



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL



**Rapport relatif à la représentation des femmes dans les programmes des services de
télévision et de radio**

Exercice 2015



Sommaire

Introduction.....	5
1. Les indicateurs qualitatifs relatifs à la représentation des femmes à l'antenne	8
a. La diffusion de programmes contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes	8
b. La diffusion de programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé	12
2. Les indicateurs quantitatifs relatifs à la représentation des femmes à l'antenne.....	14
Conclusion	19
Annexes	20

Introduction

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

Éléments de contexte

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

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

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

Cette délibération est applicable à France Télévisions, Radio France, France Médias Monde, TF1, TMC, HD1, NT1, LCI, M6, 6Ter, W9, Paris Première, Canal +, I>Télé, D8, D17, NRJ 12, Chérie 25, NRJ, Nostalgie, RTL, Fun radio, Gulli, Europe 1, Virgin radio, RMC Découverte, RMC, BFM TV, L'Equipe 21 et Numéro 23. Les services de télévision et de radio ne répondant pas à cette définition peuvent toutefois décider de s'y soumettre volontairement.

La délibération s'articule autour de trois axes :

- La diffusion de programmes contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes ;
- La diffusion de programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé ;
- La communication au Conseil d'indicateurs quantitatifs relatifs à la juste représentation des femmes et des hommes dans les programmes.

Un dispositif inédit et concerté

Le dispositif mis en place par la délibération, adoptée par le Conseil le 4 février 2015, est inédit par son ampleur (nombre de chaînes et de programmes concernés) et la méthode mise en place qui repose sur un système d'auto-évaluation par les chaînes de la présence des femmes dans leurs programmes.

Il est le fruit d'une large concertation avec l'ensemble des services de télévision et de radio concernés mais aussi avec des représentants des producteurs de fiction audiovisuelle, de documentaire, de télé réalité et des auteurs.

De septembre à décembre 2014, le groupe de travail « Droits des femmes » du CSA a ainsi procédé à 18 réunions ayant conduit à l'adoption d'une méthodologie commune.

Méthodologie

Dans le cadre de cette délibération, les éditeurs de services concernés doivent communiquer, chaque année, un état des lieux de la représentation des femmes et des hommes sur leurs antennes. Dans cette optique, trois fichiers de déclaration (un pour les chaînes généralistes, un pour les chaînes d'information en continu et un pour les radios) ont été mis en place par les services du Conseil pour que chaque opérateur communique ces données en respectant le même format.

Chaque fichier est constitué de plusieurs onglets reprenant les trois grands axes de la délibération.

A noter qu'un guide synthétisant cette méthode déclarative a été adressé aux opérateurs. Ce guide sera complété, à l'usage, en fonction des questionnements apparus au cours du renseignement des fichiers.

2015, une année de « rodage »

Le Conseil tient également à rappeler que cette première année d'application de la délibération du 4 février 2015 constitue une année de « rodage ». Il a pris pleinement conscience des difficultés



rencontrées par les chaînes dans le renseignement des fichiers de déclaration et salue particulièrement les efforts de celles qui ont transmis des déclarations exhaustives¹.

Il a néanmoins constaté quelques imperfections dans ces déclarations² qui pourront être corrigées lors des exercices à venir.

Le présent rapport consiste en un examen de l'ensemble des indicateurs et des engagements, issus de la délibération du 4 février 2015 et transmis au Conseil par chacun des opérateurs, pour l'exercice 2015. Ces indicateurs sont rendus publics comme le prévoit la loi.

¹ Tous les opérateurs ont transmis leur déclaration à l'exception de Numéro 23.

² Certaines étaient incomplètes, d'autres effectuées sur des périodes très partielles, et sur certains genre de programmes seulement, rendant les comparaisons parfois peu pertinentes. Les résultats doivent donc être pris avec prudence.



1. Les indicateurs qualitatifs relatifs à la représentation des femmes à l'antenne

a. La diffusion de programmes contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes

Extrait de la délibération :

« [...] »

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

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

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

* * *

Pour la télévision

Pour l'année 2015, la plupart des chaînes de télévision³ soumises à la délibération ont déclaré des programmes et/ou sujets contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes.

Parmi les programmes déclarés, on retrouve beaucoup de documentaires traitant notamment de l'IVG, des femmes dans la résistance, des agressions sexuelles subies par les femmes en Inde, des mariages arrangés en Thaïlande, de la place des femmes dans les révolutions arabes ou encore des documentaires dressant les portraits de plusieurs femmes issues d'un milieu social modeste et ayant réussi.

Les chaînes ayant déclaré le plus de programmes et/ou sujets contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes sont :

- Chérie 25 avec 58 programmes et/ou sujets (ex : *Sans tabou : Femmes médecins, une vie d'exception, Elizabeth, l'âge d'or*) ;
- France 24 avec 46 programmes et/ou sujets (ex : *ActuElles, trois numéros de L'entretien*) ;

³ Toutes les chaînes de télévision ont déclaré ces programmes, à l'exception de BFMTV, LCI et D8.



- 28 programmes et/ou sujets déclarés pour France 2 (ex : *Histoires courtes*, *Un jour un destin : portrait de Simone Veil*) et également 28 sur France 4 (ex : diffusion de la Coupe de France féminine de football, des matchs féminins de rugby).

Les autres chaînes ont déclaré :

- 17 programmes et/ou sujets pour TF1 (ex : *L'emprise*, *JK Rowling, la magie des mots*) ;
- 14 programmes pour France 5 (ex : *Les audacieuses*, *Le sexisme en politique*) ;
- 11 programmes et/ou sujets pour NRJ 12 (ex : deux numéros de *Tellement vrai* sur les femmes battues, *Les nuits avec mon ennemi*) et D17 (ex : retransmission sportives : football féminin) ;
- 10 programmes déclarés pour France 3 (ex : *IVG, 40 ans après*, *Résistantes*), Gulli (ex : *Génération sport* consacrée à Laura Flessel ou Audrey Tcheuméo) et l'Equipe 21 (ex : *Les filles d'à côté*, *Esprit bleu*) ;
- 9 programmes pour France Ô (ex : *Soirée spéciale contre les violences faites aux femmes*, *Redfern, combat de femmes*) ;
- 7 programmes pour M6 (ex : *La femme en or*, *Plus jamais cela*) et HD1 (ex : deux épisodes de *Julie Lescaut* consacrés au combat de femmes pour s'imposer dans un milieu professionnel à dominante masculine) ;
- 6 programmes et/ou sujets pour NT1 (ex : des numéros de l'émission *Chroniques criminelles* consacrés aux agressions féminines) et l>Télé (ex : *Les entrepreneuses à la tête de start-up*, *Sexisme et politique*, *des femmes journalistes ont publié un manifeste*) ;
- 5 programmes et/ou sujets pour Canal + (ex : *Interdites d'école*, diffusion de l'Euro de basket féminin) et TMC (ex : *Noir comme l'amour*) ;
- 4 programmes pour W9 (ex : programmes sportifs : Coupe du monde de football féminin) ;
- 3 programmes pour 6Ter (ex : *Reign*) ;
- 1 programme pour RMC Découverte (ex : *La bicyclette bleue*) et Paris Première (ex : *Elle était une fois*).

A noter que certaines fictions déclarées comme programmes contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes ont aussi été déclarées dans la liste des programmes qui peuvent se prévaloir d'un caractère non stéréotypé.

Pour la radio

Les radios, à l'exception des stations de Radio France, Europe 1, RFI et NRJ, n'ont pas déclaré de programmes contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes.



Europe 1 a déclaré 52 programmes et/ou sujets (ex : un sujet relatif aux remarques sexistes de Donald Trump, un sujet relatif à l'arrivée du viagra féminin).

En ce qui concerne Radio France, le groupe en a déclaré, au total, 65 (ex : *Les femmes toute une histoire*, *Un jour en France* : « Femmes au foyer la honte ? », *Sur les docks*).

RFI a déclaré 19 programmes et/ou sujets (ex : *Littérature sans frontières* consacré à Christine Angot, *Orient Hebdo* : *Les femmes dans les printemps arabes*).

Enfin les radios du groupe NRJ ont déclaré 13 sujets (ex : « Les freins rencontrés par les femmes : dans la représentativité politique et dans la création d'entreprise », « L'implication de l'actrice Emma Watson dans la Campagne *HeForShe* »).

* *

*

Pour les télévisions et les radios, le Conseil a considéré que 11 programmes déclarés par les chaînes ne pouvaient pas être valorisés au titre des programmes contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes. Ces programmes ont donc été décomptés des déclarations.



Programmes contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes

Groupes	Opérateurs	Programmes contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes
Canal	Canal +	5
Canal	D8	0
Canal	D17	11
Canal	I>Télé	6
L'Equipe	L' Equipe 21	10
France Médias Monde	RFI	19
France Médias Monde	France 24	46
France Télévisions	France 2	28
France Télévisions	France 3	10
France Télévisions	France 4	28
France Télévisions	France 5	14
France Télévisions	France Ô	9
Lagardère	Europe 1	52
Lagardère	Gulli	10
Lagardère	Virgin	0
M6	M6	7
M6	6ter	3
M6	W9	4
M6	Paris Première	1
NextRadioTV	BFM TV	0
NextRadioTV	RMC	0
NextRadioTV	RMC Découverte	1
NRJ	NRJ	5
NRJ	Nostalgie	8
NRJ	NRJ 12	11
NRJ	Chérie 25	58
Numéro 23	Numéro 23	non déclaré
Radio France	France Culture	2
Radio France	France Info	14
Radio France	France Inter	35
Radio France	FIP	1
Radio France	France Bleu	5
Radio France	Le Mouv'	8
RTL	RTL	0
RTL	Fun Radio	0
TF1	TF1	17
TF1	HD1	7
TF1	NT1	6
TF1	TMC	5
TF1	LCI	0

Source : Données fournies par les chaînes début 2016.

b. La diffusion de programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé

Extrait de la délibération :

« [...] »

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

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

* * *

Conformément à la délibération, les chaînes de télévision, avec l'aide des grilles de lecture établies par le Conseil en coopération avec le Haut Conseil à l'égalité et soumises aux éditeurs durant la concertation (cf. annexe 2), ont choisi de déclarer, de manière non exhaustive, certains programmes qu'elles ont jugé pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé⁴. L'auto-évaluation concerne uniquement les programmes de fiction audiovisuelle, l'animation et les programmes de télé-réalité. Ne sont donc pas concernées par ces déclarations, les radios ainsi que les chaînes d'information, qui ne diffusent pas ces genres de programmes.

S'agissant de la fiction audiovisuelle (séries ou unitaires), les chaînes ayant déclaré le plus de programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé sont :

- M6 avec 22 fictions audiovisuelles (ex : *Scandal, Maria la battante*) ;
- France 2 avec 16 fictions audiovisuelles (ex : *Dix pour cent, Disparue*) ;
- France 3 avec 15 fictions audiovisuelles (ex : *La vie devant elles, La loi de Barbara*) ;
- Les deux chaînes du groupe TF1 avec 14 fictions audiovisuelles pour TF1 (ex : *Section de recherches, Profilage*) et 14 pour HD1 également (ex : *www.soeurthérèse.com*)
- 6Ter avec 14 fictions audiovisuelles (ex : *Docteur Quinn femme médecin*) ;

Les autres chaînes ont déclaré :

- 11 fictions audiovisuelles pour W9 (ex : *Glee*) ;
- 7 fictions audiovisuelles pour France Ô (ex : *Cut*), TMC (ex : *Une femme d'honneur*), Canal + (ex : *Panthers*) et Paris Première (ex : *The killing*) ;

⁴ A noter que D8 et D17 n'ont pas déclaré de programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé et que les chaînes France 2, France 3, France Ô et Gulli ont été les seules à avoir communiqué au Conseil les résultats précis de leur évaluation au regard des grilles de lecture.



- 5 fictions audiovisuelles pour Chérie 25 (ex : Diane femme flic) ;
- 4 fictions audiovisuelles pour NRJ 12 (ex : *New-York police judiciaire*) et NT1 (ex : *Grey's Anatomy*) ;
- 1 fiction audiovisuelle pour Gulli (*Chica Vampiro, mortel d'être un vampire*).

S'agissant des programmes « jeunesse », les chaînes ayant déclaré le plus de programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé sont :

- 15 programmes « jeunesse » pour Canal + (ex : *Sarah et Couac*) et Gulli (ex : *Atomic Betty*) ;
- TF1 avec 11 programmes (ex : *Les minijusticiers*).

Les autres chaînes ont déclaré :

- 5 programmes « jeunesse » pour M6 (ex : *K3*) ;
- 3 programmes « jeunesse » pour France 4 (ex : *Super 4-Méthod*) ;
- 2 programmes « jeunesse » pour France 3 (ex : *Peter pan-method*), France 5 (ex : *César et Capucine-Futurikon*) et 6Ter (ex : *Lou*).

Le Conseil constate, sans s'en étonner, que très peu de chaînes ont déclaré des **émissions dites de télé-réalité** à l'exception de TF1 (ex : *Koh Lanta*), M6 (ex : *La meilleure Boulangerie*) et NRJ 12 (ex : *Coup de jeune sur Vegas*).

Ces chiffres sont un point de départ. Dans les années à venir, le Conseil souhaite à la fois une plus grande rigueur dans la sélection de ces programmes et une progression régulière de leur nombre.

D'ores et déjà, le Conseil a considéré que 82 programmes déclarés par les chaînes ne pouvaient pas être valorisés au titre des programmes non stéréotypés soit parce qu'ils ne correspondaient pas aux genres de programmes acceptés à ce titre soit parce qu'ils ne répondaient pas positivement à toutes les questions des grilles de lecture. Ces programmes ont donc été décomptés des déclarations.

2. Les indicateurs quantitatifs relatifs à la représentation des femmes à l'antenne

Extrait de la délibération :

« [...] »

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

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

La liste des présentateurs et/ou animateurs, des journaliste et/ou chroniqueurs, des experts des émissions de plateaux ainsi que des autres intervenants et/ou invités politiques des émissions de plateaux sont communiquées au Conseil à sa demande aux seules fins de vérification. »

* * *

Tous les opérateurs ayant transmis une déclaration au Conseil ont fourni les indicateurs quantitatifs.

Certains groupes ont été particulièrement exemplaires, soit en s'organisant tout au long de l'année comme France Médias Monde soit en faisant un effort important de précision en fin d'année comme TF1, M6, Canal et Lagardère. Ils ont ainsi pu transmettre des déclarations exhaustives.

Certains opérateurs de services de radio ont indiqué au Conseil avoir eu des difficultés à fournir des données détaillées. D'autres comme RFI et Europe 1 y sont parvenus⁵.

⁵ A titre d'exemples, RTL, dans ses déclarations, se fonde sur une semaine type et les données concernant les « invités politiques » se limitent aux interviews de 7h50. Radio France limite ses déclarations aux matinales de France Inter, France Info, France Culture et France Musique concernant les catégories « experts », « autres intervenants » et « invités politiques ». En revanche, les catégories « présentateurs et/ou animateurs » et « journalistes et/ou chroniqueurs » correspondent à l'ensemble de la programmation de Radio France (FIP, France Musique, France Inter, France Info, France Culture).

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

Groupes	Opérateurs	Présentateurs/Animateurs		Journalistes/chroniqueurs		Experts		Autres intervenants		Invités politiques		Global (Pourcentage sur les effectifs globaux)	
		F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H
Canal	Canal +	24%	76%	21%	79%	18%	82%	28%	72%	32%	68%	23%	77%
Canal	D8	57%	43%	49%	51%	-	-	41%	59%	-	-	51%	49%
Canal	D17	71%	29%	73%	27%	-	-	-	-	-	-	72%	28%
Canal	I>Télé	51%	49%	30%	70%	22%	78%	25%	75%	30%	70%	39%	61%
L'Equipe	L'Equipe 21	non déclaré	non déclaré	non déclaré	non déclaré	nd	nd	nd	nd	nd	nd	23%	77%
France Médias Monde	France 24	67%	33%	42%	58%	20%	80%	29%	71%	24%	76%	39%	61%
France Médias Monde	RFI	40%	60%	51%	49%	29%	71%	30%	70%	20%	80%	36%	64%
France Télévisions	France 2	41%	59%	50%	50%	26%	74%	38%	62%	24%	86%	35%	65%
France Télévisions	France 3	46%	54%	60%	40%	36%	64%	31%	69%	31%	69%	31%	69%
France Télévisions	France 4	35%	65%	-	-	45%	55%	-	-	67%	33%	40%	60%
France Télévisions	France 5	47%	53%	51%	49%	25%	75%	43%	57%	25%	75%	35%	65%
France Télévisions	France Ô	72%	28%	69%	31%	-	-	39%	61%	-	-	52%	48%
Lagardère	Europe 1	34%	66%	31%	69%	36%	64%	25%	75%	18%	82%	27%	73%
Lagardère	Gulli	38%	62%	-	-	-	-	44%	56%	-	-	43%	57%
Lagardère	Virgin	33%	67%	-	-	-	-	24%	76%	-	-	27%	73%
M6	M6	62%	38%	50%	50%	59%	41%	26%	74%	47%	53%	52%	48%
M6	6Ter	42%	58%	-	-	47%	53%	32%	68%	-	-	36%	64%
M6	W9	55%	45%	28%	72%	94%	6%*	44%	56%	-	-	50%	50%
M6	Paris Première	58%	42%	68%	32%	15%	85%	34%	66%	14%	86%	61%	39%
NextRadioTV	BFM TV	41%	59%	41%	59%	18%	82%**			19%	81%	33%	67%
NextRadioTV	RMC	17%	83%	19%	81%	24%	76%	8%	92%	24%	76%	16%	84%
NextRadioTV	RMC Découverte	9%	91%	21%	79%	-	-	24%	76%	-	-	46%	54%
NRJ	NRJ	35%	65%	19%	81%	-	-	25%	75%	-	-	24%	76%
NRJ	Nostalgie	50%	50%	46%	54%	-	-	-	-	-	-	46%	54%
NRJ	NRJ 12	36%	64%	43%	57%	14%	86%	59%	41%	100%	0%	55%	45%
NRJ	Chérie 25	100%	0%	25%	75%	56%	44%	83%	17%	-	-	82%	18%
Numéro 23	Numéro 23	non déclaré	non déclaré	non déclaré	non déclaré	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd
Radio France	France Culture	42%	58%	47%	53%	37%	63%	26%	74%	29%	71%	35%	65%
Radio France	France Info	42%	58%	20%	80%	25%	75%	0%	100%***	19%	81%	21%	79%
Radio France	France Inter	40%	60%	43%	57%	20%	80%	16%	84%	21%	79%	29%	71%
Radio France	France Musique	30%	70%	17%	83%	45%	55%	32%	68%	75%	25%	29%	71%
Radio France	FIP	89%	11%	-	-	-	-	-	-	-	-	89%	11%
Radio France	Le Mouv'	27%	73%	47%	53%	-	-	-	-	-	-	37%	63%
RTL	RTL	27%	73%	39%	61%	28%	72%	25%	75%	22%	88%	28%	72%****
RTL	Fun Radio	40%	60%	50%	50%	-	-	-	-	-	-	43%	57%
TF1	TF1	51%	49%	35%	65%	24%	76%	46%	54%	29%	71%	49%	51%
TF1	TMC	52%	48%	33%	67%	100%*****	0%	25%	75%	-	-	51%	49%
TF1	NT1	32%	68%	72%	28%	-	-	23%	77%	-	-	41%	59%
TF1	HD1	0%	100%	-	-	-	-	-	-	-	-	0%	100%*****
TF1	LCI	51%	49%	36%	64%	nd	nd	non déclaré	non déclaré	nd	nd	43%	57%

Source : Données fournies par les chaînes début 2016

* W9 : sur la base de deux émissions : une avec une experte qui a été rediffusée 53 fois et la seconde avec 5 expertes rediffusée 5 fois.

** BFMTV : la distinction n'a pas été opérée entre les catégories « experts » et « autres intervenants ».

*** France Info : sur la base de l'interview politique qui compte rarement des invités autres que politiques.

**** RTL : déclarations portant sur une semaine type.

***** TMC : sur la base de trois émissions.

***** HD1 : sur la base d'un documentaire avec un présentateur, diffusé trois fois.



Ces fichiers de déclaration ont permis au Conseil d'établir plusieurs constats :

➔ **1^{er} constat : Une proportion de femmes et d'hommes encore trop déséquilibrée s'agissant des résultats globaux**

Si l'on se concentre sur les résultats globaux, le Conseil constate que :

- 10 opérateurs sur 40 déclarent une proportion de femmes supérieure ou égale à celle des hommes. Il convient néanmoins de relativiser ces résultats puisque, parmi les 10 diffuseurs concernés, certains ont déclaré peu de programmes. A titre d'exemple, la chaîne W9 déclare un taux de 94 % de femmes « expertes ». Or cette proportion est en grande partie due au fait qu'une seule émission, avec une seule experte, a été rediffusée 53 fois. Le constat est le même pour la radio FIP qui déclare un taux de 98 % de femmes alors qu'il porte uniquement sur la catégorie « présentateurs et/ou animateurs » ;
- 26 opérateurs déclarent une proportion de femmes supérieure ou égale à 35 %. On retrouve parmi ces opérateurs, sept chaînes de télévision dont la part d'audience moyenne annuelle est supérieure à 2,5 % de l'audience totale des chaînes de télévision : France 2, France 5, TF1, TMC, M6, W9 et D8 ;
- 13 opérateurs déclarent une proportion de femmes en dessous de 35 %.

➔ **2^{ème} constat : Un taux de femmes satisfaisant sur certaines catégories**

L'examen des fichiers de déclaration montre notamment que la part des « présentatrices et animatrices » sur les cinq chaînes du groupe France Télévisions et sur cinq chaînes privées dont la part d'audience moyenne annuelle est supérieure à 2,5 % de l'audience totale des chaînes de télévision, à savoir, TF1, TMC, M6, W9 et D8 est presque égale à celle de leurs équivalents masculins. Parfois même supérieure : c'est le cas pour TF1, TMC, France Ô et D8. Sur les trois chaînes d'information en continu, la proportion des femmes « présentatrices et/ou animatrices » est également équilibrée. Il y a même davantage de présentatrices que de présentateurs sur LCI et I>Télé.

Les radios semblent éprouver plus de difficultés à mettre des femmes à l'antenne (notamment RMC avec 17 % de présentatrices et animatrices). Ce constat a déjà été effectué en 2014 par le Conseil : « *Lorsque le média ne comporte plus d'image mais seulement des voix, les présentatrices, en augmentation sur les écrans, disparaissent de l'antenne pour laisser place aux hommes* » (cf. rapport sur la présence des femmes dans les éditions d'information réalisé par l'Ina pour le compte du CSA).

Le même constat peut être fait sur la catégorie « journalistes et/ou chroniqueurs ». A titre d'exemple, sur les chaînes du groupe France Télévisions, le taux de femmes « journalistes et/ou chroniqueuses » est de 50 % sur France 2, 60 % sur France 3, 51 % sur France 5 et 69 % sur France Ô.



→ **3^{ème} constat : De faibles taux de femmes sur les catégories « experts » et « invités politiques » qui restent entre 20 et 30 % dans la majorité des cas**

Dans les programmes d'information, les résultats de la vague 2015 du baromètre de la diversité concernant la présence des femmes montrent une stagnation du taux de présence des femmes, 36 % en 2015 et 2014, et même une baisse de ce taux dans les sujets liés à l'actualité française des programmes d'information, 35 % en 2015 contre 36 % en 2014.

Cette tendance se vérifie puisque, s'agissant des déclarations des chaînes d'information, notamment celles de BFM TV et I>Télé, le Conseil constate que la proportion des femmes dans les catégories « experts », « autres intervenants » ou « invités politiques » ne dépasse pas 30 % en moyenne.

S'agissant des chaînes généralistes proposant des programmes d'information et/ou de débats, on retrouve cette même tendance. Il est à noter que l'émission « *C dans l'air* », diffusée sur France 5, ne compte que 25 % d'expertes (pour mémoire, le Contrat d'Objectifs et de Moyens de France Télévisions prévoyait pour cette catégorie un engagement global de 30 % pour fin 2014), et que l'émission « *C politique* », diffusée sur France 5, compte 19 % de femmes « invitées politiques ». Le taux d'expertes tombe même à moins de 20 % pour Canal +.

Le Conseil constate que cette sous représentation concerne également les radios généralistes (France Inter, Europe 1, RTL et RMC) sur lesquelles la proportion des femmes dans la catégorie « invités politiques » ne dépasse pas 25 % en moyenne. Celle des femmes dans la catégorie « autres intervenants » n'est pas plus élevée puisqu'elle est globalement comprise entre 8 % et 25 %.

→ **Les cas particuliers**

Les émissions dites de télé réalité

L'examen des fichiers de déclaration montre que les chaînes de télévision proposant des programmes dits de télé réalité ont une proportion de femmes à l'antenne plus importante que les autres.

Par exemple, sur NRJ 12, la proportion des femmes à l'antenne s'élève à 55 % et sur W9 elle s'élève à 50 %. Cependant ces taux ne sont pas forcément le signe d'une bonne représentation des femmes à l'antenne.

En effet, dans le cadre de l'étude que le Conseil a menée en 2014 sur les stéréotypes féminins pouvant être véhiculés dans les programmes de divertissement, de fiction et d'animation, il avait relevé que, d'une manière générale, les programmes de divertissement étaient particulièrement vecteurs de stéréotypes que ce soit par les profils mis en scène ou les rapports hommes-femmes qui sont présentés. Dans ces programmes les femmes sont essentiellement valorisées au travers de leur apparence physique.



Les radios à dominante musicale

Par ailleurs, l'examen des fichiers de déclaration montre également que la proportion hommes/femmes est équilibrée sur les deux radios à dominante musicale que sont Nostalgie (Groupe NRJ) et Fun Radio (Groupe RTL), notamment s'agissant des « présentateurs et/ou animateurs », de « journalistes et/ou chroniqueurs » (50 % de présentatrices pour Nostalgie et 40 % pour Fun radio). Ce bon résultat s'explique notamment par l'absence des catégories « autres intervenants », « invités politiques » ou encore « experts » sur leurs antennes.

A noter que pour deux autres radios à dominante musicale, Virgin (Groupe Lagardère) et NRJ (Groupe NRJ), les taux globaux de femmes et d'hommes sont davantage déséquilibrés, ces résultats s'expliquant notamment par la présence d'invités non politiques, parmi lesquels les femmes sont relativement peu représentées (environ 25 % de femmes « autres intervenants »).

Conclusion

L'analyse des données transmises par les télévisions et radios au Conseil montre que, globalement, les femmes sont moins représentées à l'antenne que les hommes.

Le Conseil constate une sous-représentation de ces dernières chez les « experts », « autres intervenants » et « invités politiques » aussi bien pour les radios que pour les télévisions.

Néanmoins il relève, de manière générale, que les proportions d'hommes et de femmes dans les catégories des « présentateurs et/ou animateurs » et des « journalistes et/ou présentateurs » sont davantage à l'équilibre.

Par ailleurs, le Conseil relève avec satisfaction que la plupart des chaînes de télévision ont déclaré un nombre important de programmes luttant contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes.

En ce qui concerne les programmes exempts de tout stéréotype, le Conseil souhaiterait à la fois plus de rigueur dans la sélection des œuvres choisies et un plus grand nombre de programmes respectant les critères des trois grilles concernant la fiction audiovisuelle, les programmes « jeunesse » et les programmes dits de télé-réalité.

Enfin, le Conseil se félicite que le Groupe France Médias Monde se soit prêté à l'exercice des engagements optionnels prévus par la délibération, concernant la future programmation et l'évolution des ressources humaines et invite les autres éditeurs à s'inspirer de cette démarche.

Le Conseil tient à rappeler que l'année 2015, première année d'application de la délibération, constitue une année de « rodage ». Pour l'exercice 2016, le Conseil souhaite que les efforts se poursuivent quant aux délais de restitution, à la sélection des programmes et à l'exhaustivité des déclarations afin de pouvoir constater, le 31 janvier 2017, des progrès là où des insuffisances ont été relevées.

Le Conseil va organiser une rencontre avec les opérateurs dans le courant du mois de mars 2016 afin de tirer un bilan de cette première expérience.

Annexes

- Annexe 1 :** Délibération n°2015-2 du 4 février 2015 relative au respect des droits des femmes par les sociétés mentionnées à l'article 20-1-A de la loi du 30 septembre 1986.
- Annexe 2 :** Grilles de lecture élaborées par le Conseil en coopération avec le Haut Conseil à l'égalité.



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Conseil supérieur de l'audiovisuel

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

NOR :

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel,

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

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

Après en avoir délibéré,

Décide :

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



- le nombre des autres intervenants et/ou invités politiques des émissions de plateaux (hors reportages, témoignages ou documentaires) répartis par sexe et leur proportion respective.

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

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

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

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

III. - Engagements optionnels

A. La programmation

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

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



B. Les ressources humaines

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

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

IV. Modalités de mise en œuvre de la présente délibération

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

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

V. Suivi assuré par le Conseil

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

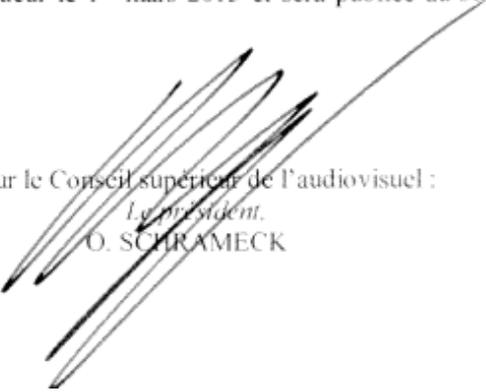
Le Conseil examine également la mise en œuvre des engagements optionnels pris par les éditeurs.

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

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

Fait à Paris, le 4 février 2015.

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





Annexes

Indicateurs de la présence de stéréotypes dans les fictions

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

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



Indicateurs de la présence de stéréotypes dans les programmes jeunesse

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

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



Indicateurs relatifs aux programmes dits de télé-réalité

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

1. Le sujet de l'émission est-il de développer un talent personnel ou d'améliorer une compétence plutôt que de tester des personnes en situation de dépendance ou de recherche amoureuse ?

2. Les participants échappent-ils aux codes de « l'hyper sexualisation » ? :
 - Les participantes ne cherchent pas de manière caricaturale à ressembler à un idéal de beauté véhiculé par la société ?
 - Les participantes n'ont pas recours systématiquement à la séduction ?
 - Les tenues des participantes sont-elles en adéquation avec la situation du moment ?
 - Les participants échappent-ils aux archétypes de sexe (exemples non exhaustifs : le séducteur, l'hyper-viril) ?

3. La présentation des participantes (dans le générique ou au début de l'émission lors des présentations) est-elle aussi valorisante que celle de leurs homologues masculins ?

4. Les participantes renvoient-elles globalement une image d'indépendance par rapport aux hommes ?

5. Évite-t-on de voir une répartition non équilibrée et sexuée des tâches de la vie quotidienne ou de la vie en communauté ?