et chargé du suivi et de l'analyse de l'évolution des contenus haineux, en lien avec les opérateurs, associations et chercheurs. Un des sous-groupes est en charge des thèmes : « Prévention, éducation et accompagnement des publics ».

>> **le code de la propriété intellectuelle, modifié par la loi du 25 octobre 2021 relative à la régulation et à la protection de l'accès aux œuvres culturelles à l'ère numérique** : l'article 1 précise que l'Arcom mène : « des actions de sensibilisation et de prévention auprès de tous les publics, notamment auprès des publics scolaires et universitaires ».

En 2023-2024, l'Arcom a poursuivi ses actions en EMI&CN, à la fois en consolidant ses projets phares auprès des étudiants et en diversifiant son approche pour toucher de nouveaux publics. En effet, en parallèle de ses initiatives à destination des élèves, l'Autorité a développé des ressources adaptées au grand public et a renforcé sa participation à des événements nationaux et locaux, grâce à ses antennes locales, pour élargir l'impact de ses actions.

1. La poursuite des initiatives de l'Arcom dans le cadre scolaire

La multiplication de ses interventions auprès des étudiants et des enseignants (septembre 2023 à octobre 2024)

S'agissant de ses interventions auprès des élèves, l'Arcom, au siège et en région (Toulouse, Montpellier, Nice, Lannion, etc.) est intervenue auprès d'une vingtaine d'établissements (ex : le CELSA, l'Ecole Française de Journalisme, l'INSPE de Versailles,

l'Université Paris-Saclay, le BTS Suger, les lycées de Sèvres et Rueil-Malmaison, l'IUT de Lannion, l'école de journalisme de Nice, l'INSPE de Toulouse, etc.) afin d'aborder des sujets tels que la liberté d'expression et ses limites, le pluralisme politique ou encore les enjeux de représentations médiatiques.

L'Autorité, s'agissant de ses actions menées au siège, a réalisé **27** interventions qui ont pris la forme de sessions uniques sur des sujets spécifiques ou de parcours comprenant plusieurs séances et permettant aux classes d'explorer différents thèmes liés aux missions de l'Arcom. Près de **300** élèves ont été formés et sensibilisés lors de ces sessions.

Par ailleurs, il convient de préciser que, dans la continuité de la signature d'un premier partenariat stratégique avec le CELSA en mars 2023, l'Arcom a conclu en juillet 2024 [une convention](#) avec l'INSPE de Bretagne qui prévoit notamment :

- la diffusion de ressources pédagogiques de l'Arcom ;
- la co-construction de ressources pédagogiques ;
- l'organisation de formations pour les étudiants (M1, M2, Diplôme Inter Universitaire) par des représentants de l'Arcom ;
- la participation à des événements pédagogiques ;
- la contribution de l'Arcom à des publications académiques.

S'agissant des enseignants, l'Arcom, au siège ainsi qu'au niveau local (ex : les Arcom Dijon et Toulouse), a assuré depuis septembre 2023, **8** sessions de formation sur les enjeux d'égalité entre les femmes et les hommes, de lutte contre les discriminations et de respect du droit d'auteur. A ce jour, l'Arcom a contribué à la formation de près de **1 100** enseignants (plus de **180** en 2023-2024) sur l'ensemble du territoire.

Enfin, afin d'outiller les enseignants, l'Arcom a publié en septembre 2024 [une fiche pédagogique](#) relative à la représentation du handicap dans les médias audiovisuels qu'elle a construite avec ARTE Éducation⁸. Cette ressource invite notamment les lycéens et collégiens à questionner les représentations sociales véhiculées dans les médias et l'impact qu'elles peuvent avoir sur les citoyens et leur perception du handicap.

L'organisation par les Arcom locales de rencontres d'ampleur en EMI&CN sur l'ensemble du territoire

Dans la continuité de l'élan donné par le président Roch-Olivier Maistre qui a souhaité impulser une nouvelle dynamique en matière d'EMI&CN dans les territoires, les Arcom locales ont organisé, avec leurs rectorats respectifs, des rencontres entre les médias locaux, des représentants de l'éducation nationale et du monde associatif.

Dans la grande majorité, ces rencontres avaient comme thématique principale les enjeux d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique. Ainsi, les Arcom locales Antilles-Guyane, Bordeaux, Clermont-Ferrand, Dijon, Réunion-Mayotte, Lille, Lyon, Nancy, Paris, Rennes et Toulouse ont réuni en moyenne une trentaine de personnes. A noter que trois Arcom locales, Caen, Marseille et Poitiers, ont choisi d'organiser des événements avec des thématiques plus ciblées. Ainsi, l'Arcom Caen s'est intéressée au développement de l'esprit critique et a organisé deux tables rondes qui ont mis à l'honneur les enjeux de la liberté d'expression et ses limites. L'Arcom Poitiers s'est quant à elle concentrée sur la pratique informationnelle des jeunes à l'ère des réseaux sociaux en faisant notamment intervenir Madame Sophie Jehel. Enfin, l'Arcom

⁸ Lien pour accéder à la convention de partenariat signée le 16 janvier 2024 entre l'Arcom et ARTE Education : <https://www.arcom.fr/nos-ressources/espace-juridique/textes-juridiques/convention-de-partenariat-entre-arte-education-et-larcom-dans-le-domaine-de-leducation-aux-medias-linformation-et-la-citoyennete-numerique>.

Marseille a choisi de mettre à l'honneur les enjeux de lutte contre les discriminations dans les médias audiovisuels à travers deux tables rondes.

Ces rencontres ont été appréciées par les acteurs locaux puisqu'elles ont permis :

- des retours d'expériences et des partages de bonnes pratiques essentiels en matière d'EMI&CN ;
- des prises de contact et des échanges précieux entre une multitude d'acteurs qui ne se connaissent pas suffisamment et qui vont pouvoir dès lors envisager des actions communes ;
- une remontée des préoccupations des acteurs de terrain (ex : difficulté de financement, concurrence entre les acteurs, etc.).

Fortes de cette première expérience, les Arcom locales vont renouveler, à partir de janvier 2025, ces rencontres.

Les interventions de l'association « Génération numérique »

Depuis janvier 2022, l'Arcom collabore avec l'association « Génération numérique » pour mener des interventions en milieu scolaire. Ce partenariat permet de sensibiliser les élèves de primaire, collège et lycée aux questions de respect du droit d'auteur sur Internet et depuis septembre 2024, sur l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias.

Ainsi, en 2024, **244** ateliers ont été organisés dans les établissements scolaires, dont **235** consacrés au droit d'auteur et **19** à l'égalité entre les femmes et les hommes, sensibilisant ainsi plus de **7 300** élèves.

La neuvième édition de « Documentaire de Poche » : un projet pour sensibiliser les lycéens aux enjeux liés au droit d'auteur (novembre 2023 à juin 2024)

Au cours de l'année 2023-2024, l'Arcom, en collaboration avec la Scam et le Forum des images, a organisé la neuvième édition du projet « Documentaire de Poche ». Ce dispositif vise à sensibiliser les élèves de lycée au droit d'auteur en les plaçant dans la position de créateur. Ceux-ci sont amenés à s'interroger sur leurs pratiques numériques tout en réalisant de courts documentaires (d'une durée de 5 à 7 minutes) autour d'un thème imposé. Cette année le thème était « Mon environnement » et **7** classes ont participé au projet.



Entre les mois de novembre 2023 et juin 2024, les élèves ont eu l'opportunité de rencontrer les équipes de l'Arcom, une intervenante du Forum des Images et des réalisateurs professionnels pour explorer les questions relatives aux images, au style documentaire et au droit d'auteur.

Pour l'édition 2024-2025, le projet va prendre une nouvelle dimension puisqu'ARTE Education comptera parmi les partenaires de l'Arcom et que **10** classes des régions Île-de-France, Bretagne et Nouvelle-Aquitaine seront sélectionnées.

La participation de l'Arcom aux événements organisés par le CLEMI (mars 2024)

À l'occasion de la « Semaine de la presse et des médias dans l'école » (du 18 au 22 mars), l'Arcom, a proposé différents types d'interventions :

- L'intervention des membres du collège de l'Arcom auprès de classes à Paris et en région parisienne. Il convient de préciser que sur l'ensemble du territoire, les Arcom locales se sont également mobilisées auprès des élèves (ex : les Arcom Antilles-Guyane, Caen et Dijon) ;
- L'accueil dans ses locaux de plus de **90** élèves (des étudiants du BTS audiovisuel du lycée Suger, en Seine-Saint-Denis, et des lycéens) qui ont pu suivre des interventions relatives à la liberté d'expression et ses limites et à l'égalité entre les femmes et les hommes ;
- L'organisation, le 19 mars, d'une table ronde : « Citoyenneté numérique : une responsabilité partagée ». L'objectif de cet événement était de faire se rencontrer des acteurs de l'éducation nationale, de la protection de la jeunesse et des représentants des plateformes en ligne (*TikTok* et *Meta*). Ainsi, Madame Sophie Jehel, professeure en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 8 a pu donner la parole à Mesdames Justine Atlan, directrice générale de e-Enfance et Capucine Tuffier, responsable des affaires publiques de *Meta* France et à Messieurs Séverin Ledru-Milon, professeur d'histoire-géographie/formateur CLEMI et Eric Garandeau, directeur des relations institutionnelles et des affaires publiques de *TikTok* France.

Enfin, l'Arcom, au siège et dans les territoires (ex : les Arcom Lille, Lyon, Marseille, Poitiers, Paris, Rennes, Réunion-Mayotte et Toulouse), a également participé aux jurys des concours scolaires « Médiatiks » et « #ZéroCliché ». Le concours « Médiatiks », qui encourage l'expression à travers des médias (presse écrite, radio, télévision), a permis à **36 600** élèves de réaliser plus de **1 200** projets médiatiques, promouvant la liberté d'information et d'expression. De son côté, le concours « #ZéroCliché » valorise les productions médiatiques des élèves en faveur de l'égalité entre les filles et les garçons, contribuant à les sensibiliser à la lutte contre les stéréotypes et les discriminations.

La participation de l'Arcom à l'opération « Educap City » : un événement à la rencontre des primaires et des collégiens (juin 2024)



Le jeudi 20 juin et pour la deuxième année consécutive, l'Arcom a participé à l'opération « Educap City ». Ce parcours d'orientation urbain et citoyen a été créé en 2016 par l'association CAP SAAA (CAP Sport Art Aventure Amitié) et permet aux enfants, âgés de 8 à 14 ans, de découvrir les acteurs institutionnels, associatifs, économiques de leur ville. Les principaux objectifs de ce projet, qui fait étape dans plus de **20** villes en

France métropolitaine, sont l'éducation à la citoyenneté, la promotion du vivre ensemble et la découverte de la culture.

Ainsi, tout au long de la journée, l'Arcom a accueilli plus de **280** enfants répartis en 47 équipes. Pendant une dizaine de minutes, les groupes ont suivi une présentation de l'Arcom et de ses missions et ont répondu à un quizz.

2. De nouvelles actions pour toucher des publics divers

La participation à des salons et des festivals (novembre 2023 à septembre 2024)

Dans sa volonté de sensibiliser de nouveaux publics, l'Arcom a renforcé sa présence à des événements variés tout au long de l'année 2023-2024.

Du 21 au 23 novembre 2023, l'Arcom a, pour la première fois, participé au « Salon des Maires et des Collectivités Locales » à Paris. Cet événement a permis de sensibiliser les élus aux enjeux de l'EMI&CN et de leur faire découvrir les nombreuses ressources proposées par l'Autorité en la matière, contribuant ainsi à une meilleure diffusion de ces enjeux auprès de la population.

Par ailleurs, le 2 décembre 2023, l'Arcom a participé à l'événement « A fond les manettes ! Mode prévention activé ». Cette journée départementale, dédiée à la prévention de l'usage excessif des écrans et des jeux vidéo chez les jeunes et leurs familles, a été organisée par le réseau « Info Jeunes » du Val de Marne. L'objectif principal de cet événement était de sensibiliser les jeunes et leurs parents à une utilisation raisonnée et protégée de l'outil numérique. L'Arcom tenait un stand dédié à la sensibilisation des jeunes sur les thématiques liées à l'éducation aux médias - la question de la liberté d'expression et ses limites et les enjeux de représentation dans les jeux vidéo - et à la signalétique jeunesse. Une présence qui lui a permis d'instaurer un dialogue ouvert autour de ses missions avec les visiteurs.

Il convient de préciser que l'Autorité a poursuivi ce travail de sensibilisation à travers l'univers des jeux vidéo en 2024 puisqu'elle a participé, pour la deuxième année consécutive, au festival « Hauts-de-Seine Digital Games » aux côtés de la CNIL et du Défenseur des Droits (les 24 et 25 mai 2024).

Une première participation à « Numérique en commun[s] » : un événement pour rencontrer les acteurs de la médiation numérique (septembre 2024)

L'Arcom était partenaire, pour la première fois, de l'événement « Numérique en commun[s] » qui s'est tenu les 25 et 26 septembre à Chambéry. Cet événement, porté par le programme « Société Numérique » de l'Agence Nationale de la Cohésion des Territoires (ANCT), a pour objectif de réunir des acteurs engagés pour un numérique d'intérêt général à la fois inclusif, éthique, durable et accessible. En s'associant à cet événement, l'Arcom a démontré sa volonté de toucher de nouveaux publics, et notamment les acteurs de la médiation numérique qui côtoient des populations qui n'ont pas un accès direct aux actions d'EMI&CN (ex : les seniors et les familles).

À cette occasion, l'Arcom a tenu un stand afin de présenter ses différentes ressources en la matière à destination des parents, du jeune public et de la communauté éducative. Par ailleurs, l'Autorité, représentée par le Conseiller Benoît Loutrel et plusieurs agents des services, a pu participer à la présentation des masterclass et conférences suivantes : « La vitalité des réseaux menace-t-elle nos libertés numériques ? », « Femmes dans les médias : et si l'IA aidait finalement à les défendre ? » et « Comment améliorer (enfin) l'accessibilité numérique des sites publics ? ».

Au total, ce sont près de **2 000** participants et **300** intervenants qui ont assisté à cette 7^e édition de « Numérique en Commun[s] ».

Focus sur le rôle des conseillers numériques face au défi de l'éloignement numérique

Dans le cadre du plan « France Relance » qui comporte un volet sur l'inclusion numérique, des moyens sont mobilisés pour proposer une solution d'accompagnement au numérique aux Français. Cette enveloppe se décline en trois axes dont un porte sur le recrutement de 4 000 conseillers numériques formés qui auront pour mission de proposer des ateliers d'initiation au numérique au plus proche des Français. C'est l'Agence nationale de la cohésion des territoires (ANCT) qui a été mandatée par l'Etat pour piloter ce dispositif « [Conseiller numérique France Services](#) ».

L'Arcom collabore avec l'ANCT et lui a proposé de présenter ce dispositif :

« De nos jours en France, la large diffusion des infrastructures et équipements numériques nous conduit à penser le phénomène de l'éloignement numérique en s'intéressant aux capacités des individus à utiliser le numérique pour accroître leur bien-être et favoriser leur pouvoir d'agir (cf. concept de « capacité numérique »). Et tous les individus ne sont pas en situation de tirer les mêmes profits du numérique, la nature capacitante ou incapacitante du numérique est dépendante des conditions d'existence. Les enquêtes récentes montrent d'ailleurs que les individus peu ou pas diplômés (dotés d'un faible capital culturel) sont les moins susceptibles de tirer des profits concrets du numérique. Plus globalement, nous avons publié une étude en 2023 qui montre que près d'un Français sur trois serait éloigné du numérique, soit environ 16 millions de personnes.

Ainsi, la mise en place de dispositifs de médiation numérique est indispensable pour maintenir et développer la cohésion sociale dans notre pays. A ce titre, nous soutenons une éducation populaire au numérique, devant permettre à chacun de tirer pleinement profit des évolutions technologiques. C'est en particulier le cas avec le dispositif « Conseiller numérique » qui repose sur le développement d'une médiation numérique de proximité par le déploiement de 4 000 conseillers numériques partout en France.

En moins de trois ans, les conseillers numériques ont réalisé plus de 4 millions d'accompagnements. Aussi bien pratiqués en ateliers individuels que collectifs, ces accompagnements bénéficient majoritairement aux individus les plus vulnérables (peu ou pas diplômés, retraités, employés ou demandeurs d'emploi), résidant principalement dans des zones périurbaines ou rurales. Les conseillers numériques accompagnent en premier lieu leurs bénéficiaires à l'utilisation quotidienne des outils numériques mais ils incarnent aussi un tiers de confiance auprès duquel les personnes accompagnées cherchent à être rassurées vis-à-vis du numérique.

Plus intéressant encore, nous avons réalisé une étude d'impact du dispositif qui montre que 93 % des bénéficiaires interrogés estiment réussir aujourd'hui des tâches avec le numérique qu'ils n'arrivaient pas à faire avant l'accompagnement et 97 % ont le sentiment d'avoir progressé. En outre, suite aux accompagnements, ils sont 60 % à être plus à l'aise et moins stressés à l'idée de manipuler des outils numériques. Autrement dit, il s'agit d'un dispositif contribuant à lever les freins psycho-sociaux à l'usage du numérique. Par conséquent, en améliorant le rapport au numérique des personnes les plus en difficulté avec cette technologie, le dispositif Conseiller numérique agit comme un véritable levier de réduction des inégalités numériques entre les Français. »

La création de nouvelles ressources à destination notamment des parents

Depuis de nombreuses années, l'Arcom propose des ressources pédagogiques pour présenter l'univers audiovisuel et numérique, la place du régulateur et les enjeux de représentations médiatiques, de déontologie, d'exposition aux écrans et de création principalement à destination des enseignants.



En 2024, l'Autorité a élargi son offre en adaptant certaines de ses ressources au grand public, et notamment à destination des parents. Ainsi, elle a publié en septembre 2024 un [dépliant](#) « Comprendre la liberté d'expression et ses limites » dans lequel les encadrants peuvent trouver des clés de compréhension des enjeux liés à la liberté d'expression ainsi que des conseils pratiques si leurs enfants sont confrontés à des propos, des images ou des vidéos incitant à la haine.

Par ailleurs, le 25 juin dernier, l'Arcom a publié une nouvelle [rubrique consacrée à l'EMI&CN](#) sur son site. Les internautes ont désormais la possibilité d'effectuer une recherche ciblée avec tout d'abord une entrée par thématiques – ces dernières reprenant les quatre enjeux majeurs autour desquels l'action de l'Arcom en EMI&CN s'articule - : « Déontologie et démocratie », « Représentations médiatiques », « Protection de la création » et « Exposition aux écrans ». Est proposée ensuite, à l'intérieur de chaque thématique, une entrée par cibles : « Enseignants », « Adultes et parents », « Elèves et étudiants », « Professionnels ».

Enfin, dans le prolongement des modules pédagogiques créés pour les enseignants de primaire, collège et lycée, l'Autorité a publié des bandes-dessinées qui s'adressent aux enfants cette fois et qui reprennent les thèmes abordés dans ces ressources : « L'Arcom c'est quoi ? », « La représentation des femmes dans les médias » et « La liberté d'expression et ses limites ».

La réalisation d'une étude pour mesurer l'impact de la campagne de communication pour lutter contre le piratage

L'Arcom, en partenariat avec le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), a travaillé à la création d'une campagne de sensibilisation pour renforcer la lutte contre le piratage des œuvres cinématographiques et audiovisuelles.

En 2023⁹ et 2024¹⁰, cette campagne a été largement projetée en salle et diffusée par les chaînes de télévision et de radio à la fois sur leurs antennes linéaires et sur leurs prolongements numériques. Afin de mesurer les effets de cette diffusion sur les téléspectateurs et les auditeurs, l'Arcom a réalisé avec l'institut d'études Harris Interactive un post-test quantitatif¹¹ qui a notamment permis d'établir que, environ **une personne sur deux** déclare être susceptible de davantage faire attention au caractère légal des œuvres, pirater moins des films ou des séries ou encore consommer davantage légalement les biens culturels d'une manière générale. Ces scores s'avèrent plus élevés

⁹ Du 15 au 30 juin puis courant septembre 2023.

¹⁰ Du 30 septembre au 13 octobre 2024.

¹¹ Etude quantitative réalisée par Harris Interactive auprès de 1228 individus représentatifs des Français de 15 ans et plus, incluant un sur-échantillon de 200 consommateurs illicites. Terrain réalisé du 14 au 28 octobre 2024.

auprès de ceux ayant reconnu la campagne et plus limités auprès des consommateurs illicites les plus réguliers.

3. Des échanges et des projets de collaboration au niveau local et au niveau international

Une implication forte des radios associatives en matière d'EMI&CN au niveau local

Afin de parvenir à saisir plus finement l'implication des radios associatives en matière d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique sur l'ensemble du territoire, les Arcom locales leur ont adressé un questionnaire.

Les informations récoltées auprès de **345** radios ont permis de noter que **53 %** d'entre elles concluent des partenariats avec l'éducation nationale. Des collaborations qui se concrétisent majoritairement par la production d'émissions de radio par les élèves (à **37 %**) et des interventions en classe (à **25 %**).

Ces constats sont partagés par le Syndicat National des Radios Libres (SNRL) et la Confédération Nationale des Radios Associatives Les Locales (CNRA) qui ont publié en novembre 2024 un rapport « L'EMI des territoires » (cf. encart ci-après).

Focus sur le rôle des radios associatives en matière d'EMI&CN

« Les radios associatives confirment une puissante et originale irrigation territoriale en EMI »

Contribution présentée par le Syndicat National des Radios Libres (SNRL) et la Confédération Nationale des Radios Associatives Les Locales (CNRA).

« Les radios associatives locales ont l'EMI dans leur ADN depuis 40 ans. Elles ont progressivement diversifié, multiplié, renforcé et professionnalisé leurs pratiques ce qui a été encouragé par l'Accord-Cadre signé en mars 2016 avec le ministère de l'Éducation nationale. Etant donné le maillage territorial national assuré par 750 radios aussi bien dans les métropoles que les banlieues, les zones rurales, Outremer, il nous est apparu qu'il fallait consolider la conviction que nous avons de la place importante des radios associatives dans la mobilisation nationale sur les enjeux majeurs, citoyens et sociétaux en EMI, par des données quantitatives et qualitatives objectives et donc fiables. Réalisée en 2024, l'enquête nationale a permis de collecter les réponses très détaillées de 178 radios, et les résultats, rien que sur cet échantillon ont été éloquentes.

178 radios rencontrent sur un an plus de 50 000 bénéficiaires sur plus de 2 500 établissements. Elles mobilisent avec des encadrants qualifiés, salariés et bénévoles, plus de 75 000 heures. Celles-ci sont dispensées pour 60 % avec des publics scolarisés (de l'école maternelle à l'Université) et pour 40 % avec des publics divers, de centres sociaux, de maisons des jeunes et de la culture, en situation de handicap, en EHPAD ou en centres pénitentiaires, etc. Les radios n'interviennent pas seulement sur des approches purement radiophoniques mais sur des démarches de professionnels de la pédagogie radiophonique. Elles assurent les fondamentaux de l'EMI, lutte contre la désinformation, développement de l'esprit critique, sens du discernement face aux flux d'informations, sens de la responsabilité dans l'émission de messages informatifs, découverte des médias, acquisition de nouvelles compétences personnelles, sociales et civiques, savoirs, savoir-faire, savoir-être, par la pratique de l'écriture journalistique et l'expression radiophonique.

Ce qui marque l'originalité des interventions EMI des radios associatives, c'est le choix de progressions pédagogiques de longue durée souvent sur plusieurs interventions avec le même groupe. L'autre spécificité est le choix de passer par la pédagogie du « faire » qui conduit à la réalisation d'émissions de format divers depuis le podcast individuel jusqu'à des émissions collectives faisant intervenir, parfois en direct, un groupe entier.

Cette enquête fait apparaître des priorités complémentaires à l'EMI sur lesquelles la radio peut être un formidable outil éducatif : travailler sur l'intelligence artificielle et le discernement numérique, sortir des bulles informationnelles, développer l'oralité et les capacités à se parler et à s'écouter, susciter la créativité artistique, faire avancer la culture de l'altérité. »

Des échanges réguliers avec les régulateurs internationaux

En 2023-2024, l'Arcom a encore renforcé son engagement au sein des réseaux européens et internationaux de régulateurs en participant activement aux groupes de travail consacrés à l'éducation aux médias et à l'information, notamment le groupe « *Media Literacy* » du Réseau des instances de régulation méditerranéennes (RIRM), le groupe « *EMIL* » de la plateforme européenne des instances de régulation (EPRA) et le groupe d'action sur l'éducation aux médias du Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA). .

En novembre 2023, l'Arcom a rejoint le « *Global Online Safety Regulators Network* » (GOSRN), un nouveau réseau international de régulateurs dédié à la sécurité en ligne. Ce réseau, officiellement lancé le 14 novembre 2022 à Washington lors de la conférence annuelle du « *Family Online Safety Institute* », regroupe plusieurs autorités de régulation à travers le monde, telles que l'Ofcom (Royaume-Uni), l'eSafety Commissioner (Australie), la Commission de sécurité en ligne (Fidji), la Coimisiún na Meán (Irlande), le Film and Publication Board (Afrique du Sud), la Korea Communications Standards Commission (Corée du Sud), le Council for Media Services (Slovaquie) et la Autoriteit Terroristische Content en Kinderpornografisch Materiaal (Pays-Bas).

Dans le cadre de sa participation, l'Arcom est membre du groupe de travail « *Education and Awareness* » qui vise à identifier les défis liés à l'éducation à la sécurité en ligne, à promouvoir l'échange d'expertises entre régulateurs et à encourager des initiatives coordonnées pour améliorer l'efficacité des programmes de sensibilisation. Ces efforts visent à anticiper et à répondre aux nouvelles tendances et défis qui émergent dans le domaine de la sécurité en ligne.

Enfin, l'Arcom continue de partager son expérience et ses bonnes pratiques en matière d'éducation aux médias et à l'information avec ses homologues dans le cadre de rencontres et projets bilatéraux comme l'illustre, par exemple, l'accord de coopération signé avec son homologue de Roumanie, le Conseil national de l'audiovisuel, en avril 2024.