



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL



REPRESENTATION DE LA DIVERSITE DE LA SOCIETE FRANÇAISE A LA TELEVISION

Rapport au Parlement

Juillet 2011



Conseil supérieur de l'audiovisuel

Juillet 2011



Sommaire

Liste des annexes	5
Introduction	7
I. Les engagements des chaînes 2010 – 2011	9
I - 1. Le suivi d’application de la délibération du 10 novembre 2009	9
I - 1. 1. Les résultats du baromètre en 2010	9
I - 1.2. Les actions menées par les éditeurs dans le cadre de leurs engagements en 2010	12
I - 2. Les engagements des éditeurs pour l’année 2011	14
I - 2. 1. Engagements relatifs aux résultats du baromètre	15
I - 2. 2. Engagements relatifs aux actions de sensibilisation	16
I - 2. 3. Engagements relatifs à l’organisation interne	16
I - 2. 4. Autres initiatives	17
II. Une année d’action du Conseil et de son Observatoire de la diversité	18
II - 1. La mobilisation des médias audiovisuels : de la Charte au Label diversité	18
II - 1. 1. Le Conseil a co-organisé la signature de la Charte de la diversité par les dirigeants des médias audiovisuels	18
II - 1. 2. Le Conseil encourage les entreprises du secteur de l’audiovisuel à candidater à l’obtention du Label diversité	19
II - 2. Les partages d’expériences	20
II - 2.1. Les acteurs de l’audiovisuel : les écoles de journalisme	20
II - 2.2. La coopération européenne et internationale	23
II - 3. Le contenu des programmes audiovisuels : lutte contre les stéréotypes dévalorisants	24
II - 3.1. La représentation des banlieues à la télévision	25
II - 3.2. Les interventions du Conseil dans la lutte contre le racisme	28



III. Les perspectives d'évolution et les préconisations	29
III – 1. La reconduction et l'aménagement du baromètre de la diversité	29
III - 2. La prise en compte des critères qualitatifs	29
III – 3. Le suivi régulier des avancées dans le secteur de l'audiovisuel	30
III - 4. Les exigences propres au service public	30
III - 5. La diversité à la radio	32
Conclusion	34



Liste des annexes

- Annexe 1 : Délibération du 10 novembre 2009 tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal +**

- Annexe 2 : Baromètre de la diversité à la télévision : Deuxième vague
Juillet 2010**

- Annexe 3 : Baromètre de la diversité à la télévision : Troisième vague
Décembre 2010**

- Annexe 4 : Composition de l'Observatoire de la diversité dans les médias audiovisuels**

- Annexe 5 : Comptes rendus remis par les chaînes au sujet de la diversité en 2010**

- Annexe 6 : Détail des engagements des services de télévision pour 2011**

- Annexe 7 : Présentation méthodologique du baromètre de la diversité en anglais**

- Annexe 8 : Charte de la diversité**



« Le Conseil supérieur de l’audiovisuel contribue aux actions en faveur de la cohésion sociale et à la lutte contre les discriminations dans le domaine de la communication audiovisuelle. Il veille, notamment, auprès des éditeurs de services de communication audiovisuelle, compte tenu de la nature de leurs programmes, à ce que la programmation reflète la diversité de la société française et contribue notamment au rayonnement de la France d’outre-mer. Il rend compte chaque année au Parlement des actions des éditeurs de services de télévision en matière de programmation reflétant la diversité de la société française et propose les mesures adaptées pour améliorer l’effectivité de cette diversité dans tous les genres de programmes.

Le Conseil peut adresser aux éditeurs et distributeurs de services de communication audiovisuelle des recommandations relatives au respect des principes énoncés dans la présente loi. Ces recommandations sont publiées au Journal officiel de la République française. »

Article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication



En vertu de l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, le Conseil supérieur de l'audiovisuel veille à ce que la programmation des services de communication reflète la diversité de la société française.

Afin de mener à bien cette mission, le Conseil s'est doté des outils permettant de suivre les actions en faveur de la diversité mises en œuvre par les éditeurs de services de télévision. Il a ainsi conçu et fait réaliser un baromètre biannuel destiné à évaluer la perception de la diversité à la télévision. La première vague du baromètre, sortie en septembre 2009, avait permis de dresser une situation peu satisfaisante : dans aucune des catégories retenues par le baromètre (origine, sexe, catégorie socioprofessionnelle et handicap), la diversité des intervenants à l'antenne n'a été à la hauteur de la diversité réelle de la société française. Les éléments d'information sur les actions en faveur de la diversité que le Conseil avait recueillis auprès des éditeurs, même s'ils témoignaient de quelques initiatives ponctuelles, avaient mis en évidence l'absence d'une prise en compte continue, cohérente et volontariste de la diversité dans la programmation.

A la suite de ces premiers constats préoccupants, le Conseil a adopté, le 10 novembre 2009, une délibération tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal +. L'objectif du Conseil consistait à provoquer, chez les éditeurs, une démarche volontariste fondée sur des engagements formels pris annuellement. Le texte établit donc le cadre des engagements que chaque éditeur doit prendre auprès du Conseil, et fixe les modalités du suivi exercé par le Conseil.

Le Conseil a reçu et accepté, en début d'année 2010, les engagements des éditeurs pris conformément à la délibération pour l'année 2010. Ces engagements, ainsi que l'état des lieux de la représentation de la diversité dans les médias, ont fait l'objet du premier rapport remis au Parlement en avril 2010. Le Conseil a appelé les éditeurs à engager une action volontaire et efficace en faveur de la diversité.

Après la remise du premier rapport, le Conseil a poursuivi, tout au long de l'année, son action résolue en faveur de la diversité dans les médias audiovisuels.

L'année 2010 a permis d'approfondir le partenariat constructif et opérationnel avec l'INA, confirmé par le nouveau président Mathieu Gallet, qui permet au Conseil de bénéficier des infrastructures de l'Inathèque pour la réalisation des travaux d'indexation menés dans le cadre du baromètre de la diversité à la télévision, reconnu désormais comme un outil de mesure de référence.

Outre les actions menées auprès des éditeurs, le Conseil a poursuivi, dans le cadre de sa mission, la sensibilisation de tous les acteurs de l'audiovisuel à la nécessité de prendre en compte la diversité. A cette fin, il s'est appuyé sur les travaux de l'Observatoire de la diversité dans les médias audiovisuels, créé le 11 mars 2008 et co-présidé par les conseillers Rachid Arhab et Alain Méar.

Le 11 mars 2011, à l'occasion du troisième anniversaire de l'Observatoire, il a été procédé à un renouvellement partiel de ses membres. Ainsi, M. Eric Molinié a rejoint l'Observatoire



pour y apporter son expertise en sa qualité notamment d'ancien président de la HALDE et d'ancien président de l'Association française contre les myopathies.

Les travaux de l'Observatoire de la diversité permettent au Conseil de fonder son action sur une approche globale, caractérisée par une collaboration étroite avec l'ensemble des acteurs et une réflexion continue sur les perspectives d'amélioration possibles.

L'objet de ce deuxième rapport, conformément à l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986, est de porter à la connaissance du Parlement l'état de la représentation de la diversité dans les médias audiovisuels. Le Conseil s'appuie sur les résultats du baromètre de la diversité, l'appréciation du respect des engagements pris par les chaînes pour l'année 2010, ainsi que les engagements des éditeurs de services souscrits pour l'année 2011.

Ce rapport offre aussi l'occasion de présenter l'action menée par le Conseil en 2010-2011, en coopération étroite avec l'Observatoire créé sous son égide.

Il constitue également le premier bilan d'application de la délibération du 10 novembre 2009. Le Conseil formule enfin des préconisations relatives à une meilleure représentation de la diversité dans les médias audiovisuels.

*

*

*



I. Les engagements des chaînes 2010 – 2011

Un premier point de l'application de la délibération du Conseil du 10 novembre 2009 permet de faire état des bonnes pratiques en prenant pour référence les résultats du baromètre de la diversité et les rapports remis par les éditeurs sur le respect de leurs engagements pour l'année 2010.

L'appréciation des engagements pris pour l'année 2011 permet d'identifier les nouvelles initiatives des éditeurs en faveur de la diversité.

I - 1. Le suivi d'application de la délibération du 10 novembre 2009

Le Conseil a adopté, le 10 novembre 2009, une délibération qui tend à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal +.

Cette délibération établit le cadre des engagements que chaque éditeur doit prendre auprès du Conseil et fixe les modalités du suivi de ces engagements.

Le Conseil veille au respect par l'éditeur des engagements pris en application de la délibération, en se fondant notamment sur les résultats du baromètre de la diversité à la télévision établi par le Conseil, ainsi que sur les rapports qui lui sont communiqués chaque année par les éditeurs.

I - 1. 1. Les résultats du baromètre en 2010

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel et son Observatoire de la diversité ont présenté, le 16 décembre 2010, les résultats détaillés de la deuxième vague du baromètre de la diversité réalisée par l'IFOP.

Ces résultats (correspondant à la semaine du 6 au 12 février 2010) se caractérisent par une **grande stabilité** par rapport à ceux de la première vague (semaine du 8 au 14 juin 2009).

Cette stabilité est confirmée par les résultats de la **troisième vague** (semaine du 18 au 24 septembre 2010), dont la spécificité est de ne porter que sur les trois genres visés par la délibération. En effet, elle ne prend en compte que la fiction française inédite, les divertissements et les magazines produits en France et les programmes d'information sur les sujets français.



I – 1.1.1. Les premiers signes positifs dans la fiction française, les divertissements et l'information

Les données recueillies témoignent des premiers signes positifs dans la fiction française, les divertissements et l'information, les trois genres visés par la délibération du 10 novembre 2009.

En effet, les résultats de la deuxième vague du baromètre permettent une analyse détaillée par chaîne qui révèle les premiers signes de progrès chez un certain nombre d'éditeurs. La troisième vague, partielle, permet d'étudier plus spécifiquement les évolutions sur les genres pour lesquels les chaînes ont une plus grande maîtrise dans le processus de réalisation.

S'agissant de la diversité des origines, les chaînes France 2 et Canal+ présentent des résultats en très nette amélioration avec respectivement 18 et 16% de personnes perçues comme non blanches dans leurs programmes au cours de la semaine du 6 au 12 février 2010.

France 4, TMC et TF1 présentent également des résultats satisfaisants, au-dessus de la moyenne globale toutes chaînes confondues.

Les chaînes France 2 et France 3 ont particulièrement porté leurs efforts sur la fiction française (23% pour France 2 et 19% pour France 3 des personnages indexés dans la fiction française sont perçus comme non blancs au cours de la semaine étudiée).

Canal + enregistre de bons résultats dans les programmes de divertissements, les documentaires, les magazines et l'information (au-dessus de 16%).

M6 s'illustre concernant les programmes d'information avec 24% de personnes perçues comme non blanches.

La troisième vague du baromètre témoigne d'une dégradation de la représentation de la diversité des origines dans les fictions françaises inédites et les magazines. En revanche, les personnes perçues comme non blanches sont plus présentes dans l'information et le divertissement, mais restent au second plan. Enfin, on constate une forte amélioration de la présence des femmes non blanches dans les divertissements.

Concernant la représentation des genres, les résultats de la deuxième vague du baromètre sont encourageants et en amélioration pour M6, avec une représentation assez satisfaisante en termes de parité (48% de femmes et 52% d'hommes contre 45% de femmes lors de la première vague).

NRJ 12 a également des résultats en nette progression avec 45% de femmes et 55% d'hommes.

Les résultats de la troisième vague confirment une progression de la présence des femmes dans les divertissements d'origine française.



Le handicap trouve encore une représentation faible dans les programmes télévisés. Il a été relevé que sur TF1, au cours de la semaine étudiée pour la deuxième vague, près de 2% des personnes indexées dans les programmes d'information, les fictions et les divertissements étaient perçues comme handicapées. Cette progression n'a cependant pas été confirmée par la vague suivante.

Quant aux catégories socioprofessionnelles, il est constaté que la fiction présente une meilleure diversité que les autres genres de programmes. Cette amélioration est perceptible dans les fictions françaises diffusées sur TF1, France 2 et France 3.

Ces résultats sont confirmés globalement par la troisième vague du baromètre pour la fiction française inédite.

I - 1.1.2. En dépit de certaines inflexions, les résultats globaux sont marqués par une grande stabilité

Les résultats de la troisième vague du baromètre révèlent l'absence de progression continue pour la majorité des programmes, toutes chaînes confondues. Des améliorations ponctuelles enregistrées lors de la deuxième vague ne sont confirmées que pour certains programmes.

Ainsi, **la moyenne globale pour la diversité des origines reste de 13%**, sans évolution. La surreprésentation des personnes perçues comme blanches dans les rôles de héros est systématique.

La représentation des femmes reste inchangée par rapport à la première vague, **largement en deçà de la réalité : 36%**. Les femmes incarnent très majoritairement des seconds rôles.

Les cadres supérieurs constituent toujours la catégorie socioprofessionnelle la plus largement représentée à la télévision, notamment dans les programmes d'origine française ou les émissions relatives à l'actualité française (84% pour la deuxième vague et **87% pour la troisième vague**). Les rôles restent distribués de façon inégalitaire, les héros étant fortement incarnés par des cadres. Les programmes d'information continuent à surreprésenter les catégories supérieures.

Enfin, les **personnes perçues comme handicapées** sont quant à elles toujours très peu représentées¹.

L'analyse des résultats des trois premières vagues du baromètre de la diversité confirme donc le caractère ponctuel des actions menées par les éditeurs et leur insuffisance pour irriguer de manière continue les antennes. En même temps, le baromètre dans sa conception actuelle ne permet pas d'apprécier la totalité des efforts consentis tout au long de l'année, ni ceux qui sont engagés dans la mise en production des programmes. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a donc été conduit à envisager des aménagements pour les vagues suivantes du

¹ Cette question spécifique fera l'objet d'une prochaine audition de Mme Monique Pelletier, présidente du Conseil national du handicap (CNH), dans le cadre du groupe de travail « diversité » du Conseil.



baromètre et à prendre en compte, dans son appréciation, les éléments concrets portés à sa connaissance par les chaînes dans le cadre des rapports annuels prévus par la délibération.

I - 1.2. Les actions menées par les éditeurs dans le cadre de leurs engagements en 2010

Conformément à la délibération du 10 novembre 2009, les éditeurs communiquent au Conseil chaque année, avant le 31 mars, les éléments permettant d'apprécier le respect des engagements pris au titre de l'année précédente.

Après avoir reçu les bilans, le Conseil a organisé des auditions de plusieurs groupes du secteur des médias leur permettant ainsi de présenter les actions menées et les perspectives d'évolution pour 2011- 2012.

I - 1.2.1. Appréciation globale

Pour la majorité des chaînes, les rapports recensent à nouveau les programmes diffusés au cours de l'année illustrant la représentation de la diversité à l'antenne. Ces listes de programmes se présentent toutefois de manière plus cohérente que les années précédentes et témoignent davantage d'une démarche organisée en vue d'améliorer la représentation de la diversité.

Comme auparavant, les éditeurs rendent compte à la fois des initiatives menées à l'antenne (choix des intervenants, programmation des fictions avec des personnages réguliers représentant la diversité, choix des sujets) et hors antenne (organisation interne, partenariats, formation).

I - 1.2.2. Non respect des engagements

Le Conseil a pu constater que certains éditeurs n'ont pas été en mesure de respecter leurs engagements pris pour l'année 2010.

Ainsi, Direct 8 n'a pas tenu son engagement d'élaborer une charte d'éthique professionnelle pour l'ensemble des activités médias du groupe Bolloré. Lors de sa réunion plénière du 25 mai 2011, le Conseil a décidé de mettre en garde les dirigeants de la chaîne contre le renouvellement d'un tel manquement.

NRJ 12 n'a pas été en mesure de mettre en œuvre son engagement d'améliorer la présence des femmes et des différentes catégories socio-professionnelles dans les journaux télévisés puisque le journal télévisé quotidien a été retiré de l'antenne en juin 2010. Le Conseil a pris acte de la promesse de la chaîne de reconduire cet engagement s'agissant des catégories socio-professionnelles pour l'année 2011 concernant ses productions propres, notamment les magazines : il sera particulièrement attentif au respect de ce nouvel engagement.



I - 1.2.3. Bonnes pratiques

Parmi les actions menées par les chaînes au cours de l'année 2010, un certain nombre de bonnes pratiques a été recensé par le Conseil. Témoinnant d'une démarche volontariste et apportant des résultats visibles, ces bonnes pratiques se retrouvent dans l'organisation interne de l'entreprise, les thématiques des programmes et l'effort porté sur l'aspect qualitatif de la représentation de la diversité. Les chaînes poursuivent également des actions en partenariat avec certains autres acteurs du secteur pour promouvoir l'égalité des chances.

a) Organisation interne

TF1 met l'accent dans son rapport sur le programme de formation au bénéfice des journalistes et des dirigeants, réalisé par le cabinet de conseil en diversité **ALTIDEM**. Des méthodes de réalisation des reportages qui permettent d'éviter la représentation des stéréotypes, sont proposées au cours de la formation.

Le groupe a diffusé une note interne à destination de tous les collaborateurs participant à la fabrication de programmes, leur rappelant le rôle d'un grand groupe média en faveur de la diversité.

Par la mission Actions handicap, le groupe poursuit des actions ciblées en faveur des personnes handicapées dans l'entreprise.

Conformément aux engagements pris auprès du Conseil pour l'année 2010, **TF1** s'est lancée dans un processus d'amélioration de prise en compte de la diversité à tous les niveaux de gestion interne de l'entreprise, qui a abouti, en décembre 2010, à l'obtention par le groupe du Label diversité.

TMC a également mis en place un programme de formation afin de sensibiliser la rédaction et les responsables de la programmation à la nécessité d'améliorer la représentation de la diversité à l'antenne.

France Télévisions a établi une nouvelle organisation interne qui se traduit par la création d'équipes chargées de la diversité (sous l'égide d'un directeur délégué) au sein de plusieurs directions : Mme Marijosé Alie, directrice déléguée aux programmes chargée de la diversité ; M. Stéphane Bijoux, chargé de la diversité auprès des rédactions ; M. Bertrand Mosca, directeur délégué à l'innovation, aux cultures urbaines et à la diversité. En 2011, une personne chargée de la coordination des actions diversité sera nommée auprès du secrétaire général.

BFM TV a mis en place, conformément aux engagements souscrits en 2010, un observatoire interne qui permet de suivre la représentation de la diversité à l'antenne en s'appuyant notamment sur la méthodologie du baromètre de la diversité du Conseil. Par ailleurs, une personne a été nommée pour coordonner les actions en faveur de la diversité.



b) Thématiques des programmes

M6 et **W9** ont porté leurs efforts sur la représentation des personnes handicapées, avec la diffusion de plusieurs émissions consacrées à la thématique « handicap ». **W9** s'est ainsi mobilisée du 15 au 20 novembre 2010 à l'occasion de la semaine pour l'emploi des personnes handicapées.

S'agissant de **France Télévisions**, plusieurs fictions diffusées sur les chaînes du groupe au cours de l'année 2010 portaient sur les thématiques du « vivre ensemble ».

c) Aspect qualitatif

Outre des émissions thématiques, **M6** a diffusé un certain nombre d'émissions de divertissements où des personnes handicapées se sont particulièrement illustrées. L'objectif de ses émissions était de changer le regard sur le handicap.

France Télévisions s'est efforcé, par ailleurs, de banaliser la présence de la diversité à l'antenne, en veillant à ne pas stigmatiser les personnes, et à ne pas les enfermer dans des rôles identitaires. Ainsi, le groupe a porté un effort particulier à la présence des personnes issues de la diversité dans les programmes d'information, dans les micros-trottoirs, en tant qu'experts ou animateurs.

d) Partenariats

Outre les partenariats avec les écoles de journalisme que les éditeurs s'efforcent de maintenir, certains ont développé des partenariats avec les associations œuvrant pour l'égalité des chances.

W9 s'est associée en 2010 à de nombreuses campagnes caritatives en soutenant les actions d'associations et de fondations.

M6 a participé pour la quatrième année consécutive à l'opération « Un jour, un métier » organisée par l'association de gestion du fonds pour l'insertion des personnes handicapées (Agefiph). Le partenariat avec l'association Jaris TV qui œuvre pour l'insertion solidaire a été renouvelé en 2010, de même que l'adhésion à l'association Tremplin qui œuvre pour l'insertion des personnes handicapées. Enfin, la chaîne travaille régulièrement avec des entreprises adaptées qui emploient des personnes handicapées.

Les groupes **TF1** et **France Télévisions** poursuivent des partenariats en faveur de l'égalité des chances, notamment grâce à l'action de leurs fondations.

I - 2. Les engagements des éditeurs pour l'année 2011

Conformément à la délibération du 10 novembre 2009, le Conseil a recueilli, de la part des éditeurs, des engagements visant à améliorer la représentation de la diversité à l'antenne.

En mai 2011, le Conseil a reçu les représentants des services de télévision à la suite de la communication des bilans de leurs actions en faveur de la diversité. Ces auditions ont été l'occasion de présenter les progrès concrets, les projets en cours ainsi que les difficultés



susceptibles de se poser. Toutes les chaînes ont réaffirmé au Conseil leur volonté de poursuivre les actions nécessaires afin d'améliorer la représentation de la diversité de la société française à l'antenne.

I - 2. 1. Engagements relatifs aux résultats du baromètre

La plupart des chaînes s'engagent à faire un effort spécifique concernant la représentation de certaines catégories de personnes dans les programmes, en fonction des résultats du baromètre.

Par ailleurs, TF1 et NRJ 12 ont reconduit les engagements chiffrés pris pour l'année précédente en ce qui concerne les commandes de fictions françaises inédites.

a) La diversité des origines

Gulli a pris l'engagement de renforcer les actions en faveur de la diversité des origines en veillant particulièrement, en collaboration avec les producteurs, aux distributions des émissions de divertissements.

TMC demandera aux sociétés de production de veiller à une meilleure représentation de la diversité des origines en ce qui concerne l'animation des émissions.

I > Télé et **BFM TV** poursuivront leurs efforts afin d'améliorer la présence à l'antenne des personnes perçues comme non blanches.

Direct Star a décidé d'accentuer la présence des vidéomusiques et des documentaires offrant une forte visibilité aux personnes perçues comme non blanches aux heures de grande écoute, notamment le matin.

France Télévisions mettra en place une mission consacrée à l'année des outre-mer. Parmi les mesures envisagées figurent la délocalisation outre-mer de deux émissions par chaîne dans l'année, une thématique « outre-mer » des émissions phares des chaînes, des numéros événementiels.

b) La parité

W9 et **Canal +** ont pris l'engagement de faire des efforts particuliers en faveur de la parité.

TMC et **NT1** veilleront à améliorer la présence des femmes parmi les animateurs et les chroniqueurs des principales émissions.

NRJ 12 portera attention à la présence des femmes dans les magazines.



c) Les catégories socioprofessionnelles

Gulli a décidé de donner une meilleure exposition à la diversité des catégories socioprofessionnelles, ainsi qu'à d'autres formes de diversité, notamment les personnes âgées.

NRJ 12 a pris l'engagement d'améliorer la représentation de la diversité des catégories socioprofessionnelles, en particulier dans les divertissements et les magazines.

BFM TV s'engage à faire intervenir davantage des personnes des CSP – dans les journaux d'information.

d) Le handicap

Gulli et **NRJ 12** ont pris l'engagement de faire un effort particulier en faveur des personnes handicapées.

I - 2. 2. Engagements relatifs aux actions de sensibilisation

Comme l'année précédente, les éditeurs s'engagent, d'une part, à introduire une clause de sensibilisation à la diversité dans les contrats de commande de programmes et, d'autre part, à mener des actions de sensibilisation auprès de la rédaction et des responsables de la programmation.

TF1 poursuivra la mise en application du plan de sensibilisation destiné aux journalistes, collaborateurs des unités de programmes et producteurs internes, dont la mise en place a été annoncée dans les engagements de la chaîne pour l'année 2010.

TMC et **NT1** ont décidé de sensibiliser l'ensemble des collaborateurs en publiant une note interne rappelant le rôle de la chaîne, en sa qualité de média généraliste, en faveur de la diversité.

I - 2. 3. Engagements relatifs à l'organisation interne

Outre l'engagement de sensibiliser les équipes à la diversité, de nombreux éditeurs ont décidé de mettre en place ou de reconduire des dispositifs spécifiques permettant d'améliorer la représentation de la diversité de la société française à la fois à l'antenne et hors antenne.

Le **groupe M6** poursuivra des partenariats afin de promouvoir la formation et l'intégration au sein du groupe des personnes handicapées et des personnes d'origines socioculturelles diverses.

TF1 a annoncé la nomination d'un responsable « diversité – handicap », ainsi que la création d'une cellule d'alerte en cas de discrimination.

TMC et **NT1** ont décidé de participer au « comité diversité » de TF1 qui se réunit une fois par trimestre.



Gulli s'est engagée à étudier la mise en place d'une « commission diversité » au sein du pôle TV de Lagardère Active en concertation avec les représentants du personnel.

Direct 8 et **Direct Star** annoncent l'adoption d'une charte d'éthique professionnelle, prévue dans les engagements de l'année précédente, pour l'ensemble des activités médias du Groupe Bolloré dans laquelle figurera une disposition relative à la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes du groupe.

BFM TV a pris l'engagement de renforcer l'action de son Observatoire interne avec notamment l'augmentation de la fréquence des mesures réalisées (deux fois par mois sur la tranche 9h-12h) et la transmission des résultats aux collaborateurs de la chaîne qui devront en tenir compte.

France Télévisions consolidera dans ses structures et son organisation, avec de nouveaux responsables, une veille et un suivi de la diversité. L'action du comité de la diversité est prorogée, avec le renouvellement des membres, et le département chargé de la diversité est renforcé avec la création d'une direction déléguée aux programmes chargée de l'innovation, des nouvelles cultures et de la diversité. Enfin, le groupe envisage de poursuivre l'action de la Fondation France Télévisions.

I - 2. 4. Autres initiatives

TF1 s'est engagée à mettre à l'antenne plusieurs petits modules sur la thématique « diversité » dans les programmes jeunesse.

La chaîne a décidé également d'organiser un colloque en 2011 ou 2012 réunissant les acteurs du marché publicitaire afin de susciter une réflexion sur la représentation de la diversité dans les films publicitaires.

France Télévisions a annoncé un rapprochement avec des écoles de journalisme et des universités pour ouvrir les rédactions à l'accueil des stagiaires de tous horizons socioculturels. Le groupe s'est engagé à mettre en place des formations dans les rédactions permettant de mieux connaître l'histoire patrimoniale du peuplement de la France.

Enfin, France Télévisions fera un effort supplémentaire pour introduire dans les magazines, les fictions, les documentaires, les divertissements et les programmes jeunesse la problématique de la diversité.



II. Une année d'action du Conseil et de son Observatoire de la diversité

Au cours des derniers mois, le Conseil s'est efforcé de contribuer à la rationalisation des dispositifs existants pour promouvoir la diversité et prévenir les discriminations dans la gestion des ressources humaines. Le Conseil a tenu à encourager les partages d'expériences entre acteurs du monde de l'audiovisuel et à faire bénéficier ses partenaires européens de ses réflexions et de ses travaux. Parallèlement à ces actions, il s'est penché sur le contenu des programmes, en lançant une réflexion sur la représentation des banlieues à la télévision, dans le cadre de l'Observatoire. Enfin, le Conseil a continué de lutter contre les préjugés et les stéréotypes dévalorisants en intervenant auprès des éditeurs.

II - 1. La mobilisation des médias audiovisuels : de la Charte au Label diversité

Aux yeux du Conseil, la Charte et le Label de la diversité sont des outils complémentaires, le second étant le prolongement naturel et plus exigeant du premier, toute autre initiative sectorielle ne pouvant conduire qu'à un éparpillement improductif.

II - 1. 1. Le Conseil a co-organisé la signature de la Charte de la diversité par les dirigeants des médias audiovisuels

Le 7 juillet 2010, le Conseil a convié les dirigeants des médias audiovisuels à la signature de la Charte de la diversité en présence de M. Eric Besson, ministre de l'Immigration, de l'identité nationale et du développement solidaire, de M. Claude Bébéar, co-initiateur de la Charte, et de M. Kag Sanoussi, secrétaire général de la Charte.

La Charte de la diversité est un texte d'engagement proposé à la signature de toute entreprise, quelle que soit sa taille, qui condamne les discriminations dans le domaine de l'emploi et décide d'œuvrer en faveur de la diversité.

Elle exprime la volonté d'agir des entreprises pour mieux refléter, dans leurs effectifs, la diversité de la population française. Articulée en six articles, elle guide l'entreprise dans la mise en place de nouvelles pratiques, en y associant l'ensemble de ses collaborateurs et partenaires. La Charte les incite à mettre en œuvre une gestion des ressources humaines centrée sur la reconnaissance et la valorisation des compétences individuelles. L'entreprise favorise ainsi la cohésion et l'équité sociales, tout en augmentant sa performance.

A ce jour, la Charte compte plus de 3000 signataires. Elle avait déjà été signée par 8 médias audiovisuels : Canal+, France Télévisions, Radio France, TF1, Radio Orient, Beur FM, Trace TV, France 3 Limousin, France 3 Lorraine Champagne Ardenne.

Le 7 juillet 2010, 15 nouveaux médias ont participé à la cérémonie de signature : ANPHI Vivre FM, Arte France, BDM TV, Direct 8, Endemol France, Europe 1 télécompagnie et Europe News, FG Concept, GIP EPRA, IDF1-Ensemble TV SAS, IDFM Radio Enghien, Jeunesse TV (Gulli), M6, NRJ Groupe, Radio Pluriel, RTL Groupe.



Le 7 juillet 2011, l'ensemble des médias de l'audiovisuel signataires de la Charte de la Diversité a été de nouveau convié par le secrétaire général, en partenariat avec le Conseil, pour un premier bilan de leur engagement en matière de diversité.

A cette occasion, le Conseil signera lui-même la Charte et annoncera sa candidature à l'obtention du Label diversité délivré par l'AFNOR.

II - 1. 2. Le Conseil encourage les entreprises du secteur de l'audiovisuel à candidater à l'obtention du Label diversité

En juillet 2010, une rencontre des représentants de l'AFNOR et des services du Conseil a permis d'engager la réflexion sur une coopération possible sur la diversité dans l'audiovisuel.

L'AFNOR a mis en place, dès septembre 2008, un dispositif de certification concernant la non-discrimination et l'égalité des chances visant à promouvoir la diversité au sein de la société se traduisant par l'obtention d'un Label diversité. Depuis sa création, environ 90 entreprises et organismes ont reçu le label.

Afin d'obtenir le label, l'entreprise ou l'organisme doit répondre à un cahier des charges précis qui comprend notamment la mise en œuvre d'une action en faveur de la diversité, la communication interne, la formation et la sensibilisation, la gestion des ressources humaines. En ce qui concerne les entreprises du secteur de l'audiovisuel, la prise en compte de la diversité dans la gestion des ressources humaines ne relève pas de la compétence du Conseil dans la mesure où elle fait partie des activités de l'entreprise hors antenne. Cependant, l'engagement en faveur de la diversité hors antenne a, au sein des entreprises du secteur, un impact considérable sur la représentation de la diversité à l'antenne. En effet, la sensibilisation de l'ensemble du personnel, notamment des responsables de rédaction et de programmation, peut conduire à des modifications dans le choix des programmes mis à l'antenne. Lors de la commande et de la mise en production des programmes, l'entreprise communique aux producteurs les engagements pris en la matière. Enfin, l'impact des procédures de recrutement sur la représentation de la diversité est évident pour les métiers qui supposent la présence à l'antenne (présentateurs, animateurs, journalistes).

Les engagements pris au titre du label correspondent au contenu des engagements des éditeurs tels que prévus par la délibération du Conseil du 10 novembre 2009.

Ainsi, le contenu et le respect des engagements soumis annuellement au Conseil par les entreprises de l'audiovisuel pourraient utilement être pris en compte par l'AFNOR lors de l'évaluation de la mise en œuvre de l'action relative à la diversité au sein de ces entreprises en vue de leur labellisation.

L'obtention du Label diversité par le groupe TF1 en décembre 2010 constitue un premier exemple. Les engagements de la chaîne pour 2010 prévoyaient déjà les démarches en vue de l'obtention du label. En 2011, le groupe s'engage à poursuivre la mise en œuvre des actions



en faveur de la diversité, avec notamment la nomination d'un responsable « diversité – handicap ».

Par ailleurs, d'autres groupes de média ont lancé une réflexion interne afin d'évaluer leur aptitude à se porter candidats au label en 2012.

Le Conseil encourage tous les éditeurs de services hertziens à se porter candidat pour l'obtention du Label diversité et en premier lieu, France Télévisions au regard de l'exigence d'exemplarité propre au service public.

A l'occasion de la rencontre entre les représentants de l'AFNOR et des services du Conseil, la question de la candidature de l'institution à l'obtention du Label Diversité a également été évoquée. Le Conseil souhaite en effet démontrer que la prise en compte de la diversité se fait aussi au niveau de l'organisation interne de l'institution.

Un audit d'évaluation de la perception de la diversité au Conseil a déjà été mené par la société ALETEYA au cours de l'été 2008 et une campagne de sensibilisation à la diversité des agents du Conseil a été réalisée en fin d'année 2008. Elle a été complétée pour les personnels d'encadrement par une formation complémentaire « Diversité et égalité de traitement » en début d'année 2009.

II - 2. Les partages d'expériences

Le Conseil et son Observatoire ont poursuivi, au cours de l'année écoulée, un travail de sensibilisation à la diversité des acteurs du monde de l'audiovisuel et ont favorisé les échanges entre ces derniers afin que le partage d'expériences donne naissance à des projets cohérents et coordonnés de promotion de la diversité. Le Conseil a également privilégié les échanges d'expériences au niveau européen avec des institutions, des chercheurs et ses homologues.

II - 2.1. Les acteurs de l'audiovisuel : les écoles de journalisme

Avec l'Observatoire de la diversité, le Conseil a poursuivi ses opérations de sensibilisation au-delà des seuls diffuseurs en recevant, le 28 mai 2010, les responsables des écoles de journalisme reconnues par la Commission nationale paritaire de l'emploi des journalistes (CNPEJ)² pour faire le point, un an après la première réunion de travail, sur les dispositifs mis en place pour promouvoir la diversité et pour identifier les initiatives qui donnent les premiers résultats.

Il ressort de cette réunion que les écoles de journalisme présentes ont désormais élaboré de véritables plans globaux et cohérents de promotion de la diversité dont les autres établissements devraient s'inspirer.

² L'ESJ-Lille, l'IPJ-Paris, le CELSA, le CFJ, l'IFP, Sciences-Po Paris et l'IPJ-Paris ont participé à la réunion.



II – 2.1.1. L'accès aux écoles de journalisme : les concours d'entrée

Plusieurs écoles ont pris conscience de la nécessité de susciter des vocations et de mieux préparer les candidats potentiels à leurs concours d'entrée. Certaines ont ainsi décidé de créer des partenariats dans des zones d'éducation prioritaire afin de sensibiliser les élèves au métier de journaliste, et d'organiser des sessions de préparation aux concours.

Chaque année, le **CFJ** organise l'animation d'ateliers d'écriture dans des lycées de banlieue parisienne par le biais d'associations. En janvier 2007, six jeunes journalistes diplômés du CFJ lançaient l'opération « *La Chance aux concours* » dont le but était d'organiser des cours de soutien gratuits auprès de jeunes boursiers pour les aider à préparer les concours d'entrée des écoles de journalisme. Les résultats des deux premières promotions sont très satisfaisants : sur les 26 étudiants ayant effectué la préparation de « *la Chance aux concours* », près de 50% ont été admis dans une école de journalisme.

Dès septembre 2009, **l'ESJ-Lille** a créé une nouvelle antenne grâce au soutien de la ville de Bondy. Cette antenne permet à **l'ESJ Lille** de développer ses activités de formation et notamment d'y accueillir les étudiants de la classe préparatoire « *Egalité des chances* ».

De même, les anciens étudiants de **l'IPJ-Paris** ont réalisé *un guide de l'égalité des chances* afin de permettre à ceux qui ne bénéficient pas de l'enseignement des classes préparatoires d'avoir un aperçu de la manière dont se déroule le concours, plus spécifiquement l'oral. Le 7 juin 2010, *une convention sur l'égalité des chances*, dont l'objectif est de sensibiliser les lycéens, a été signée par **l'IPJ-Paris** afin de les aider à obtenir de meilleurs résultats aux concours d'entrée des écoles de journalisme.

II – 2.1.2. La scolarité

a) Les frais de scolarité

La scolarité est souvent coûteuse et certains établissements ont fait le choix de réduire, voire de supprimer, les frais de scolarité pour les élèves boursiers et même parfois d'abonder les bourses délivrées par les CROUS ou de conclure des partenariats avec des fondations et des grands médias pour l'obtention de bourses d'études sur critères sociaux. La plupart des écoles compte, chaque année, entre 15 et 30% de boursiers.

Des voyages à l'étranger proposés par certaines écoles sont également financés grâce à des mécénats, aux partenariats avec des écoles de journalisme et des universités étrangères.

b) Le contenu des enseignements

Le contenu des enseignements fait désormais place à l'appréhension de phénomènes sociaux et culturels et à la délocalisation d'enseignements en banlieue (périphérie urbaine) pour permettre une meilleure prise de conscience des réalités et des problématiques éducatives, économiques, sociales.

L'ESJ s'est rendue compte de l'importance d'aborder des thématiques comme celles de l'immigration, l'histoire urbaine, le reportage en banlieue. Dans le cadre de la formation



continue, l'école a proposé un programme aux journalistes de TF1 et a développé des ateliers et des blogs.

Cette année, **l'IFP** a obtenu une collaboration avec l'*Institut Panos Paris*, organisation non gouvernementale spécialisée dans l'appui au pluralisme médiatique. Créé en 1986, il entend favoriser un environnement médiatique reflétant la diversité des sociétés contemporaines, où toutes les communautés, y compris les plus marginalisées, peuvent exprimer leurs points de vue, exercer leur influence et contribuer aux débats publics, locaux ou internationaux. L'école souhaite lancer une formation continue avec l'*Institut Panos Paris*.

Par ailleurs, les écoles réalisent, en partenariat avec les médias, des magazines et des journaux thématiques consacrés à la diversité ou à la mixité sociale.

II – 2.1.3. Les débouchés

a) La formation en apprentissage et la formation continue

Les écoles développent des formations en apprentissage afin que des élèves, issus de divers milieux, vivent dans le monde professionnel le plus tôt possible. Des modules de formation continue sont également mis en place à l'intention des journalistes professionnels, pour les sensibiliser aux questions contemporaines et aux nouveaux modes de journalisme (internet, réseaux sociaux).

Entre 2011 et 2012, le **CELSA** envisage d'ouvrir une section en apprentissage pour les nouvelles formes de journalisme. L'école souhaite poursuivre son action en matière de recherche et d'enseignement et l'étayer par la création d'une *Chaire pour l'innovation et la création d'entreprise dans les médias et la communication*. Cette chaire permettra d'alimenter différents programmes (formation, publication), d'accorder des bourses de recherche et d'études, et de développer l'Observatoire des métiers de l'information et de la communication. *La Chaire* souhaite également inviter des enseignants étrangers de haut niveau.

Créée en 2006 en partenariat avec le Centre de formation d'apprentis (CFA) Paris-Académie-Entreprises, la filière d'apprentissage permet aux élèves de suivre une formation polyvalente au **CFJ** tout en travaillant en alternance dans des rédactions prestigieuses. Les responsables du CFJ ont soulevé un problème lié à la difficulté qu'ont leurs élèves issus de cette filière à entrer dans la vie active. Ainsi, ils ont développé des sessions de formation destinées à la prise de confiance en soi.

b) Les partenariats rédactionnels

Des rendez-vous avec des représentants du monde politique et économique ont été établis, pour créer des liens avec les élèves et sensibiliser les invités aux efforts réalisés par les centres de formation. Dès la formation, des partenariats rédactionnels avec des professionnels des divers médias (presse écrite, télévision, radio...) se multiplient pour développer des logiques de réseaux et favoriser les relais de recherche d'emploi en fin d'études.



À l'**ESJ**, le premier *Club de la Presse* est né ; il s'agit de faire se rencontrer deux univers dans un véritable espace de réflexion (journalistes professionnels et jeunes en formation).

Sciences Po Paris a conclu en 2010 des accords avec des médias (France Télévisions, Radio France, Prisma Presse) qui offrent des postes en alternance aux étudiants. Il y a environ 7 places sur une promotion d'une quarantaine d'élèves.

Grâce à l'*Institut Panos Paris*, l'**IFP** a pu faire venir des journalistes issus des médias de la diversité. Quatre étudiants ont réalisé un stage dans ces médias. Des journées d'étude rassemblant des journalistes, des chercheurs, des responsables politiques, sur certains thèmes d'actualité sont organisées par l'**IFP** en partenariat avec l'association *Les Entretiens de l'Information*.

Enfin, à l'**école préparatoire de Bondy (ESJ-Lille)**, des négociations avec des magazines tel que *le Parisien* ont eu lieu. Par ailleurs, les responsables de l'antenne de Bondy participent à divers colloques et réunions de réflexion sur le thème « journalisme et diversité », pour s'enrichir des expériences des uns et des autres, partager leurs propres initiatives et sensibiliser sur leurs besoins, notamment en termes de pérennisation des ressources financières.

II - 2.2. La coopération européenne et internationale

La représentation de la diversité dans les médias audiovisuels constitue un des terrains d'action privilégiés des institutions européennes. En 2008 déjà, l'action du Conseil a été saluée dans l'étude de la Commission européenne Media4Diversity « *Prendre le pouls de la diversité dans les médias* ».

Deux ans plus tard, la Commission européenne contre le racisme et l'intolérance³ a publié son quatrième rapport sur la France et mis en avant les actions du Conseil supérieur de l'audiovisuel en faveur de la diversité des origines. Elle encourage les autorités françaises à poursuivre leurs efforts visant à sensibiliser les médias à la nécessité d'éviter la circulation des stéréotypes et des préjugés autour des groupes minoritaires ; elle se réjouit de la mission confiée au Conseil par la loi pour l'égalité des chances de 2006.

Fort de ce soutien, le Conseil a décidé de poursuivre ses activités en les inscrivant désormais dans une logique de coopération internationale profitable au Conseil lui-même et à ses homologues étrangers.

C'est ainsi que le Conseil supérieur de l'audiovisuel belge a pu bénéficier de l'expérience du baromètre de la diversité à la télévision en France. En 2009, des chercheurs belges ont mené

³ La Commission européenne contre le racisme et l'intolérance (ECRI) est une instance indépendante de « monitoring » au sein du Conseil de l'Europe, spécialisée dans les questions de lutte contre le racisme, la discrimination raciale, la xénophobie, l'antisémitisme et l'intolérance. Dans le cadre de ses travaux de « monitoring » pays par pays, elle effectue une analyse approfondie des phénomènes de racisme et d'intolérance dans chacun des Etats membres du Conseil de l'Europe. Les conclusions sont publiées dans des rapports spécifiques. Le dernier rapport sur la France est paru le 14 juin 2010.



une étude préalable à la construction du baromètre, en s'inspirant notamment des travaux menés par le Conseil. Le premier baromètre belge de la diversité et de l'égalité a vu le jour en mars 2011⁴. Tout en s'appuyant sur la méthodologie proposée par le Conseil, il a été adapté aux réalités du paysage audiovisuel belge. Ses résultats reposent sur l'analyse quantitative approfondie d'une semaine de programmes de productions propres (et de coproductions) de 23 chaînes de télévisions actives en Communauté française de Belgique, renvoyant aux travaux du Conseil pour les données relatives aux programmes français ou étrangers diffusés en Belgique. Cette expérience a montré que l'outil de mesure élaboré par le Conseil était transposable à d'autres cadres nationaux.

Les résultats obtenus en Belgique sont frappants de similitude avec ceux qui sont constatés en France. Ils montrent une sous-représentation des femmes dans les programmes par rapport à leur situation réelle au sein de la société (31,41%), avec une tendance à les cantonner dans des rôles secondaires. La proportion des individus vus comme non blancs est de seulement 8,62%. Les professions peu qualifiées et les inactifs sont largement sous-représentés. Les personnes handicapées représentent 0,3% des individus recensés. Enfin, le baromètre belge intègre aussi la répartition par âge : il fait apparaître que les plus jeunes sont sous-représentés et les seniors quasiment absents à l'écran, alors qu'ils représentent en moyenne 15% de la population.

Dans cette même démarche de partage d'expérience et de compétences, le 23 mars 2011, M. Rachid Arhab s'est rendu à Bruxelles afin de présenter le baromètre de la diversité et ses premiers résultats à un groupe de chercheurs européens. Le Conseil a édité une brochure de présentation de la méthodologie du baromètre en français et en anglais afin de la rendre accessible au plus grand nombre.

Du 5 au 9 juin 2011, MM. Rachid Arhab et Alain Méar ont effectué une mission au Canada sur le thème de la diversité afin d'étudier les méthodes du CRTC, équivalent du Conseil, en matière de gestion de la diversité dans ses diverses composantes. Ils ont rencontré des représentants des médias canadiens, du Patrimoine canadien, équivalent du ministère de la culture et de la communication en France, et des associations professionnelles de l'audiovisuel. Au cours de ces échanges, Radio Canada a manifesté son intérêt pour le baromètre de la diversité mis en œuvre par le CSA et son observatoire.

II - 3. Le contenu des programmes audiovisuels : lutte contre les stéréotypes dévalorisants

Le Conseil attache une importance particulière à ce que la représentation de la diversité de la société française dans les médias audiovisuels soit exempte de préjugés discriminants et de stéréotypes dévalorisants.

Lors de ses réunions de travail, l'Observatoire de la diversité a décidé de mener une réflexion approfondie sur la représentation des banlieues à la télévision au regard du nombre important de protestations d'élus et d'habitants estimant que leurs villes ou quartiers auraient été déconsidérés dans certains programmes. Parallèlement à cette réflexion, le Conseil a poursuivi

⁴ <http://www.csa.be/diversite/ressources/1490>



sa mission de lutte contre le racisme et l'antisémitisme en intervenant auprès des éditeurs ayant manqué à leurs obligations.

II - 3.1. La représentation des banlieues à la télévision

L'Observatoire de la diversité a lancé, en mars 2011, une réflexion sur la représentation des banlieues à la télévision. La question du traitement médiatique des banlieues se pose en effet de manière persistante depuis les années 1980. Cependant, c'est dans les années 1990 que le rôle de la télévision, qui aurait contribué à l'imposition d'un regard sur les banlieues fixé sur les thèmes des violences urbaines et de la menace islamiste, a été soulevé.

Le Conseil s'était déjà saisi de la question. Ainsi en 1998, à l'occasion d'un colloque « Télévision et exclusion », le président Hervé Bourges indiquait, au nom du Conseil, que le traitement du sujet des banlieues « *crystallise une partie des malaises qui traversent la société française et qui font référence à l'exclusion : chômage, échec scolaire, immigration clandestine, racisme, urbanisme déficient, délinquance, drogue* », il s'interrogeait alors ainsi : « *Lorsqu'ils regardent un reportage sur les banlieues, qui met l'accent sur les aspects les plus spectaculaires, avec des voitures en flammes, des scènes de violence et d'affrontements, des micros-trottoirs qui véhiculent et exacerbent les passions, que peuvent retenir certains téléspectateurs ?* ».

La loi du 31 mars 2006 pour l'égalité des chances a inscrit les actions en faveur de la cohésion sociale et de la lutte contre les discriminations dans les objectifs, les missions et les obligations du Conseil supérieur de l'audiovisuel. C'est dans ce cadre que se situe désormais la réflexion sur la représentation des banlieues à la télévision.

Les interventions récentes du Conseil sur le fondement des règles déontologiques

Récemment, le Conseil est intervenu au sujet de plusieurs reportages dans des magazines d'information ou de société qui ont été critiqués par des élus ou des habitants pour leur caractère stigmatisant.

Il s'est essentiellement fondé sur les stipulations relatives à l'honnêteté et à la rigueur dans les conventions qu'il a conclues avec les éditeurs : « *Les journalistes, présentateurs, animateurs ou collaborateurs d'antenne veillent à respecter une présentation honnête des questions prêtant à controverse et à assurer l'expression des différents points de vue* », « *La société fait preuve de rigueur dans la présentation et le traitement de l'information. Elle veille à l'adéquation entre le contexte dans lequel des images ont été recueillies et le sujet qu'elles viennent illustrer* ».

Ainsi, le Conseil est intervenu auprès de M6 au sujet d'un reportage intitulé « *Un été dans la cité* » diffusé dans l'émission « *66 Minutes* » en septembre 2008 et se déroulant à Sarcelles. Il a noté que la nécessité d'assurer la pluralité des points de vue sur un sujet donnant lieu à polémique n'avait pas été respectée car le reportage n'était pas suffisamment équilibré puisque les personnalités du monde politique et des représentants d'associations, interlocuteurs pourtant privilégiés au sein des quartiers considérés, n'ont pas eu la possibilité



de s'exprimer. Le Conseil a ensuite relevé, à plusieurs reprises, dans le reportage ou en plateau, une dramatisation excessive de la vie dans les banlieues, mettant l'accent de manière disproportionnée sur la violence et l'insécurité, ce qui donnait une image négative et réductrice de la ville de Sarcelles.

Le groupe de travail « déontologie de l'information et des programmes », présidé par M. Rachid Arhab, a entendu les responsables de la chaîne afin d'avoir des explications détaillées sur la manière dont le reportage avait été conçu. Les représentants de la rédaction ont indiqué que ce programme n'avait pas été facile à préparer et à réaliser compte tenu d'un contexte politique délicat lié aux dissensions entre le maire et les associations. Ils ont admis que certaines parties du reportage pouvaient soulever des critiques, notamment le lancement du sujet, marqué par une dramatisation excessive. Enfin, ils ont assuré au groupe de travail que, dans l'éventualité d'une rediffusion, certaines parties du reportage seraient modifiées afin de tenir compte des remarques exprimées lors de l'audition.

Le Conseil est aussi intervenu auprès de TF1 au sujet d'un reportage intitulé « *Peur dans la cité* » diffusé dans l'émission « 7 à 8 », en novembre 2009, et se déroulant dans un quartier de Maubeuge. Il a noté que la nécessité d'assurer la diversité des points de vue sur un sujet prêtant à controverse n'avait pas été totalement respectée et que le reportage n'apparaissait pas suffisamment équilibré : ni la municipalité, ni la police n'ont eu la possibilité de s'exprimer alors qu'elles ont été mises en cause dans le reportage. Le Conseil a ensuite relevé, à plusieurs reprises, notamment dans la présentation du sujet sur le plateau de l'émission, une dramatisation excessive de la vie dans le quartier visé et dans le reportage une insistance sur les phénomènes de violence et d'insécurité tendant à donner une image réductrice de la ville de Maubeuge.

Le Conseil a également été saisi, d'une part, d'un reportage intitulé « *Mes voisins sont des dealers* » diffusé sur TF1, en mars 2010, dans l'émission « *Haute Définition* » et se déroulant à Tremblay-en-France et, d'autre part, concernant l'émission « *Harry Roselmack en immersion* » diffusée sur TF1 en avril 2010 et se déroulant à Marseille. Dans ces deux affaires, le Conseil a décidé de ne pas intervenir considérant qu'ils ne comportaient aucun manquement aux obligations déontologiques.

Dans le premier cas, le Conseil a considéré que le programme indiquait bien que le trafic de drogue était limité à quelques immeubles de la commune, que la diversité des points de vue était prise en compte avec notamment l'intervention de représentants de la municipalité et de la police, que le droit à l'image des habitants avait été respecté et, enfin, que les conditions de réalisation du programme ne semblaient pas avoir donné lieu à des manœuvres ou manipulations.

Dans le second cas, le Conseil a retenu que le reportage était équilibré et évitait l'écueil du « sensationnalisme », les scènes filmées rapportant des situations objectives qui ne versaient ni dans la manipulation, ni dans la caricature des intervenants.

En revanche, en mars 2011, le Conseil a mis en garde TF1 après la diffusion d'un reportage sur un quartier de Pau. Le Conseil a regretté, alors même que les pouvoirs publics étaient mis en cause dans le sujet, que les représentants des services de l'Etat, de la ville de Pau ou de l'agglomération de Pau Pyrénées n'aient pas été invités à s'exprimer. Il n'a pas non plus été



fait référence aux actions conduites pour réhabiliter le quartier. Dans ces conditions, le Conseil a estimé que la nécessité d'assurer la diversité des points de vue n'avait pas été respectée dans ce reportage.

Quelques initiatives en faveur d'une meilleure représentation de la banlieue

Le Conseil a cherché, dans le cadre de la mission confiée par la loi, à réfléchir de manière plus générale avec les éditeurs sur les points d'amélioration et les engagements possibles pour une représentation plus équilibrée de la diversité.

Les responsables des rédactions des chaînes ont souvent affirmé qu'ils ne trouvaient pas, dans les promotions des écoles de journalisme, d'élèves représentatifs de la diversité et formés à l'appréhension des phénomènes sociaux et culturels propres aux banlieues.

Des initiatives ont vu le jour. Elles passent notamment par l'ouverture des écoles de journalisme à des candidats issus de banlieues, l'aménagement des formations dans les écoles de journalisme pour mieux appréhender les problématiques liées aux banlieues, afin d'inciter les journalistes à se rendre en banlieue ou à s'installer en banlieue.

Les écoles de journalisme, qui ont déjà été reçues deux fois par l'Observatoire de la diversité (mars 2009 et mai 2010), ont développé des actions concrètes.

Certains éditeurs ont également pris des initiatives en vue d'une meilleure connaissance et représentation des quartiers. Ainsi, France 3 a ouvert en décembre 2010 un bureau à Bobigny en Seine-Saint-Denis. Selon M. Fabrice Goll, rédacteur en chef de l'édition Paris-Ile-de-France, le bureau de France 3 à Bobigny entend montrer « *un autre visage de ce département, au-delà des faits divers* ». Deux journalistes travaillent à ce bureau et couvrent toute l'actualité du département et de ceux des alentours. L'ouverture du bureau est conçue comme un geste fort tant pour les habitants lassés d'être stigmatisés que pour les journalistes qui ont les moyens de redéfinir leur manière de traiter l'information sur les banlieues et dans les banlieues.

France 5 propose depuis septembre 2009, une fois par mois le samedi après-midi, une émission de 52 minutes intitulée « *Teum Teum* », présentée par M. Juan Massenya, qui part à la rencontre d'habitants de quartiers urbains autour de thématiques comme : « *Les nouveaux convertis : en quête de spiritualité ou d'identité ?* », « *Enfants de banlieue : le choix de la République* », « *Vieillir en banlieue : l'autre réalité* », « *Le halal, un business, une identité ?* », « *Foot, le drôle de rêve des banlieues* »...

Une réflexion approfondie sous l'égide de l'Observatoire de la diversité dans les médias audiovisuels

L'Observatoire de la diversité dans les médias audiovisuels a décidé de lancer une réflexion approfondie sur la représentation des banlieues à la télévision. Il organise des auditions permettant d'aborder les questions du traitement médiatique des banlieues et du risque de stigmatisation par certains médias, de la difficulté à laquelle peuvent se heurter les journalistes pour travailler dans certaines banlieues en « sécurité » et du rôle des « fixeurs » et



de leur « fiabilité ». Les interventions du Conseil en matière de déontologie à la suite de plaintes d'élus ou d'habitants de quartiers déconsidérés alimentent la réflexion.

A ce titre, l'Observatoire a déjà reçu Mme Julie Sedel, maître de conférences en sociologie et en sciences politiques à l'Université de Strasbourg et auteur d'un ouvrage intitulé « *La Banlieue et les médias* ». Cette audition a permis de mieux comprendre le rôle des médias dans la construction de la vision collective des banlieues comme un problème public, avec notamment une perspective historique très utile à la réflexion.

D'autres auditions seront menées dans le courant de l'année.

II – 3.2. Les interventions du Conseil dans la lutte contre le racisme

La lutte contre le racisme et l'antisémitisme constitue un des volets d'action du Conseil supérieur de l'audiovisuel qui contribue, de manière indirecte, à la représentation de la diversité. Le Conseil rappelle que les médias ont également une responsabilité en ce qui concerne la diffusion des préjugés et des stéréotypes dévalorisants. Deux mises en demeure ont été prononcées en 2010 pour ce motif.

Le 23 mars, le Conseil a mis en demeure Canal + sur le fondement des articles 7 à 10 de sa convention, en rappelant que les programmes ne doivent pas encourager les comportements discriminatoires, ni contrevenir aux valeurs d'intégration et de solidarité qui sont celles de la République. Cette décision faisait suite à la diffusion d'une séquence intitulée « *Immigration Zemmour dérape* » au cours de laquelle M. Eric Zemmour avait affirmé, sans l'étayer, en vue de justifier les contrôles au faciès, que « la plupart des trafiquants de drogue étaient noirs ou arabes ».

Par ailleurs, le Conseil a condamné, le 30 mars 2010, les propos tenus par M. Eric Zemmour sur France Ô dans l'émission « L'Hebdo » du 6 mars 2010, en raison de leur caractère discriminatoire. Néanmoins, il a considéré que France Télévisions avait convenablement veillé à la maîtrise de son antenne et n'avait donc pas manqué à ses obligations.

A la suite de la diffusion sur France 5 d'un SMS à caractère raciste sur un bandeau déroulant dans l'émission « *C'est dans l'air* » du 10 août 2010, le Conseil a adressé une mise en demeure à France Télévisions le 2 décembre ; il a considéré que ce SMS véhiculait des préjugés racistes, contrevenant aux articles 35 et 36 du cahier des charges qui imposent à France Télévisions, outre la maîtrise de son antenne, de lutter contre les discriminations et les exclusions.

Par ailleurs, lors de la campagne des élections régionales, l'émission « *Action discrète* » du 13 février sur Canal + a mis en scène une équipe présentée comme celle de M. Georges Frêche, président du Conseil régional, sillonnant les rues en tenant des propos ouvertement provocateurs sur les handicapés et les homosexuels, ce qui a conduit le Collectif contre l'homophobie et la Lesbian and Gay Pride à saisir le Conseil. Celui-ci a décidé, le 23 mars, d'intervenir auprès de la chaîne en considérant que les propos injurieux tenus envers certains groupes de personnes étaient de nature à contrevenir aux obligations de Canal + relatives au respect des droits de la personne et aux valeurs d'intégration et de solidarité.



Enfin, le Conseil a été saisi par le MRAP et l'ambassadeur de Roumanie à la suite de la diffusion d'une séquence humoristique, dans le cadre de l'émission « *On n'est pas couché* » du 17 avril sur France 2, au cours de laquelle était effectué un geste évoquant la mendicité et intitulé « salut roumain ». Le Conseil, qui a considéré, que ce geste était susceptible de véhiculer des stéréotypes dévalorisants, est intervenu auprès de France Télévisions.

III. Les perspectives d'évolution et les préconisations

Afin d'apprécier les initiatives des chaînes de manière encore plus pertinente, l'outil barométrique doit être quelque peu adapté, complété par de nouvelles analyses qualitatives ciblées et mises en perspective avec les évolutions plus globales du secteur audiovisuel s'agissant de la promotion de la diversité. Le Conseil souligne la nécessaire exemplarité du service public qui devrait trouver une traduction dans le nouveau contrat d'objectifs et de moyens de France Télévisions.

La prise en compte de la diversité devra également se faire dans le média radiophonique.

III – 1. La reconduction et l'aménagement du baromètre de la diversité

Les trois premières vagues du baromètre de la diversité réalisées en 2009 et 2010 ont démontré l'absence d'évolution positive globale pour l'ensemble des données. Il est nécessaire de poursuivre la mesure des efforts réalisés sur le long terme et donc de reconduire le baromètre de la diversité au-delà du 31 décembre 2011.

Cette reconduction de l'outil d'analyse et son éventuel aménagement se feront en concertation avec l'Observatoire de la diversité.

III - 2. La prise en compte des critères qualitatifs

Pour un engagement réel en faveur de la diversité, le respect des objectifs chiffrés n'est pas suffisant. Il ressort, en effet, des résultats du baromètre que les catégories de personnes sous-représentées figurent souvent au second plan et n'occupent que très rarement des rôles principaux. Au-delà de cette distribution inégalitaire, il est important de tenir compte de l'angle sous lequel le personnage est représenté, du message qui est transmis par son intervention, c'est-à-dire d'éléments qualitatifs. Le Conseil appelle les médias, dans la production des programmes tels que la fiction et les documentaires, ou dans le choix des sujets pour les émissions d'information, à veiller à une représentation objective, libre de tout préjugé, de la diversité de la société française.

Les éléments qualitatifs ne sont pas faciles à identifier et à mesurer. En 2009, une première étude qualitative a été réalisée pour le Conseil⁵ et a porté sur la représentation des personnes vues comme non blanches dans les journaux télévisés. Il en ressort que la visibilité de la

⁵ L'étude, réalisée par M. Eric Macé et Mme Brigitte Besse, porte sur la représentation des personnes vues comme non blanches dans les journaux télévisés du soir sur TF1, France 2, France 3, Canal+ et M6, au cours de la semaine du 8 au 14 juin 2009.



diversité varie selon les domaines de l'actualité : quasi invisible dans les rubriques "économie et social", "santé", "éducation", la diversité est davantage présente dans les rubriques "sport", "culture" et surtout "crimes et délits". Par ailleurs, au cours de la semaine étudiée, trois reportages semblaient pouvoir alimenter les stéréotypes négatifs envers les personnes vues comme non blanches par l'usage maladroit de concepts ou la juxtaposition d'images susceptibles de rendre le discours ambigu.

Il est donc nécessaire de veiller à ce que la représentation de la diversité ne soit pas accompagnée de messages stéréotypés. Sinon, l'engagement en faveur de la diversité serait vidé de son sens.

III – 3. Le suivi régulier des progrès dans le secteur de l'audiovisuel

Les actions en faveur de la diversité doivent être inscrites dans la durée. En 2010, l'Observatoire de la diversité a organisé une réunion de suivi avec les écoles de journalisme. En 2011, les autres représentants du secteur déjà auditionnés (agences de casting, création audiovisuelle, métiers de l'image, du son, de l'écriture et de la réalisation) seront conviés à une rencontre qui leur permettra d'exposer les actions mises en œuvre, les résultats obtenus ainsi que les difficultés rencontrées.

III - 4. Les exigences propres au service public

Saisissant l'opportunité de la rédaction d'un nouveau contrat d'objectifs et de moyens (COM) et eu égard à l'exigence d'exemplarité propre au service public, le Conseil émet des préconisations concernant la représentation de la diversité sur les antennes de France Télévisions et sur la nécessaire valorisation des ressources de l'outre-mer.

III – 4.1. La diversité dans le contrat d'objectifs et de moyens de France Télévisions

Le contrat d'objectifs et de moyens régit les relations entre l'Etat et le groupe public. Son principe est posé à l'article 53 de la loi du 30 septembre 1986. Le président de France Télévisions présente, chaque année, devant les commissions chargées des affaires culturelles et des finances des assemblées parlementaires, un rapport sur l'exécution du COM. Conformément à la faculté offerte par cet article 53, M. Rémy Pflimlin a souhaité qu'un nouveau contrat d'objectifs et de moyens soit conclu pour la durée de son mandat (2011-2015).

Le ministre de la culture et de la communication a annoncé, à l'occasion de la remise du rapport 2010 du Club Averroès, le 3 février 2011, que la diversité est « *une des missions premières dans lesquelles la télévision publique se doit d'être exemplaire et de montrer la voie. J'insisterai pour que les objectifs et des indicateurs d'une vraie politique de promotion de la diversité sur le service public, y compris en termes de ressources humaines, figurent dans le nouveau contrat d'objectifs et de moyens de France Télévisions que nous négocions actuellement* ».

Ainsi, le Conseil émet les préconisations suivantes :



a) Concernant les antennes de France Télévisions

Le nouveau COM devrait contenir un objectif commun à toutes les chaînes du groupe France Télévisions de mieux représenter la diversité de la société française entendue dans son acception la plus large et concernant notamment les catégories socioprofessionnelles, le sexe, l'origine et le handicap.

En se référant expressément à la délibération du 10 novembre 2009, il serait fixé comme objectif à chaque éditeur, compte tenu de la nature de sa programmation, de mieux représenter la diversité de la société française dans tous les genres de programmes mis à l'antenne, une attention particulière devant être apportée à trois types de programmes : l'actualité française dans les journaux télévisés, les divertissements et les fictions inédites françaises.

Par ailleurs, une mise en avant particulière des productions ultra-marines pourrait être demandée sur l'ensemble des chaînes du service public ainsi qu'une exposition croissante des œuvres aidées par la commission « Images de la diversité » commune au CNC et à l'ACSé.

Le nouveau COM devrait faire référence à un indicateur complémentaire du sondage annuel relatif à « l'image des chaînes » commandé par France Télévisions, à partir d'un échantillon de téléspectateurs chargés de désigner les chaînes reflétant le mieux la diversité de la société. Cet indicateur objectif pourrait être fondé sur la méthodologie retenue par le Conseil pour la réalisation de son baromètre semestriel.

b) Concernant les ressources humaines de France Télévisions

Le COM pourrait prévoir l'objectif d'obtenir avant la fin de la nouvelle mandature le label diversité. Le comité permanent de la diversité pourrait voir son existence reconnue dans ce texte en lui attribuant le soin de remettre un rapport annuel d'évaluation de la gestion des ressources humaines.

Un indicateur sous la forme d'un échancier des procédures à mettre en place afin d'obtenir le Label diversité pourrait être conçu. Si un premier état des lieux réalisé en début d'année 2011 par le cabinet Alain Gavand Consultants, confirmé en bien des points par le deuxième rapport du comité permanent de la diversité remis le 28 juin 2011, ne semble pas permettre au groupe d'espérer obtenir le label avant d'avoir remédié à divers points de blocage à l'embauche et dans la gestion des évolutions de carrière, un plan d'action précis pourrait être défini et mis en œuvre afin d'y remédier dans les meilleurs délais. Des états des lieux périodiques pourraient être réalisés jusqu'à la mise en place de processus internes satisfaisants pour prévenir tout risque de discrimination.

Une mise à niveau des rémunérations entre les postes en métropole et outre-mer pourrait être exigée avec des facilités accordées aux ultramarins pour occuper des postes à responsabilités équivalentes en métropole.

III – 4.2. La valorisation des ressources de l'outre-mer

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a déjà appelé l'attention de France Télévisions sur les ressources dont il dispose grâce à ses stations outre-mer et a salué l'initiative du



Gouvernement d'assurer la diffusion de la chaîne France Ô sur l'ensemble du territoire métropolitain. Il note également que les engagements de France Télévisions pour l'année 2011 prévoient la mise en place d'une mission consacrée à l'« Année des outre-mer ». Au-delà de cette initiative intéressante, les ressources ultramarines pourraient être valorisées de façon plus pérenne, notamment grâce à la mobilité des journalistes d'outre-mer en France métropolitaine.

Malgré l'impact certainement positif de la diffusion de France Ô sur tout le territoire national en termes de représentation de la diversité, le Conseil reste vigilant et rappelle que les efforts doivent être menés de manière permanente sur toutes les autres chaînes car France Ô ne réussira pas, à elle seule, à garantir une représentation satisfaisante de la diversité. Ainsi, les programmes diffusés sur France Ô n'ont pas été pris en compte lors de la réalisation du dernier baromètre afin d'obtenir des résultats comparables d'une vague à l'autre. En revanche, les programmes diffusés au cours de la même semaine sur France Ô ont été indexés à part et le niveau de représentation de la diversité pour la chaîne a été évalué. Il ressort de cette analyse que, si la diversité des origines est présente sur France Ô avec une large participation de personnes vues comme non-blanches, la représentation des autres catégories (femmes, CSP, handicap) reste sensiblement identique à la moyenne des autres chaînes, voire inférieure pour certains types de programmes. Par ailleurs, dans la catégorie « personnes vues comme non blanches », seules les personnes vues comme noires sont présentes à l'écran, la représentation des autres origines est quasi inexistante.

III - 5. La diversité à la radio

L'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986 vise l'ensemble des « *éditeurs de communication audiovisuelle* » : les opérateurs radiophoniques sont donc également concernés par les dispositions légales et se doivent de refléter dans leur programmation la diversité de la société française.

Une première étude a été menée en 2010 afin d'évaluer l'éventualité d'une transposition du baromètre de la diversité au média radiophonique. Outre la méthode d'hétéro-désignation qui correspond à la perception, par un tiers indexateur, des intervenants à l'antenne, plusieurs hypothèses ont été examinées. L'Observatoire est cependant arrivé à la conclusion qu'à l'heure actuelle, hormis le critère du genre, le baromètre de la diversité n'est pas transposable à la radio, notamment du fait de la complexité d'analyse des données relatives à l'origine, aux CSP et au handicap.

Le Conseil a donc décidé, dans un premier temps, de mobiliser les éditeurs radiophoniques en leur proposant un avenant à leur convention pour introduire une clause incitant à la prise en compte de la diversité de la société française dans les programmes, leur présentation, les thèmes abordés et les intervenants appelés au titre de témoins, d'experts ou de simples participants.



Une telle disposition figure déjà dans le cahier des missions et des charges de Radio France, modifié par le décret n°2006-645 du 1^{er} juin 2006. Ainsi, le nouvel article 5-1 de cet acte dispose que :

*« La société participe aux actions en faveur de la cohésion sociale et à la lutte contre les discriminations.
Elle prend en compte, dans la représentation à l'antenne, la diversité des origines et des cultures de la communauté nationale.
Elle veille à ce que ses programmes donnent une image la plus réaliste possible de la société française dans toute sa diversité.
Elle accorde également une attention particulière au traitement à l'antenne des différentes composantes de la population.
De façon générale, elle promeut les valeurs d'une culture et d'un civisme partagés. »*

La société Radio France a d'ailleurs réaffirmé sa volonté de continuer et renforcer ses actions en faveur de l'égalité des chances et de la promotion de la diversité conformément à son contrat d'objectifs et de moyens pour la période 2010 - 2014.

Afin de sensibiliser l'univers radiophonique à la nécessité de mieux représenter la diversité de la société française sur les antennes, il est prévu de recevoir, dans le cadre des réunions de l'Observatoire de la diversité en 2011, les représentants des trois radios généralistes privées de catégorie E (RTL, RMC et Europe 1), qui fédèrent un large public et qui se prêtent donc plus particulièrement à l'exigence de représentation de la diversité de la société française. A cette occasion, un projet d'avenant à leurs conventions leur sera proposé.

*

*

*



En 2010, le Conseil a poursuivi son action de sensibilisation à l'intention des éditeurs de services de télévisions, mais aussi d'autres secteurs de l'audiovisuel afin de promouvoir la prise en compte de la diversité.

Le bilan de la première année d'application de la délibération du Conseil du 10 novembre 2009 est mitigé. D'une part, les engagements des chaînes globalement respectés sont les témoins des efforts fournis pour améliorer la représentation de la diversité à l'antenne, de même que la signature de la Charte de la Diversité par les médias audiovisuels et l'obtention du Label diversité par TF1 sont des signes d'un engagement volontaire en faveur de la diversité. D'autre part, les résultats du baromètre de la diversité, globalement inchangés depuis la première vague attestent de l'absence de dynamique réelle de progression et confirment le constat alarmant dont le Conseil a fait part dans son premier rapport remis au Parlement en 2010, malgré quelques points d'amélioration sur certains genres (information, fiction française, divertissements).

Il semble que les professionnels ont intégré l'importance de la représentation de la diversité à la télévision, notamment pour la cohésion sociale, ainsi que le rôle qu'ils peuvent jouer pour la diversité en tant que médias. Cependant, il est nécessaire qu'au-delà d'un engagement formel et de l'acquiescement des obligations qui leur incombent dans ce domaine, ils se rendent compte de la richesse que la diversité peut leur apporter en termes de dynamique dans la gestion des ressources humaines et d'impact positif sur leur audience.

L'objectif du Conseil est d'aboutir à une prise en compte systématique de la diversité à tous les niveaux : (gestion interne, production, programmation, accès aux métiers de l'audiovisuel), et d'amorcer une dynamique de progression stable et quantifiable chez les éditeurs pour les trois genres visés par la délibération, grâce à des actions inscrites dans la durée et dont le suivi sera assuré par des dispositifs de pilotage prévus par l'organisation interne.

Le Conseil poursuivra en 2011 son action volontariste dans le cadre de la mission qui lui a été confiée par la loi du 5 mars 2009. Deux nouvelles vagues du baromètre de la diversité seront réalisées, permettant d'apprécier l'état global de représentation de la diversité à la télévision, ainsi que les progrès spécifiques à la fiction française inédite. L'Observatoire de la diversité dans les médias audiovisuels réunira en fin d'année les représentants du secteur afin d'évaluer les actions mises en œuvre et les perspectives d'évolution.

Le Conseil travaillera en étroite collaboration avec la commission sur l'Image des femmes dans les médias, présidée par Mme Michèle Reiser, désormais instituée auprès du ministre en charge des droits des femmes, ainsi qu'avec le Défenseur des droits, M. Dominique Baudis, qui reprend les missions de la HALDE en matière de lutte contre les discriminations et de promotion de l'égalité.

Annexe 1

Délibération du 10 novembre 2009 tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal +

Conseil supérieur de l'audiovisuel

Délibération n° 2009-85 du 10 novembre 2009 tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal +

NOR : CSAC0927261X

L'article 3-1 modifié de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, issu de la loi du 31 mars 2006 pour l'égalité des chances, attribue au Conseil supérieur de l'audiovisuel la mission, d'une part, de contribuer aux actions en faveur de la cohésion sociale et à la lutte contre les discriminations dans le domaine de la communication audiovisuelle et, d'autre part, de veiller, notamment auprès des éditeurs de communication audiovisuelle, compte tenu de la nature de leurs programmes, à ce que la programmation reflète la diversité de la société française.

La loi du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision renforce le rôle du conseil quant à la représentation de la diversité de la société française et souligne les attentes du législateur à l'égard des éditeurs, en particulier de France Télévisions. Le conseil doit désormais rendre compte chaque année au Parlement des actions des éditeurs en faveur d'une programmation reflétant la diversité de la société française et proposer les mesures adaptées pour améliorer la représentation de cette diversité dans tous les genres de programmes.

Avant même la publication de cette loi, le conseil est intervenu activement dans ce domaine essentiel à la cohésion sociale. Dès 2000, après avoir fait réaliser une étude quantitative sur la perception de la diversité de la société française à la télévision, il a introduit dans les conventions des télévisions privées un engagement de prendre en considération à l'antenne la diversité des origines et des cultures de la population française. En janvier 2007, afin d'exercer pleinement ses nouvelles compétences, il a créé un groupe de travail relatif à la diversité. Le 11 mars 2008, il a institué l'Observatoire de la diversité dans les médias audiovisuels afin de suivre les actions mises en œuvre par les télévisions s'agissant de la diversité prise dans toutes ses composantes (origine, âge, sexe, handicap...) et de guider les travaux du conseil et des chercheurs qui lui sont associés.

Le conseil a fait réaliser en 2008 une étude sur la perception de la diversité de la société française à l'antenne des chaînes nationales gratuites de la télévision numérique terrestre, ainsi que de Canal +, selon les catégories socioprofessionnelles, le sexe et l'origine supposée en distinguant les personnes vues comme blanches ou comme non blanches, parmi lesquelles les personnes vues comme noires, comme arabes, comme asiatiques ou autres.

Après la publication des résultats de cette étude le 12 novembre 2008, le conseil a invité chaque éditeur à participer, en décembre 2008, à une réunion de travail afin d'examiner les résultats de l'enquête le concernant et d'évoquer, dans le cadre d'une collaboration constructive, des objectifs concrets et précis d'amélioration de la représentation de la diversité sur son antenne. Il a ensuite décidé de publier, pendant trois ans au moins, un baromètre semestriel destiné à évaluer la perception de la diversité de la société française à la télévision.

Les résultats de l'étude ont été confirmés par le premier baromètre établi en 2009 : les femmes, de même que certaines catégories socioprofessionnelles, en particulier les ouvriers et les employés, sont sous-représentées au regard de leur place dans la société française ; la diversité des origines, thème de société largement traité par les médias, a très peu progressé ; plus les programmes sont supposés s'approcher de la réalité de la société française, moins la diversité est perceptible, en particulier dans les fictions françaises, les sujets des journaux télévisés traitant de l'actualité française et les divertissements. Le baromètre a également montré la quasi-inexistence des personnes handicapées à l'antenne.

Ce constat préoccupant appelle une évolution rapide et massive des pratiques des éditeurs dont la programmation doit offrir aux téléspectateurs un visage fidèle de la société française, conforme à la richesse de ses nombreuses et différentes composantes. Le conseil entend donc inscrire la représentation de la diversité au cœur des priorités des télévisions en incitant chaque éditeur, tout en tenant compte de sa situation, à favoriser l'expression de cette diversité.

Dans cette perspective, il y a lieu, d'une part, d'établir, dans le respect de la ligne éditoriale et de la liberté de la création audiovisuelle, le cadre des engagements que chaque éditeur doit prendre auprès du conseil et, d'autre part, de fixer les modalités du suivi exercé par le conseil.

Tel est l'objet de la présente délibération prise sur le fondement de l'article 3-1 modifié de la loi du 30 septembre 1986 qui s'applique aux engagements pris au titre des années 2010 et suivantes par les télévisions hertziennes nationales gratuites et par Canal +, dès lors que ces services, qui utilisent une ressource hertzienne rare, recueillent l'audience la plus élevée et fédèrent le plus large public.

I. – *Les engagements de l'éditeur*

A. – *Contenu des engagements*

L'éditeur s'engage, au regard des caractéristiques de sa programmation, à améliorer significativement la représentation de la diversité de la société française sur son antenne.

La diversité de la société française s'entend dans son acception la plus large. Elle concerne notamment les catégories socioprofessionnelles, le sexe, l'origine et le handicap.

L'éditeur propose au conseil, chaque année, en fonction des spécificités de sa programmation et des insuffisances relevées par les baromètres de la diversité à la télévision, des engagements, qui peuvent être concertés avec d'autres éditeurs, sur les points suivants.

1. *Lors de la commande et de la mise en production des programmes*

L'éditeur fait ses meilleurs efforts pour faire figurer dans ses contrats de commande de programmes et, le cas échéant, dans les conditions générales des contrats qui y sont annexées, une clause prévoyant que les parties s'assurent de la représentation de la diversité de la société française dans les programmes qui sont l'objet de ces contrats.

Dans ce but, l'éditeur fait en sorte que, pour les fictions commandées, une proportion significative des rôles soit interprétée par des comédiens perçus comme contribuant à la représentation de la diversité de la société française, dans le respect des contextes historiques et littéraires.

2. *A l'antenne*

Compte tenu de la nature de sa programmation, l'éditeur s'engage à ce que la diversité de la société française soit représentée dans tous les genres de programmes mis à l'antenne. Il apporte une attention particulière à trois types de programmes : l'actualité française dans les journaux télévisés, les divertissements et les fictions inédites françaises. Il s'engage à faire progresser la représentation de la diversité sur ces trois types de programmes.

Ses engagements visent à améliorer les résultats sur un ou plusieurs de ces genres par rapport aux résultats obtenus lors des baromètres précédents.

3. *Auprès des responsables de l'information et des programmes*

Afin de mieux contribuer aux actions en faveur de la cohésion sociale et de la lutte contre les discriminations, l'éditeur s'engage à sensibiliser de manière régulière sa rédaction et ses responsables de la programmation sur la nécessité d'améliorer la représentation de la diversité de la société française dans les programmes mis à l'antenne.

Chaque année, il fait part au conseil des modalités concrètes de mise en œuvre de ces actions.

B. – *Modalités de souscription des engagements*

1. *Conclusion d'un avenant fixant le principe des engagements annuels*

Un avenant à la convention de chaque éditeur privé prévoit que celui-ci prend par courrier des engagements annuels en application du A du I pour l'année à venir.

2. *Lettre annuelle d'engagement*

L'éditeur propose au conseil par courrier, au plus tard le 30 novembre de chaque année, les engagements qu'il prend pour l'année suivante en application du A du I.

Ces dispositions s'appliquent à la société France Télévisions, qui, conformément à l'article 37 de son cahier des charges fixé par le décret du 23 juin 2009, met en œuvre, dans le cadre des recommandations, les actions permettant d'améliorer la représentation de la diversité de la société française. A ce titre, elle propose au conseil des engagements en application du A du I.

Les engagements au titre de l'année 2010 doivent être transmis au conseil au plus tard le 15 décembre 2009.

3. *Acceptation des engagements par le conseil*

Le conseil peut demander à l'éditeur de modifier ses propositions lorsqu'il les estime insuffisantes ou inappropriées. L'éditeur dispose d'un délai d'un mois pour transmettre des propositions modifiées conformément à la demande du conseil.

Dès leur acceptation par le conseil, les propositions de l'éditeur valent engagements au sens de la présente délibération.

II. – *Le suivi par le conseil*

Le conseil veille au respect des engagements pris par l'éditeur en application du I de la présente délibération, en se fondant notamment sur les résultats des baromètres.

A. – *Le baromètre de la diversité à la télévision établi par le conseil*

Chaque semestre, le conseil publie les résultats du baromètre de la perception de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes hertziennes nationales gratuites et de Canal+. Ce baromètre est établi selon une méthodologie définie par le conseil.

Le baromètre indique, pour chacun des éditeurs concernés, l'état de la perception de la diversité de la société française sur son antenne.

Les outils méthodologiques utilisés pour établir le baromètre sont transmis par le conseil à l'éditeur.

Le conseil communique à l'éditeur les résultats du baromètre le concernant et recueille ses observations.

B. – *Le compte rendu au conseil de la mise en œuvre des engagements par l'éditeur*

L'éditeur communique au conseil chaque année, avant le 31 mars, les éléments permettant d'apprécier le respect des engagements pris au titre de l'année précédente en application du A du I.

C. – *Les informations complémentaires communiquées par l'éditeur*

L'éditeur peut fournir au conseil chaque année avant le 31 mars tout élément complémentaire d'évaluation du respect des engagements pris en application de la présente délibération.

Il peut faire part au conseil des autres initiatives qu'il a prises en faveur de la représentation de la diversité dans ses programmes ou dans son entreprise.

S'il souhaite étendre la période ou la tranche horaire sur lesquelles porte le baromètre établi par le conseil, il utilise la méthodologie définie par ce dernier.

D. – *La communication des engagements et des résultats*

Les engagements pris par les éditeurs en application de la présente délibération ainsi que l'appréciation de leur réalisation sont rendus publics par le conseil dans le rapport qu'il établit chaque année en application de l'article 3-1 modifiée de la loi du 30 septembre 1986.

La présente délibération sera publiée au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 10 novembre 2009.

Pour le Conseil supérieur de l'audiovisuel :

Le président,

M. BOYON

Annexe 2

**Baromètre de la diversité à la télévision : Deuxième vague
Juillet 2010**



Baromètre de la diversité

Résultats de la 2^{ème} vague
(semaine du 6 au 12 février 2010)





- ▶ Les résultats de la 2ème vague du baromètre de la diversité (semaine du 6 au 12 février 2010) sont marqués, s'agissant des résultats globaux (hors publicité), par une grande stabilité¹ par rapport à ceux de la 1ère vague (semaine du 8 au 14 juin 2009).
- ▶ Les données globales goment quelque peu les efforts consentis par certains diffuseurs sur les genres de programmes visés par le Conseil dans sa délibération du 10 novembre 2009 comme devant prioritairement mieux représenter la diversité.
- ▶ Une analyse par chaîne permet de constater de premiers signes positifs dans la fiction française, l'information et les divertissements.

¹ Une différence d'un point est jugée comme non significative par l'IFOP.



Champs de l'enquête de la VAGUE 2 :

- Semaine étudiée : 6 au 12 février 2010
- Chaînes concernées (identiques à la VAGUE1) : TF1, France 2, France 3, France 4, France 5, M6, Canal+, W9, BFM TV, NRJ 12, I Télé, Gulli, Virgin 17, TMC, Direct 8 et NT1.
- Tranches horaires indexées (identiques à la VAGUE1) :
 - Pour toutes les chaînes, tous les programmes diffusés de 17h à 23h (les émissions avec au moins 50% de la durée après 17h ou avant 23h ont été indexées en totalité).
 - Pour les chaînes TF1, France 2, France 3, Canal+ et M6, les programmes d'information de la mi-journée.

Nature des informations recueillies en VAGUE 2 :

- La démarche mise en place dans le baromètre repose sur l'observation des programmes et la réalisation d'une indexation par intervenant et par émission.
- Pour tous les programmes hors publicité : seuls les locuteurs, c'est à dire les personnes apparaissant à l'écran et prenant la parole, sont indexés.¹
- 27.045 individus ont été indexés en vague 2 (contre 23.529 en vague 1).

Afin de tenir compte du rôle des personnes indexées et de la durée du programme concerné, une pondération a été appliquée (identique à la vague 1) :

- Héros : coefficient 6 => programme d'une durée > à 5 minutes / coefficient 5 => d'une durée < à 5 minutes
- Personnages principaux : coefficient 4 => programme d'une durée > à 5 minutes / coefficient 3 => durée < à 5 minutes
- Personnages secondaires : coefficient 1

¹ Sont exclus de l'indexation (Identique Vague 1) : les figurants muets uniquement pour les programmes hors publicités, les membres des publics et des foules, les voix hors champ si elles ne livrent pas les pensées d'une personne apparaissant à l'antenne et les personnages qui n'ont pas de traits humains réalistes.



Statut de l'individu au sein du programme:

- Héros : Personnage central d'une fiction / présentateur / personnage central d'un magazine ou d'un documentaire sans présentateur / animateur d'un divertissement
- Personnage principal : Personnage principal d'une intrigue / invité principal d'un journal ou d'un magazine / chroniqueur / expert / personnage principal d'un reportage / participant à un jeu
- Personnage secondaire : Personnages intervenant peu et tous les personnages intervenant dans les reportages des journaux TV.

Catégorie socioprofessionnelle (INSEE):

- La CSP a été indexée suivant la codification INSEE en exploitant tous les éléments livrés à l'antenne (sous-titre avec la fonction de la personne, profession livrée dans le récit, éléments visuels ou de contexte, etc.)
- Certains intervenants n'ont pas été indexés sur ce critère afin que les données recueillies correspondent à la représentation de la société d'aujourd'hui (les personnages de films historiques se déroulant avant 1900, les personnages de programmes de science-fiction...).
- Ainsi, 67% des intervenants ont été identifiés en vague 2 (62% en vague 1).

Origine perçue:

- L'indexation de l'origine a été réalisée non seulement en tenant compte des traits physiques des personnages apparaissant à l'antenne, mais aussi en s'appuyant sur tous les indices pouvant être recueillis dans les commentaires ou par auto-désignation.

Handicap:

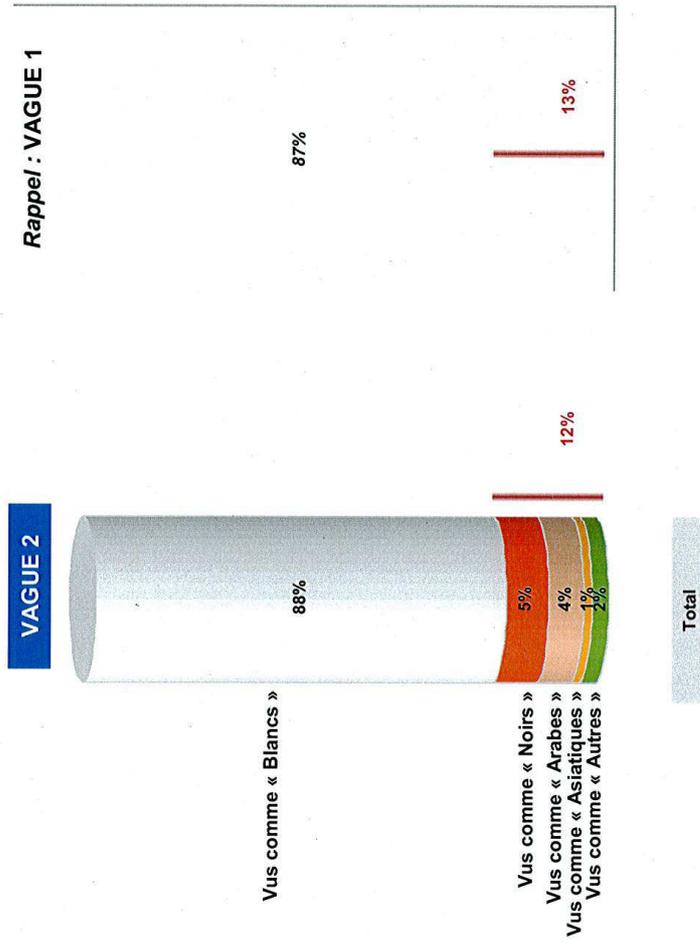
- Une personne a été recensée comme handicapée lorsque des indices visibles à l'écran (fauteuil roulant, malformation visible, canne d'aveugle, etc.) ou des informations du récit permettaient d'identifier un handicap permanent



La diversité des origines

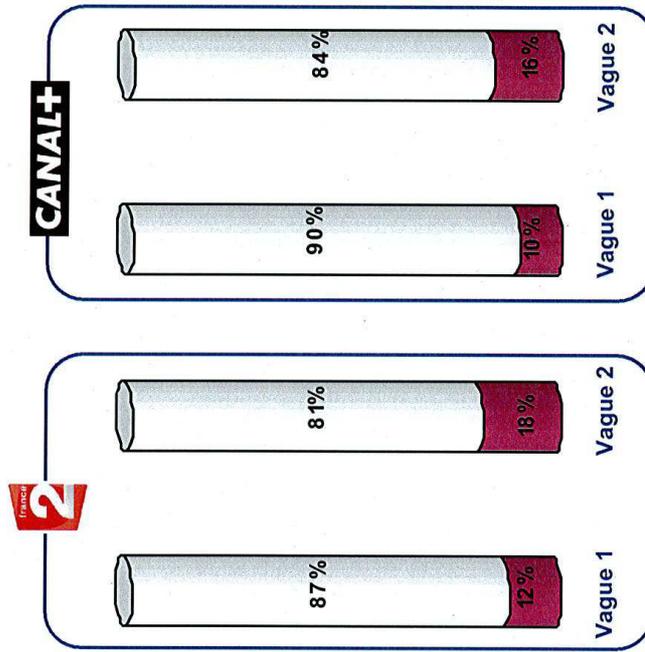


- La moyenne globale toutes chaînes confondues reste comprise entre 12 et 13% selon que l'on considère les données pondérées ou non par la durée des programmes et les rôles des intervenants.






2 et **CANAL+** présentent des résultats en très nette amélioration dans leurs programmes.

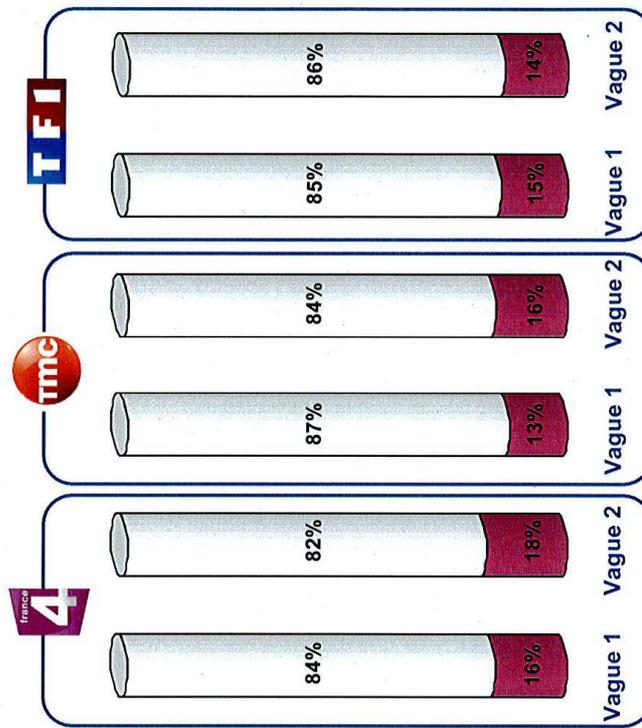


Vus comme « Blancs »

Vus comme « Non blancs »




4 **tmc** et **TF1** présentent également des résultats très satisfaisants, au-dessus de la moyenne globale toutes chaînes confondues.

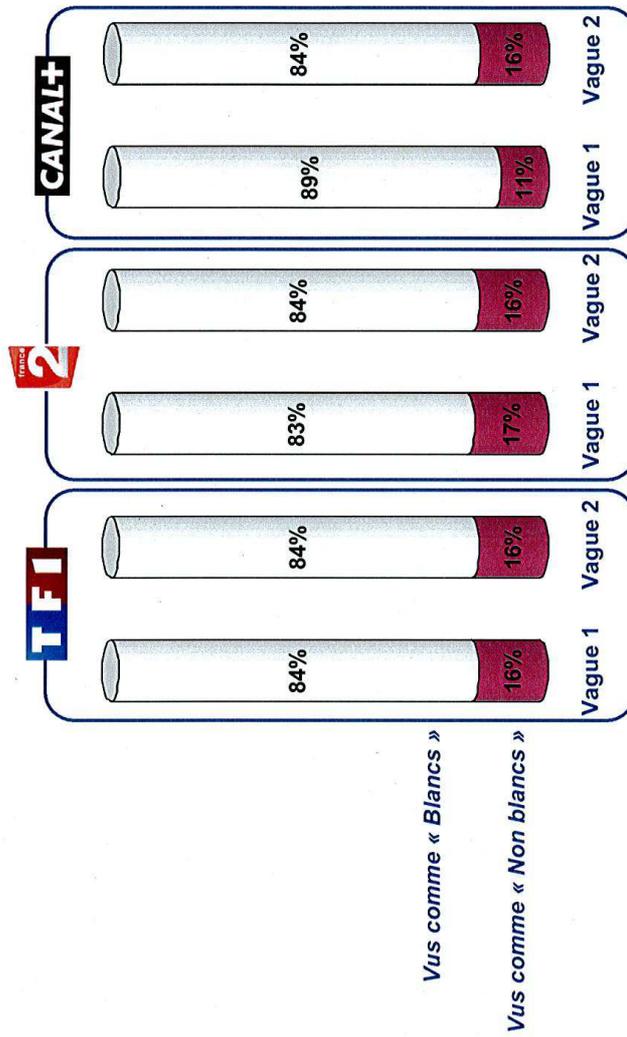


Vus comme « Blancs »

Vus comme « Non blancs »



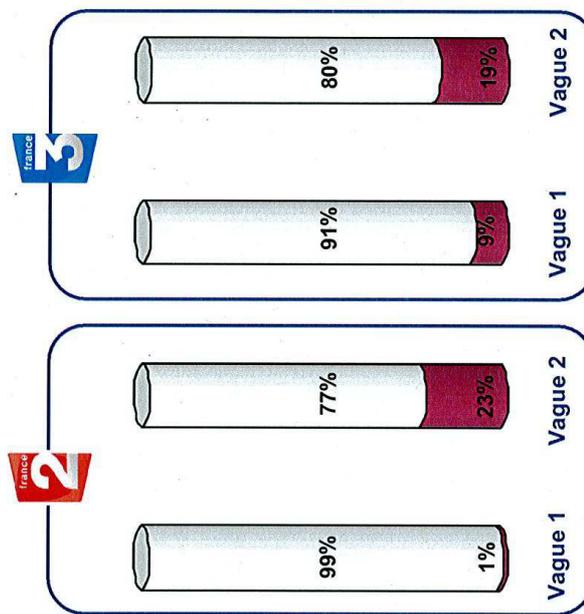
- Sur les trois genres visés comme prioritaires par le Conseil (fiction, information, divertissements), **TF1**, **2** et **CANAL+** présentent les meilleurs résultats. Fait d'autant plus notable que ces genres représentent une part essentielle de leur programmation.





- Les chaînes **2** et **3** ont particulièrement porté leurs efforts sur la fiction française.

Fiction française



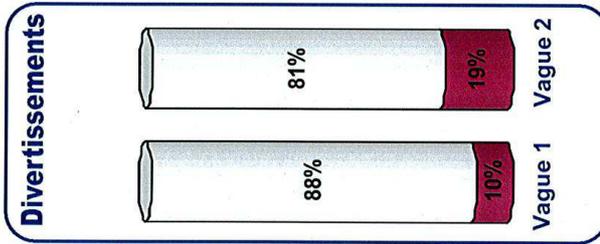
Vus comme « Blancs »

Vus comme « Non blancs »



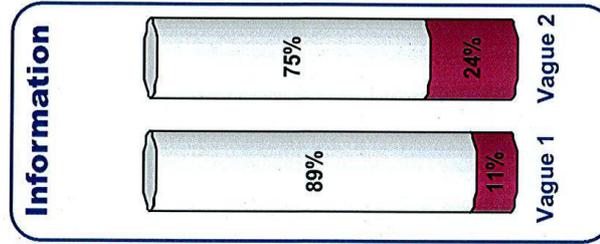
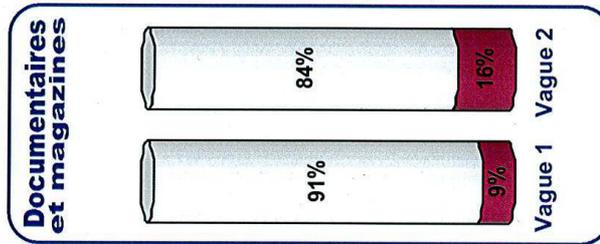
► **CANAL+** enregistre de très bons résultats dans les divertissements, les documentaires, les magazines et l'information.

CANAL+



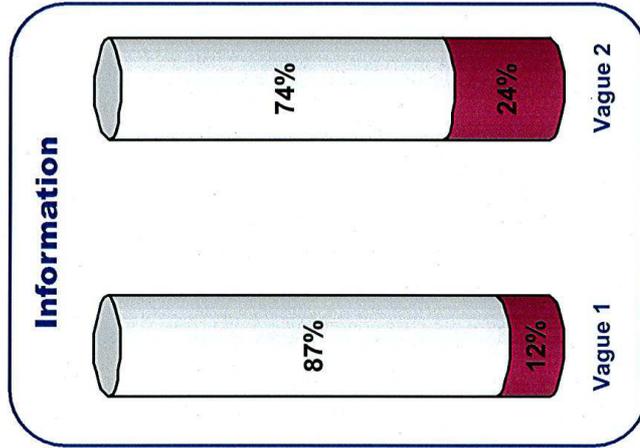
Vus comme « Blancs »

Vus comme « Non blancs »





- **M** s'illustre concernant les programmes d'information avec 24% de personnes perçues comme non blanches.



Vus comme « Blancs »

Vus comme « Non blancs »



La parité



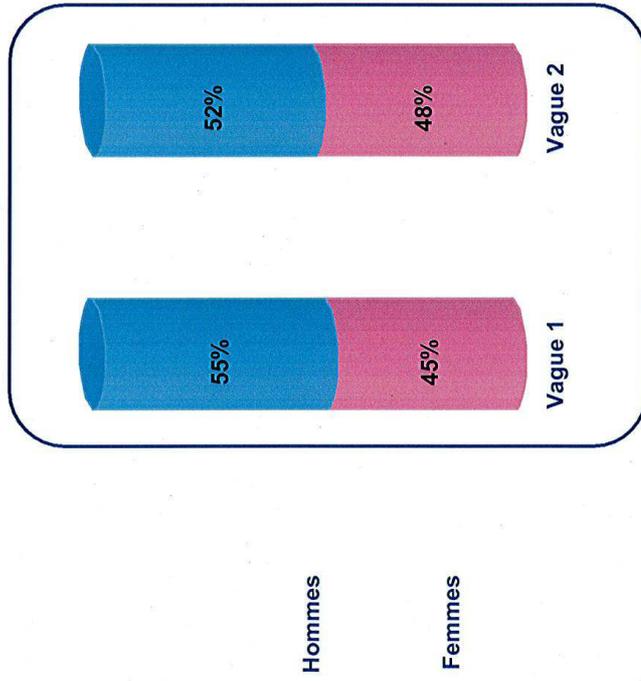
- La sous-représentation des femmes perdure (entre 34 et 35% de femmes contre 65 à 66% d'hommes).



* Source INSEE : Recensement 99, actualisé en 2002 – Profession de l'individu âgé de 0 et plus

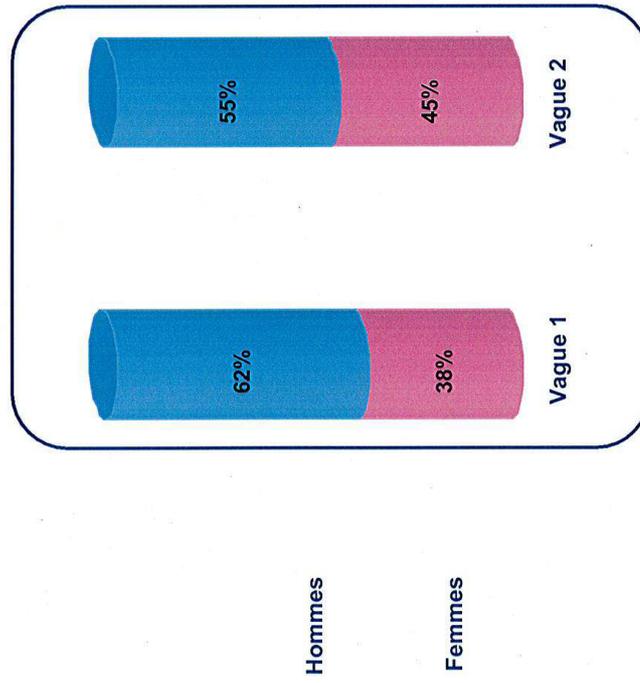


► Les résultats concernant **M1** sont encourageants et en amélioration avec une représentation assez satisfaisante en termes de parité.





- Les résultats concernant  sont en nette progression avec 45% de femmes et 55% d'hommes.





Le handicap



- ▶ Le handicap est encore très faiblement représenté dans les programmes télévisés.

VAGUE 2

0,5% des personnes indexées

Rappel : VAGUE 1

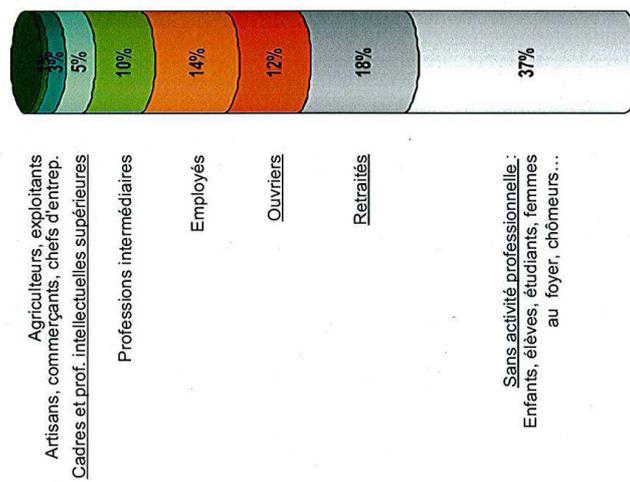
0,3%

- ▶ Il est néanmoins relevé que sur **TF1** au cours de la semaine étudiée près de 2% des personnes indexées dans les programmes d'information, les fictions et les divertissements étaient perçues comme handicapées.



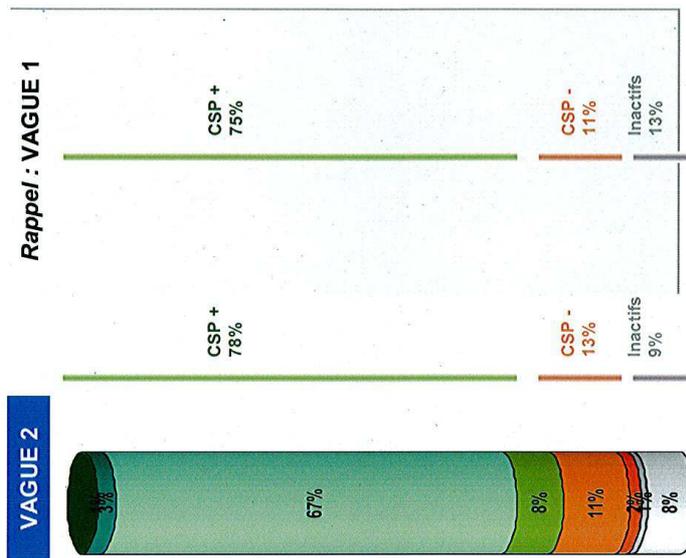
Les catégories socioprofessionnelles

► Résultats globaux concernant les catégories socioprofessionnelles:



Données
France entière*

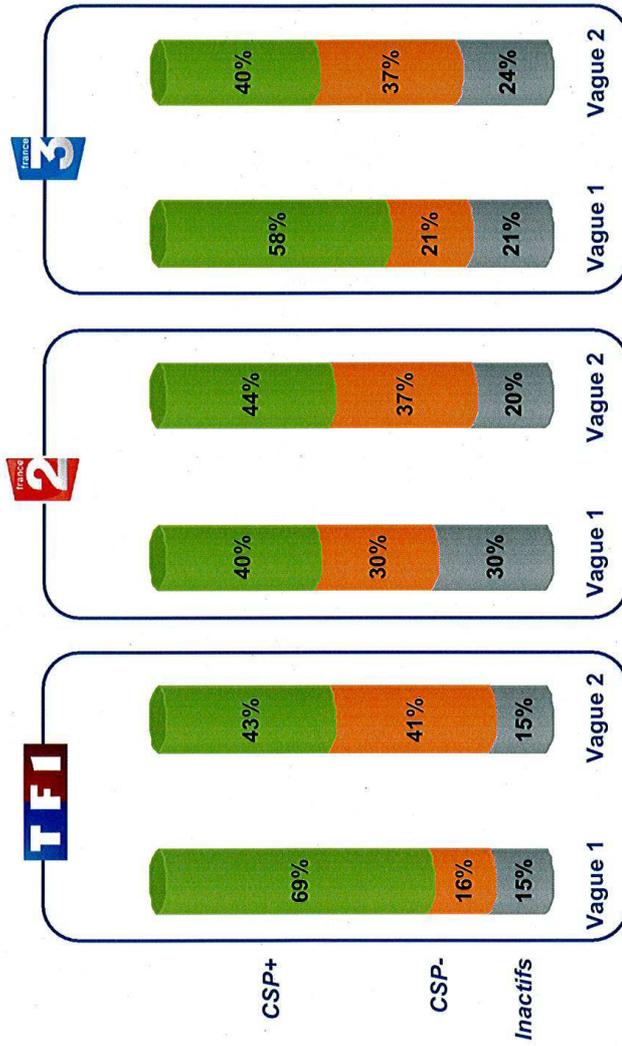
* Source INSEE : Recensement 99, actualisé en 2002 – Profession de l'individu âgé de 0 et plus





Il est constaté que la fiction propose une bonne diversité des catégories socioprofessionnelles.

Cela est notamment très net dans les fictions françaises diffusées sur **TF1**, **2** et **3**.





- ▶ La 3ème vague du baromètre sera publiée en janvier prochain et concernera une semaine de septembre 2010.
- ▶ Elle aura pour spécificité de ne porter que sur certains genres de programmes pour lesquels le Conseil a demandé aux diffuseurs, dans sa délibération du 10 novembre 2009, de porter principalement leurs efforts car en prise directe avec la réalité de la société française d'aujourd'hui (fiction française, information et divertissements).
- ▶ Il s'agira de déterminer si la tendance d'une amélioration de la représentation de la diversité dans ces genres précis qui se dessine dans les résultats de la 2ème vague se confirme.

Annexe 3

**Baromètre de la diversité à la télévision : Troisième vague
Décembre 2010**

Janvier 2011

Conseil Supérieur de l'Audiovisuel

Baromètre de la diversité à la télévision



- Vague 3 -

Paris
Toronto
Shanghai
Buenos Aires

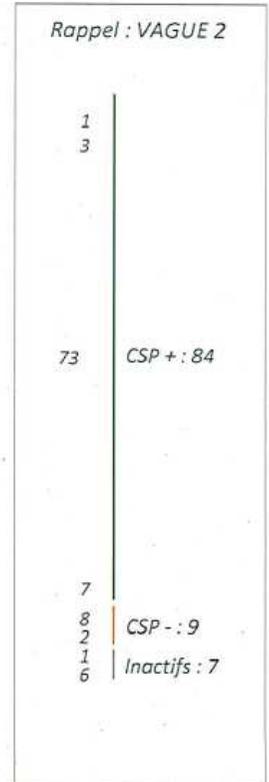
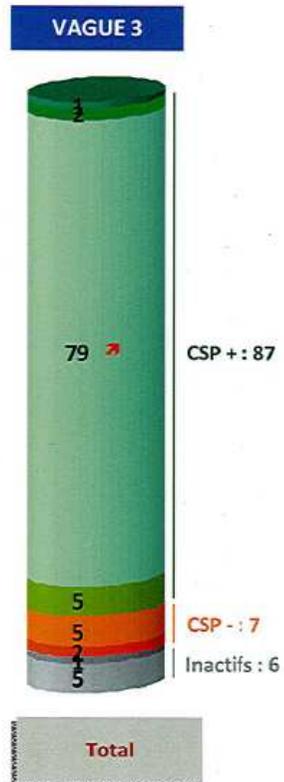
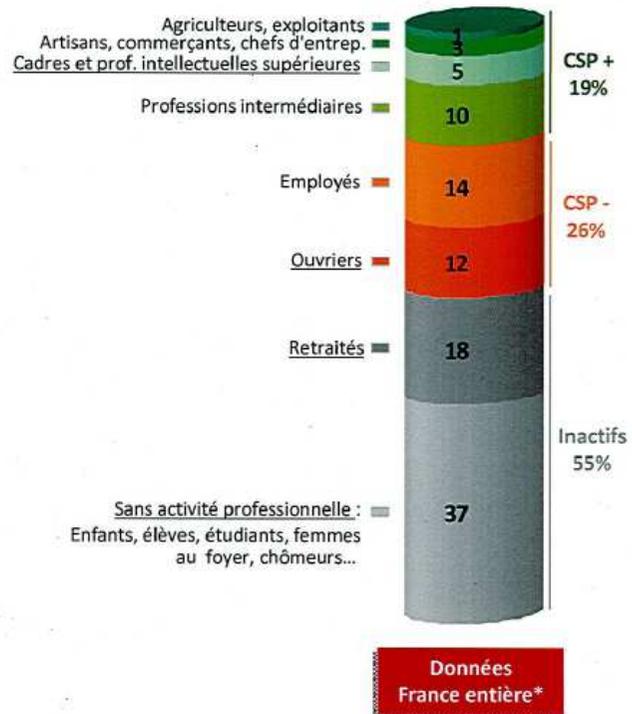


Connection creates value

1.

**Catégories socioprofessionnelles:
Une sur-représentation des CSP+**

En %



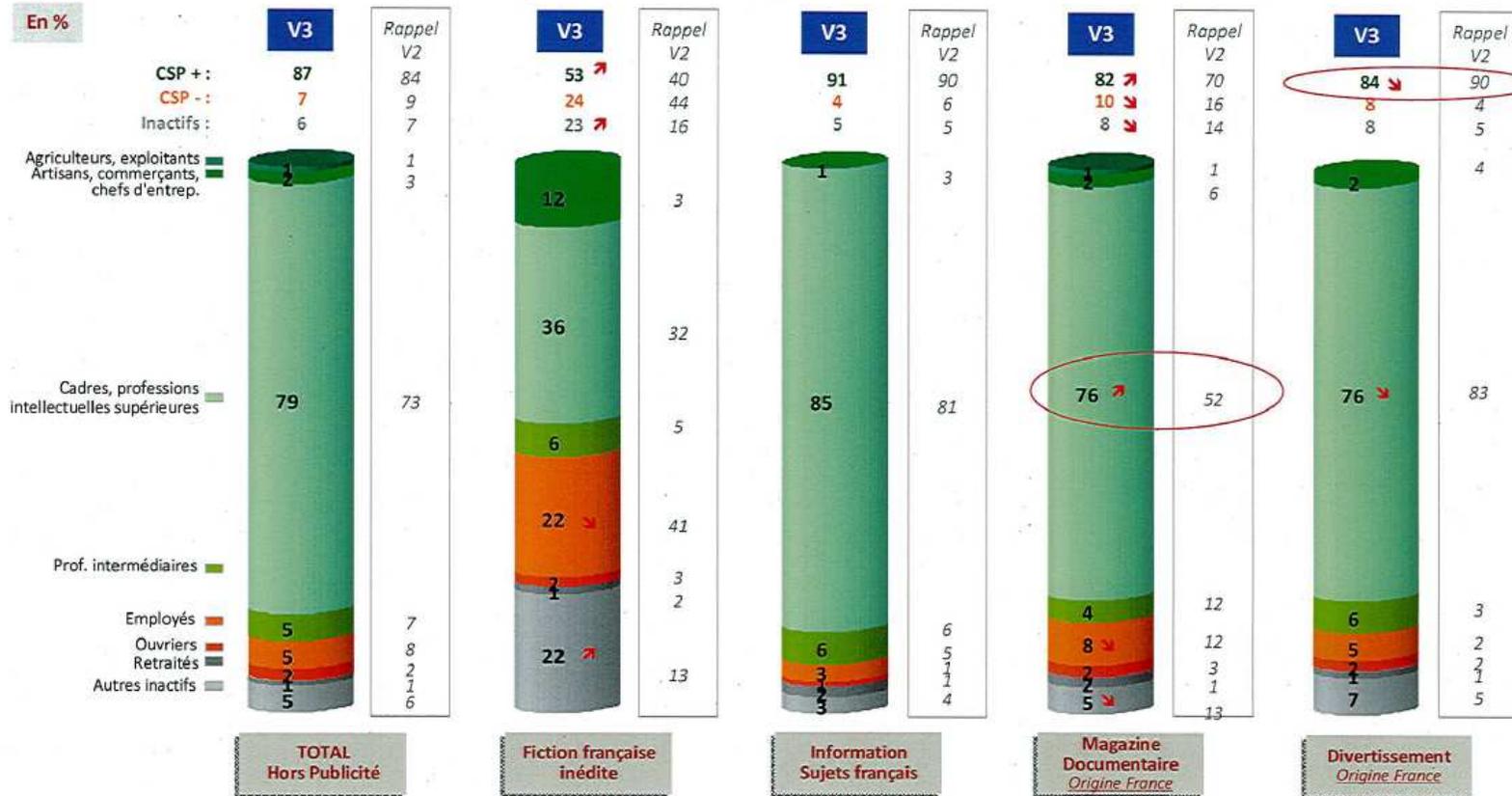
* Source INSEE : Recensement 99, actualisé en 2002 – Profession de l'individu âgé de 0 et plus

↗ Écarts par rapport à la vague précédente

Pourcentages pondérés



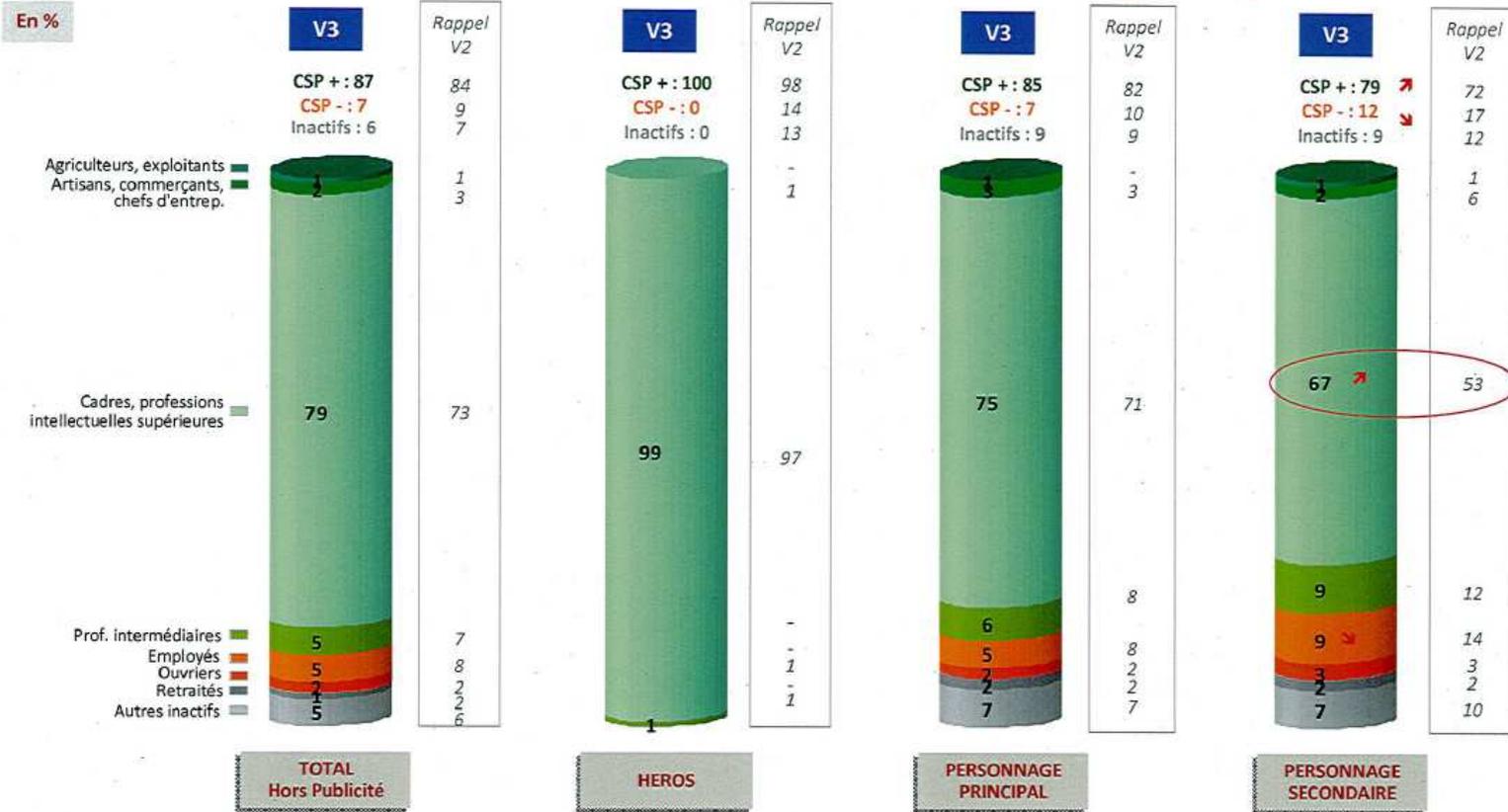
**1. Catégories socioprofessionnelles:
Les fictions françaises inédites présentent les profils de CSP les plus variés.**





1.

Catégories socioprofessionnelles:
Les rôles sont toujours distribués de façon inégalitaire, les héros sont des CSP+, les CSP- et les inactifs n'apparaissent qu'en tant que personnages secondaires ou principaux.





2. Parité: La sous-représentation des femmes perdure.

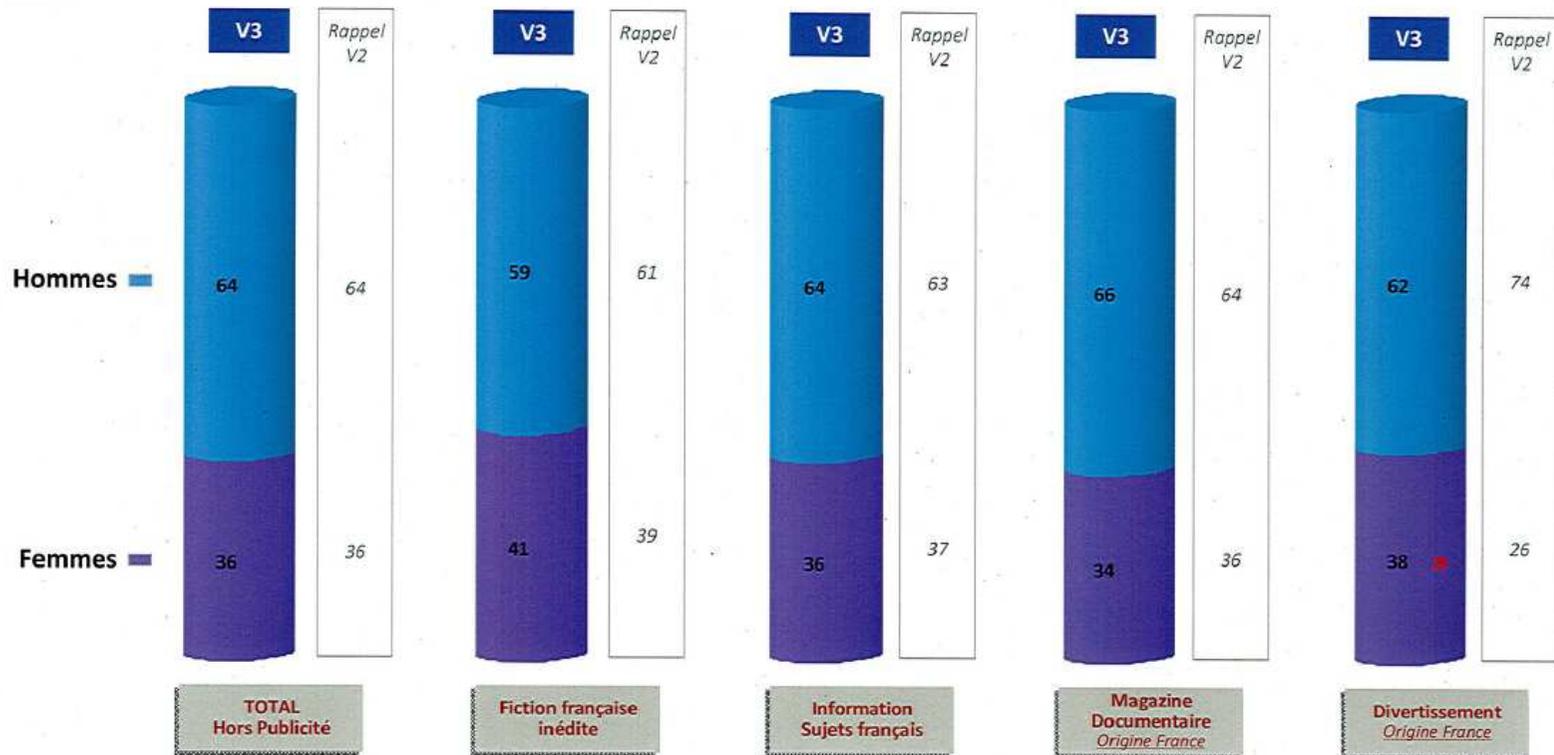
En %





2. Parité: Les femmes sont sous-représentées dans tous les genres de programmes.

En %



2. Parité: La parité n'est respectée que dans la présentation des programmes d'information.

En %

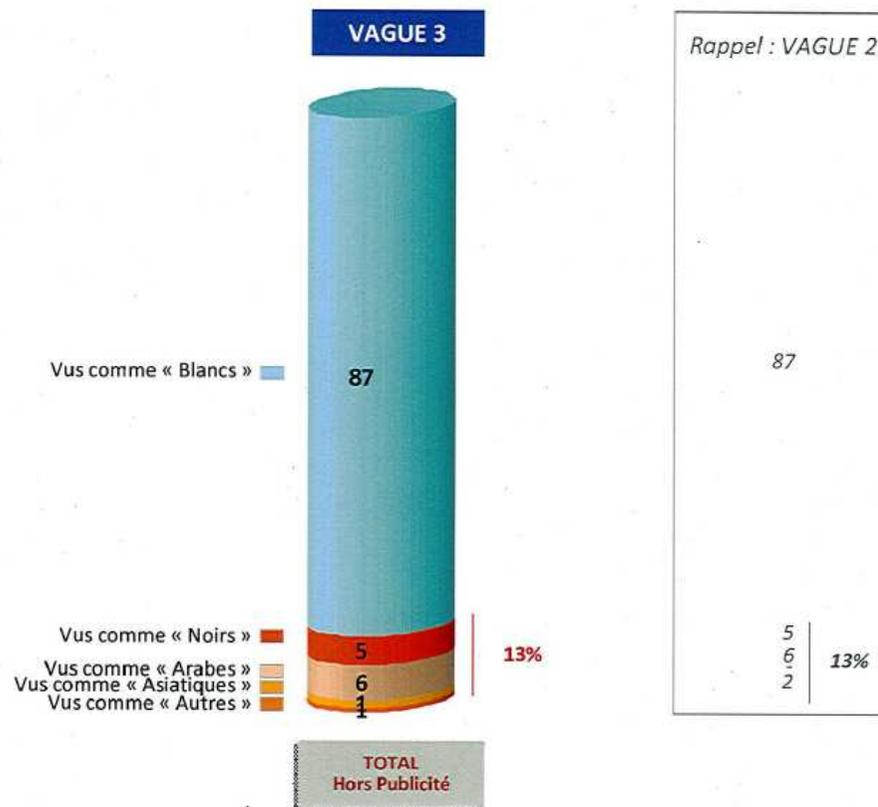
	VAGUE 3		Rappel : VAGUE 2	
	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes
TOTAL HORS PUBLICITE	64	36	64	36
- Héros	57	43	55	45
- Personnages principaux	66	34	66	34
- Personnages secondaires	67	33	68	32
Fiction				
- Héros : Personnage central	70	30 ↘	45	55
- Personnages principaux	51	49 ↗	65	35
- Personnages secondaires	68 ↗	32	57	43
Information				
- Héros : Journaliste, présentateur, héros d'un mag. sans présentateur	51	49	55	45
- Personnages principaux : Invité ppal, chroniqueur, expert, personnage principal d'un reportage	81 ↗	19	63	37
- Personnages secondaires	70	30	69	31
Magazine/Documentaire				
- Héros : Animateur, présentateur, héros d'un mag./docu. sans présentateur	63	37 ↘	46	54
- Personnages principaux : Invité ppal, chroniqueur, expert ou pers. principal d'un reportage	68	32	67	33
- Personnages secondaires	65	35	67	33
Divertissement				
- Héros : Animateur ou présentateur	79	21	83	17
- Personnages principaux : Invité principal, chroniqueur, participant à un jeu	57	43 ↗	75	25
- Personnages secondaires	62	38 ↗	68	32



3.

**Diversité des origines:
La moyenne globale des personnages vus comme « non blancs » est de 13%.**

En %

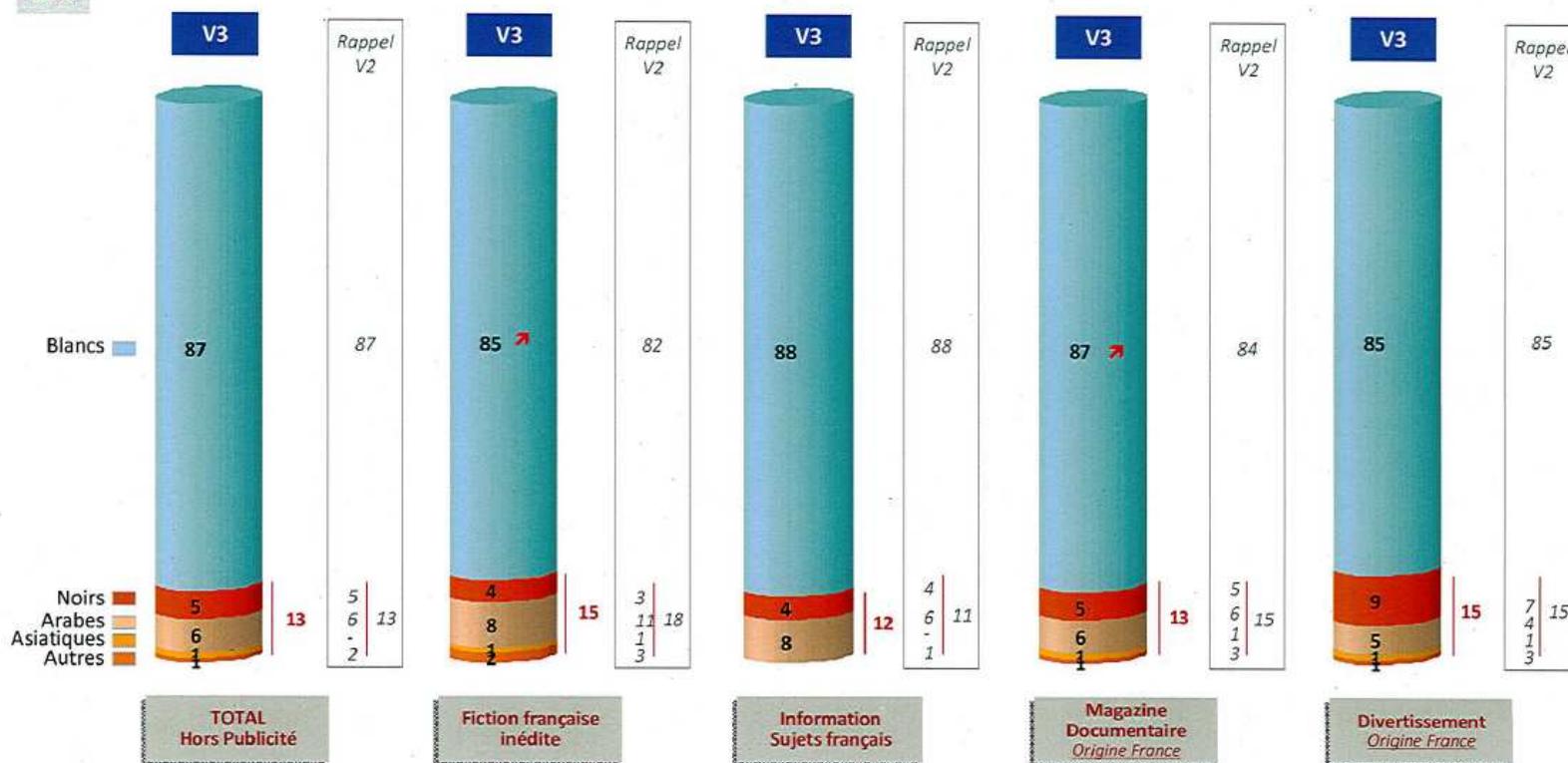


NB : pas de données de référence France entière disponibles sur ce critère



3. Diversité des origines:
Des résultats supérieurs à la moyenne s'agissant des fictions françaises inédites et des divertissements.

En %



N.B. : Le complément pour obtenir 100% correspond au taux de non-identifiés

↗ Écarts par rapport à la vague précédente

Pourcentages pondérés

3. Diversité des origines: Une sous-représentation plus nette des personnages vus comme « non blancs » dans les rôles de héros.

En %

	VAGUE 3		Rappel : VAGUE 2	
	Blancs	Non blancs	Blancs	Non blancs
TOTAL HORS PUBLICITE	87	13	87	13
- Héros	90	10	89	11
- Personnages principaux	86	14	90	10
- Personnages secondaires	87	13	85	15
Fiction française inédite				
- Héros : Personnage central	90 ↗	10	73	27
- Personnages principaux	84	16	84	16
- Personnages secondaires	86 ↗	14	80	20
Information Sujets français				
- Héros : Journaliste, présentateur, héros d'un mag. sans présentateur	90	10	90	10
- Personnages principaux : Invité ppal, chroniqueur, expert, personnage principal d'un reportage	85	15 ↗	93	7
- Personnages secondaires	89	12	86	14
Magazine/Documentaire Origine France				
- Héros : Animateur, présentateur, héros d'un mag./docu. sans présentateur	92 ↗	8	84	16
- Personnages principaux : Invité ppal, chroniqueur, expert ou pers. principal d'un reportage	88	12	90	10
- Personnages secondaires	86	14	82	18
Divertissement Origine France				
- Héros : Animateur ou présentateur	86 ↗	14	80	20
- Personnages principaux : Invité principal, chroniqueur, participant à un jeu	85	15	84	16
- Personnages secondaires	84	16 ↗	90	10

↗ ↘ Écart par rapport à la vague précédente

Pourcentages pondérés

Diversité des origines:
3. Les femmes perçues comme « non blanches » sont encore moins bien représentées que les femmes perçues comme « blanches ».

	VAGUE 3		Rappel : VAGUE 2	
	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes
TOTAL HORS PUBLICITE	64	36	64	36
Blancs	64	36	64	36
Non blancs	68	32	64	36
Fiction française inédite				
Blancs	55	45 ↗	60	40
Non blancs	76 ↗	24	66	34
Information Sujets français				
Blancs	64	36	64	36
Non blancs	66 ↗	34	60	40
Magazine/Documentaire <i>Origine France</i>				
Blancs	65	35	63	37
Non blancs	72	28	69	31
Divertissement <i>Origine France</i>				
Blancs	62	38 ↗	73	28
Non blancs	66	34 ↗	81	19

↗ Écart par rapport à la vague précédente

Pourcentages pondérés

**4. Handicap:
Le handicap est encore très faiblement représenté dans les programmes.**

VAGUE 3

**0,4% des personnes indexées
sur les programmes Hors publicités**

Rappel Vague 2

0,4% (Total hors publicités)

→ Répartition des personnes handicapées indexées :

VAGUE 3

**Répartition des 52 personnes handicapées indexées
(Hors publicités) :**

- **Fiction française inédite** : 4 personnes perçues comme handicapées
- **Information , sujet français**: 17
- **Divertissement , origine France**: 6
- **Magazine et Documentaire , origine France**: 25

Rappel Vague 2

*Répartition des 28 personnes handicapées indexées
(Hors publicités)*

- *Fiction française inédite*: 4 personnes perçues comme handicapées
- *Information, sujet français* : 14
- *Divertissement , origine France*: 3
- *Magazine et Documentaire, origine France* : 7

Annexe 4

Composition de l'Observatoire de la diversité dans les médias audiovisuels



▪ **Composition de l'Observatoire de la diversité dans les médias audiovisuels :**

M. Rachid Arhab, Président ;

M. Alain Méar, Co-président ;

Mme Yamina Benguigui ;

M. Hervé Bourges ;

Mme Anne Debet ;

Mme Lydia Meziani ;

Mme Marie-Hélène Mitjavile ;

Mme Marie-France Picart ;

M. Jacques Martial ;

M. Richard Senghor ;

Mme Jeannette Bougrab (jusqu'en mars 2011)

M. Eric Molinié (à compter de mars 2011)

Annexe 5

Comptes rendus remis par les chaînes au sujet de la diversité 2010

DECLARATION DE TF1 SUR LE RESPECT A L'ANTENNE DE LA DIVERSITE DES ORIGINES ET DES CULTURES DE LA COMMUNAUTE NATIONALE
--

L'amélioration des mécanismes d'intégration et de représentation des minorités ethniques et culturelles au sein de la société française fait partie des préoccupations majeures de TF1. Depuis une dizaine d'années, la chaîne prend toute sa part avec constance et avec les moyens qui sont les siens, dans cette cause d'intérêt général.

Comme les années précédentes, les efforts entrepris ont été poursuivis et renforcés tant au niveau de l'antenne que par les comportements et les initiatives de l'entreprise elle-même.

Les **programmes de flux**, par la diversité des concepts et des situations qu'ils mettent en scène à destination d'un public large et diversifié en terme d'âge et d'origine, constituent un vecteur naturel et ludique de représentation des populations minoritaires de notre communauté nationale.

C'est ainsi que des programmes de **jeux, divertissements, télé-réalité et magazines** comme « *Une famille en or* », « *La roue de la fortune* », « *Election de Miss France* », « *Secret Story* » « *Koh Lanta* », « *Bienvenue dans ma Tribu* », « *Opération Tambacounda* » ont proposé des thématiques favorables à l'intégration en valorisant la diversité de nos cultures.

TF1 a également souhaité exprimer son implication dans le cadre de **programmes courts** qui mettent en avant des thématiques tels que la lutte contre le racisme et la tolérance : « *Flagrants délits* », « *Vivre ensemble* », « *Tous les marchés du monde* »...

Concernant la **fiction française**, TF1 a décidé de s'impliquer directement auprès des producteurs et des agences de casting.

Comme chaque année, certaines fictions diffusées en 2010 ont placé au premier plan des acteurs représentant des minorités visibles dans le rôle de personnages exerçant des professions socialement valorisantes comme médecin, juge, policier, ou encore avocat dans les séries à héros récurrents ou fictions unitaires, « *Les Toqués* », « *Camping Paradis* », « *Profilage* », « *Clem* », « *Victor Sauvage* »...

Les actions menées par TF1 dans le secteur de **l'information** constituent probablement la meilleure illustration des objectifs que s'est fixée la chaîne en matière d'ouverture aux minorités et plus particulièrement aux plus jeunes.

Au-delà des rédactions de TF1 et de LCI accueillant un nombre croissant de journalistes issus de minorités, au-delà de l'antenne de TF1 où le magazine « *Sept à huit* » est présenté par le seul Harry Roselmack, où le journal télévisé est présenté par une femme, les émissions d'information de la chaîne ont eu à traiter des difficultés d'intégration et de précarité d'une partie de la population française, qu'il s'agisse du reportage « *Harry Roselmack en immersion* » ou de plusieurs sujets de l'émission « *Enquêtes et révélations* ».

La chaîne a de plus créé le 2 juillet 2009 un Comité Diversité qui mène des actions de sensibilisation des collaborateurs participants à la fabrication des programmes.

Par ailleurs, les efforts de l'entreprise TF1 portent également sur l'insertion directe, par la formation et le recrutement, de jeunes issus de quartiers fragiles.

C'est dans le souci de participer à l'évolution collective des mentalités et de contribuer, à sa manière, à résoudre les problèmes générés par la diversité, que la Fondation TF1 crée en 2008 institue notamment un lien personnel de parrainage entre les collaborateurs de la chaîne et une dizaine de jeunes chaque année.

Après avoir signé en janvier 2010 la Charte de la diversité, TF1 a obtenu en décembre 2010 le label Diversité devenant ainsi le premier groupe média à recevoir cette distinction. Destiné

à promouvoir la diversité et la prévention des discriminations, le label distingue les entreprises dont les pratiques sont jugées exemplaires.

DECLARATION DE TMC SUR LE RESPECT A L'ANTENNE DE LA DIVERSITE DES ORIGINES ET DES CULTURES DE LA COMMUNAUTE NATIONALE
--

Article 2-3-3 : vie publique

L'éditeur veille dans son programme :

- à ne pas inciter à des pratiques ou comportements délinquants ou inciviques ;
- à respecter les différentes sensibilités politiques, culturelles et religieuses du public ;
- à ne pas encourager des comportements discriminatoires en raison de la race, du sexe, de la religion, ou de la nationalité ;
- à promouvoir les valeurs d'intégration et de solidarité qui sont celles de la République ;
- à prendre en considération, dans la représentation à l'antenne, la diversité des origines et des cultures de la communauté nationale.

TMC est une chaîne familiale, à caractère généraliste et transgénérationnelle, avec des programmes destinés à tous les publics. La chaîne prône des valeurs de non violence, de non agressivité et de respect du public.

Dans l'esprit de sa ligne éditoriale, et au travers de la dimension généraliste de sa programmation, TMC souhaite que le plus grand nombre de français se reconnaissent dans ses programmes.

TMC a ainsi veillé en 2010, à promouvoir en particulier les valeurs d'intégration et de solidarité qui sont celles de la République, et à tendre vers une amélioration de la représentation de la diversité de la société française sur son antenne.

Conformément aux dispositions de la délibération adoptée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel le 10 novembre 2009, TMC a proposé au Conseil supérieur de l'audiovisuel, par courrier en date du 23 décembre 2009, de prendre des engagements pour l'année 2010 ; les actions proposées par TMC pour améliorer la représentation de la diversité de la population française, dans ses différentes composantes, au regard des données de la première vague du baromètre de la diversité, ont été approuvées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

TMC s'est efforcée de respecter ces engagements pris au titre de l'année 2010, afin de favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes qu'elle diffuse.

Exécution des engagements pris pour l'année 2010

Engagement n°1 :

Faire ses meilleurs efforts pour faire figurer dans ses contrats de commande de programmes et, le cas échéant, dans les conditions générales des contrats qui y sont annexées, une clause prévoyant que les parties s'assurent de la représentation de la diversité de la société française dans les programmes qui sont l'objet de ces contrats.
--

En 2010, TMC a veillé à sensibiliser les sociétés de production avec lesquelles elle est en relation, sur la question de la représentation de la diversité de la société française dans les programmes commandés par la chaîne.

TMC a appliqué rigoureusement cet engagement en insérant dans les contrats de commande de programmes, en particulier dans les conditions générales qui y sont annexés, une clause prévoyant que les parties s'assurent de la représentation de la diversité de la société française dans les programmes qui sont l'objet de ces contrats.

Engagement n°2 :

Assurer une meilleure représentation de la diversité de la société française dans les fictions françaises qui seront acquises en 2010.

En 2010, TMC a concentré ses acquisitions de fictions françaises dans trois séries principales, parmi lesquelles figurent la série « Une femme d'honneur » et « Les mystères de l'amour ».

« Une Femme d'honneur »

La série « *Une femme d'honneur* » a été programmée de manière récurrente, en première partie de soirée, en 2010. Cette série qui met en scène une héroïne permet d'offrir une place importante à la représentation des femmes dans les fictions diffusées sur TMC.

« *Une femme d'honneur* » s'attache en outre à mettre en avant d'autres aspects de la diversité, en faisant notamment intervenir divers personnages pouvant être vus comme non blanc*.

« Les Mystères de l'amour »

TMC a participé, dans le cadre d'un contrat de préachat conclu en 2010, à la production d'une série de fiction inédite intitulée « *Les mystère de l'amour* ».

Malgré sa participation non majoritaire dans le financement de cette série, TMC a tenu à respecter son engagement d'assurer une meilleure représentation de la diversité française dans les fictions françaises, en sensibilisant le producteur du programme afin de l'inciter à favoriser et valoriser la représentation de la diversité française dans ses différentes composantes.

Cette série, qui raconte la vie d'un groupe d'amis qui se retrouvent quelques années après s'être séparés, respecte non seulement une parité entre hommes et femmes, mais attribue également une place centrale à ses héroïnes féminines.

TMC s'est notamment assuré auprès du producteur de la série, de la représentation et de la mise en valeur de la diversité des origines et des cultures de la société française, notamment par l'intermédiaire de l'un des personnages principaux de la série, Rudy. Ce personnage peut incontestablement être perçu comme issu d'une minorité ethnique par les téléspectateurs.

Engagement n°3 :

Offrir aux femmes une visibilité au moins égale à celle accordée aux hommes parmi les animateurs ou les présentateurs des programmes produits spécifiquement pour TMC.

En continuité avec les efforts réalisés en 2009, TMC a conforté la place importante accordée aux femmes parmi les animateurs et présentateurs de programmes produits spécifiquement pour son antenne.

* CSA - Baromètre de la diversité à la télévision – Deuxième vague

En 2010, TMC a offert aux femmes une place largement supérieure à celle offerte aux hommes parmi les animateurs et présentateurs de la chaîne, en leur proposant d'incarner l'image de TMC au travers de ses émissions emblématiques.

Engagement n°4 :

Demande aux producteurs des émissions propres d'apporter une attention particulière à la représentation et la mise en valeur de la diversité des origines et des cultures de la société française parmi les participants et les animateurs.

Par un travail d'information et de sensibilisation permanent effectué au cours de l'année 2010, TMC s'est assuré auprès des producteurs d'émissions propres à la chaîne, que ces derniers apporteraient une attention particulière à la représentation et la mise en valeur de la diversité des origines et des cultures de la société française parmi les participants et les animateurs.

Le résultat positif de ce travail de sensibilisation peut être perçu, en ce qui concerne les animateurs, dans plusieurs programmes de la chaîne :

- l'émission « **Incroyable mais vrai, le mag'** », diffusée de manière hebdomadaire sur l'antenne de TMC, est toujours présentée par un couple mixte d'animateurs, jeunes et représentatifs de la France d'aujourd'hui, tant sur le plan de la parité hommes/femmes que sur le plan des origines ethniques.
- l'émission de divertissement « **Relook tes parents** », dont la diffusion a commencé fin 2010, permet à des enfants de transformer l'apparence d'un de leurs parents avec l'aide de deux stylistes chevronnés. Ce duo mixte, qui représente la réussite dans le domaine du stylisme, peut être perçu comme une personne vue comme non blanche*.

Ce travail de sensibilisation a également porté ses fruits au niveau de la sélection des participants aux émissions propres à TMC, notamment par sa participation à la validation des castings. En conséquence, ces émissions s'attachent à proposer aux téléspectateurs un panel de candidats aux origines variées.

L'émission de flux « **Moundir, l'aventurier de l'amour** » en est le meilleur exemple :

Cette émission met en scène le charismatique de l'animateur de l'émission, à la recherche de l'amour parmi une sélection de candidates. Le personnage principal de cette émission, peut sans conteste être perçu comme une personne non blanche au sens entendu par le CSA. D'autre part, plusieurs des prétendantes à l'amour de sont également issues de minorités ethniques et participent de ce fait à une meilleure représentation de la diversité des origines et des cultures de la société française sur l'antenne de TMC.

Un autre exemple peut être trouvé dans l'émission « **Relook tes parents** », qui, au-delà de ses animateurs, offre une représentation et permet de mettre en valeur la diversité des origines et des cultures de la société française parmi les participants.

* CSA - Baromètre de la diversité à la télévision – Deuxième vague

Engagement n°5 :

Visibilité des personnes handicapées supérieure à la moyenne des chaînes hertziennes ;

Selon les données de la deuxième vague du baromètre de la diversité, il a été relevé que la représentation du handicap sur l'antenne de TMC est en progression en 2010 (1,9%) ; TMC continue d'offrir aux personnes handicapées une visibilité supérieure à la moyenne des chaînes hertziennes (0,4%).

Cette représentation du handicap s'incarne en particulier dans l'émission « Les maçons du cœur » et le magazine « Ma drôle de vie ».

Engagement n°6 :

Sensibilisation de la rédaction et des responsables de la programmation sur la nécessité d'améliorer la représentation de la diversité de la société française dans les programmes mis à l'antenne grâce à la mise en place d'un programme de formation.

Un programme de formation a été mis en place conformément à l'engagement pris par TMC.

Engagements pour 2011

Article 2-3-3 bis : représentation de la diversité

Chaque année avant la fin du mois de novembre, la société informe par courrier le Conseil supérieur de l'audiovisuel des engagements qu'elle prend pour l'année à venir, en application de la délibération du Conseil supérieur de l'audiovisuel du 10 novembre 2009 tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal+.

Si le Conseil estime les propositions de la société insuffisantes ou inappropriées et lui demande de les modifier, la société transmet des propositions modifiées conformément à la demande du Conseil dans un délai d'un mois.

Dès leur acceptation par le Conseil, les propositions de la société valent engagements au sens de la délibération précitée et ont valeur d'avenant à la présente convention.

Pour l'année 2010, les engagements doivent être transmis au Conseil au plus tard le 15 décembre 2009.

Conformément aux dispositions de l'article 2-3-3 bis de sa convention, TMC a proposé au Conseil supérieur de l'audiovisuel de prendre des engagements pour l'année 2011, en application de la Délibération du Conseil supérieur de l'audiovisuel en date du 10 novembre 2009, afin de favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes de TMC.

Consciente que des efforts devront être poursuivis en matière de représentation de la diversité, TMC souhaite, au travers de la dimension généraliste de sa programmation, que le plus grand nombre de Français se reconnaissent dans ses programmes ; en ce sens, TMC a proposé des engagements essentiellement concentrés sur les programmes identitaires de la chaîne, en particulier les émissions de flux inédites, produites spécifiquement pour TMC, dont TMC est davantage en mesure de contrôler le respect :

Engagement n°1 :

Au titre de l'article I / A / 2 de la Délibération du 10 novembre 2009, TMC a pris les engagements suivants :

TMC s'est engagée à compter, parmi les animateurs ou les chroniqueurs des principales émissions produites pour TMC, une proportion supérieure de femmes.

Parallèlement TMC a pris l'engagement de sensibiliser et de demander aux sociétés de production de veiller à proposer, pour l'animation d'émissions produites pour TMC, des personnes pouvant être « vues comme non blanches ».

TMC devra également poursuivre ses efforts en matière de représentation de la diversité, au sein des fictions qu'elle diffuse.

Enfin, TMC s'est engagée à continuer d'offrir aux personnes handicapées une visibilité au sein de ses programmes de flux.

Engagement n°2 :

Au titre de l'article I / A / 3 de la Délibération du 10 novembre 2009, TMC a pris les engagements suivants :

TMC s'est engagée à envoyer une note interne à l'attention de l'ensemble des collaborateurs participant à la fabrication des programmes de TMC rappelant son rôle, en qualité de média généraliste, en matière de diversité.

Engagement n°3 :

Au titre de l'article II / C de la Délibération du 10 novembre 2009, TMC a pris les engagements suivants :

TMC s'est engagée à participer au Comité Diversité du groupe TF1 qui se réunit une fois par trimestre afin d'évoquer et partager différentes initiatives dans ce domaine au sein du groupe

Réuni en assemblée plénière le 18 janvier 2011, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a décidé de retenir ces propositions de TMC, qui valent désormais engagements au sens de la délibération du 10 novembre 2009, et ont valeur d'avenant à la convention de TMC.

<p style="text-align: center;">DECLARATION DE NT1 SUR LE RESPECT A L'ANTENNE DE LA DIVERSITE DES ORIGINES ET DES CULTURES DE LA COMMUNAUTE NATIONALE</p>

Article 2-3-3 : vie publique

- *L'éditeur veille dans son programme :*
- *à ne pas inciter à des pratiques ou comportements délinquants ou inciviques ;*
- *à respecter les différentes sensibilités politiques, culturelles et religieuses du public ;*
- *à ne pas encourager des comportements discriminatoires en raison de la race, du sexe, de la religion, ou de la nationalité ;*
- *à promouvoir les valeurs d'intégration et de solidarité qui sont celles de la République ;*
- *à prendre en considération, dans la représentation à l'antenne, la diversité des origines et des cultures de la communauté nationale.*

NT1 a pleinement respecté les dispositions de cet article :

- elle n'a pas incité à des pratiques ou des comportements délinquants ou inciviques ;
- elle a respecté les différentes sensibilités politiques, culturelles et religieuses ;
- elle n'a pas encouragé des comportements discriminatoires en raison de la race, du sexe, de la religion ou de la nationalité.

NT1 souhaite offrir le visage d'une France multiple sur son antenne.

Consciente que ses efforts devront être poursuivis en matière de représentation de la diversité, notamment au sein des fictions qu'elle diffuse, NT1 a pris pour l'année 2010, auprès du Conseil supérieur de l'audiovisuel, l'engagement d'assurer une meilleure représentation de la diversité de la société française au sein des fictions, notamment des fictions françaises acquises sur le marché des droits.

Exécution des engagements pris pour l'année 2010

- De nombreuses fictions acquises par NT1 en 2010 mettent en valeur la réussite des femmes dans la société française que ce soit par l'intermédiaire de la renommée de leurs actrices principales, ou au moyen des personnages qu'elles interprètent.

Certains exemples de fictions illustrent parfaitement la volonté de NT1 de tenir ses engagements. « **Bébés Boum** », est une fiction dans laquelle une actrice incarne une femme de 37 ans qui doit faire face à une grossesse imprévue. Cette actrice qui symbolise la réussite des femmes dans la société française est particulièrement mise en valeur dans ce téléfilm.

« **A trois c'est mieux** », dont le rôle principal a été confié à une actrice plébiscitée par les téléspectateurs français. Enfin, dans « **La torpille** », une comédienne incarne une femme qui se voit confier la direction d'une entreprise et qui parvient à sauver cette entreprise de la faillite.

L'exposition accordée à la représentation des femmes est d'autant plus importante que l'ensemble de ces fictions ont été diffusées sur l'antenne de NT1 en première partie de soirée.

- NT1 s'est également efforcée d'acquérir, en 2010, des fictions récentes, produites par des producteurs sensibilisés à la nécessité de présenter une meilleure représentation de la diversité des origines et des cultures de la société française. Cet effort se traduit par des améliorations en matière de représentation de la diversité sur l'antenne de NT1.

A ce titre, les données de la deuxième vague du baromètre de la diversité relative notamment aux fictions diffusées sur NT1, révèlent notamment que :

- la représentation de la diversité des origines sur les fictions diffusées par NT1 progresse de 12% à 13% de personnes vues comme non blancs ;
- la représentation de la diversité des catégories socioprofessionnelles au sein des fictions est en progrès sur NT1 par rapport aux résultats de la première vague, avec 42% CSP+ / 51% CSP- / 7% inactifs.

Il convient cependant de souligner que les séries de fiction françaises disponibles ne sont pas encore suffisamment nombreuses à véhiculer les valeurs de la diversité des origines et des cultures, ce qui représente un obstacle majeur pour le respect des engagements pris par NT1 en matière de représentation de la diversité ; NT1 constate notamment la faible présence des minorités visibles et l'insuffisance de la représentation de la diversité dans les fictions françaises, contrairement aux fictions étrangères (en particulier américaines) qui sont multiculturelles et multiraciales.

Engagements pour 2011

Article 2-3-3 bis : représentation de la diversité

Chaque année avant la fin du mois de novembre, la société informe par courrier le Conseil supérieur de l'audiovisuel des engagements qu'elle prend pour l'année à venir, en application de la délibération du Conseil supérieur de l'audiovisuel du 10 novembre 2009 tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal+. Si le Conseil estime les propositions de la société insuffisantes ou inappropriées et lui demande de les modifier, la société transmet des propositions modifiées conformément à la demande du Conseil dans un délai d'un mois.

Dès leur acceptation par le Conseil, les propositions de la société valent engagements au sens de la délibération précitée et ont valeur d'avenant à la présente convention. Pour l'année 2010, les engagements doivent être transmis au Conseil au plus tard le 15 décembre 2009.

Conformément aux dispositions de l'article 2-3-3 bis précité, NT1 a proposé au Conseil supérieur de l'audiovisuel de prendre des engagements pour l'année 2011, en application de la Délibération du Conseil supérieur de l'audiovisuel en date du 10 novembre 2009, afin d'améliorer la représentation de la diversité de la société française notamment dans ses programmes.

✓ Au titre de l'article I/A/2 de la délibération du 10 novembre 2009, NT1 a pris les engagements suivants :

- Compter parmi les animateurs ou les chroniqueurs des principales émissions diffusées sur NT1, une proportion significative de femmes.
- Poursuivre ses efforts en matière de représentation de la diversité, au sein des fictions que NT1 diffuse.
- Développer la représentation de la diversité de la société française, notamment dans les spectacles vivants que NT1 diffuse et parmi les jeunes talents présents sur son antenne.
- Sensibiliser et demander aux sociétés de production des émissions produites pour NT1 d'être particulièrement attentive à ce que les participants et le public présent dans ces émissions soient représentatifs de la diversité de la population française.

✓ Au titre de l'article I/A/3 de la délibération du 10 novembre 2009, NT1 a pris les engagements suivants :

- Mettre en place des programmes de formation et de sensibilisation des collaborateurs participant à la fabrication des programmes de NT1 sur la

question de la représentation de la diversité de la société française dans les programmes de NT1.

- Envoi d'une note interne à l'attention de l'ensemble des collaborateurs participant à la fabrication des programmes de NT1 rappelant son rôle, en qualité de média généraliste, en matière de diversité.

✓ ***Au titre de l'article II/C de la délibération du 10 novembre 2009, NT1 a pris les engagements suivants :***

- Participation au Comité du groupe TF1 qui se réunit une fois par trimestre afin d'évoquer et partager différentes initiatives dans ce domaine au sein du groupe.

NT1 souligne que le Conseil supérieur de l'audiovisuel a décidé de retenir ces propositions qui valent désormais engagements au sens de la délibération du 10 novembre 2009, et ont valeur d'avenant à la convention de NT1.

<p style="text-align: center;">RÉPONSE DE FRANCE TÉLÉVISIONS à l'article 37 de son cahier des missions et des charges relatif à la diversité</p>

Profondément attaché à la représentation de la diversité, à l'écran mais également au sein de l'entreprise, France Télévisions a accompli, en 2010, de nombreux efforts, notamment dans la continuité et dans la mise en application des engagements pris par France Télévisions, pour l'année 2010, tant devant le CSA que devant son Conseil d'administration.

Le nouveau Président de France Télévisions a placé au cœur de sa stratégie, pour les cinq années à venir, une plus grande visibilité de la diversité dans les programmes et dans l'information. Cette préoccupation portera également sur les ressources humaines de l'entreprise. France Télévisions a ainsi pour objectif l'obtention du label « Diversité » de l'AFNOR, pour lequel le groupe souhaite déposer une candidature en 2011.

À l'antenne, l'ambition de France Télévisions n'est pas de stigmatiser des problèmes mais bien de donner à voir la « banalisation » d'une diversité pleinement intégrée dans notre société. Cette banalisation se traduit par des représentations de la diversité et des différences à l'antenne mais également par un traitement des thématiques « diversité » qui n'a pas vocation à être circonscrit à un rendez-vous mais bien à irradier l'ensemble de l'offre. Ainsi, France Télévisions propose un digne reflet de la société, dans toutes ses composantes, en veillant à ne véhiculer aucun stéréotype ni aucune idée reçue.

1. Mise en application de la délibération du CSA du 10 novembre 2009

En 2009, le CSA avait adopté une délibération visant à promouvoir la diversité entendue dans son acception la plus large : origine, mais aussi catégorie socioprofessionnelle, sexe et handicap.

a. Les engagements de France Télévisions en matière de diversité pour 2010

Conformément à cette délibération, France Télévisions a donc adressé au CSA, en décembre 2009, sa lettre d'engagement pour l'année 2010. Les engagements de France Télévisions ont été acceptés par le Conseil lors de son assemblée plénière du 26 janvier 2010.

Les sept engagements de France Télévisions retenus par le CSA étaient les suivants :

1. France Télévisions s'engage à mettre en place dans ses structures et sa nouvelle organisation, au travers de nouveaux responsables, une véritable veille de la diversité.
2. France Télévisions s'engage à lancer en 2010 une action volontariste en matière d'habillage et de communication de ses antennes illustrant le « France Télévisions vous ressemble ».
3. France Télévisions s'engage à développer dans l'information, ses programmes, ses contenus sur ses antennes, tant au plan national, que régional et local, et ses différents supports, la diversité sous toutes ses formes.
4. France Télévisions s'engage à permettre aux jeunes acteurs, créateurs et aux jeunes producteurs issus de la diversité de développer dans ses programmes, leur création et leurs projets.

5. France Télévisions s'engage à développer France Ô dans le cadre de la diffusion nationale de cette chaîne sur la TNT.
6. France Télévisions s'engage à poursuivre l'action de la Fondation France Télévisions pour aider au développement d'initiatives en matière de diversité.
7. France Télévisions s'engage à ce que la communication du groupe illustre encore plus le « vivre ensemble » qu'incarne France Télévisions.

b. Les résultats de la deuxième vague du Baromètre de la diversité

Le CSA a présenté le 16 décembre 2010 les résultats de la deuxième vague de son baromètre de la diversité. L'étude portait sur la semaine du 6 au 12 février 2010. Le CSA, dans sa présentation, a notamment mis en évidence des améliorations en ce qui concerne la représentation des origines ethniques, en particulier sur France 2 et France 4. **France 2** obtient des résultats encourageants, avec une meilleure représentation :

- de la diversité des origines ethniques, notamment dans la fiction française et l'actualité française ;
- des catégories socioprofessionnelles (CSP), en particulier dans la fiction, l'information, les divertissements et les jeux ;
- du handicap.

Les résultats sont plus contrastés pour **France 3**, bien que soient relevés :

- des résultats encourageants dans la fiction française pour la représentation de la diversité des origines ethniques ;
- une représentation de la parité en légère hausse, notamment dans la fiction française et l'actualité française ;
- une meilleure représentation des CSP, avec de très bons résultats dans la fiction (française en particulier).

Sur **France 4**, la représentation des diversités reste satisfaisante avec :

- une progression de la représentation des origines ethniques ainsi que de la parité dans les divertissements et les jeux ;
- des progrès de la représentation des CSP dans les documentaires et magazines, ainsi que dans les divertissements et les jeux ;
- une légère amélioration de la représentation du handicap.

Sur **France 5**, seuls les documentaires et les magazines sont observés. Les résultats sont corrects avec des progrès pour la parité et la représentation des CSP.

2. Le Comité permanent de la diversité

a. Premier rapport

Après son installation en 2009, le Comité permanent de la diversité a remis, le 12 avril 2010, au Président de France Télévisions, son 1^{er} rapport, qui a permis de prendre connaissance

de l'état des politiques de diversité du groupe établi par le Comité, ainsi que l'ensemble des préconisations proposées par celui-ci.

Ce rapport a été établi à partir des travaux effectués par le Comité grâce aux rencontres organisées tout au long de l'année avec les acteurs de la diversité : les associations, les sociétés de production, les responsables de l'information et des programmes de France Télévisions et le CSA.

b. Les propositions du Comité permanent de la diversité retenues par le Conseil d'administration de France Télévisions

Les propositions du Comité permanent de la diversité retenues par le Conseil d'administration de France Télévisions du 29 juin 2010 couvraient deux aspects : les ressources humaines et les antennes de France Télévisions.

Les engagements de France Télévisions concernant la diversité à l'antenne et dans les contenus étaient notamment les suivants :

1. Désignation d'un Directeur délégué à la Diversité auprès du Directeur général en charge des antennes, des programmations et de l'information, chargé de la coordination de la politique Diversité dans l'entreprise pour les antennes et du suivi de la programmation ;
2. Extension, à tous les types de programmes, du domaine d'application de la clause diversité présentes dans les contrats de pré-achat de France Télévisions pour les fictions, les documentaires, les spectacles et les œuvres d'animation ;
3. Poursuite des échanges et de la relation avec les téléspectateurs dans une réflexion autour des programmes ;
4. Poursuite des échanges entre les journalistes des rédactions du groupe, les médias de quartier et le milieu associatif, grâce aux actions de la Fondation dans les établissements scolaires ;
5. Découverte de nouveaux talents, en particulier grâce aux bourses fictions de quartiers conçues avec l'unité fiction et le comité diversité pour des projets de mini-films produits par des associations ou des collectifs de quartiers en Île-de-France ;
6. Poursuite de la promotion de la diversité dans l'industrie cinématographique grâce aux deux filiales cinéma de France Télévisions ;
7. Mise en valeur dans les fictions et les documentaires des figures et des événements rassembleurs ;
8. Poursuite de l'émission comique hebdomadaire présentée par Cyril Hanouna, *Touche pas à mon poste* ;
9. Poursuite de la programmation de :
 - *France Ô Folies* : 9 banlieues, 9 concerts captés, 9 films racontant ces villes vues à travers les yeux de ces artistes qui y vivent et le revendiquent, avec en conclusion un plateau des lauréats aux Francofolies qui permet de donner une visibilité à des artistes de banlieue dans toute leur diversité ;

- *Teum-Teum* : magazine (52') qui emmène une fois par mois, une personnalité à la découverte de la banlieue. L'occasion de s'intéresser, sans angélisme ni stigmatisation, à la vie des cités (France 5).

10. Valorisation, à l'antenne, de têtes d'affiche issues de la diversité, notamment pour l'un des grands rendez-vous d'information du groupe.

c. Les travaux du Comité permanent de la diversité en 2010

Le Comité a poursuivi, en 2010, ses travaux dans la perspective de dépôt d'un second rapport en juin 2011.

Outre les auditions qu'il mène, le Comité permanent de la diversité est à l'origine de plusieurs initiatives validées par l'entreprise :

- Initiation d'un Prix de la diversité, fruit d'un accord entre France Télévisions, l'Académie et le CNC, via la Commission « Images de la diversité » ; 3 prix permettront d'accompagner le développement en écriture de 3 projets de fiction. La remise de ces prix est envisagée en juin 2011.
- Renouvellement des accords avec les principales écoles de journalisme pour des stages en faveur de jeunes issus de la diversité. Une collaboration a été mise en place avec l'ESJ Bondy pour préparer des jeunes aux concours des écoles de journalistes qui doit déboucher sur un accord signé.
- Signature d'un accord avec la Fondation « Culture et Diversité » de Fimalac qui se traduira par des offres de stages à des boursiers au sein de France Télévisions.

3. L'antenne, reflet de la diversité française

Fidèle à sa mission de service public, le groupe France Télévisions veille à la représentation des diversités sur ses antennes et cherche à banaliser la représentation des différences dans un but de promotion des valeurs de respect, de tolérance et solidarité, et pour permettre à chaque téléspectateur de se retrouver sur ses antennes.

Dans cette perspective, et pour répondre aux engagements que l'entreprise a pris en 2010, France Télévisions a poursuivi et amplifié ses efforts sur les antennes mais également en adoptant une organisation devant permettre un meilleur suivi des questions de diversité et impulser une dynamique forte au sein de France Télévisions.

Ainsi, le groupe a désigné en 2010 deux responsables supervisant la question de la représentation des diversités sur les antennes, l'un pour les programmes, l'autre plus spécifiquement dédié à l'information, en lien avec les rédactions. Ces référents ont pour mission de renforcer la visibilité de la diversité sur les antennes de France Télévisions, en entretenant un lien permanent avec les rédactions et les unités de programmes.

En outre, le nouveau Président de France Télévisions ayant fait de la diversité un axe majeur de son plan d'action, avec une volonté affirmée d'ouvrir France Télévisions à toutes les cultures et à toutes les différences, la nouvelle organisation mise en oeuvre en septembre 2010 comportait la création d'une direction déléguée aux programmes en charge de l'innovation, des cultures urbaines et de la diversité. Cette direction a pour mission d'impulser une nouvelle dynamique d'ouverture et de renouvellement des antennes, notamment par la recherche de nouveaux réalisateurs et animateurs issus de la diversité, à travers de nombreuses sessions de sélection menées depuis octobre 2010.

Cette organisation interne, au service des antennes, doit permettre à France Télévisions de toujours mieux assurer la représentation de la diversité et de la différence. Cette ambition, assumée en 2010 et relancée pour les années à venir, passe à la fois :

- par des **visages** présents à l'antenne :
 - animateurs et chroniqueurs représentatifs de la diversité ;
 - interprètes dans les fictions et les films coproduits comme *Fracture* (France 2), *Fais danser la poussière* (France 2) ou *Famille d'accueil* (France 3) ;
 - le public des émissions ;
 - un habillage intégrant la diversité culturelle et sociale, comme, en 2010, la campagne diffusée sur les 5 chaînes, sur le thème du « vivre ensemble » ;
- par **les invités et les thèmes abordés** dans les émissions afin de permettre aux téléspectateurs de s'ouvrir au monde, de comprendre les enjeux de la diversité avec :
 - les magazines comme, *Ce soir ou jamais* (France 3), *L'Hebdô* (France Ô), *Teum Teum* (France 5) qui ont présenté en 2010 de nombreux invités issus de la diversité et ont abordé, avec intelligence, les débats citoyens liés aux questions des différences ;
 - les documentaires comme *Françafrique : la raison d'État* (France 2), *La blessure des Harkis* (France 3), *La Guadeloupe, une colonie française* (France 4) ou le série documentaire *Afrique-s, une autre histoire du 20^{ème} siècle* (France 5) ;
- par la présence **derrière la caméra** et dans les équipes de production de **professionnels issus de la diversité** :
 - les Journées de la création, organisées à France Télévisions en février 2010, avaient notamment pour but de renouveler les genres et de rechercher de nouveaux talents ;
 - France Ô a cherché à promouvoir ces nouveaux talents en choisissant 4 jeunes réalisateurs issus de la diversité pour réaliser 4 des 9 films documentaires de la série *France Ô Folies* diffusée en 2010 ;

À noter également, les efforts accomplis par les rédactions qui ont veillé à assurer, en 2010, une meilleure représentation de la diversité et des différences dans leurs différentes éditions, notamment à travers les témoignages recueillis lors de micros-trottoirs, les interventions de spécialistes issus de la diversité ou encore dans les thèmes abordés dans les reportages (accessibilité, événements liés au handicap, mixité dans les grandes écoles, candidatures de personnes issues de la diversité aux élections régionales, discriminations en tout genre, etc.).

France Télévisions a également diffusé les **Jeux paralympiques** de Vancouver, en mars 2010, avec une couverture quotidienne sur France 3 et France 4, ainsi que le **Championnat du monde d'escrime handisport**, en novembre 2010, sur France 2.

Depuis juillet 2010, France Ô, cinquième chaîne du bouquet France Télévisions, est diffusée en TNT nationale. Chaîne de la diversité, de l'ouverture au monde et aux cultures, elle élargit ainsi son audience et donne à voir toujours plus les différences, les multiples facettes de la société française et mondiale, dans une démarche d'approfondissement, de découverte et de curiosité.

Elle met particulièrement en valeur les populations et les cultures ultramarines grâce :

- aux documentaires de la case Archipels, qui proposent de découvrir une région ultramarine, à travers l'étude d'une problématique particulière et de porter un nouveau regard sur un outre-mer en pleine mutation, ainsi que ceux de la case Thématik composée de deux documentaires de 52 minutes qui donnent deux regards complémentaires sur un pays, un événement, un peuple ou encore un fait historique ;
- aux séries de fiction s'interrogeant sur les problématiques et évolutions de la société ultramarine (*La grande Béké*, *La Baie des flamboyants*) ou aux fictions historiques se penchant sur le passé des territoires d'Outre-mer (*Les mariées de l'isle Bourbon*) ;
- aux émissions culturelles et aux retransmissions de spectacles qui permettent à des artistes régionaux de s'exprimer et aux cultures locales d'être représentées à travers les fêtes et événements (Ô spectacle, Ô rendez-vous, Multiscénik, etc.).
- Enfin, la direction du marketing affinitaire de France Télévisions a mené, tout au long de l'année, un important travail de recherche et de sensibilisation, afin de développer, au sein du groupe, une réflexion pour mieux prendre en considération les attentes des populations issues de la diversité (acceptée au sens large). Un rapport a été remis aux dirigeants de France Télévisions à la fin de l'année 2010, qui propose de :
 - développer une démarche affinitaire au sein de France Télévisions pour une politique d'antennes renouvelée ;
 - construire des passerelles entre les différentes chaînes et les populations insuffisamment représentées sur les antennes ;
 - entretenir ce réseau de relations pour améliorer l'image et les pratiques de la télévision publique.

4. L'action complémentaire de la Fondation d'entreprise France Télévisions

Sur les 21 projets soutenus par la Fondation en 2010, 5 projets concernent le handicap (59 704 euros y ont été consacrés), 9 projets cherchent à réduire la fracture sociale sur le thème de l'éducation et de la citoyenneté (226 000 euros).

De plus, la Fondation a concrétisé son objectif de participer à la révélation de talents en milieu défavorisé en créant des bourses fictions de quartier. C'est ainsi que 6 bourses de 3 000 euros chacune ont permis la réalisation de 6 courts métrages de fiction par des habitants de quartiers d'Île-de-France.

Cet appel à projets a été lancé par l'intermédiaire des associations et collectifs de quartier en lien avec l'Agence nationale pour la Cohésion Sociale et l'Égalité des chances (Acsé). Les 6 films issus de cette opération ont été diffusés sur le site de la Fondation.

France Télévisions a transmis au Conseil supérieur de l'audiovisuel, le 31 mars 2010, son bilan complet en matière de diversité.

Compte-rendu de la mise en œuvre des engagements de Canal + sur la diversité en 2010

Conformément à la Délibération du Conseil 2009-85 du 10 novembre 2009 et aux dispositions de sa Convention, CANAL+ s'est engagée, pour l'année 2010, (i) à améliorer la représentation des personnes vues comme non blanches sur l'antenne de CANAL+ (ii) à procéder de manière régulière à une sensibilisation des responsables des émissions de CANAL+ sur la nécessité d'améliorer la représentation de la diversité de la société française dans les programmes mis à l'antenne et (iii) à faire figurer dans les contrats de commande de programmes de la chaîne une clause relative au sujet de la diversité.

Au cours de l'année 2010, CANAL+ a assuré la mise en oeuvre de ses engagements en prenant les mesures suivantes.

1. Représentation de la diversité sur l'antenne

La représentation de la diversité de la société française a toujours été une des préoccupations majeures de la chaîne CANAL+.

En 2010, son antenne a encore traduit cette diversité au travers de nombreux programmes.

Ainsi, les émissions de plateaux de la chaîne ont été à nouveau l'occasion de promouvoir la diversité de la société française, avec notamment :

*LA MATINALE,
L'EDITION SPECIALE,
UN AUTRE MIDI,
TOUT LE MONDE IL EST BEAU,
DIMANCHE +,
LE GRAND JOURNAL,
REPERAGES, L'EMISSION* qui a été l'occasion de traiter de divers humoristes et jeunes talents issus de minorités.

Des émissions spéciales et séries ont également été l'occasion d'illustrer la diversité des communautés de la société française, telles que :

KAMEL LE MAGICIEN, une série de 8 fois 26 minutes.
JAMEL COMEDY CLUB à Marrakech, une série de 3 fois 26 minutes.
PIGALLE LA NUIT, une série de 8 fois 52 minutes.
MAFIOSA SAISONS 3,
IL ETAIT UNE FOIS OMAR ET FRED ; LE PAS PETIT POUCKET
MAISON CLOSE

En 2010, la diversité est restée l'une des valeurs fondamentales de l'offre documentaire sur CANAL+ avec des films qui portent une vision humaniste et progressiste du monde.

La chaîne a ainsi poursuivi sa politique de documentaires résolument ouverts sur le monde et les cultures étrangères en 2010, avec *LES NOUVEAUX EXPLORATEURS*, série documentaire permettant de redécouvrir le monde sous différents angles à travers des thématiques très variées en mettant l'être hum

ain au cœur des préoccupations grâce à un personnage, l'explorateur, qui incarne la thématique et qui devient le guide des téléspectateurs, pour mieux comprendre les

différences et ainsi donner à réfléchir sur notre mode de vie et faire évoluer les mentalités. A noter que cette série documentaire fait notamment intervenir Emmanuelle Hahn, en tant qu'exploratrice, issue de la diversité.

Sur les traces des *NOUVEAUX EXPLORATEURS*, la chaîne a également diffusé *LES ADOS EXPLOS ET L'AMERICAN DREAM*, qui fait intervenir quatre adolescents partant à la conquête des Etats-Unis. Cela a été l'occasion de confronter les téléspectateurs au travers du regard des adolescents à leur vision de l'Amérique, en Louisiane à la rencontre des laissés pour compte de l'ouragan Katrina ou au Mississippi au cœur des minorités afroaméricaines rongées par la pauvreté.

A l'étranger, CANAL+ s'est intéressée également aux initiatives originales lancées afin de préserver les minorités ethniques et l'environnement, par exemple, avec le documentaire *UNE IDEE SIMPLE ET REVOLUTIONNAIRE* en Equateur, au parc Yasuni, région du monde parmi les plus riches en biodiversité, classée par l'Unesco réserve mondiale de la biosphère.

Les documentaires diffusés sur la chaîne sont également traditionnellement tournés vers les cultures étrangères : en 2010, ont ainsi été diffusés des documentaires, tels que « LES TOILES DE L'INDE » documentaire de Stéphane Carrel sur la fascination des Indiens pour le cinéma, « la Birmanie », « SEANCE DOC : GOOD HAIR » « EL DUENDE - LE FLAMENCO DE MADRID », « SEANCE DOC : SOUL POWER » et « TOQUE DE TOKYO ».

Enfin au sein du rendez-vous Cinéma Documentaire, CANAL+ rend traditionnellement hommage aux cinéastes étrangers, favorisant la pluralité des récits de qualité. Dans *LA VIDA LOCA*, son documentaire choc sur les maras du Salvador, Christian Poveda s'immerge dans une guerre des gangs qui détruit par la violence aveugle les principes démocratiques et condamne à mort une jeunesse privée de tout espoir d'avenir.

Dans le documentaire *RELIGULOUS*, l'écrivain américain Bill Maher parcourt la planète à la rencontre de croyants, toutes religions confondues, s'interrogeant avec humour et satire sur la question de la tolérance religieuse.

On notera également que l'émission *L'EFFET PAPILLON* consacrée à l'actualité internationale véhicule également un regard sur le monde au travers de ses sujets de société qui participent à sensibiliser le public à la diversité culturelle.

Y compris auprès des plus jeunes, la chaîne veille à la représentation de la diversité sur son antenne, avec *CANAILLES +*, *L'ATELIER DES CANAILLES* et *LA CUISINE DES CANAILLES*.

Les programmes courts diffusés sur CANAL+ illustrent également parfaitement la politique de la chaîne en matière de diversité. Les courts métrages sont ainsi le reflet de cultures variées par exemple la culture musicale indienne avec une diffusion régulière de clips indiens récents, également diffusés dans l'émission *MENSOMADAIRE* dans le cadre de la soirée Indian Tonic en janvier 2010. Les programmes diffusés dans la case « *MENSOMADAIRE* » sont d'ailleurs fréquemment des courts métrages étrangers.

2. Sensibilisation des responsables des émissions de CANAL+

Lors des comités éditoriaux mis en place par la chaîne, CANAL+ procède régulièrement à la sensibilisation des responsables, tant externes qu'internes, des émissions de la chaîne à la nécessité d'améliorer, dans le choix des animateurs ou des sujets traités dans ses émissions, la représentation de la diversité de la société française.

Les rédacteurs en chef des émissions d'information comme les responsables des productions des émissions de flux veillent eux-mêmes à relayer auprès de leurs équipes, cette volonté de la chaîne CANAL+ pour améliorer cette diversité dans le choix des sujets traités, des animateurs ou encore, des invités des émissions de flux.

Quelques thèmes traités par l'Édition spéciale au cours de l'année écoulée illustrent les mesures de sensibilisation prises par la chaîne :

- « *La cité de Bobigny qui refuse d'être classée monument historique* »
- « *Clichy-sous-Bois : 5 ans après* »
- « *Sihem Souhidi : peut-on être Beur dans la police ?* »
- « *Les Romanès : un cirque tzigane interdit de travail* »
- « *Dalila Kerchouche, fille de harkis* »
- « *Polygamie : ces femmes qui veulent en sortir* »
- « *Je suis guide touristique en banlieue* »
- « *Médias : France 3 installe un bureau à Bobigny, au cœur du 93* »

La politique d'invitation déployée par la chaîne s'est ainsi traduite en 2010 par la présence de nombreux invités emblématiques de la diversité de la communauté française :

Ainsi dans le *NEWS SHOW*, ont été réunis des candidats, des animateurs ou journalistes, ou encore des artistes sportifs représentatifs de la diversité..

Les émissions *SALUT LES TERRIENS*, *LE GRAND JOURNAL* et *LA MATINALE* ont été également l'occasion pour la chaîne de recevoir des personnalités représentatives de la diversité, qu'il s'agisse de représentants de la société civile, d'intervenants politiques ou d'artistes.

La politique d'invitation en matière d'émissions musicales de la chaîne est également traditionnellement tournée vers des artistes de toute origine et ce dans les émissions *L'ALBUM DE LA SEMAINE* et *LA MUSICALE*.

3. Stipulations contractuelles

Comme la chaîne en avait pris l'engagement auprès du Conseil, depuis 2010, ses contrats de commande conclus avec des producteurs d'oeuvres audiovisuelles et d'émissions de flux intègrent une stipulation expresse invitant les sociétés de production à faire leurs meilleurs efforts pour veiller à la représentation de la diversité de la société française au sein des programmes.

On notera enfin qu'en décembre 2010, deux accords ont été signés au sein des entités du groupe CANAL+ :

- un accord relatif à l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes précisant les engagements destinés à promouvoir l'équité dans l'entreprise en matière de recrutement, de formation, d'évolution et de rémunération.
- un accord relatif à l'emploi des travailleurs handicapés au sein des entités du groupe CANAL+. Cet accord prévoit différentes mesures destinées à favoriser le recrutement et le maintien dans l'emploi des travailleurs handicapés au sein du groupe. Il encourage également les relations avec le secteur protégé (entreprises employant des travailleurs handicapés).

Représentation de la diversité des origines sur i-Télé

Dans le cadre de la mise en œuvre de la délibération n° 2009-85 du 10 novembre 2009 tendant à favoriser la représentation de la société française sur les chaînes nationales, i>Télé a pris l'engagement par un courrier du 21 janvier 2010 d'améliorer la représentation des femmes et des personnes vues comme non-blanches sur son antenne.

Les engagements souscrits par la chaîne ont été communiqués, dès le mois de février, aux directeurs adjoints de la rédaction, aux rédacteurs en chef ainsi qu'aux responsables de la programmation.

A cet effet, la chaîne déclare avoir mis en place les dispositifs suivants, afin de promouvoir la diversité à la télévision :

- organisation d'une édition spéciale de l'émission *Audrey Pulvar soir* à l'occasion de la journée de la femme et des états généraux de la femme.
- intervention de M. Amirouche Laidi, président du groupe Averroès, le 14 septembre 2010, qui s'est exprimé sur la diversité des origines ainsi que l'organisation d'une réunion, le 7 décembre 2010, avec les représentants du club Averroès dans le but de prendre en compte cette nécessité en ce qui concerne le choix des invités de la chaîne.
- à l'occasion de la journée nationale des aveugles et des malvoyants, le 4 octobre 2010, la chaîne a consacré une édition spéciale au cours de laquelle sont intervenu Gilbert Montagné et Patrick Saonit, membre de l'association Valentin Haüy (AVH) dont l'objet est de soutenir les aveugles et les malvoyants dans l'accès à la culture et à la vie sociale et professionnelle.
- la chaîne a organisé une journée *fil rouge* autour du *Women's Forum*, le 16 octobre 2010, en direct de Deauville avec l'intervention de Viviane Reding et Mercedes Erra.

Le Conseil a communiqué les résultats du deuxième baromètre de diversité d'i>Télé, le 30 novembre 2010, à partir desquels la chaîne a défini ses engagements pour l'année 2011.

REPRESENTATION DE LA DIVERSITE SUR M6 en 2010

Le 7 juillet 2010, M6 a signé la charte de la diversité en entreprise au Conseil supérieur de l'audiovisuel, en présence du ministre de l'Immigration et de l'identité nationale Eric Besson. La chaîne s'est ainsi engagée à intégrer la diversité au sein de ses effectifs.

Cette signature vient s'ajouter à celle du 27 mai 2010 de la charte des entreprises de l'audiovisuel, pour le développement de la diversité élaborée par la Commission « Médias et Diversités » présidée par Bernard Spitz à la demande de Yazid Sabeg, Commissaire à la diversité et à l'égalité des Chances.

Conformément à la délibération du Conseil supérieur de l'audiovisuel du 10 novembre 2009 intégrée par avenant à la convention de la chaîne, M6 a pris des engagements en matière de diversité pour l'année 2010 auprès du Conseil qui les a acceptés. (Courriers des 15 décembre 2009 et 12 avril 2010)

- Comme elle s'y était engagée, la chaîne a poursuivi ses efforts en faveur de la diversité dans toutes ses composantes, sur l'ensemble de sa grille.
- Plusieurs actions de sensibilisation ont été menées auprès de sa rédaction et des responsables de ses unités de programmes et une clause relative à la diversité a été intégrée dans les contrats de commandes de programmes de fictions françaises.
- Enfin, les partenariats en faveur de la diversité mis en place depuis quelques années ont été reconduits.

Concrètement, un grand nombre de programmes relayent les valeurs d'intégration et de solidarité et favorisent la promotion de la diversité socio-culturelle française afin de refléter sur l'antenne de M6 l'image de la France pluri-culturelle, dans toutes ses composantes.

1. Les catégories socio-professionnelles

Les programmes ont présenté un vaste panel de personnes issues des différentes catégories socio-professionnelles. A titre d'exemples,

- dans les fictions : Victoire Bonnot évolue dans le monde scolaire et Scènes de ménage met notamment en scène un couple de retraités et une jeune femme en recherche d'emploi ;
- dans les divertissements : D&Co vient régulièrement en aide à des familles souvent très démunies qui manquent de moyens pour aménager leur intérieur ;
- dans les magazines : Zone Interdite a suivi pendant un an les efforts de quatre personnes en recherche d'emploi pour retrouver une situation professionnelle et, dans un autre reportage, l'expérience de quinze salariés qui ont décidé de s'unir pour racheter leur société et qui mettent tout en œuvre pour la relancer.

Ces quelques exemples illustrent la large palette de population représentée à l'antenne

2. Les minorités visibles

En 2010, la diversité des origines et des cultures de la communauté nationale était représentée à l'antenne, dans tous les genres de programmes diffusés sur la chaîne :

Les animateurs

Les animateurs de M6 sont très représentatifs de la diversité dans les émissions suivantes :

L'amour est dans le pré, C'est ma vie, L'espoir de l'année, 100% Poker, Nouvelle Star, 100% Foot, 12.45, 66 minutes, la météo et 100% Mag.

Les candidats et participants aux émissions

Les jeux, les émissions participatives et les compétitions de M6 sont ouvertes à tous, sans discrimination. Régulièrement, toutes les émissions de la chaîne ont accueilli des participants et des candidats issus de la diversité que ce soit ***D&Co, Nouveau look pour une nouvelle vie, Pékin Express, le dîner presque parfait*** ou encore ***Incredible Talent***.

Les acteurs dans les fictions françaises

Comme la chaîne s'y était engagée, la clause de diversité a été intégrée à ses contrats de commande, mais la diversité est dans ses gènes et c'est naturellement et sans efforts particuliers que les fictions produites par M6 reflètent la diversité des origines, depuis déjà plusieurs années, aussi bien au niveau des acteurs que des équipes de production et de réalisation.

Un certain nombre de fictions diffusées sur la chaîne en 2010 avaient pour personnages principaux des acteurs issus de la diversité : ***Le pot de colle, Scènes de ménage, Ma femme, ma fille, 2 bébés, Les Bleus : premiers pas dans la police*** ou encore ***Bataille natale***.

Parmi les équipes de production

Les équipes de production sont issues de la diversité pour les téléfilms et les fictions suivants :

La plus pire semaine de ma vie, Scènes de ménage, Le pot de colle et Victoire Bonnot.

Les spectacles, concerts et vidéomusiques

M6 a diffusé les spectacles humoristiques ***Antony Kavanagh.com*** et ***L'autre c'est moi*** et diffuse régulièrement des vidéomusiques et des concerts qui reflètent la diversité. Le concert le plus emblématique est ***Le concert pour la tolérance*** donné à Agadir dont le message de tolérance a été repris par de nombreuses personnalités de la chanson venues d'horizons totalement différents. M6 a également largement diffusé le clip « ***ça me regarde*** » contre le racisme.

La diversité est également présente au travers des valeurs et des messages véhiculés dans des programmes courts:

- Le Trophée Rose des sables a présenté une course mettant à l'honneur les femmes ainsi que les valeurs de tolérance, de partage et d'entraide. Ce programme court a mis l'accent sur les échanges entre ces femmes et les populations locales.

- Sortie d'artiste a présenté le spectacle African Footprint qui retrace l'histoire de l'Afrique du Sud et évoque la fin de l'apartheid.
- Un projet, une équipe a mis en valeur, dans un numéro, les efforts de deux jeunes femmes en vue de créer leur entreprise de logiciel de gestion de paies en dépit de toute discrimination raciale et féminine.

Enfin, certains magazines ont choisi des thématiques illustrant la diversité des origines et des cultures de la société française et véhiculent des valeurs de réussite sociale, d'intégration, de mélange des cultures et de valorisation de la différence :

- Le magazine **Zone Interdite** a consacré un reportage à l'internat d'excellence Sourdu qui accueille de très bons élèves issus de milieux défavorisés, d'origines diverses. Ces élèves ont choisi de s'installer dans un environnement studieux et favorable au travail, loin de l'agitation de leurs quartiers. L'internat de Sourdu est une alternative aux échecs liés aux milieux défavorisés et se donne pour mission de donner leur chance à ces adolescents.
- Dans une émission consacrée aux mariages, **Zone Interdite** a notamment suivi l'organisation d'un mariage franco-marocain entre mélange des familles, des traditions et des cultures, symbole de la France métissée.
- Le magazine **66 Minutes** présente dans un reportage consacré aux « vrais gens » dans la publicité, s'est quant à lui, attaché à montrer la valeur de la différence. Les visages qui sortent de l'ordinaire en raison de leurs origines sont très recherchés : asiatique, métis.

Au-delà de l'antenne, la non discrimination est érigée en règle au sein du Groupe M6 et doit être respectée dès l'embauche et tout au long de la vie de chaque salarié dans le Groupe. Cet engagement a été transmis à l'ensemble des cabinets de recrutement et agences d'intérim auxquels M6 fait appel. En interne, la chaîne sensibilise via son site intranet tous les salariés et notamment les managers de chaque unité à la non discrimination.

3. Les personnes handicapées

Un certain nombre d'émissions diffusées sur la chaîne se sont intéressées aux personnes handicapées dans leur combat de tous les jours ou tout simplement dans leur quotidien qu'elles souhaitent faire partager aux autres.

- Figure emblématique de l'insertion des handicapés puisqu'il est actuellement ambassadeur de l'Agefiph, vainqueur en 2009 du **Dîner presque parfait : le combat des régions** a remis son titre en jeu en 2010 pour affronter le champion du **Dîner** de cette année. Egalement candidat de l'émission **Top Chef** aux côtés de professionnels, celui-ci a présenté chaque samedi une rubrique à 20h05 dans l'émission **M.I.A.M mon invitation à manger**.
- Une candidate de **Nouvelle Star**, arrivée jusqu'au théâtre du Trianon était malvoyante. Elle a fait de son handicap un avantage : en ne voyant pas le jury, elle explique qu'elle n'était pas déstabilisée pendant qu'elle chantait.
- Dans **un dîner presque parfait**, un participante non-voyante, a proposé un dîner dans le noir filmé avec des caméras à système infra-rouge pour faire partager aux autres candidats et aux téléspectateurs l'univers dans lequel elle évolue. Celle-ci a relevé un défi personnel : elle voulait montrer qu'elle pouvait aussi réaliser un repas

et que son handicap ne l'empêchait pas d'assurer son quotidien de manière autonome.

- Avec un reportage intitulé *Etre une maman comme les autres*, **C'est ma vie** a suivi en mai 2010, le premier couple de non-voyants à avoir adopté en France. Ces parents mènent un combat quotidien pour dépasser leur handicap et offrir à leur fils une enfance comme les autres. Dans un autre reportage intitulé *A chacun son défi*, **C'est ma vie** a suivi une malvoyante qui sait qu'à terme elle deviendra aveugle. Pour préparer son avenir, elle accueille un chien guide pour gagner plus d'autonomie dans le but de reprendre une activité professionnelle.
- Plusieurs sujets de **100% Mag** se sont intéressés au quotidien des personnes handicapées avec des sujets coups de cœur tels que *Ils ont réussi malgré leur handicap* (sur le marché du travail), *Ils adoptent des enfants handicapés* ou encore *Rentrée : une scolarité classique pour des enfants autistes*.
- Le programme court **Un projet, une équipe** a mis en valeur deux initiatives : le projet de compétition d'une athlète handisport dans la catégorie « 100 mètres haies » et l'activité d'une société spécialisée dans la fabrication de matériel de ski assis pour les personnes handicapées, qui prouvent que sport et handicap ne sont pas incompatibles.
- Les candidats de **Top chef** ont cuisiné pour 200 personnes à l'occasion d'un banquet donné en l'honneur de l'association Handisport pour les handicapés.

Ces quelques exemples ne représentent qu'un aperçu des émissions qui ont évoqué le handicap.

En dehors de l'antenne, une personne est spécifiquement en charge de la Mission Handicap et développe des actions concrètes et variées :

- - La chaîne a participé pour la quatrième année consécutive à l'opération « Un jour, un métier » organisée par l'Agefiph en accueillant 14 personnes handicapées au sein de différents services, dans le cadre de la semaine pour l'emploi des personnes handicapées, du 15 au 20 novembre 2010. Cette opération a débouché sur un CDD de 3 mois et la participation en tant que journaliste pigiste à la réalisation d'un reportage pour l'émission 66 Minutes.
- - Par ailleurs, le partenariat avec l'association Jaris TV qui œuvre pour l'insertion solidaire (jeunes issus de quartiers sensibles et personnes handicapées) a été renouvelé en 2010, de même que l'adhésion à l'association Tremplin qui œuvre pour l'insertion des personnes handicapées.
- - Enfin la chaîne travaille régulièrement avec des entreprises adaptées (EA) qui emploient des personnes handicapées auxquelles elle a recours pour répondre aux candidatures externes par courrier (EA Atelier de la Villette), pour organiser certains cocktails (EA Atelier du Château) ou encore pour recycler les cassettes (EA ANR).

4. La parité hommes/femmes

Les animatrices sont nombreuses sur l'antenne de M6 et présentent tous les genres d'émissions : journal d'information, magazine d'actualité, magazines d'information, divertissement, météo. L'antenne compte plus de dix animatrices qui interviennent dans tous les domaines.

Au-delà de la présentation de leurs émissions, ces animatrices participent également activement au contenu de celles-ci. Certaines d'entre elles sont d'ailleurs co-rédacteur en chef de leurs émissions.

M6 est par ailleurs une chaîne à l'écoute des femmes avec des émissions qui leur sont consacrées : ***Belle toute nue, Nouveau look pour une nouvelle vie*** ou encore ***On a échangé nos mamans***.

REPRESENTATION DE LA DIVERSITE SUR W9 en 2010

Obligation

Article 2-3-3 de la convention du 10 juin 2003 modifiée par l'avenant n°6 du 30 septembre 2009:

« L'éditeur veille dans son programme :

- à ne pas inciter à des pratiques ou comportements délinquants ou inciviques
- à respecter les différentes sensibilités politiques, culturelles et religieuses du public ;
- à ne pas encourager des comportements discriminatoires en raison de la race, du sexe, de la religion ou de la nationalité ;
- à promouvoir les valeurs d'intégration et de solidarité qui sont celles de la République ;
- à prendre en considération, dans la représentation à l'antenne, la diversité des origines et des cultures de la communauté nationale ».

Article 2-3-3 bis de la convention du 10 juin 2003 modifiée par l'avenant n°6 du 30 septembre 2009:

« Chaque année avant la fin du mois de novembre, la société informe par courrier le Conseil supérieur de l'audiovisuel des engagements qu'elle prend pour l'année à venir, en application de la délibération du Conseil supérieur de l'audiovisuel du 10 novembre 2009 tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal+.

(...)

Dès leur acceptation par le Conseil, les propositions de la société valent engagement au sens de la délibération précitée et ont valeur d'avenant à la présente convention.

(...)

Réalisé

Comme W9 s'y était engagée à la suite de la publication de la délibération du Conseil et de la signature d'un avenant à la convention de la chaîne qui en a découlé, des efforts constants ont été réalisés tout au long de l'année 2010 afin de renforcer l'engagement de W9 pour la diversité et la cohésion du tissu social.

Tout d'abord, la diversité sur W9 se voit à travers ses animateurs. La volonté de la chaîne de permettre à tous les talents de s'exprimer trouve son aboutissement dans la collaboration que W9 peut avoir avec des professionnels issus de la diversité dans les émissions suivantes : *Fan de Stars*, *JT Agité*, *Unbreakables* ; *au-delà des limites*.

Conscient des responsabilités qui sont les siennes, W9 a pris des initiatives concrètes en 2010 afin de contribuer à une meilleure représentativité de la société française.

Plusieurs initiatives sont à noter.

➤ **Semaine du Handicap**

W9 s'est mobilisée du 15 au 20 novembre 2010 à l'occasion de la semaine pour l'emploi des personnes handicapées.

En effet, à cette occasion, tous nos animateurs ont participé et enregistré deux autopromotions en langue des signes incitant à changer notre regard sur les personnes sourdes et malentendantes et de manière plus générale sur le handicap.

Ce message, pour lequel un collaborateur sourd du groupe M6 a aidé et formé les animateurs, a été diffusé tout au long de cette semaine.

Une programmation spéciale a également été proposée :

- Avec la diffusion toute la semaine et à de nombreuses reprises des vidéomusiques *Savoir aimer* et *Nathan* qui traitent toutes les deux du handicap.
- Avec *AZAP*, émission animée toute la semaine en langue des signes avec un traducteur sourd, collaborateur du Groupe M6 pour qui le passage à l'antenne était une première.

- La diffusion d'un numéro exceptionnel de *Fast Club* dans lequel une personnalité, malgré sa cécité, s'est retrouvée au volant d'une voiture.
- Un documentaire touchant et émouvant mettant en scène trois enfants uniques atteints de nanisme. Nous avons découvert l'histoire de ces trois familles pour lesquelles le handicap se vit au quotidien.
- Enfin, la diffusion d'un téléfilm, *Une question de courage*, qui raconte l'histoire d'un jeune handicapé souffrant de paralysie, et qui malgré son handicap, va être élu le meilleur vendeur de l'année dans sa société.

➤ **Campagnes gracieuses pour des associations**

W9 s'est associée en 2010 à de nombreuses campagnes caritatives en soutenant les actions d'associations et de fondations.

En proposant une diffusion gracieuse de leurs messages d'information, W9 a offert une forte visibilité à ces associations pouvant ainsi toucher un large public.

On peut citer notamment les campagnes Sidaction en mars, Pasteurdon en octobre, Plan Unicef Haïti en janvier/février, ou bien encore La Fondation Abbé Pierre en mai.

➤ **Sensibilisation des équipes**

Des actions de sensibilisation aux questions liées à la diversité ont été menées auprès des équipes de la chaîne, notamment grâce à l'opération « un jour, un métier en action », ou pendant une journée, les équipes de W9 et toutes celles des chaînes du groupe M6 ont accueilli un jeune handicapé afin de lui faire découvrir les métiers de l'audiovisuel.

Un parcours dédié d'intégration a ainsi été organisé à son attention. Une très forte implication des tuteurs a permis que cette opération, qui existe depuis 2007 au sein du groupe en partenariat avec l'AGEFIPH, se déroule dans les meilleures conditions.

Par ailleurs, lors de la diffusion du programme Dilemme, deux personnes handicapées sont venues épauler les équipes de la chaîne, l'une de ces personnes faisant partie aujourd'hui d'un pôle d'écriture pour nos programmes courts.

➤ **Contrats de commande**

Depuis le début de l'année 2010, les contrats de commande de programmes de W9 sont adaptés afin de rendre compte, dès que cela est possible, des différentes composantes de la société nationale.

Ainsi, il est demandé aux producteurs de programme d'assurer, lors de la production d'un programme, de la représentation de la diversité de la société française dans son sens le plus large, notamment pour ce qui concerne les catégories socioprofessionnelles, le sexe, l'origine, le handicap...

➤ **Développement des programmes sourds et malentendants**

La représentation de la diversité, c'est également permettre aux personnes sourdes et malentendantes de pouvoir accéder aux programmes de W9.

Ainsi, c'est plus de 58% des programmes qui ont été diffusés avec un sous-titrage spécifique pour les personnes sourdes et malentendantes.

➤ **Parité homme/femme**

Comme nous l'avons déjà indiqué dans le rapport annuel 2009 de nos obligations en matière de diffusion, W9 s'engage sur son antenne à être extrêmement vigilant quant à la parité entre ses animateurs.

A la rentrée 2010, 7 animateurs et 6 animatrices étaient présents sur la grille de W9, avec à la présentation des deux magazines emblématiques de la chaîne, **Enquêtes criminelles** et **Enquête d'action**.

De même, la présentation du magazine **Vies Croisées** a été confiée à une nouvelle animatrice de W9 en 2010.

➤ **Thématique des émissions**

Les magazines de société de W9 sont naturellement des vecteurs de la diversité des composantes de la société nationale.

Que ce soit dans **Vies Croisées**, ou **Enquête d'action**, les thématiques les plus variées sont envisagées.

✓ Pour **Vies croisées** :

Lors de l'émission intitulée « Vivre avec le Smic », les téléspectateurs de W9 ont fait la connaissance d'une famille de 4. Avec moins de 1 000 euros par mois, le reportage suit leurs efforts financiers constants.

✓ Pour **Enquête d'action** :

On peut citer « Français mal logés, ils se battent pour un toit » où nous avons pu suivre le quotidien de Français en grande précarité confrontés à la dure loi du marché de l'immobilier. Dans « Six mois au cœur d'une prison », c'est une immersion au cœur de la vie carcérale que les équipes d'Enquête d'action nous ont permis de découvrir.

En matière musicale, W9 a diffusé deux spectacles vivants qui rendent compte de la diversité. Il s'agit :

✓ **Concert Orange Rockcorps**

Le dispositif Rockcorps permet de recevoir une place de concert en échange de 4 heures de volontariat au profit d'associations locales partenaires.

En novembre 2010, les téléspectateurs de W9 ont pu découvrir un documentaire inédit avec des extraits de concert ; mais aussi des images exclusives de volontaires en action avec l'ensemble des artistes et des animateurs qui participaient à l'opération.

✓ **Concert pour la Tolérance**

Cette année encore, 200 000 personnes ont pu assister à un concert gratuit sur la plage d'Agadir.

Des personnalités ont délivré des messages de tolérance et de dialogues interculturels tout au long du spectacle.

Par ailleurs, par un courrier en date du 19 novembre 2010, les chaînes M6 et W9 se sont engagées à poursuivre, en 2011, leurs meilleurs efforts afin de maintenir sur l'ensemble de leurs grilles les résultats obtenus lors du dernier baromètre publié sur la diversité,

Représentation sur Direct 8 de la diversité des origines et des cultures de la communauté nationale

Au cours de l'année 2010, la chaîne a respecté les engagements proposés au Conseil et retenus par ses services, à savoir :

- **Charte éthique professionnelle au niveau du groupe**
Après avoir mis en place une Charte d'éthique et une Charte des valeurs, le groupe Bolloré a décidé de mettre en place un code de bonne pratique au niveau de ses différentes divisions.
Après avoir mis en place un code de conduite des affaires au niveau de sa branche « Transport », le groupe Bolloré a lancé cette démarche pour sa division « Médias ». Le texte de la Charte d'Éthique professionnelle de la division Médias est en cours de finalisation auprès du groupe Bolloré, et sera prochainement transmis aux services du Conseil.
- **Sensibilisation des producteurs extérieurs + clause incluse dans contrats de commande de programmes**
Une clause type est insérée dans chaque contrat.
- **Sensibilisation des chefs d'édition et journalistes de la rédaction**
Cette sensibilisation s'est traduite par le biais de réunions, courriels et rappels récurrents de la Direction à ses équipes.

Cette représentation de la diversité s'est traduite à l'antenne en 2010 au travers :

- des chroniqueurs et intervenants dans les émissions : *Les enfants d'Abraham*, *Tous les goûts sont dans la culture*, *Morandini* et *Destins d'exception*
- des consultants et commentateurs sportifs représentatifs de la diversité des origines et des genres
- du partenariat avec la Fédération Française de Football autour des équipes de France Espoir et Féminines,
- du panel de téléspectateurs intervenant dans notre JT. La Chaîne est soucieuse de représenter la société française dans toutes ses composantes via ce programme en prenant soin de respecter non pas uniquement la diversité ethnique, mais aussi la parité homme/femme, la représentation de personnes handicapées (en ayant invité par exemple une personne mal-voyante), etc.
- des invités (politiques, sportifs, etc....)

La diversité est non seulement présente à l'antenne mais également dans tous les corps de métier de la Chaîne (production, post production, technique et administratif) et au sein du Personnel et des organes de direction du Groupe Bolloré en général.

Non incitation à des pratiques ou comportements délinquants ou inciviques

La Chaîne s'efforce de veiller au respect de ces dispositions. Lors de la diffusion de certains programmes contenant des images ou des propos inciviques ou réprimables pénalement, elle n'hésite pas à rappeler verbalement ou sous forme d'un bandeau déroulant le caractère illégal de ces agissements. A titre d'exemple : lors de la diffusion d'un épisode de la série « Le reporteur de l'extrême » dans lequel des propos à caractère racial et antisémite ont été tenus par des protagonistes suivis par le reporteur (Hooligans polonais), la présentatrice a rappelé en début d'émissions le caractère illégal et amoral de ces propos.

<p style="text-align: center;">Représentation sur Direct Star de la diversité des origines et des cultures de la communauté nationale</p>
--

Les engagements pris en 2009 par le groupe Lagardère pour l'année 2010 s'orientaient vers :

- une systématisation dans tous les contrats de co-production, de préachat et de production exécutive d'une clause type tendant à favoriser la représentation de la diversité française à l'antenne
- Un maintien du niveau de diversité ethnique exposé grâce à la programmation musicale de la Chaîne

La Chaîne a veillé continuellement au respect de ces deux engagements tel qu'elle l'a argumenté dans un courrier adressé au Conseil le 31 mars 2011.

En effet, outre l'utilisation systématique de la clause type dans les contrats précités, la Chaîne a veillé à la valorisation de la diversité de la société française à l'antenne. Elle a notamment favorisé un accès à tous les styles musicaux. Les responsables éditoriaux de la Chaîne assurent une programmation récurrente des artistes issus de la diversité.

**DECLARATION DE NRJ 12 RELATIVE AU RESPECT
DES PRINCIPES DE REPRESENTATION A L'ANTENNE
DE LA DIVERSITE DE LA COMMUNAUTE NATIONALE**

Une valeur fondatrice de NRJ, depuis 3 décennies

Si le thème de la diversité est d'un intérêt majeur pour NRJ GROUP, ce n'est pas sous une quelconque pression juridique ou institutionnelle, c'est avant tout par conviction « idéologique » intime, suivant l'idée qu'une collectivité humaine s'enrichit et se consolide par la coexistence et le partage des différences, et au contraire dépérit et se détruit par leur opposition.

Créée il y a près de 3 décennies déjà, la marque NRJ a toujours été le creuset et le symbole d'une certaine idée de la France et notamment d'une certaine idée de la jeunesse française : une jeunesse dynamique et réactive, avide de liberté, ouverte et généreuse, curieuse de modernité, de styles et de modes, vivant au rythme du monde, vivant au rythme de toutes les musiques du monde au-delà de toutes frontières, mais également calée sur le tempo des villes et des banlieues, des quartiers et des cités, des rêves et des réalités de la vie moderne.

Cette fusion historique avec la jeunesse française, dans toutes ses composantes et toutes ses passions, s'est exprimée à l'antenne de la radio NRJ par la musique bien sûr, mais aussi par l'interactivité quotidienne avec les auditeurs, par le discours et le ton des animateurs, par les programmes locaux réalisés chaque jour dans les 30 plus grandes villes de France, par les opérations spéciales, et, sur la place publique, par les concerts et les multiples manifestations organisées ou soutenues par NRJ.

La chaîne NRJ 12, comme les autres supports télévisuels de NRJ Group (NRJ PARIS sur la TNT d'Ile-de-France, NRJ HITS sur le câble et le satellite, 7L à Montpellier) se veulent les dignes héritières de cette histoire, et entendent partager et véhiculer l'ensemble de ses valeurs.

Nous prenons, et prôtons, la diversité comme une évidence.

Sur l'antenne de NRJ 12, elle s'exprime de multiples façons, au travers de thèmes d'émissions et de reportages, des présentateurs et animateurs, des acteurs de fiction, des participants et intervenants dans les magazines, les divertissements ou l'information, enfin au travers du public des émissions de plateau.

Quelques exemples 2010 relatifs à la diversité des origines :

- **Présentateurs, animateurs et assimilés** : des émissions *La nuit nous appartient*, *12 Infos* ; *Km 12* ; *Et toi tu manges quoi ?*, *Les Dossiers de vis ma vie*, *Tellement people à Paris* ; *12 Pères Noël* ; *La folle route* ; *Au cœur de l'inconnu*, *12 Infos* ; *Et toi tu manges quoi ?*, *Au cœur de l'inconnu*, *Mes Parents vont t'adorer*, *12 Pères Noël*, *A la recherche du grand amour*, et *La folle route*,...
- **Comédiens (rôles principaux et seconds rôles)** dans les fictions produites par la chaîne : *L'été où tout a basculé* et *Ca va pas être possible*
- **Participants et candidats** de divertissements produits par la chaîne, en particulier les émissions *12 Pères Noël*, *5 Bombes chez les Frenchies*, *5 Frenchies à Miami*, *A la recherche du grand amour*, *La Maison du bluff*, *Mister France 2010*, *Génération mannequin*,

Le grand casting de la télé, Max les veut toutes, Mes parents vont t'adorer, Poker Mission Caraïbes, Quand l'amour s'en mêle, Udance 2,...

- **Invités de plateaux ou personnalités objets de reportages**, en particulier dans les émissions *12 Infos, En mode VIP, Tellement people, La nuit nous appartient, Km 12, Disney Break Le Show,...*
- **Thèmes d'émissions ou sujets de reportages**, en particulier dans les émissions *Tellement vrai, Tellement people, Vis ma vie, La Vie d'aujourd'hui...*,
- **Télé-réalité, magazines et divertissements d'origine étrangère** : *Chéri je change de famille, Qui veut devenir un super héros ?, Le Prix de la vérité,...*
- **Fiction achetée**, française et étrangère : *Commissaire Moulin, Central nuit, Famille d'accueil, Mes colocos, Les Monos, American Dad, Classe surnaturel, Cléopâtre, Cory est dans la place, Deux flics à Miami, Friday night lights, Les Arnaqueurs, House of Saddam, Melrose Place, Merlin, New York undercover, Physique ou chimie, Southpark, Stargate SG-1, Survivors, That '70 show, The Listener, Torchwood, Warehouse 13, ...*

Le baromètre CSA

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a publié les résultats de la deuxième vague de son « baromètre de la diversité » portant sur une semaine aléatoire de février 2010.

Les conclusions des services du Conseil ressortent comme favorables pour NRJ 12 :

La représentation de la diversité des origines sur NRJ 12 est en progrès et se situe au-dessus de la moyenne des 16 chaînes : 16% de non blancs (contre une moyenne de 12%)⁶

La représentation de la parité est conforme à la moyenne des 16 chaînes et stable par rapport aux résultats de la première vague : 37% de femmes (contre une moyenne de 35%)

La représentation du handicap est dans la moyenne des 16 chaînes : 0,5% de personnes perçues comme handicapées (moyenne de 0,5%)

La représentation de la diversité des catégories socioprofessionnelles est en léger progrès sur NRJ 12 par rapport aux résultats de la première vague notamment dans les magazines : 69% CSP+ / 19% CSP- / 16% inactifs (c/ moyennes de 78% / 13% / 9%).

(Source : CSA)

Mais cet outil de mesure - même s'il n'est qu'une photographie instantanée sans représentativité statistique annuelle - mérite une analyse plus approfondie encore. Il convient en effet de distinguer, concernant NRJ 12 comme pour toute autre chaîne, deux types de programmes : les acquisitions et les productions propres.

Sur les acquisitions, i.e. quasi uniquement la fiction dans la tranche horaire considérée par l'étude (17h à 23h), le bilan de NRJ 12 se situe *grosso modo* dans la moyenne.

Sur les productions propres, c'est-à-dire l'information et la très grande majorité des divertissements, des magazines et des documentaires, on note immédiatement la différence fondamentale d'avec la fiction. NRJ 12 se situe ici nettement au-dessus des standards. Pour les magazines et documentaires notamment, le baromètre relève des performances très

⁶ Ce constat rejoint d'ailleurs les observations de l'association Club Averroès qui, dans son Rapport 2010, a déploré l'inertie générale des chaînes de la TNT mais a salué une nouvelle fois la position de NRJ 12 (« *la chaîne de la TNT qui fait le mieux* »).

élevées pour la diversité des origines ethniques (17% « perçus comme non blancs »), pour la diversité sexuelle (54% femmes) tout autant que pour la diversité sociale (15% de CSP-, 27% inactifs).

Ainsi, lorsque NRJ 12 a réellement la main sur les contenus de programmes – divertissements, magazines et information produits par la chaîne -, au contraire de la fiction achetée où ses capacités de sélection sont plus limitées, la chaîne démontre qu'elle porte une attention élevée au principe de diversité et qu'elle atteint des taux statistiques de représentation satisfaisants ou très satisfaisants.

Il lui reste à poursuivre ces orientations et à porter notamment un effort réel sur la présence à l'antenne du handicap, pour laquelle, en effet, comme toutes les autres chaînes, elle est encore clairement déficitaire.

Les engagements CSA 2010

En réponse à la consultation organisée par le CSA en octobre 2009, NRJ 12 avait exprimé son « *total soutien à l'initiative du Conseil et [notre] pleine acceptation du principe de souscrire à des engagements...* », puis avait été la première chaîne à signer, immédiatement, en décembre 2009, l'avenant à sa convention.

Dans son rapport sur la diversité transmis au Parlement en avril 2010, le CSA a souligné à cet égard que NRJ 12 est l'une des seules chaînes à (i) avoir pris des engagements de progression (et pas seulement de non-recul) des indicateurs de présence de la diversité à l'antenne, (ii) avoir pris des engagements chiffrés en certaines matières (fiction commandée).

Les engagements souscrits par la chaîne en la matière ont été tous et pleinement respectés.

Engagement n°1 : Introduction d'une clause de sensibilisation à la diversité dans les contrats de commande de programmes et, le cas échéant, dans les conditions générales des contrats qui y sont annexées.

→ La clause suivante a été systématisée dans les contrats conclus par NRJ 12 avec ses fournisseurs de production : « *Le producteur déclare au diffuseur avoir veillé, conformément aux recommandations de la Société, à assurer la représentation de la diversité de la société française dans le choix des intervenants présents dans le ou les Programmes, notamment en ce qui concerne les catégories socioprofessionnelles, le sexe, l'origine et le handicap représentés* ».

Engagement n°2 : Réalisation d'actions régulières de sensibilisation de la rédaction et des responsables de la programmation sur la nécessité d'améliorer la représentation de la diversité de la société française dans les programmes mis à l'antenne : *L'éditeur organisera au moins 2 fois par an, d'une part, une réunion de l'ensemble des collaborateurs de sa rédaction, d'autre part, une réunion de tous ses responsables de la programmation et des programmes, en vue de (i) sensibiliser chacun à la nécessité du respect de la représentation de la diversité de la société française dans les programmes mis à l'antenne, (ii) débattre des modalités pratiques d'application de ce principe, (iii) tirer un bilan des actions conduites au cours des 6 mois précédents, (iv) commenter les résultats du dernier baromètre semestriel de la diversité établi par le CSA.*

→ Ces réunions se sont effectivement tenues le 10 mars, le 17 juin et le 05 octobre 2010.

Engagement n°3 : Pour les fictions commandées, réserver une proportion significative de l'interprétation des rôles à des comédiens perçus comme contribuant à la représentation de la diversité de la société française : *Sous réserve de l'accord des éventuels coproducteurs du programme, l'éditeur s'engage à ce qu'une part significative, d'au moins 20 %, des rôles (« premiers rôles » et « seconds rôles ») des fictions originales qu'il commandera soient interprétés par des comédiens perçus comme contribuant à la représentation de la diversité de la société française, sauf en cas de contradiction manifeste avec le sujet ou le contexte de la fiction considérée.*

→ NRJ 12 s'est distinguée en 2010, parmi les chaînes de la TNT, en initiant et en produisant une fiction longue : « *L'été où tout a basculé* » (4 x 52'). Dans cette fiction originale, les acteurs sont très représentatifs de la diversité.

→ Par ailleurs, NRJ 12 a rediffusé en 2010 le programme court de fiction humoristique qu'elle avait produit en 2008-2009, « *Ca va pas être possible* » (40 x 3'), dont deux des trois rôles principaux sont tenus par des acteurs représentatifs de la diversité.

Engagement n°4 : améliorer sensiblement la proportion de femmes dans les sujets consacrés à l'actualité française dans les journaux télévisés : *Dans le respect des règles journalistiques, notamment au regard des priorités de l'information et de sa hiérarchisation, l'éditeur s'engage à porter attention et à améliorer sensiblement la présence des femmes dans les sujets d'actualité française de ses journaux télévisés.*

→ Le mouvement a été clairement lancé dans ce sens dans le JT quotidien de NRJ 12, dès janvier 2010. Mais ce JT a été retiré de l'antenne en juin 2010, rendant impossible l'établissement d'un bilan annuel en la matière. A noter toutefois que ce JT était alors présenté en alternance par 3 présentateurs, dont une femme (Marie Inbona).

Engagement n°5 : mieux représenter la diversité des catégories socio-professionnelles notamment dans les divertissements et l'information : *L'éditeur s'engage à améliorer la diversité des catégories socio-professionnelles dans l'ensemble des programmes qu'il produit, en particulier dans les divertissements et, dans le respect des règles journalistiques, notamment au regard des priorités de l'information et de sa hiérarchisation, dans les sujets d'actualité française de ses journaux télévisés.*

→ S'agissant de l'information, l'arrêt du JT quotidien en juin 2010 rend impossible l'établissement d'un bilan annuel en la matière.

→ S'agissant des autres genres de programmes, il reste difficile d'établir un bilan chiffré précis en matière de « catégories socio-professionnelles », car cette caractéristique n'est pas forcément exprimée ou apparente, *a fortiori* de façon claire et incontestable.

Néanmoins, certains programmes, comme les magazines de reportages et de témoignages, favorisent tout particulièrement l'expression de la diversité sociale. Tel est le cas du magazine-phare de la chaîne, *Tellement Vrai*, émission hebdomadaire de première partie de soirée (multidiffusée dans la semaine). Sauf exceptions, ce magazine est construit sur le principe de quatre portraits/témoignages et quatre situations différentes autour d'un thème commun. Notre base de données ne permet pas de renseigner de façon exhaustive la qualité des témoins sur le plan socio-professionnel, mais une observation rapide démontre l'extrême largeur du spectre social représenté dans l'émission¹.

Outre cette présence répétée de témoins dans des reportages de magazines ou de participants dans des émissions de jeux dont l'appartenance à des catégories socio-professionnelles modestes est avérée, il peut être souligné qu'un certain nombre de sujets de magazines ont directement traité le thème de la « diversité sociale ». Ainsi, le magazine

Les Dossiers de Vis ma Vie a précisément pour concept l'échange expérimental de deux situations de vie, et notamment de deux métiers (ex : un employé et un patron échangeant leurs postes pendant une semaine). Un autre programme, *Les métiers de tous les dangers*, a mis en compétition 13 candidats qui choisissaient de quitter leurs carrières confortables et sécurisantes le temps de partir à la découverte des métiers les plus rudes de notre monde.

1 Un exemple parmi tant d'autres, sur le thème « Ils construisent la maison de leurs rêves » : Frédéric, qui travaille dans le marketing, et Nathalie, institutrice, veulent aménager un ancien garage en loft à Asnières ; Anne, architecte veut construire plusieurs maisons écologiques à Grenoble avec ses amis ; Bruno, designer, veut rénover une villa à Ibiza ; Marie, sans emploi, et Stéphanie, assistante commerciale, veulent rénover leur maison à Roubaix avec un petit budget.

Engagement n°6 : donner la parole plus régulièrement qu'en 2009 à des personnes handicapées : *L'éditeur s'engage à améliorer la présence et l'intervention des personnes handicapées dans l'ensemble des programmes qu'il produit.*

→ Comme pour la diversité sociale, certains programmes favorisent particulièrement la présence et la normalisation du handicap à l'antenne. Tel est le cas encore une fois du magazine-phare de la chaîne, *Tellement Vrai*, qui, en 2010, a consacré quatre éditions à ce thème :

- *Tellement Vrai - A 20 ans ils vivent le handicap au quotidien*
- *Tellement Vrai - Vivre avec un physique hors normes*
- *Tellement Vrai – En finir avec les complexes (bégaiement)*
- *Tellement Vrai - Vivre avec un trouble du comportement*

→ Dans le domaine de la fiction, on soulignera la multidiffusion en 2010 (5 diffusions) du téléfilm *Le Triomphe de Jace*, histoire d'un jeune aveugle qui doit s'adapter à une nouvelle vie après le déménagement de ses parents ; et aussi, la programmation de la série *Une nounou pas comme les autres*, avec Mimie Mathy dans le rôle-titre ; enfin, la programmation de la série américaine *Friday Night Lights*, dont l'un des personnages principaux est un jeune sportif qui, victime d'un accident, entame sa nouvelle vie d'handicapé en fauteuil roulant.

NRJ 12, entreprise citoyenne

Au-delà de l'antenne, le principe de diversité s'applique aussi pleinement au sein de l'entreprise NRJ 12 et plus généralement du pôle Télévision de NRJ Group.

L'équipe permanente se répartit presque à parité de 50-50 entre hommes et femmes.

On peut par ailleurs estimer à environ 15 % le nombre de collaborateurs issus de la diversité des origines.

Pour sa part, le directeur général de la chaîne, directeur du pôle Télévision de NRJ Group, est à titre personnel membre actif du Club Averroès et contribue à de nombreuses actions de soutien en la matière.

DECLARATION DE GULLI RELATIVE A LA REPRESENTATION DE LA DIVERSITE

■ **Nature des engagements**

En application de l'article I.B.1. de la délibération n°2009-85 du 10 novembre 2009 tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal +, l'avenant n°5 en date du 6 janvier 2010 à la convention du 19 juillet 2005 a intégré un article 2-3-3 bis à la Convention du 19 juillet 2005 de GULLI, rédigé comme suit :

Conformément à cette disposition conventionnelle, Jeunesse TV a adressé au Conseil, le 15 décembre 2009, un courrier l'informant des engagements qu'elle souhaitait prendre en matière de diversité sur GULLI pour l'année 2010. Ces engagements ont été complétés par la chaîne par courrier du 15 février 2010, suite à la demande du Conseil par lettre du 8 février 2010.

Ainsi, les engagements de GULLI, adoptés par assemblée plénière du Conseil du 16 mars 2010, au titre de l'année 2010 sont les suivants :

- systématisation dans ses contrats de co-production, de préachat et de production exécutive d'une clause type par laquelle le producteur veillera à assurer une représentation de la diversité de la société française ;
- maintien du niveau global de diversité dans ses programmes de divertissements (notamment ses jeux) ;
- renforcement dans les programmes dont elle a la maîtrise, d'une représentation équilibrée de la diversité sociologique (CSP + et CSP -) ;
- réalisation d'actions de sensibilisation de ses équipes à la nécessité d'exposer la représentation de la diversité dans les programmes mis à l'antenne.

■ **Mise en œuvre du dispositif pour l'année 2010**

Conformément à l'article II, B et C de la délibération n°2009-85 du 10 novembre 2009, sont communiqués ci-après les éléments d'appréciation du respect des engagements de GULLI en faveur de la diversité.

Tout au long de l'année 2010, notre chaîne s'est efforcée de veiller à la représentation de la diversité de la société française à différents niveaux, et à mettre en œuvre à cet égard les engagements qu'elle avait pris auprès du Conseil :

1. Lors de la commande et de la mise en production des programmes

Pour mémoire, Jeunesse TV prévoit dans ses contrats de co-production, de préachat et de production exécutive, la clause-type suivante : « *Le Producteur veillera, dans l'ensemble des choix éditoriaux liés au Programme, tant pour les personnes présentes à l'écran (public, candidats, animateurs et animatrices, comédiens etc ..) que pour les thèmes abordés dans le cadre du programme, à assurer une représentation de la diversité de la société française.* »

Les actions concertées du service « Achats » et de l'équipe juridique dédiée à l'établissement des contrats ont permis la systématisation de cette clause dans les contrats de co-production, de préachat et de production exécutive.

Cette démarche a été globalement très bien accueillie par nos partenaires, et doit permettre à terme d'afficher quasiment 100 % des contrats de coproduction, de préachats, et de production exécutive, comportant cette disposition.

Au titre des autres engagements développés par GULLI en 2010, la Directrice des Programmes et l'ensemble des responsables éditoriaux de la chaîne ont engagé avec les producteurs des discussions de sensibilisation pour leur permettre de prendre en compte dans les « castings » des émissions de divertissements voire dans le choix des animateurs une plus grande représentation de la diversité à l'antenne. C'est par exemple le cas des émissions comme « L'Ecole des fans », « In Ze Boite » ou « C moi qui régale » : les recettes (dont l'animatrice est perçue « comme non blanche »).

2. A l'antenne

GULLI veille également à assurer la représentation de la diversité à l'antenne de GULLI, en particulier selon les quatre grands critères retenus par le Conseil dans son Baromètre de la Diversité⁷ :

✓ Diversité des origines

La pluralité des origines s'exprime dans **ses séries d'animation** :

- « *Foot 2 rue* » présente l'histoire de cinq amis d'origines sociales et culturelles diverses (Tag, Gabriel, Eloïse, Tarek et Noredine), qui veulent réaliser leur plus beau rêve : organiser, dans leur quartier, la première coupe du monde de football de rue.
Cette série valorise le rôle d'une jeune fille qui pratique un sport considéré comme essentiellement masculin.
- « *Il était une fois la vie* » : cette série d'animation sur l'histoire du corps humain présente par exemple en fin de générique, pour symboliser l'origine de la vie, un couple composé d'un jeune homme blanc et d'une jeune femme « vue comme non blanche ».
- Parmi les amis de « *Charlotte aux fraises* » figure la petite Fleur d'oranger, « vue comme non blanche ».
- Le capitaine des Snow Kids dans « *Galactik Football* », Rocket, est « vu comme non blanc ».
- De même, la série « *Nom de Code : Kids next door* » met en scène deux jeunes filles « vues comme non blanches », Cookie Sambon et Lill'Abby.

Les achats de Jeunesse TV en fiction témoignent également de la volonté de notre chaîne de proposer à ses téléspectateurs des programmes mettant en scène **des personnages d'origine ethnique différente** :

- La série « *Grand Galop* » raconte les aventures d'un groupe de jeunes cavalières, parmi lesquelles se trouve Carole, « vue comme non blanche ».
- De même, dans la série « *Son Altesse Alex* », l'héroïne se lie avec un jeune homme indien « vu comme non blanc », Kuru, accompagné d'un éléphant,
- Ou encore la série « *I Dream* » qui met en scène, au sein d'un groupe de jeunes apprentis artistes, le personnage de Rochelle, « vue comme non blanche ».

⁷ Baromètre de la Diversité, Résultats de la deuxième vague (semaine du 6 au 12 février 2010), publié sur le site du Conseil le 16 décembre 2010

La perception de cette diversité des origines et des cultures s'apprécie également dans les programmes emblématiques de la chaîne qui prônent **la différence, l'ouverture et la générosité** :

- « Worlds apart – Familles d'ailleurs », série documentaire qui suit l'adaptation de familles occidentales qui partent séjourner au sein de villages reculés dans des pays de cultures très différentes (Afrique, Asie, Amérique du Sud...).
- « *C moi qui régale* », émission co-animée en 2010, « vue comme non blanche »,
- « *L'Instit* », série qui aborde à chaque nouvel épisode des thématiques différentes comme la diversité des origines sociales, l'intégration, la perte d'emploi, le chômage, la différence sociale,
- « *Intervilles Juniors* », qui pour sa troisième saison, a fait participer des équipes composées d'enfants français et d'enfants chinois, enfants « vus comme non blancs »,
- « *La Petite Géante* » : une série d'animation coproduite par Gulli, dont le personnage principal, Emilie, est une jeune fille qui se retrouve projetée dans un monde d'habitants bien plus petits qu'elle : elle va devoir s'adapter et fraterniser malgré sa différence criante.
- Le film « *La vie est belle* » est une fable pour la lutte contre la discrimination sur le thème dramatique de l'holocauste.

✓ **Parité**

GULLI s'efforce d'assurer une **exposition représentative des femmes** notamment dans :

- « *Cas d'école* », magazine présenté par des femmes journalistes et destiné aux parents pour les aider à mieux comprendre leurs enfants qui deviennent des adolescents,
- « *Ils sont fous ces humains* », divertissement présenté par un duo mixte femme/homme,
- De même, « *Gullimag* », magazine d'actualités culturelles, commenté en alternance par une voix féminine et une voix masculine,
- « *Des Animaux et des stars* », documentaires animaliers dans lesquels de célèbres actrices américaines sont mises en immersion avec la faune,
- « *La méthode Becky* », une série dans laquelle l'héroïne principale est élue maire de sa ville,
- Des téléfilms ou des films sur les grands destins de femmes (« *Dalida* », « *Blonde* », « *Indochine* »...) mais aussi leurs parcours et difficultés au quotidien (« *Innocence Perdue* » ou « *Une mère à l'épreuve* » sur la maternité).

✓ **Handicap**

GULLI programme par exemple **deux émissions en faveur des sourds et malentendants** :

- « *A qui veut l'entendre* », un programme documentaire qui présente l'immersion d'une jeune fille entendante dans une classe d'élèves malentendants. Comment va-t-elle se faire comprendre et s'intégrer dans son nouvel environnement ?
- « *Fais-moi signe* », un programme d'apprentissage de la langue des signes. Cette émission est présentée par une animatrice malentendante qui reçoit à chaque fois un enfant entendant pour lui apprendre la langue des signes. Les enfants découvrent une nouvelle langue, mais aussi une nouvelle façon d'aborder la communication : une manière plus instinctive, plus naturelle et plus physique.

Plus globalement, la chaîne s'attache à programmer **des fictions valorisant le handicap comme source de dépassement de soi ou de mise en relation avec autrui** :

- Le téléfilm « *Le ranch de l'amour* » met en scène une petite fille, invalide suite à un grave accident qui a coûté la vie à son père, mais qui va surmonter son traumatisme grâce à un cheval.
- Le téléfilm « *Love n'dancing* » est centré sur le personnage d'un danseur sourd, qui dépasse son handicap.

✓ **Catégories socioprofessionnelles**

La diversité s'exprime largement **par la mixité de ses plateaux d'émissions de jeux et de magazines et par la lutte contre les stéréotypes de toute nature**. Par exemple :

- l'émission « *In ze boîte* » présente une grande diversité du public et de candidats ; selon les données recueillies auprès du producteur de l'émission au cours d'un tournage, 72% des candidats adultes seraient plutôt de « CSP- » catégories socioprofessionnelles inférieures ; *le producteur sensibilisé par la Direction de la Chaîne est désormais plus sensible pour prendre en compte cet élément de diversité dans son casting* ;
- « *L'Ecole des fans* », émission qui reçoit des enfants venus interpréter les chansons de l'artiste invité, et qui accueille comme participants ou dans le public des personnes de différentes origines sociales, issues de minorités et permet également de mettre à l'honneur une variété de courants musicaux et culturels.

3. Après des responsables des programmes

En 2010, des actions de sensibilisation des équipes à la nécessité d'améliorer la représentation de la diversité dans les programmes mis à l'antenne ont pu être menées. Ces actions se sont concrétisées par :

- des réunions internes des équipes éditoriales autour des programmes où la diversité pouvait être illustrée
- des comités de visionnage
- des actions auprès du service des acquisitions pour leur permettre de prendre conscience de la nécessité de sensibiliser les producteurs à cette préoccupation de la chaîne, pour son image et pour préserver ses valeurs de référence....

L'attachement naturel des responsables de la chaîne à la diversité les ont également conduits à évoquer régulièrement ce thème avec les membres du Comité de Direction du Pôle TV.

De ces échanges initialement informels, est née une plus grande implication des Dirigeants qui a permis également une sensibilisation à l'échelle du groupe. Lagardère Active entend ainsi prendre part au titre de sa responsabilité sociétale à une bonne représentation de la diversité (en matière de ressources humaines notamment, dans les procédures de recrutement....).

GULLI entend poursuivre activement ses initiatives en interne, sur son antenne en particulier. GULLI souhaite que ses initiatives rayonnent plus largement au sein du groupe, en faveur d'une meilleure prise en compte de la diversité de la société française.

En ce sens GULLI a fait part au Conseil début décembre, de ses engagements pour l'année 2011, qui se placent dans le prolongement de ceux pris en 2010 :

- maintien dans les contrats de co-production, de préachat et de production exécutive de la clause –type rappelée ci-dessus ;

- maintien du niveau global de diversité (sociale, ethnique...) dans ses programmes de divertissements (notamment ses jeux) et tout particulièrement dans les programmes sur lesquels elle a la maîtrise ;
- le renforcement de ses actions en faveur de la diversité des origines, en veillant particulièrement en collaboration avec les producteurs aux « castings » des émissions de divertissement et si possible, dans le choix de ses animateurs ;
- l'exposition de toutes les formes de diversité comme par exemple la présence de personnes du troisième âge, l'exposition de personnes d'origine sociale modeste, ou encore le handicap ;
- d'étudier la possibilité de mettre en place une « commission diversité » au sein du Pôle TV de Lagardère Active, animée en concertation avec les représentants du personnel.

Traduisant tout particulièrement, l'attachement de GULLI (et plus largement du Pole TV du groupe Lagardère Active) à la valeur qu'est la diversité, la « commission diversité » animée en concertation avec les représentants du personnel a vu le jour en février 2011. 2 représentants du Personnel se sont portés volontaires pour y participer : le Directeur éditorial TV Musique et la Directrice Artistique de Tiji. La première réunion de travail a été fixée le 24 mars dernier, son objet est notamment d'aborder et de débattre sur les moyens supplémentaires à mettre en œuvre pour représenter au mieux la diversité de la société française au sein des activités du Pole TV. Une deuxième réunion est programmée le 5 mai prochain.

Actuellement, la Directrice Déléguée en charge des Programmes et des Antennes - Pôle TV Jeunesse et Féminin, réfléchit à la possibilité de mettre en place des partenariats avec une association MpowA, qui souhaite développer un label de production de contenus médias donnant une nouvelle image de la diversité ethnique.

Sur la base des réflexions internes et ouverts sur les initiatives en tous domaines, Gulli réaffirme avec force son attachement à la diversité et sa volonté de participer activement à une bonne et juste représentation de la diversité de la société française sur son antenne et au sein de ses activités.

Représentation de la diversité des origines sur BFM TV

Conformément aux dispositions de la délibération n° 2009-85 du 10 novembre 2009 tendant à favoriser la représentation de la société française sur les chaînes nationales, BFM TV a pris plusieurs initiatives visant à promouvoir et à améliorer la représentation de la diversité sur son antenne :

- La chaîne fait valoir, au sujet de sa politique de recrutement, une collaboration étroite avec le Club Averroès, association qui se consacre à la promotion de la diversité dans les médias français et à la lutte contre la ségrégation raciale et sociale.
- BFM TV continue de soutenir les initiatives d'écoles de journalisme qui diversifient leurs filières de recrutement. Par ailleurs, des représentants de la direction de BFM TV participent régulièrement aux jurys d'entrée de l'Institut pratique de journalisme, du Centre de formation des journalistes et de l'École de journalisme de Science Po Paris. Ils portent une attention particulière aux candidats issus des minorités.
- Dans le cadre de la mise en œuvre des méthodes définies par le Conseil, BFM TV a mis en place, depuis le troisième trimestre 2010, un observatoire interne dans le but de sensibiliser les collaborateurs de la chaîne sur la question de la diversité à l'antenne. Cet observatoire est doté d'un système d'évaluation visant à garantir le suivi et l'amélioration des résultats de la représentation de la diversité.
- La chaîne a chargé Valérie Frayssinhes, rédactrice en chef, des questions liées à la diversité à l'antenne.
- BFM TV indique avoir demandé à la rédaction d'accorder un accès à l'antenne à davantage de personnes vues comme non-blanches, de femmes et d'individus relevant de certaines catégories socioprofessionnelles.

Annexe 6

Détail des engagements des services de télévision pour 2011

Diversité : engagements pour 2011

Chaînes	Engagements des diffuseurs
<p>M6 / W9 Lettre d'engagement du 19/11/2010</p>	<ul style="list-style-type: none"> - engagement de faire ses meilleurs efforts afin de maintenir les résultats obtenus lors du dernier baromètre publié sur l'ensemble des grilles des programmes 2011 des deux chaînes, notamment au regard de la répartition des hommes et des femmes pour M6, de la diversité ethnique et du regard sur le handicap sur les deux chaînes; - engagement d'un effort particulier de W9 pour améliorer la parité ; - comme en 2010, intégration d'une clause relative à la diversité dans les contrats de commandes de programmes de fictions françaises et actions de sensibilisation auprès de la rédaction et des responsables des unités de programmes ; - poursuite en 2011 des partenariats afin de promouvoir la formation et l'intégration au sein du groupe M6 de personnes handicapées ou de cultures multi-ethniques.
<p>TF1 Lettre d'engagement du 29/11/2010</p>	<ul style="list-style-type: none"> - engagement que 60 % des nouvelles séries françaises dont le pilote sera mis en production en 2011 comporteront un personnage récurrent « vu comme non blanc » ; - engagement que 60 % des téléfilms unitaires mis en production en 2011 comporteront un personnage « vu comme non blanc » ; - engagement que 100 % des conventions de développement « de textes » des fictions françaises signées en 2011 intégreront une clause au sein de laquelle, en cas de mise en production, le producteur s'engage à proposer au diffuseur un casting comportant notamment des comédiens représentant la diversité de la production française ; - poursuite de la mise en application du plan de sensibilisation destiné aux journalistes ainsi qu'à toutes les personnes concourant à la fabrication des programmes afin de les sensibiliser sur leur responsabilité en matière de diversité à l'antenne ; - mise à l'antenne de plusieurs petits modules au sein des programmes jeunesse sur la thématique « diversité » ; - application des engagements pris dans le cadre du « label diversité » ; - nomination d'un responsable « diversité – handicap » ; - création d'une cellule d'alerte en cas de discrimination ; - démarches pour l'organisation d'un colloque prévu pour 2011-2012 réunissant les acteurs du marché publicitaire afin de faire émerger une réflexion sur la représentation de la diversité dans les films publicitaires.

Chaînes	Engagements des diffuseurs
<p>TMC Lettre d'engagement du 29/11/2010</p>	<ul style="list-style-type: none"> - engagements portant essentiellement sur les programmes identitaires de la chaîne en particulier les émissions de flux inédites, produites spécifiquement pour TMC ; - engagement de compter parmi les animateurs ou les chroniqueurs une proportion supérieure de femmes ; - de sensibiliser et demander aux sociétés de production de veiller à proposer pour l'animation d'émissions produites pour TMC des personnes pouvant être « vues comme non blanches » ; - engagement de poursuivre les efforts en matière de représentation de la diversité au sein des fictions ; - continuer d'offrir aux personnes handicapées une visibilité au sein des programmes de flux ; - envoi d'une note interne à l'attention de l'ensemble des collaborateurs participant à la fabrication des programmes rappelant le rôle de la chaîne, en qualité de média généraliste, en matière de diversité ; - participation au Comité Diversité du groupe TF1 qui se réunit une fois par trimestre afin d'évoquer et partager différentes initiatives en la matière.
<p>NT1 Lettre d'engagement du 29/11/2010</p>	<ul style="list-style-type: none"> - engagement de compter parmi les animateurs ou les chroniqueurs des principales émissions, une proportion significative de femmes ; - poursuivre les efforts en matière de représentation de la diversité au sein des fictions ; - développer la représentation de la diversité notamment dans les spectacles vivants et parmi les jeunes talents présents à l'antenne ; - sensibiliser et demander aux sociétés de production des émissions produites pour la chaîne d'être particulièrement attentives à ce que les participants et le public présents dans ces émissions soient représentatifs de la diversité de la population française ; - engagement de mener un programme de formation et de sensibilisation des collaborateurs participant à la fabrication des programmes de NT1 sur la question de la diversité ; - envoi d'une note interne à l'attention de l'ensemble des collaborateurs qui participent à la fabrication des programmes rappelant le rôle de la chaîne, en qualité de média généraliste, en matière de diversité ; - participation au Comité Diversité du groupe TF1 qui se réunit une fois par trimestre afin d'évoquer et partager différentes initiatives en la matière.
<p>CANAL+ Lettre d'engagement du 3 décembre 2010</p>	<ul style="list-style-type: none"> - sensibilisation régulière des responsables des émissions à la nécessité d'améliorer la représentation de la diversité de la société française dans les programmes mis à l'antenne ; - engagement de faire figurer dans les contrats de commande de programmes une clause de sensibilisation à la diversité ; - engagement, à partir du baromètre du Conseil, à maintenir le niveau de représentation à l'antenne des personnes vues comme « non blanches » et à améliorer la parité hommes/femmes.

Chaînes	Engagements des diffuseurs
<p>Gulli Lettre d'engagement du 8 décembre 2010</p>	<ul style="list-style-type: none"> - engagement de maintenir dans tous les contrats de co-production, de préachat et de production exécutive une clause type de sensibilisation à la diversité « <i>Le Producteur veillera, dans l'ensemble des choix éditoriaux liés au Programme, tant pour les personnes présentes à l'écran (public, candidats, animateurs et animatrices, comédiens etc.) que pour les thèmes abordés dans le cadre du programme, à assurer une représentation de la diversité de la société française</i> ». - engagement de maintenir le niveau global de diversité (sociale, ethnique...) dans ses programmes de divertissements (notamment les jeux) et tout particulièrement dans les programmes dont la chaîne a la maîtrise ; - engagement de renforcer les actions en faveur de la diversité des origines en veillant particulièrement, en collaboration avec les producteurs, aux « castings » des émissions de divertissements et si possible au choix des animateurs ; - engagement de donner une meilleure exposition à d'autres formes de diversité (personnes du troisième âge, d'origine sociale modeste, personnes handicapées) ; - étude de la possibilité de mettre en place une commission diversité au sein du pôle TV de Lagardère Active en concertation avec les représentants du personnel.
<p>I > TÉLÉ Lettre d'engagement du 20 décembre 2010</p>	<ul style="list-style-type: none"> - engagement de sensibiliser la rédaction ainsi que les journalistes reporters sur la nécessité d'améliorer la représentation de la diversité à l'antenne ; - poursuite des efforts en vue d'améliorer la représentation de la parité homme/femme et des personnes vues comme non blanches dans les programmes.
<p>NRJ 12 Lettre d'engagement du 3/01/2011</p>	<ul style="list-style-type: none"> - introduction d'une clause de sensibilisation à la diversité dans les contrats de commande de programmes ; - réunion de tous les collaborateurs pour les sensibiliser et établir le bilan des actions déjà menées en faveur de la diversité et commenter les résultats du dernier baromètre de la diversité du Conseil ; - engagement, sous réserve de l'accord des éventuels coproducteurs, de réserver une part significative, d'au moins 20%, des rôles (premiers et seconds rôles) des fictions originales commandées en 2011 à des comédiens perçus comme contribuant à la représentation de la diversité de la société française ; - engagement d'améliorer la diversité des catégories socio-professionnelles dans l'ensemble des programmes produits, en particulier les divertissements et les magazines ; - engagement d'améliorer la présence et l'intervention des personnes handicapées dans l'ensemble des programmes produits par la chaîne.

Chaînes	Engagements des diffuseurs
Direct 8 Lettre d'engagement du 7/01/2011	<ul style="list-style-type: none"> - finalisation d'une charte d'éthique professionnelle pour l'ensemble des activités médias du Groupe Bolloré dans laquelle figurera une disposition relative à la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes du groupe ; - poursuite de l'intégration dans tous les contrats de commande de programmes d'une clause prévoyant que les producteurs et le diffuseur mettent tout en oeuvre pour assurer une représentation « optimale » de la diversité de la société française ; - engagement de sensibiliser les journalistes, rédacteurs en chef et conseillers de programmes en charge de la réalisation de reportages ou de la conception d'émissions (point régulier lors des réunions de service et sensibilisation permanente par les responsables d'unités).
Direct Star Lettre d'engagement du 7/01/2011	<ul style="list-style-type: none"> - finalisation d'une charte d'éthique professionnelle pour l'ensemble des activités médias du Groupe Bolloré dans laquelle figurera une disposition relative à la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes du groupe ; - accentuation de la présence des vidéomusiques offrant une forte visibilité aux personnes perçues comme « non-blanches » aux heures de grande écoute (notamment dans la plage musicale du matin) ; engagement de consacrer en 2011 une part significative des documentaires « Star Story » diffusés aux heures de grande écoute de la chaîne à des artistes issus de la diversité ; - engagement de sensibiliser les journalistes, rédacteurs en chef et conseillers de programmes en charge de la réalisation de reportages ou de la conception d'émissions (point régulier lors des réunions de service et sensibilisation permanente par les responsables d'unités). - intégration dans tous les contrats de commande de programmes d'une clause prévoyant que les producteurs et le diffuseur mettent tout en oeuvre pour assurer une représentation « optimale » de la diversité de la société française.
BFM TV Lettre d'engagement du 7/01/2011	<ul style="list-style-type: none"> - engagement de renforcer la sensibilisation des équipes à la nécessité d'améliorer la représentation de la diversité de la société française; - développement de l'action de l'Observatoire interne avec notamment l'augmentation de la fréquence des mesures réalisées (deux fois par mois sur la tranche 9h-12h) et la transmission des résultats aux collaborateurs de la chaîne qui devront en tenir compte ; - invitation du comité d'éthique de la chaîne, comme en 2010, à se prononcer sur la représentation de la diversité à l'antenne ; - engagement de faire intervenir davantage de personnes vues comme non-blanches, de CSP- et de femmes dans les journaux d'information ; - engagement d'être plus attentif à ce que les experts auxquels il est fait appel pour témoigner à l'antenne soient représentatifs de la diversité.

Chaînes	Engagements des diffuseurs
France Télévisions F2/F3/F4/F5 Lettre d'engagement du 12/01/2011	<ul style="list-style-type: none"> - engagement de consolider dans les structures et l'organisation, au travers de nouveaux responsables, une veille et un suivi de la diversité ; - développer dans l'information, les programmes, tant au plan national que régional et local, la diversité sous toutes ses formes ; - ouvrir les antennes aux créateurs et aux jeunes producteurs issus de la diversité ; - poursuivre l'action de la Fondation France Télévisions pour aider au développement d'initiatives en matière de diversité ; - prorogation du comité de la diversité présidé par Hervé Bourges, avec le renouvellement des membres, renforcement du département chargé de la diversité avec la création d'une Direction Déléguée aux programmes chargée de l'innovation, des nouvelles cultures et de la diversité ; - mise en place d'une mission dédiée à l'année des outre-mer (délocaliser outre mer deux émissions par chaîne dans l'année, faire de l'outre mer une thématique des émissions phares des chaînes, programmer des numéros évènementiels) ; - dans l'information, développement du respect de la diversité notamment par le choix des interviewés, donner à un des rendez vous quotidiens de l'information un visage qui affirme la diversité, rapprochement des écoles de journalisme et des universités pour ouvrir les rédactions à l'accueil de stagiaires de tous horizons socio-culturels, mise en place dans les rédactions de formations permettant de mieux connaître l'histoire patrimoniale du peuplement de la France ; - banaliser la présence de la diversité avec des intervenants issus de la diversité et des questionnements sur le thème de la diversité dans les magazines, les fictions, les documentaires, les divertissements et les programmes jeunesse.

Annexe 7
Présentation méthodologique du baromètre de la diversité en anglais



Diversity Barometer



- ▶ **Initiatives of the Council for the promotion of social cohesion prior to competence being vested in it by law**
 - ▶ 1999, initial quantitative survey on the perception of diversity in French society on television;
 - ▶ Introduction, in 2001, within the contracts of all private television companies, of an undertaking to take into consideration in broadcast material the diversity in origin and culture of the national community.

- ▶ **The Law of 31st March 2006 known as ‘the law of equal opportunities’ amends the Law of 30th September 1986 relating to freedom of communication**
 - ▶ Henceforth, Article 3-1 confers on the Council the duty to contribute to actions promoting social cohesion and the fight against discrimination in the area of audiovisual communications;
 - ▶ And also to ensure, particularly among audiovisual communications editors, according to the nature of their programmes, that programming reflects the diversity of French society.



- ▶ **The law of 5th March 2009 relating to audiovisual communications and the new public television service**
 - ▶ Reinforcement of the Council's role in promoting the representation of diversity in French society;
 - ▶ Definition of what is expected of editors under the legislation in terms of the promotion of diversity, particularly on the part of France Télévisions;

- ▶ **The CSA's initiatives aimed at fulfilling the duties conferred on it by law**
 - ▶ The creation, in January 2007, of a dedicated Diversity Working Group;
 - ▶ The establishment, on the 11th March 2008, of the Diversity Monitoring Organisation for Audiovisual Media with the aim of monitoring the measures implemented by the TV stations in the promotion of diversity in its broadest sense (origin, age, sex, disability...) and adding its support to the work of the Council.



- ▶ **The creation of an analysis tool relating to diversity perception**
 - ▶ In 2008, the Council commissioned a study on the free DTT channels and Canal +, using the criteria of the gender, of the socio-economic classification, and of the apparent ethnic origin setting apart individuals perceived as white or as non-white.
 - ▶ As a result of this initial study, the Council decided to have implemented, for a period of at least three years, a half-yearly barometer designed to monitor the perception of diversity on television.

- ▶ **The Council's Resolution of 10th November 2009 established the framework for broadcasters' annual targets**
 - ▶ Since each broadcaster has different programming specificities, the resolution allows each of them to commit to improve in the area(s) where their results show deficiencies. The aggregate of these individual commitments should result in overall progress leading to an improved representation of diversity on our screens.
 - ▶ The Council issued the private broadcaster with contract amendments incorporating the principle of annual targets. It has received their commitments for the years 2010 and 2011.

Arrangements put in place by the Council



- ▶ **The creation, in 2009, by the Council, of an objective instrument of measurement of diversity: the Diversity Barometer**
 - ▶ On the whole, the broadcasters have subscribed to the principle of the study and acknowledged that it would provide a 'snapshot' and an accurate monitoring of their achievements. They nevertheless made requests for improvements in methodology which were taken into account by the Council in the implementation of the Diversity Barometer.

- ▶ **Acceptance of annual targets by broadcasters and submission of a performance report on their commitments once in a year**

- ▶ **The Council's annual report to Parliament relating to the representation of diversity in French society on TV**
 - ▶ Actions taken by TV channels in programming to reflect the diversity of French society
 - ▶ Recommendations on measures designed to improve the effective representation of this diversity in all kinds of programmes.

The Diversity Barometer



- ▶ **An instrument developed after consulting with the broadcasters**
 - ▶ The Council listened to broadcasters and adopted a number of amendments to the methodology in order to make this instrument acceptable to all parties, by specifically taking into account some qualitative aspects.

- ▶ **A significant period of analysis**
 - ▶ The Barometer is performed twice a year
 - ▶ Some TV channels argued that the choice of one week of programming appeared insufficient to take into account some programmes less frequently broadcasted, such as fictional output.
 - ▶ Taking into account a two weeks programming on a twice-a-year basis has positive effects : Smoothing over the results and getting meaningful data for regularly recurring programmes, such as news, magazines and most entertainments.
 - ▶ Assessment of TV channels' efforts is based on the results derived from the Barometer, as well as on more detailed information provided by the broadcasters themselves.



▶ Methodology

- ▶ The purpose of this study was to evaluate the perception of diversity in French television output, by means of observing one week of programmes.
- ▶ The method consists in creating an index classification, for each broadcast, of all speaking individuals and characters appearing on screen, whatever the duration of their appearance or speaking time. **Only those who speak are classified.**
- ▶ The classification of speakers is made on the basis of 4 discernable characteristics:
 - ▶ profession and INSEE socio-economic classification;
 - ▶ gender – masculine or feminine;
 - ▶ indicators of racial ethnicity;
 - ▶ disability.



► Classification

▶ Socio-economic classification (INSEE)

- ▶ The SEC derives from the INSEE classification, by the means of using all elements available from the broadcast (sub-titles with a person's job description, occupation stated in the dialogue, visual or contextual aspects, etc.)
- ▶ Some characters were not classified on this basis so that the collected data would match with today's society (characters in period movies where the action takes place prior to 1900, characters in science fiction programmes...).

▶ Sex : Man/woman

▶ Racial ethnicity indicators

- ▶ It was agreed that these indicators represent commonly understood categories by reference to which, people in France today, are 'viewed as'...: 'white', 'black', 'arab', 'asian', 'other'. The classification was carried out taking into account physical features of the characters appearing on screen, and also by reference to all indicators capable of being derived from the dialogue or by the way of self-designation.

▶ Disability

- ▶ A person was assumed to be disabled when visible on-screen indicators (wheelchair, evident deformity, blind person's white stick, etc.) or information in dialogue served to identify a permanent disability.



▶ Weighting

- ▶ Relating to the duration of the broadcast
 - ▶ Setting apart short programmes (- than 5 min) from long programmes (+ than 5 min).

- ▶ Relating to the role of the classified persons
 - ▶ Taking into account qualitative factors
 - ▶ The role of each individual is specifically recorded:
 - ▶ Hero: Central character in a fictional piece/ anchorman(anchorwoman) / central participant in a magazine or documentary without an anchorman(anchorwoman) / light entertainment anchorman(anchorwoman)
 - ▶ Principal participant: Central character in a mystery / principal guest of a magazine or news programme / columnist / expert / main person featured in a news report / game show participant
 - ▶ Secondary participant: Individuals with little involvement and all individuals featured in TV news broadcasts.

- ▶ Weighting is accordingly applied as follows:
 - ▶ Hero: coefficient 6 => programme lasting > up to 5 minutes / coefficient 5 => lasting < over 5 minutes
 - ▶ Principal participants: coefficient 4 => programme lasting > up to 5 minutes / coefficient 3 => lasting < over 5 minutes
 - ▶ Secondary participants: coefficient 1



▶ Study base

- ▶ Programmes were watched over a period of one week, at times of peak audience figures (17.00 – 23.00, plus the TV News broadcasts at 13.00 pm), on 15 free DTT channels (TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ 12, France 4, BFM TV, I>Télé, Virgin 17 renamed Direct Star, Gulli) as well as on Canal +.

- ▶ The study base thus comprises over 600 hours of broadcasts. It therefore constitutes a sample of televisual output taken at a given time.

- ▶ Extension of sampled hours if necessary
 - ▶ The segment of hours used in the study (17.00 pm to 23.00 pm) covers the large majority of the television audience. It is therefore particularly relevant.
 - ▶ However, the Council accepted a differential measurement depending on certain specific audience profiles, notwithstanding that the 17.00 pm – 23.00 pm segment should be the main one to be monitored.
 - ▶ For example, such an arrangement was granted in the case of Canal+ in order that the overall 'free to air' segments were covered by the barometer measurements.



▶ Data relative to programmes

- ▶ Time/date recording and identification of the broadcaster and programme
- ▶ Classification by category and sub-category:
 - ▶ 01-Fiction : 011-Cinema, 012-TV Film, 013-Drama series, 014-Hosted discussion programme, 015-Short film
 - ▶ 02-Current affairs : 021-Televised news, 022-Current affairs magazine, 023-Public service broadcast, 024-Special broadcast
 - ▶ 03-Magazine/Documentary : 031-Magazine, 032-Documentary
 - ▶ 04-Light entertainment: 041- Game show, 042- Music : variétés, concerts, 043- Music videos, 044Other (non-musical show, circus, etc.)
 - ▶ 05-Sport : 051-Sporting repeat, 052-Sport magazine
 - ▶ 06-Advertising
 - ▶ 07-Preview clips: 0711-Cinema, 0712-TV Film, 0713-Drama series, 0714-Hosted discussion programme, 0715-Short film, 0721-Televised news, 0722-Current affairs magazine, 0731-Magazine, 0732-Documentary, 0741-Game show, 0742-Variety shows, concerts, 0743-Music videos, 0744-Other (non-musical show, circus, etc.)
- ▶ Short programme
 - ▶ A 'short programme', in the context of the study to be carried out, is a programme whose duration is less than or equal to 5 minutes. It is accordingly designated by '1' in the corresponding column
- ▶ New
 - ▶ A new programme is one broadcast for the first time 'free to air' on a terrestrial broadcast channel. It is accordingly designated by '1' in the corresponding column.
- ▶ National origin
 - ▶ Origin describes the broadcast producing country: France, Other European countries, Unites States, Other foreign countries
- ▶ Audience share

Results of the Diversity Barometer



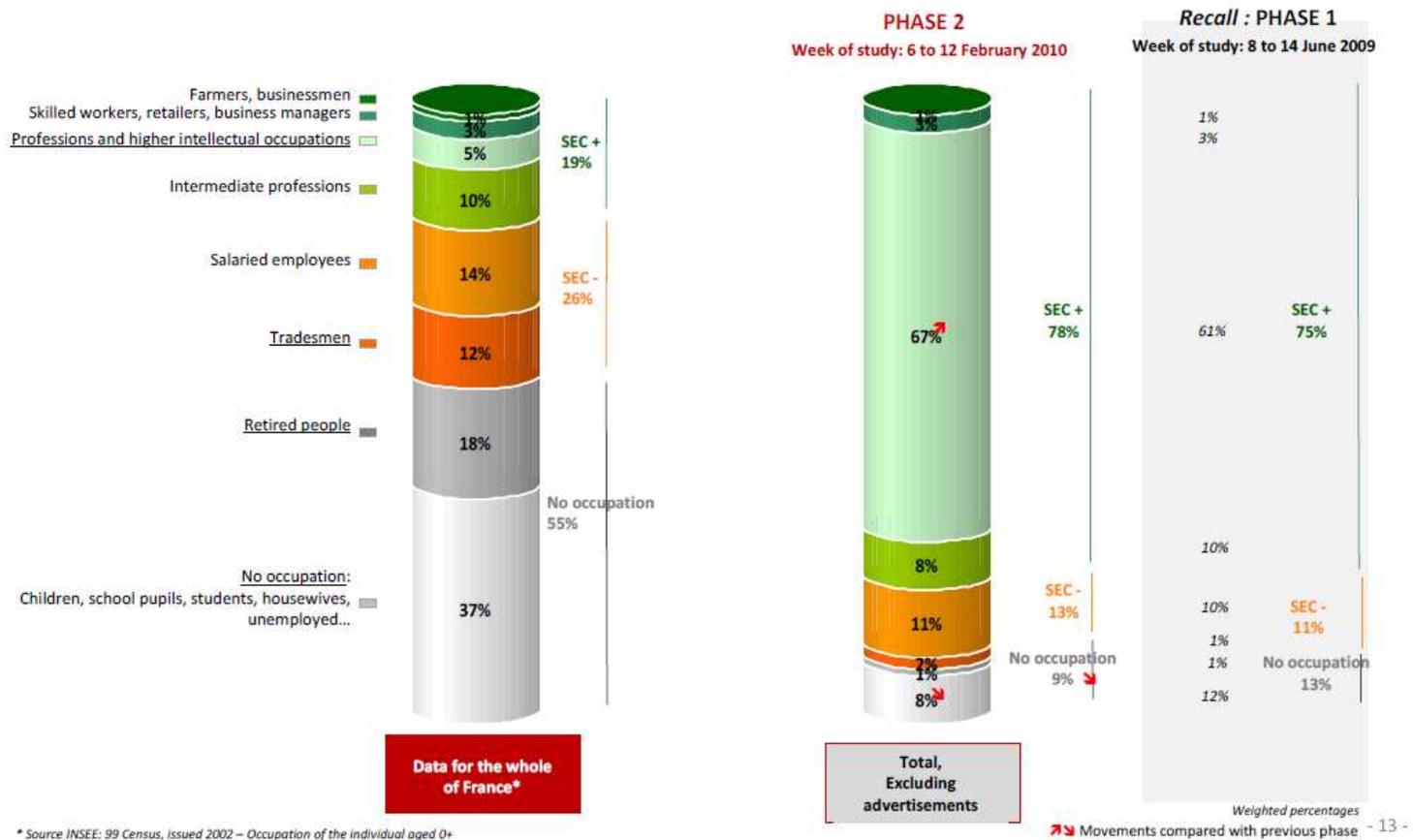
► Results

- ▶ Classification of more than 20,000 individuals, excluding advertisements, for each barometer phase. Some individuals are classified more than once as they appear in several broadcasts.
 - ▶ This happens when the same preview clip or advertising spot, or episodes of the same drama series are broadcast a number of times during the week being studied, or in the daily presentation of a news story by the same reporter.
- ▶ This method provides a good reflection of televisual visibility based particularly on repetition.
- ▶ The programmes, excluding advertisements, account for 93% of the classified data volume.

Results of the Diversity Barometer



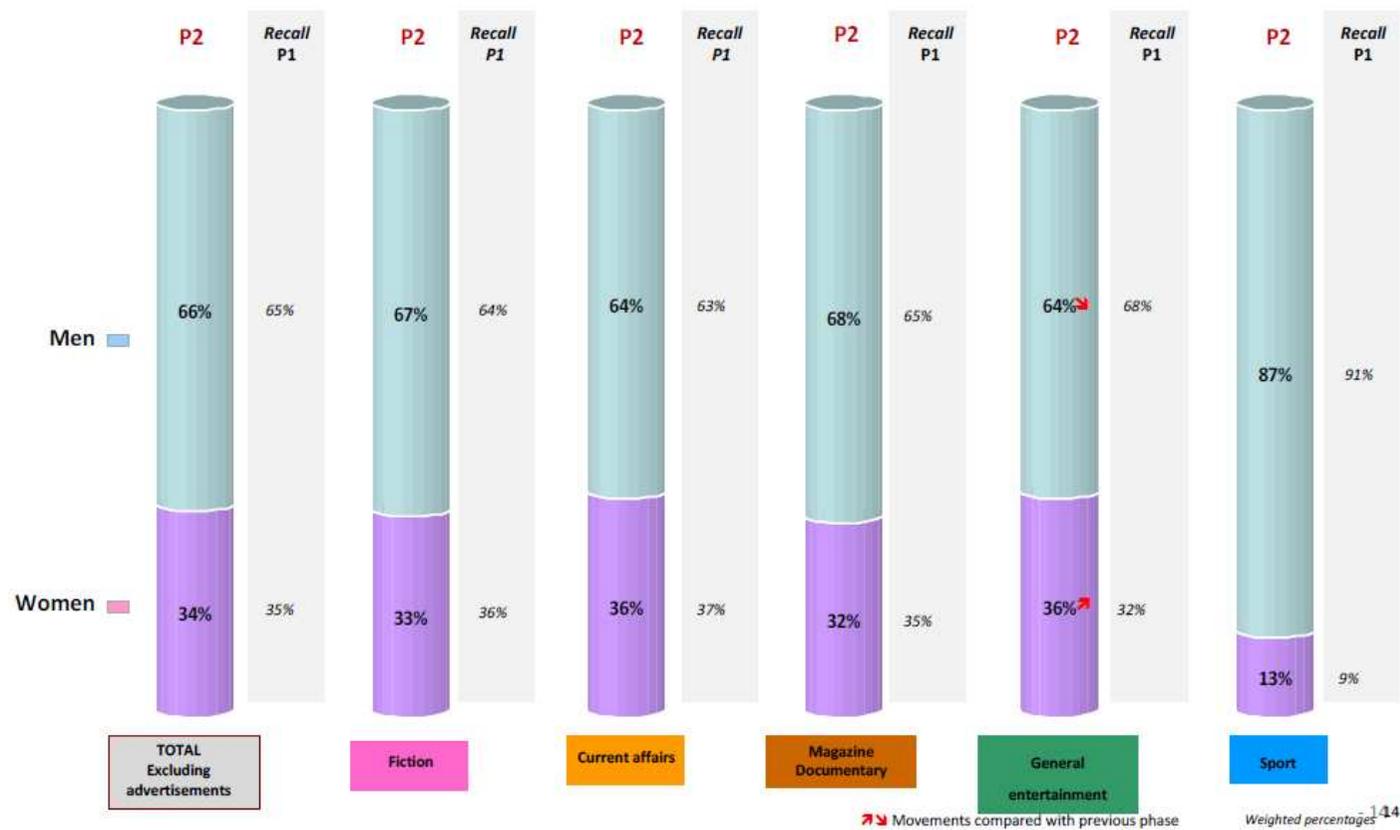
► Socio-economic classification



Results of the Diversity Barometer



► Sex

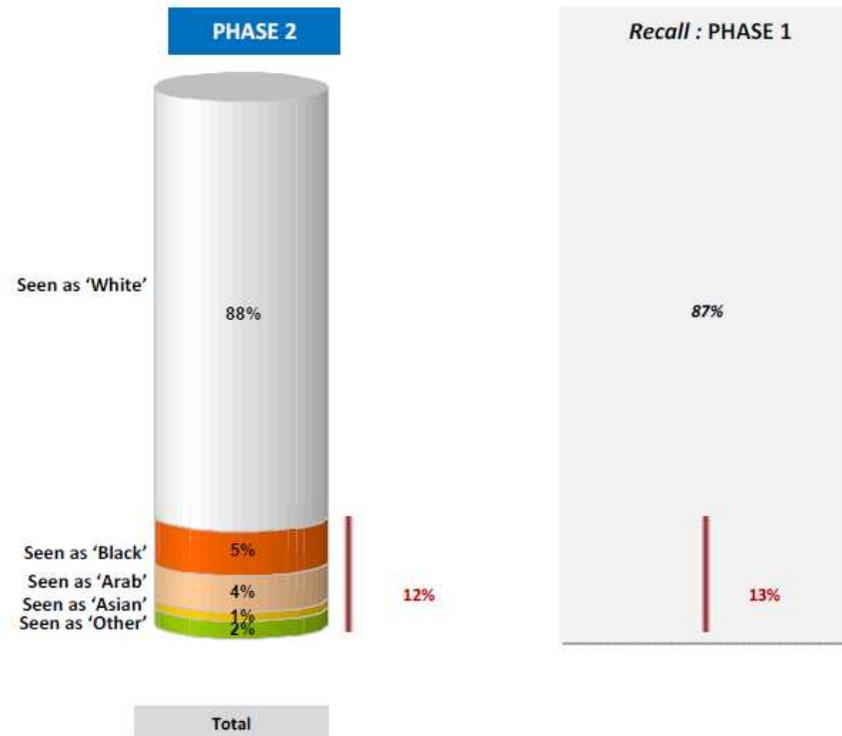


Results of the Diversity Barometer



► Ethnic origin

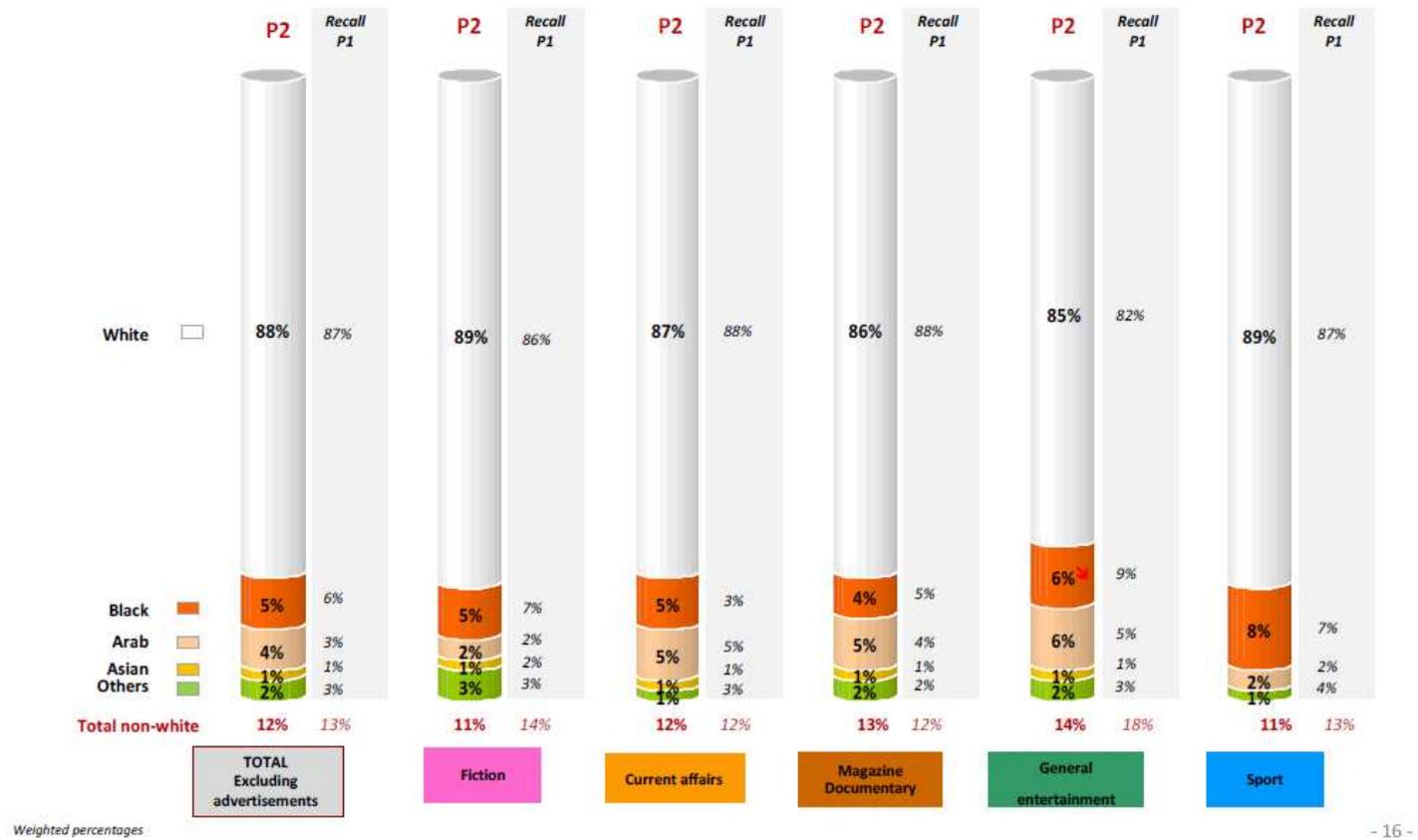
- The overall average of all channels combined remains between 12 and 13% according to whether or not the data is considered to be weighted by the duration of the programmes and the roles of the participants.



Results of the Diversity Barometer



► Ethnic origin



Results of the Diversity Barometer



► Disability

0.5% of those classified in programmes excluding advertisements

Recall Phase 1: 0.3% (*Total excluding advertisements*)

► Distribution of disabled people classified

PHASE 2

Distribution of the 115 disabled people classified

(Excluding advertisements) :

- Fiction: 46 people perceived as disabled
- Current affairs: 23
- Preview clips: 18
- General entertainment: 13
- Magazine and Documentary: 11
- Other broadcasts: 4

Recall: PHASE 1

Distribution of the 74 disabled people classified

(Excluding advertisements):

- Fiction: 37 people perceived as disabled
- Current affairs: 22
- Preview clips: 2
- General entertainment: 7
- Magazine and Documentary: 6



▶ Supplementary information

- ▶ The Council has also carried out the same study on advertisements;
- ▶ The Council undertakes alternate complete and partial barometer phases on some types of programmes (current affairs, fiction, general entertainment, documentaries and magazines) for new programmes of French origin;
- ▶ Results are also available on an individual channel basis;
- ▶ For the time being, the Council has reported only on channels doing well, but could resort to 'naming and shaming' in the event of insufficient endeavour on the part of any broadcaster;
- ▶ In addition to the implementation of this barometer, the Council and its Diversity Monitoring Organisation are also running sensitivity workshops (schools of journalism, producers, directors, scriptwriters, actors, artistic agencies, Audiovisual Industry Training Centers, TV Channels)
- ▶ A qualitative study on the content of TV news programmes has also been undertaken.

Annexe 8
Charte de la diversité

Charte de la diversité

Favoriser le pluralisme et rechercher la diversité au travers des recrutements et de la gestion des carrières est un facteur de progrès pour l'entreprise. Une telle démarche contribue à son efficacité et à la qualité de ses relations sociales. Elle peut avoir un effet positif sur l'image de l'entreprise vis-à-vis de ses clients, de ses prestataires extérieurs et de ses consommateurs, en France et dans le reste du monde.

La Charte de la diversité adoptée par notre entreprise a pour objet de témoigner de notre engagement, en France, en faveur de la diversité culturelle, ethnique et sociale au sein de notre organisation.

En vertu de cette Charte, nous nous engageons à :

1. **Sensibiliser et former nos dirigeants et collaborateurs** impliqués dans le recrutement, la formation et la gestion des carrières aux enjeux de la non-discrimination et de la diversité.
2. **Respecter et promouvoir l'application du principe de non-discrimination** sous toutes ses formes et dans toutes les étapes de gestion des ressources humaines que sont notamment l'embauche, la formation, l'avancement ou la promotion professionnelle des collaborateurs.
3. **Chercher à refléter la diversité de la société française** et notamment sa diversité culturelle et ethnique dans notre effectif, aux différents niveaux de qualification.
4. **Communiquer auprès de l'ensemble de nos collaborateurs** notre engagement en faveur de la non-discrimination et de la diversité, et informer sur les résultats pratiques de cet engagement.
5. Faire de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique de diversité **un objet de dialogue avec les représentants des personnels.**
6. **Inclure dans le rapport annuel** un chapitre descriptif de notre engagement de non-discrimination et de diversité : actions mises en œuvre, pratiques et résultats.