

RAPPORT

La représentation
de la diversité de la société
dans les médias – 2013-2023

Novembre 2024

INTRODUCTION

L'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom) est chargée de contribuer, dans son domaine de compétences, aux actions en faveur de la cohésion sociale et à la lutte contre les discriminations. Elle veille, notamment, à ce que les antennes reflètent la diversité de la société française.

Au-delà de son action quotidienne, qui la conduit à intervenir lorsque des programmes sont susceptibles d'inciter à la haine ou d'encourager des comportements discriminatoires, l'Arcom s'est dotée, dès 2009, d'une délibération (annexe 1) tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française à l'antenne en incitant les éditeurs à prendre des engagements annuels en ce sens.

Il est attendu, d'une part, que la représentation de la société à l'antenne reflète tous les profils qui la composent et, d'autre part, qu'elle concourt à atténuer les phénomènes de discrimination qui la fracturent.

Pour mesurer l'évolution de la représentation de la société à la télévision, l'Arcom publie annuellement, depuis 2009, un baromètre, qui fournit des indicateurs quantitatifs et qualitatifs sur la perception de la société représentée à l'antenne. Ce baromètre est un outil mis à la disposition des éditeurs pour leur permettre d'atteindre les objectifs fixés par la loi et déclinés par le cadre réglementaire prévu par l'Arcom.

Plus de dix ans après leur entrée en vigueur, le présent rapport examine, sur la période 2013-2023, les initiatives prises par les éditeurs de communication audiovisuelle (1), les démarches entreprises par l'Arcom pour promouvoir une juste représentation de la diversité ainsi que leurs effets mesurés (2) et les actions de l'Autorité pour lutter contre la discrimination à travers ses interventions auprès des éditeurs (3).

Il souligne les progrès accomplis et les défis persistants, dans un contexte marqué par une sensibilité croissante aux enjeux de diversité et d'égalité.

Synthèse

LES ENGAGEMENTS DES EDITEURS

Avancées notables :

- Nette **augmentation** des engagements des éditeurs en faveur de **l'insertion professionnelle** des personnes en situation de **handicap** (participation au DuoDay, aménagements de postes, etc.)
- De nombreux engagements relatifs à la gestion des **ressources humaines**

LA REPRESENTATION DE LA DIVERSITE DE LA SOCIETE A LA TELEVISION 2013-2023

- **Des progrès notoires dans la fiction :** Ces dernières années, les programmes de **fiction** ont œuvré pour une **représentation plus inclusive** de la diversité parmi leurs personnages, tant sur le plan qualitatif que quantitatif. L'Arcom salue les efforts réalisés.

Evolution 2013-2023 : La part de **femmes** et de **- 20 ans** a **progressé** à l'écran. La part des personnes perçues comme « **non blanches** » n'a pas évolué. Les parts des personnes de **+65 ans**, et des personnes **handicapées** ont **stagné** et la représentation des **CSP-** a été **divisée par deux**.

- **Les personnes perçues comme « non blanches »** sont représentées à hauteur de **15%** depuis 2013. Leur présence est particulièrement **faible** dans les programmes d'**information**. Elles sont proportionnellement plus **représentées négativement**. A l'inverse de cette tendance, dans les programmes de **fiction**, les personnages perçus comme non blancs sont proportionnellement plus représentés **positivement**. Les seules catégories socio professionnelles où les personnes perçues comme non blanches sont fortement représentées sont les **activités marginales ou illégales**. Enfin, elles sont **peu présentes dans les sujets liés à la politique française**.

- **La part des femmes** a augmenté sur 2013-2023, de 37% à **40% (+3 points)** et, en 2023, elles étaient plus présentes dans les programmes à forte audience. Cette évolution positive est probablement imputable à la loi n° 2014-873 du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes. Toutefois, des progrès restent à faire. En plus du fait que la parité ne soit toujours pas atteinte, les femmes sont **sous-représentées** à l'écran parmi les personnes **actives** et leur **représentation diminue avec l'âge**. La répartition des **thématiques** apparaît particulièrement genrées en 2023 : les femmes sont **surreprésentées** dans les sujets en lien avec **l'éducation** et le **quotidien**, mais elles sont **sous-représentées** dans les sujets **régaliens** et **scientifiques**.
- **Le handicap** est fortement **invisibilisé** à l'écran (**0,7%** en moyenne entre 2013 et 2023), en particulier sur les chaînes d'information en continu, et les personnes en situation de handicap sont représentées de manière **moins diverse** (moins de cadres, de femmes...). Sur 2022-2023, les handicaps **moteurs** et **cognitifs** étaient ceux qui étaient les plus représentés.
- **Les CSP-** sont **deux fois moins représentées** à l'écran qu'elles ne le sont en **réalité** dans la société et, en 10 ans, leur taux a diminué de moitié pour chuter à 8% en 2023. Les **CSP+** représentent **75%** des professions montrées à la télévision en 2013-2023, soit plus du **double** de la **réalité** de la population.
- **Concernant l'âge**, les personnes entre **20 et 49 ans** sont **surreprésentées**, celles de **- 20 ans** et **+ 65 ans** sont **sous-représentées**. Les - 20 ans apparaissent dans les fictions mais très peu dans l'information, alors qu'à l'inverse les +65 ans apparaissent parfois dans l'information mais très peu dans les fictions.
- **Concernant les lieux de résidence**, les **centres-villes** historiques sont **surreprésentés** par rapport aux autres lieux de résidence. La part des personnes résidant dans les grands ensembles de **banlieues populaires** **augmente**, en particulier dans la **fiction**.
- **Les personnes en situation de précarité** sont **14 fois moins représentées** à la télévision que dans la **réalité**.

LES ACTIONS DE L'ARCOM

Les interventions de l'Arcom en cas de manquement des éditeurs à leurs obligations : sur la période 2013-2023, l'Arcom est **intervenue 48 fois** auprès des éditeurs en lien avec la lutte contre les

discriminations : à **18** reprises concernant l'image des **femmes**, **13** sur **l'origine**, **11** sur la **religion**, **4** sur la thématique **LGBT+** et **2** fois sur le **handicap**.

Entre 2020 et 2023, les thématiques de **l'origine** et de la **religion** représentaient **plus de la moitié (62%) des dossiers** traités par l'Arcom en matière de propos discriminatoires ou haineux.

Entre 2020 et 2023, la thématique **LGBT+** a suscité beaucoup d'émoi. Les plaintes sur cette thématique représentaient **près de la moitié (19 080) du total des saisines** en lien avec les discriminations

Enfin, l'Arcom constate **l'efficacité de la loi du 4 août 2014** qui **renforce sa compétence** afin de lutter contre les préjugés sexistes, de propos stéréotypés ou véhiculant des images dégradantes à l'égard des **femmes**. Pour illustration, ces dernières années, l'autorité est intervenue auprès des éditeurs pour 4 dossiers sur les 18 qu'elle a examinés, soit autant que pour des propos sur l'origine, bien que cette thématique ait concerné deux fois plus de dossiers traités par l'Arcom. En effet, l'Arcom ne dispose pas de base légale pour agir de manière aussi efficace contre les préjugés autres que sexistes.

Les actions incitatives de l'Arcom : au cours des 10 dernières années, l'Arcom a mené de nombreuses actions afin de lutter contre les discriminations et veiller à une juste représentation de la société en France. En concertation régulière avec des institutions et la société civile (CNCDH, le CNV, associations...) elle a notamment **affiné la méthodologie de l'étude du baromètre** en intégrant de nouveaux critères (âge, situation de précarité), contribué à l'élaboration de **chartes visant à favoriser l'insertion professionnelle des personnes en situation de handicap** ou à améliorer leur représentation qualitative à l'écran. C'est en ce sens qu'elle a engagé une réflexion avec les différentes parties prenantes pour mieux appréhender le traitement des sujets LGBT+ à l'antenne.

À VENIR

Après 16 ans, le baromètre nécessite certaines évolutions, pour permettre une analyse plus fine des initiatives des chaînes, et des critères de comparaison renouvelés. C'est pourquoi **l'Arcom entend impulser une nouvelle dynamique** en procédant à la **refonte** de sa **délibération** diversité et en la fusionnant avec sa délibération sur la représentation des femmes. L'Arcom va également aménager son outil d'évaluation en proposant un baromètre renouvelé

INTRODUCTION 2

I. LA REPRESENTATION DE LA DIVERSITE : UNE PREOCCUPATION GRANDISSANTE DES EDITEURS 8

1. Handicap 9
2. Origines et religion..... 9
3. CSP 9
4. Droits des femmes et questions de genre 10
5. Lieux de résidence 10
6. Age..... 11

II. L'ACTION DE L'ARCOM POUR PROMOUVOIR LA DIVERSITE..... 12

1. Mesurer annuellement la représentation de la diversité sur les antennes (2013-2023) .. 12
 - 1.1. Evolution 2013-2023 : des progrès perceptibles dans plusieurs domaines15
 - DEUX FOIS PLUS DE JEUNES A LA TELEVISION ENTRE 2013 ET 2023.....15
 - LA PART DES FEMMES EN HAUSSE ENTRE 2013 ET 202316
 - 1.2. Evolution 2013-2023 : des stagnations et des sous-représentations persistantes19
 - UNE SOUS-REPRESENTATION DES CSP- QUI S'AGGRAVE DEPUIS 201320
 - UNE REPRESENTATION DES PERSONNES PERÇUES COMME « NON-BLANCHES » STABILISEE AUTOUR DE 15%.....21
 - 0,7% DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP EN MOYENNE SUR LA PERIODE24
 - LIEU DE RESIDENCE : UNE SURREPRESENTATION DES CENTRES-VILLES26
 - UNE SOUS-REPRESENTATION DE LA PRECARITE QUI OSCILLE AUTOUR DE 1%28
2. RECUEILLIR DES ENGAGEMENTS DE LA PART DES EDITEURS 29
 - 2.1. Des engagements relatifs à la gestion des ressources humaines toujours plus enrichis.....29
 - 2.2. Des engagements relatifs à la programmation peu nombreux et rarement chiffrés30
3. Impulser des temps forts pour mettre en valeur la diversité de la société en France 31

III. L'ACTION DE L'ARCOM POUR LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS 34

1. La lutte contre les propos haineux, discriminatoires ou portant atteinte à l'image des femmes 34
2. Les limites auxquelles l'Arcom est confrontée dans l'exercice de ses missions 37

IV. 2024 : UNE ANNEE CHARNIERE A PLUSIEURS EGARDS.....38

- 1. Une année olympique à Paris 38**
- 2. Une année électorale 38**
- 3. La refonte des délibérations « droits des femmes » et « diversité » en une unique
délibération et de renouvellement de son baromètre..... 40**

Annexe 1 : délibération « diversité » de 2009.....41

Annexe 2 : définition des termes utilisés par l'Arcom.....44

I. LA REPRÉSENTATION DE LA DIVERSITÉ : UNE PRÉOCCUPATION GRANDISSANTE DES ÉDITEURS

Les éditeurs montrent une **préoccupation grandissante** pour les sujets de **cohésion sociale**, comme en témoigne leur engagement croissant dans la programmation et la diffusion de contenus liés à la diversité et à l'inclusion. Cette tendance se manifeste de plusieurs manières :

Tout d'abord, l'Arcom constate une forte **mobilisation des éditeurs** à l'occasion d'événements nationaux et internationaux significatifs. Qu'il s'agisse de la Journée Internationale du **Sport Féminin**, de la Journée mondiale contre **l'homophobie**, la **transphobie** et la **biphobie**, de la Journée mondiale de sensibilisation à **l'autisme**, ou encore de la Journée mondiale de lutte contre le **SIDA**, les chaînes s'engagent à mettre en lumière ces thématiques importantes. De plus, elles participent activement aux initiatives promues par l'Arcom, telles que la **semaine du handicap**, la journée mondiale de la **trisomie 21** ou l'opération « **Jouons ensemble** ».

Lors de ces événements, les éditeurs adoptent une approche inclusive en **donnant la parole aux personnes** directement **concernées** et aux **associations** œuvrant dans ces domaines. Ils diffusent également des programmes de **sensibilisation**, contribuant ainsi à une meilleure compréhension de ces enjeux par le grand public.

Au-delà de ces temps forts, les grands groupes audiovisuels intègrent de plus en plus la diversité dans leurs programmes phares réguliers. Que ce soit dans les fictions quotidiennes, les émissions de télé-réalité ou divers divertissements, on observe un effort pour refléter la pluralité de la société française parmi les participants et les personnages mis en scène.

L'Arcom salue particulièrement le **succès** de la **couverture** des **sujets de cohésion sociale** dans des **programmes emblématiques**, diffusés à des heures de **grande écoute**. Ces initiatives touchent un large éventail de thématiques, allant du handicap aux origines et religions, en passant par les classes sociales, les droits des femmes et les questions de genre, les lieux de résidence et l'âge. La diversité des formats utilisés, incluant fictions et documentaires, permet d'aborder ces sujets sous différents angles, enrichissant ainsi le débat public.

1. Handicap



« La brigade extraordinaire. », M6, documentaire sur des personnes porteuses de trisomie 21 qui travaillent dans un restaurant

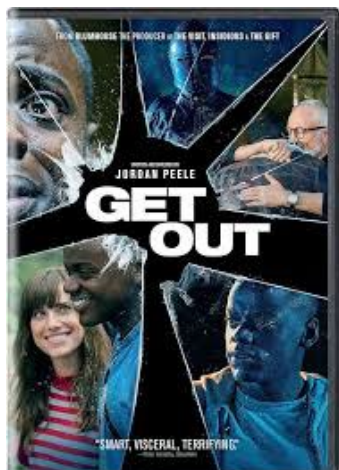


« Les bracelets rouges », TF1, série sur la vie d'enfants atteints d'une maladie



1, France Télévisions, téléfilm sur l'autisme

2. Origines et religion



« Get out », diffusé sur Canal Plus puis sur France Télévisions, film sur le racisme



« Antisémitisme », France Télévisions, documentaire sur l'antisémitisme



« L'Arabe dans le poste », TF1, documentaire sur la représentation télévisuelle des personnes arabes

3. CSP



« Les invisibles », Canal Plus, film sur des femmes sans domicile fixe



« Des ordures et des hommes », France Télévisions, documentaire sur le métier d'éboueur



« La rue des allocs », M6, série documentaire sur des personnes en situation de précarité

4. Droits des femmes et questions de genre



« Il est elle », TF1, téléfilm sur la transidentité



« Drag Race France », France Télévisions, concours de dragshow



« Perfect Queens », NRJ 12, dragshow



« Je ne suis pas une salope, je suis journaliste », Canal Plus, documentaire sur le sexisme dans le journalisme



Balance tes réseaux, M6, cyberharcèlement

5. Lieux de résidence



« Nous Paysans », France Télévisions, monde rural et agricole

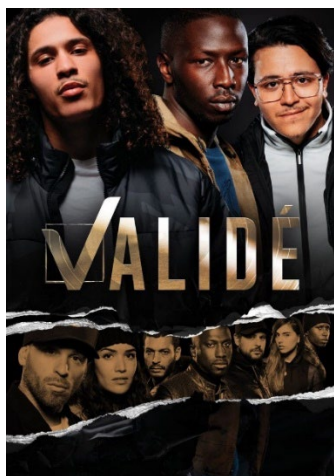


« Meufs de (la) cité », France Télévisions, documentaire sur les femmes résidant dans une banlieue populaire



« L'amour est dans le pré », M6, télé réalité dans le monde agricole

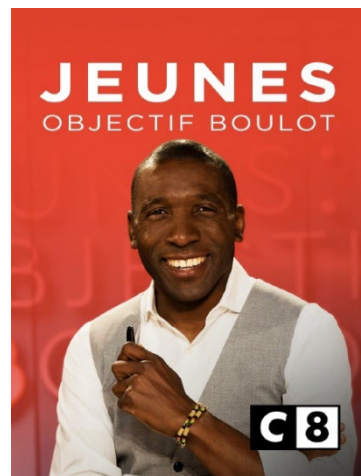
6. Age



« Validé », Canal Plus, série sur des jeunes rappeurs et rappeuses



« Peut-on vivre vieux, vivre heureux ? », Dans quelle France on vit, Altice média, enquête sur les personnes âgées



« Jeunes objectif boulot », C8, magazine sur l'insertion professionnelle des jeunes

Ces exemples d'initiatives témoignent d'une **prise de conscience croissante** des groupes audiovisuels quant aux enjeux de représentation et d'une volonté réelle d'y répondre. Cependant, **malgré ces efforts louables** et **l'audience générée** par ces programmes, l'Arcom note que **ces avancées ne se reflètent pas encore suffisamment dans les données statistiques du baromètre de la diversité**. Ce constat souligne la nécessité de poursuivre et d'intensifier les efforts pour une représentation plus fidèle et équilibrée de la diversité de la société française dans les médias audiovisuels.

II. L'ACTION DE L'ARCOM POUR PROMOUVOIR LA DIVERSITE

1. Mesurer annuellement la représentation de la diversité sur les antennes (2013-2023)

D'après les constats du baromètre de l'Arcom ([2.1](#)), la part des femmes à l'écran a progressé entre 2013 et 2023, progrès probablement imputables à la loi n° 2014-873 du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes. Les parts des personnes de +65 ans, perçues comme non blanches et de personnes handicapées ont quant à elles stagné ([2.2](#)). Les représentations des critères de CSP, de lieu de résidence et de précarité sont en déclin sur la période ([2.3](#)). En outre, les personnes perçues comme non blanches sont représentées plutôt positivement dans les fictions et plutôt négativement dans l'information ([2.4](#)), les femmes sont sous-représentées parmi les personnes séniors et les personnes actives ([2.5](#)) et les personnes en situation de handicap sont représentées de manière moins diverse que les autres ([2.6](#)). Enfin, les -20 ans apparaissent dans les fictions mais très peu dans l'information, alors qu'à l'inverse les +65 ans apparaissent parfois dans l'information mais très peu dans les fictions.

Indications de lecture :

- Dans les graphiques, le résultat le plus haut est indiqué par un losange, le résultat le plus bas par un rond.
- Sauf indication contraire, les données chiffrées correspondent à une moyenne portant sur la période 2013-2023 et sur l'ensemble des genres de programmes.

Le **baromètre** a été réalisé à partir du visionnage :

- de **19 chaînes** de la TNT¹ ;
- pendant **2 semaines** par an
- sur les tranches horaires de **17 h à 23 h**² ;

¹ Les 19 chaînes indexées sont : TF1 ; TMC ; TFX ; France 2 ; France 3 ; France 4 ; France 5 ; France info ; M6 ; W9 ; Canal+ ; C8 ; CStar ; CNews ; BFM TV ; LCI ; NRJ 12 ; Gulli ; RMC Story.

² Les émissions dont plus de 50 % de la durée est entre 17 h et 23 h est indexée dans sa totalité. Les programmes d'information de mi-journée (TF1, France 2, France 3, M6, C8) ont également été indexés. Il convient de noter qu'en 2015 et 2017, le sport et les divertissements n'ont pas été indexés.

Le baromètre recense les personnes prenant la parole³ selon la perception de

- 7 critères quantitatifs de perception : **l'origine**⁴, le **genre**⁵, le **handicap**, **l'âge**, la catégorie **socio-professionnelle**⁶, la situation de **précarité** et le lieu de **résidence**⁷
- et 3 critères qualitatifs de perception : **l'attitude** (positive, négative, neutre), le **statut** (héro, principal secondaire⁸) et la **thématique**⁹.

Les critères analysés ne désignent pas la représentation réelle des catégories visées, mais uniquement leur **perception** par le public¹⁰. La mention « *personne perçue comme [...]* » n'est pas précisée dans le texte pour plus de fluidité, mais il faut considérer que tous les critères analysés sont compris comme des **critères perçus et non comme des critères réels**¹¹.

Le travail d'indexation a concerné, sur la période **2013-2023**¹²

- 32 378 séquences d'émission (**20 838h**), dont 10 014 de fictions (5 841h), 10 056 d'information (6 924h), 7 210 de magazines/documentaires (4 560h), 4 321 de divertissements (3 074h) et 598 de retransmissions sportives (427h)¹³.
- Près de **500 000** personnes indexées

³ Les personnages ne présentant pas de caractéristiques anthropomorphiques ne sont pas indexés (c'est par exemple le cas de certaines œuvres d'animation).

⁴ Les catégories de perception de l'origine sont : perçu comme « blanc », « noir », « arabe », « asiatique » ou « autre ».

⁵ Les genres indexés sont : perçu comme « femme », « homme » ou « autre ».

⁶ Les CSP indexées sont celles catégorisées par l'INSEE soit : perçu comme CSP+ (Artisan, commerçant et chef d'entreprise de moins de 10 salariés ; Cadre, profession libérale, profession intellectuelle supérieure et chefs d'entreprise de plus de 10 salariés ; Profession Intermédiaire, techniciens, contremaître, agent de maîtrise ; Agriculteur, exploitant) ; CSP- (Employé et personnel de service ; Ouvrier qualifié et non qualifié) ; non actifs (Retraité ; Autre personne sans activité professionnelle) ; autre (Activités marginales ou illégales). A noter que la perception de la CSP ne préjuge pas nécessairement du niveau de vie (par exemple, toutes les personnes perçues comme agricultrices sont indexées dans la même CSP alors même que de grands écarts de niveau de vie peuvent exister).

⁷ Lieux de résidence : perçu comme résidant en : « centre-ville », « quartiers périphériques de pavillon et de petits immeubles », « grands ensembles de banlieues populaires », « villages », « Outre-mer ».

⁸ Des coefficients de 1 à 6 sont attribués aux personnes indexées selon la nature du rôle qu'elles tiennent et selon la durée du programme. L'ensemble des résultats présentés dans l'étude sont pondérés (certains résultats non pondérés présentés dans des rapports précédents peuvent donc présenter de légères différences avec les résultats du présent rapport).

⁹ Les thématiques sont : Vie quotidienne, tourisme et loisirs, technologies, sport, société, sciences, santé, politique française, défense et sécurité, justice, international, histoire et hommages, faits divers, environnement, éducation, économie, culture, autre. Toutes les thématiques traitées par la personne indexées sont sélectionnées.

¹⁰ Par exemple, une personne peut être porteuse d'un handicap sans que cela ne soit perceptible ni explicitement ni implicitement par le public. Dans cette hypothèse, la personne sera indexée comme valide, quand bien même dans la réalité c'est une personne en situation de handicap.

¹¹ Sauf mention contraire, notamment lorsque des données INSEE sont mises en parallèle avec les données de perception à la télévision.

¹² Sur l'année 2023 uniquement (du 22 au 28 mai et du 18 au 24 septembre 2023), le périmètre était le suivant : 2763 séquences d'émission (1 753h), dont 866 de fictions (469h), 681 d'information (429h), 599 de magazines/documentaires (434h), 506 de divertissements (352h) et 62 de retransmissions sportives (61h), soit 43 810 personnes indexées.

¹³ Les programmes restants sont indexés dans la catégorie « autres genres de programmes ».

Les critères quantitatifs permettent de comparer, lorsque cela s'avère possible, la composition de la société à celle donnée à voir. Considérant que seuls des médias fidèles à la diversité de la société sont susceptibles de susciter son adhésion, ces critères, sans constituer des objectifs chiffrés stricts pour les éditeurs, doivent leur permettre de prendre des mesures correctives lorsque les écarts constatés ne s'expliquent pas (par exemple, les programmes faisant intervenir une majorité de professionnels des médias tendent naturellement à surreprésenter les personnes en âge de travailler et relevant de catégories socio-professionnelles supérieures, notamment compte tenu de la classification de leur métier, ce qui n'appelle pas de mesures correctives).

Les critères qualitatifs permettent d'apprécier plus finement les représentations médiatiques et donc d'en corriger, le cas échéant, les biais. Les éditeurs peuvent également être invités à utiliser ces représentations au service d'une lutte active contre les stéréotypes, les préjugés et les discriminations qu'ils entraînent.

A cet égard, on relèvera que les derniers travaux de l'Insee en la matière¹⁴ mettent en évidence une augmentation du sentiment de discrimination en 10 ans (2009-2020) – pouvant à la fois refléter, d'une part, une augmentation des traitements défavorables subis et, d'autre part, une plus grande sensibilité à la question des discriminations – davantage marquée pour les femmes.

Le motif sexiste est devenu la principale source de discrimination pour les femmes : 47% pensent avoir été discriminées en raison de leur sexe, contre 28 % en 2008-2009, où elles citaient ce motif après l'origine, la nationalité ou la couleur de peau. Pour les hommes, l'origine demeure le principal motif de discrimination ressentie (dans 57% des cas, contre 31% pour les femmes en 2019-2020).

Ces critères méritent ainsi une attention toute particulière de sorte à ce que les représentations médiatiques participent au recul des discriminations ressenties.

¹⁴ INSEE, « En dix ans, le sentiment de discrimination augmente, porté par les femmes et le motif sexiste », 2022.

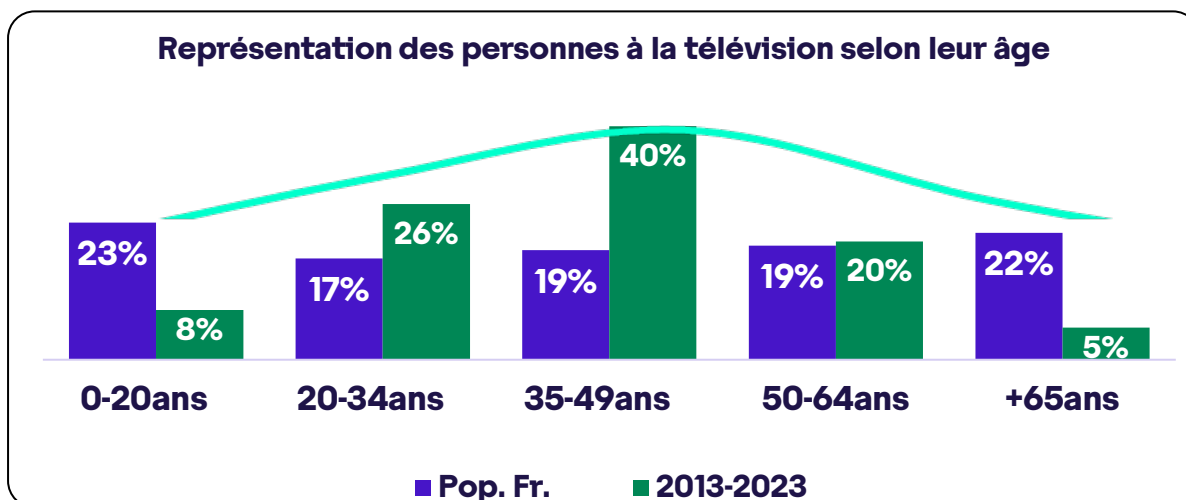
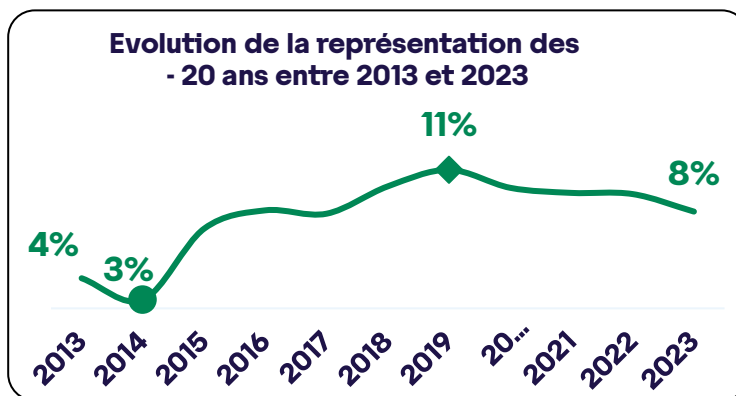
1.1. Evolution 2013-2023 : des progrès perceptibles dans plusieurs domaines

- *DEUX FOIS PLUS DE JEUNES A LA TELEVISION ENTRE 2013 ET 2023*

La part de personnes de **- 20 ans** a **doublé** entre 2013 (4%) et 2023 (8%). Elle avait atteint les 11% en 2019. Toutefois, ces proportions restent inférieures à la réalité de la population en France¹⁵ qui compte 23% de - 20 ans¹⁶.

Parallèlement, en 2023 comme sur l'ensemble de la période 2013-2023¹⁷, les

20 - 49 ans étaient **surreprésentés** à la télévision par rapport à leur part réelle dans la population, en particulier les **35 - 49 ans**, qui sont **deux fois plus** représentés à la télévision que dans la population.



La représentation des **- 20 ans** dans les **fiction**s télévisées est presque identique à leur part dans la population française¹⁸, mais elle est cinq fois moins importante dans les programmes d'information, les magazines ou les documentaires. Toutefois, cela pourrait en partie être expliqué par des motifs de protection de l'image des personnes mineures. Enfin, les personnes de **+ 65 ans** sont **quatre fois moins** représentées à la télévision que dans la population en France.

¹⁵ Données INSEE 2023

¹⁶ Il convient de noter que l'intervention des moins de vingt ans à la télévision est limitée du fait que les personnes mineures ne peuvent occuper certains rôles de représentation.

¹⁷ Les données sont identiques.

¹⁸ Les personnes de moins de 20 ans composaient 21% des personnages de fiction, un chiffre presque identique à leur part réelle dans la population en France (23%).

• LA PART DES FEMMES EN HAUSSE ENTRE 2013 ET 2023

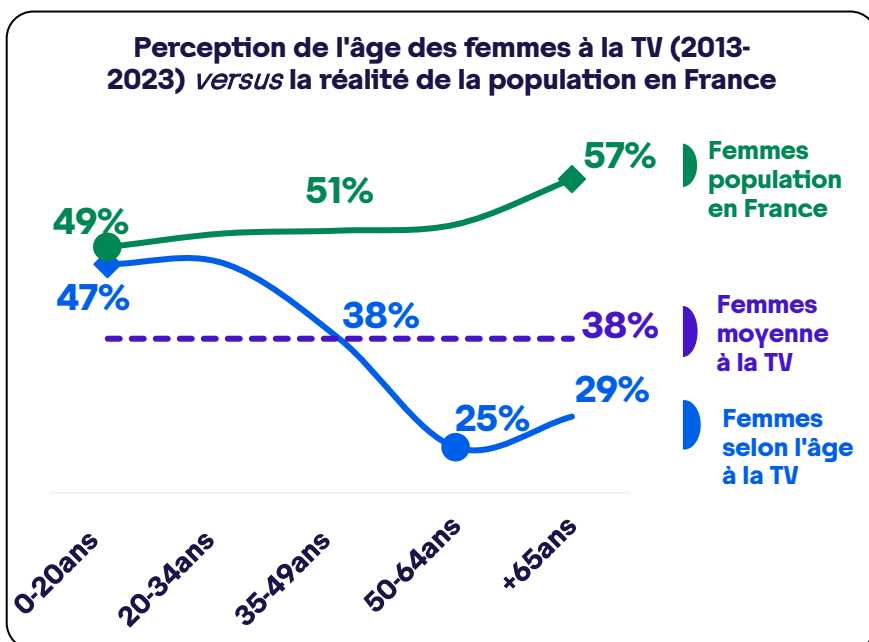
La part des femmes à la télévision a **augmenté** entre 2013 et 2023 (de 37% à 40%, **+3** points). En moyenne, elle était de 38% sur la période. Il est intéressant de noter qu'en 2023 dans les 10% des programmes qui faisaient le **plus d'audience**, les femmes étaient représentées à hauteur de **45%**.

Comme cela a été constaté dans le rapport 2023 de l'Arcom sur la représentation des femmes et des hommes à la télévision et à la radio, les **chaînes d'information en continu représentent moins les femmes** que les autres chaînes¹⁹, en particulier CNews²⁰ et BFM TV²¹. Inversement, les chaînes généralistes sont celles qui les représentent le plus²², en particulier TFX²³ et M6²⁴. Parmi les chaînes thématiques, Gulli a atteint la parité en 2023.

Une proportion de femmes de moins de 20 ans (47%) presque équivalente à leur part dans la population française

La population féminine en France montre une proportion plus élevée de femmes âgées de plus de 65 ans par rapport à celles de moins de 20 ans²⁵. Cependant, à la **télévision**, la tendance est inversée : la **représentation des femmes diminue** avec l'âge.

Entre 2013 et 2023, la proportion de femmes de **- 20 ans** à la télévision (47%) était presque **équivalente** à leur part dans la **population française** (49%). En revanche, les femmes de **+ 65 ans** étaient **sous-représentées**, avec seulement 29% à la télévision contre 57% dans la population.



¹⁹ Sur les chaînes d'information en continu, les femmes n'étaient représentées qu'à hauteur de 33% entre 2013 et 2023 (36% en 2023). La chaîne d'information publique France Info se distingue des privées, avec une part de femmes de 40% sur la période 2013-2023 et de 41% en 2023.

²⁰ Sur CNews, les femmes n'étaient représentées qu'à hauteur de 29% entre 2013 et 2023 (30% en 2023).

²¹ Sur BFM TV, les femmes n'étaient représentées qu'à hauteur de 33% entre 2013 et 2023 (32% en 2023).

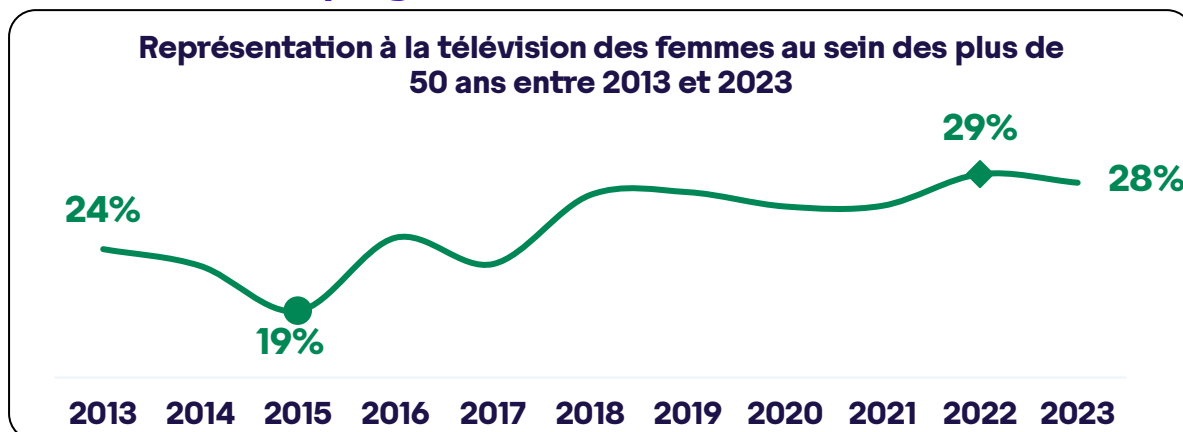
²² Sur les chaînes généralistes, les femmes étaient représentées à hauteur de 40% entre 2013 et 2023 (42% en 2023).

²³ Sur TFX, les femmes étaient représentées à hauteur de 48% entre 2013 et 2023 (55% en 2023).

²⁴ Sur M6, les femmes étaient représentées à hauteur de 46% entre 2013 et 2023 (45% en 2023).

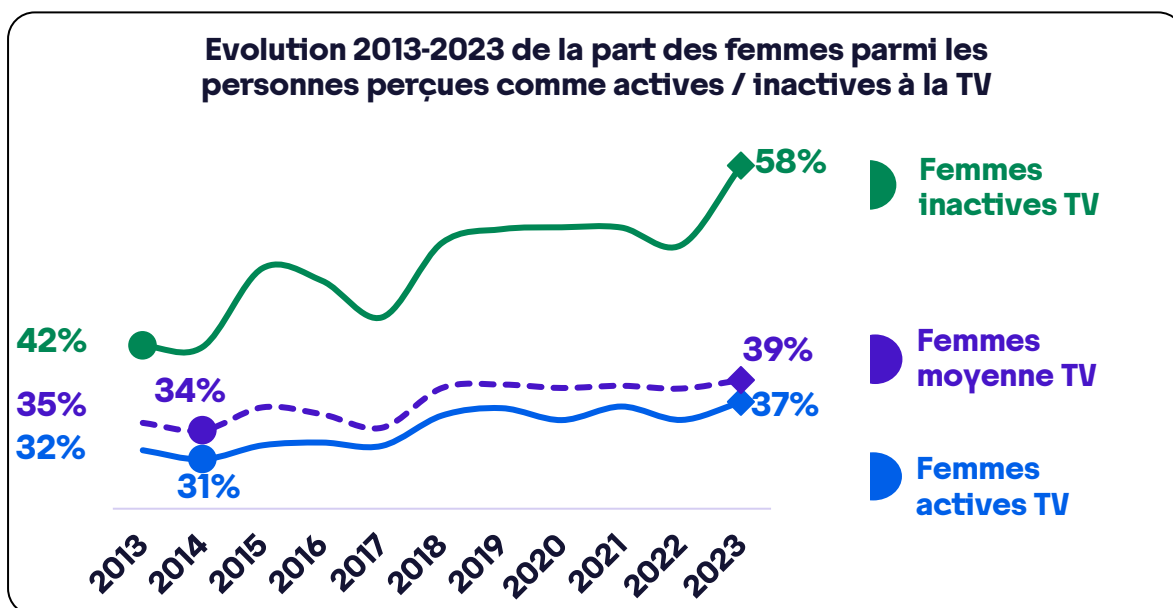
²⁵ Données Insee 2019

Néanmoins, il est encourageant de noter que la représentation des femmes de plus de 50 ans à la télévision a **progressé** au cours de cette période.



En effet, seules 23% des personnes de plus de 50 ans étaient des femmes en 2013 contre 28% en 2023. Cette progression suit la croissance globale de la part de femmes constatée sur la période.

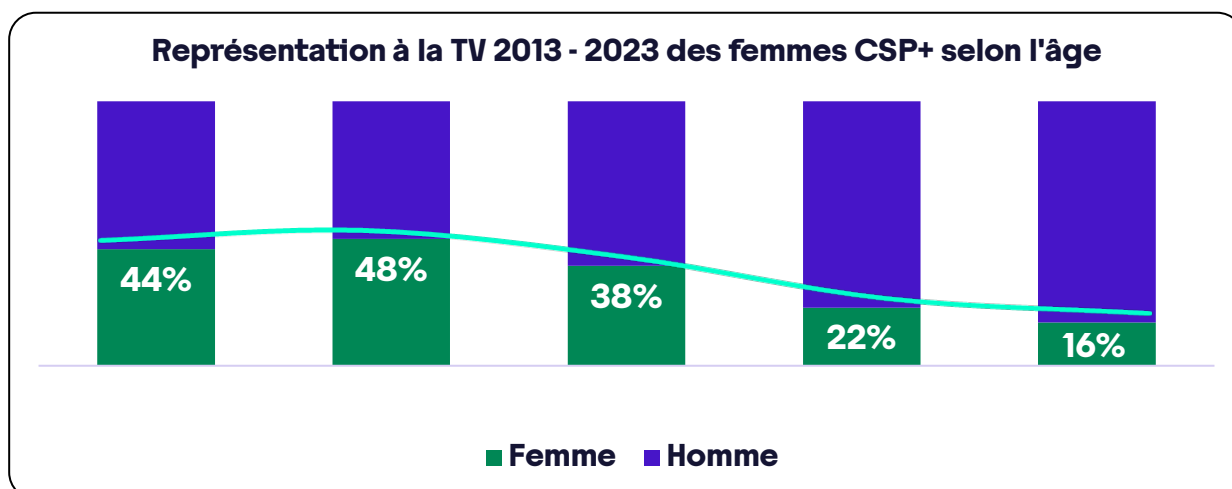
Une meilleure représentation des femmes actives



A la télévision, entre 2013 et 2023, la représentation des **femmes actives**, bien que moins représentées que dans la population française, a **augmenté** de manière constante à la télévision, passant de 32% à 37% sur la période, soit une progression de 6 points. Elle progresse deux fois plus vite parmi les femmes actives que parmi les femmes au global.

Enfin, la représentation des femmes **cadres** à la télévision montre également des signes prometteurs. Bien qu'elle soit encore inférieure à la proportion de femmes cadres dans la population française, elle a progressé pour atteindre **38%** en 2023.

Une forte représentation des femmes de moins de 34 ans dans des catégories professionnelles supérieures



Entre 2013 et 2023, la représentation des femmes dans les catégories socioprofessionnelles supérieures (**CSP+**) à la télévision française a montré certains progrès, mêmes si des éléments restent à améliorer.

Un point positif notable est la forte représentation des femmes de **-34 ans** dans les rôles de **CSP+**, atteignant 48%. Cette quasi parité pour cette tranche d'âge est un signe prometteur pour l'avenir, montrant que les **jeunes générations de femmes** sont de plus en plus visibles dans des **rôles** de **direction** et de **responsabilité** à l'écran.

Toutefois, à l'inverse, les femmes de plus de 50 ans ne représentent que 21% des CSP+. Si ces tendances correspondent globalement à la représentation des femmes dans les différentes catégories d'âge (voir supra), le **triple critère de discriminations accentue** tout de même le phénomène de **minorisation**, comme cela est observé pour les femmes de **+65 ans** dont la part passe de **29% toutes CSP** confondues à **16%** pour les **CSP+**.

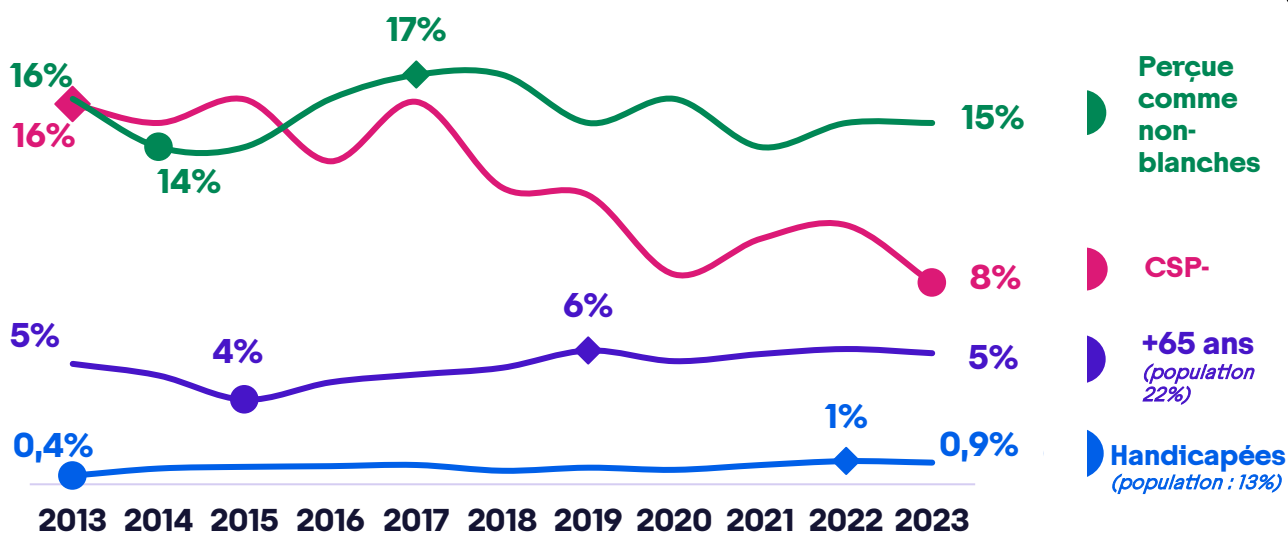
Des femmes plus présentes sur les sujets d'éducation et de vie quotidienne

La répartition au sein des thématiques traitées en 2023 était particulièrement genrée : les femmes sont **surreprésentées** par rapport à leur proportion globale dans les sujets en lien avec l'**éducation** et le **quotidien**, mais elles sont particulièrement **sous-représentées** dans les sujets **régaliens** et **scientifiques**²⁶.

²⁶ En 2023, dans les programmes (hors fictions) la part de femmes était plus forte qu'au global dans les thématiques d'éducation (49%), de vie quotidienne (48%), de loisirs (45%), de culture (43%), d'environnement (41%) et de santé (40%) mais elle est particulièrement faible sur les sujets liés au sport (28%), aux sciences (28%), aux technologies (31%), à la sécurité (31%), à la politique française (33%), à l'Histoire (34%) et aux sujets internationaux (34%).

1.2. Evolution 2013-2023 : des stagnations et des sous-représentations persistantes

Représentation 2013-2023 des personnes perçues comme...

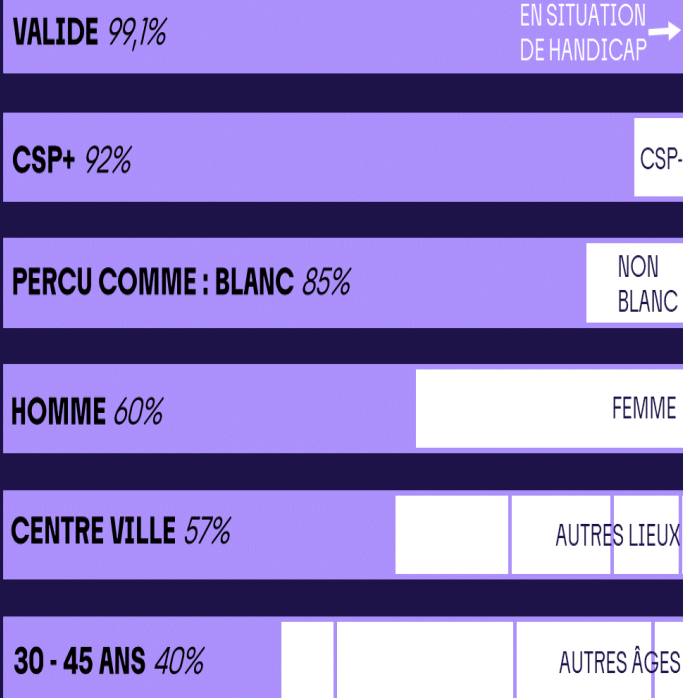


Les parts des personnes perçues comme

non-blanches (moyenne 15%), des **+ 65 ans** (moyenne 5%) ou encore des personnes en situation de **handicap** (moyenne 0,7%) ont **stagné** sur la période. La part des **CSP-** a été **divisée par deux**.

En outre, pour la première fois en 2023, le baromètre a mesuré la représentation des personnes perçues comme **transgenres, non binares et autre identité de genre**. Leur taux était de **0,08%**²⁷.

TYPOLOGIE DE L'INDIVIDU LE PLUS REPRÉSENTÉ À LA TÉLÉVISION EN 2023



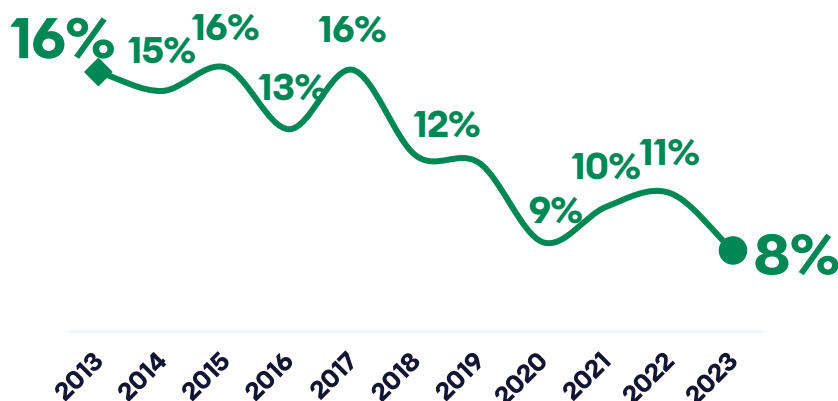
²⁷ Cette proportion se rapproche des 0,07% constatés par le CSA belge en 2021. CSA, « 10 ans du baromètre du CSA : un peu plus de femmes, une diversité qui stagne ou régresse dans les médias », octobre 2023. Globalement, les constats du présent rapport rejoignent les constats du CSA Belge de 2021.

• UNE SOUS-REPRESENTATION DES CSP- QUI S'AGGRAVE DEPUIS 2013

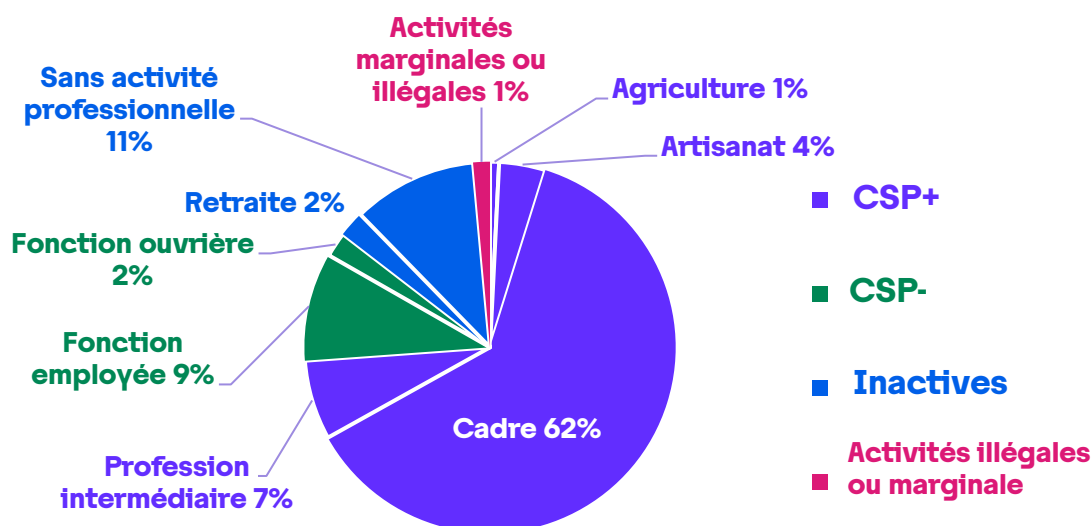
Parmi les personnes dont l'activité socio-professionnelle est identifiable à la télévision, les **CSP-** étaient **deux fois moins représentées** (12% en moyenne sur la période) qu'elles ne le sont dans la société (27%²⁸). Ces données sont toutefois à prendre en considération avec prudence au regard du fait que les intervenants réguliers sur les antennes (journaliste, animateurs, etc.) sont réputés relever des CSP+. Si une

représentation des CSP- parfaitement **fidèle à la réalité** serait **difficilement atteignable**, leur sous-représentation présente tout de même un point d'alerte. En effet, le taux de personnes appartenant à une **CSP-** a **diminué de moitié** à l'écran entre 2013 et 2023, passant de 16% à 8%. Par ailleurs, en 2023, les CSP- étaient complètement **absentes du sujet politique**, qui est traité à 95% par des cadres.

Représentation des CSP- entre 2013 et 2023



Représentation des CSP en 2013-2023



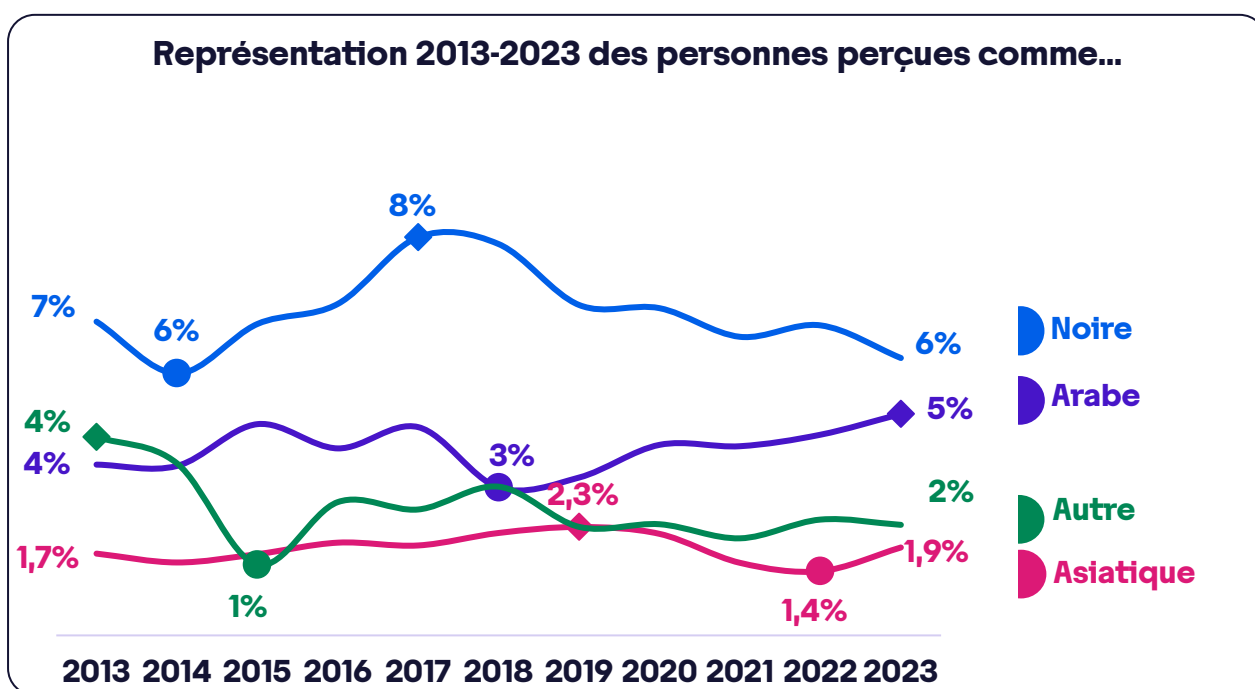
²⁸ Données INSEE 2019 : 27% de CSP- et 28% de CSP+ dans la population en France.

A l'inverse, les **CSP+** représentaient **75%**²⁹ des professions montrées à la télévision en 2013-2023, soit plus du **double** par rapport à la réalité de la **population**.

- **UNE REPRESENTATION DES PERSONNES PERÇUES COMME « NON-BLANCHES » STABILISÉE AUTOUR DE 15%**

Pour rappel (voir [supra](#)), le fait de qualifier des personnes de « blanches » ou « non blanches » ne fait pas référence à leurs origines réelles mais à la perception qu'en a le public.

La représentation des personnes perçues comme non blanches est stabilisée autour de **15%** depuis 2013. Elle était plus faible dans les programmes **d'information** (11% entre 2013 et 2023, **9%** en 2023) et plus élevée dans les programmes de **fiction** (18% entre 2013 et 2023, **16%** en 2023) et de **divertissement** (18% entre 2013 et 2023, **22%** en 2023). Conformément à ces résultats, la représentation des personnes perçues comme non blanches sur les chaînes d'information en continu est moins importante (10% entre 2013 et 2023, 8% en 2023).



Parmi les personnes perçues comme non blanches, les personnes perçues comme **noires** sont **les plus** représentées **7%** en moyenne entre 2013 et 2023), celles perçues comme **asiatiques** sont celles qui le sont **le moins** (**1,8%** en moyenne entre 2013 et 2023)³⁰.

²⁹ Les chiffres de 2023 suivent la même tendance, avec 79% de CSP+, 8% de CSP- et 13% de personnes inactives.

³⁰ Selon le rapport de l'INSEE « Immigrés et descendants d'immigrés en France », paru en 2023, les personnes immigrées et descendantes de personnes immigrées (deuxième et troisième génération) représentaient

Les personnes perçues comme « non blanches » proportionnellement plus représentées parmi celles ayant une attitude positive dans les fictions mais négative dans l'information

Il convient de noter que la **majorité** des personnes, quels que soient les critères, sont perçues dans une attitude **neutre**.

Il apparaît que les programmes de **fiction et d'animation** participent activement à une surreprésentation positive des personnes perçues comme **non-blanches**. En effet, sur la période 2013-2023, dans les programmes de fiction, les personnes perçues comme **non-blanches** représentaient 23% des personnes présentant une **attitude positive**. Ce résultat est notamment dû à une représentation proportionnellement plus positive des personnes perçues comme asiatiques³¹.

Ce phénomène est particulièrement marquant dans les programmes d'animation, où les personnes perçues comme **non-blanches** représentaient presque **un tiers** (32%) des personnes présentant une **attitude positive**.

A l'inverse, dans les programmes d'information/ magazine/documentaire, sur la période 2013-2023, les personnes perçues comme **arabes** et « **autres** » sont représentées **deux fois plus** souvent parmi celles ayant une **attitude négative** que parmi

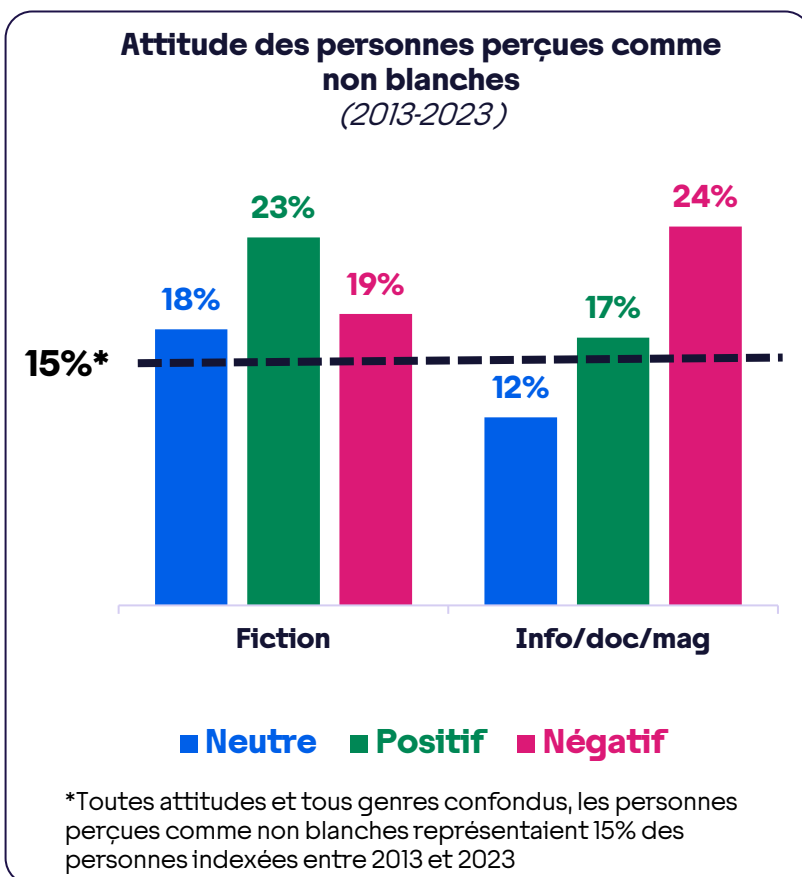


Figure 2 Lecture : dans les fictions, les personnes perçues comme non blanches représentaient 23% des personnes représentées dans une attitude positive. Dans les programmes d'information, elles représentaient 24% des personnes représentées dans une attitude négative.

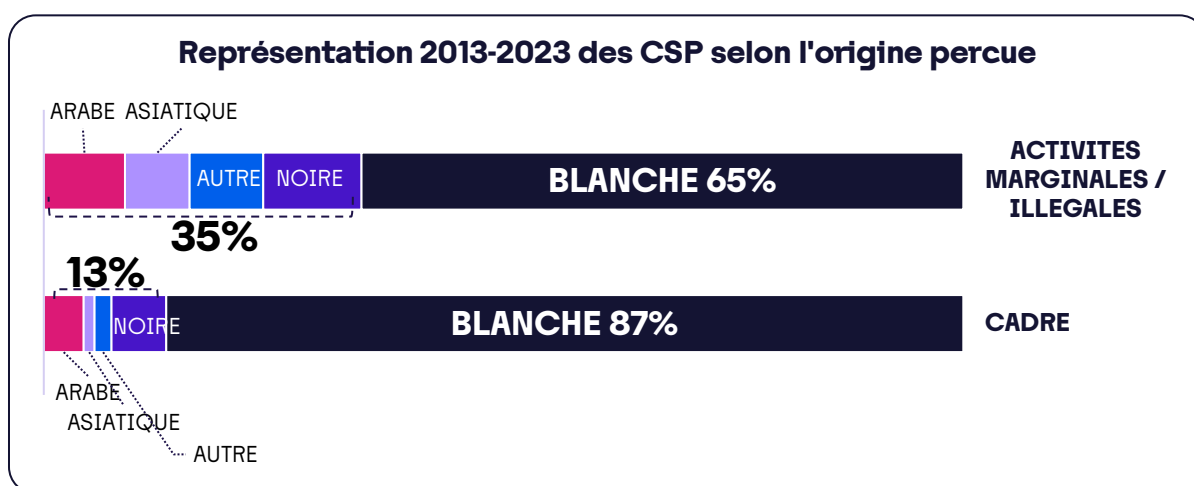
21,2% de la population française en 2021. Les personnes originaires du Maghreb et de Turquie représentaient 34% des personnes immigrées ou des descendantes d'immigrées ; celles d'origine africaine (hors Maghreb) 16% et celles d'origine asiatique (hors Turquie) 8%. Toutefois, ces chiffres ne peuvent pas être comparés avec les chiffres du baromètre de l'Arcom, qui ne mesurent pas les origines réelles mais la perception de celles-ci.

³¹ Sur la période 2013-2023, les personnes perçues comme asiatiques représentaient 9% des personnes perçues positivement, alors que leur représentation parmi les personnes perçues comme neutre était de 2%.

celles ayant une attitude neutre³². Si sur cette période, les personnes perçues comme **noires** étaient représentées en moyenne 1,5 fois plus souvent parmi celles ayant une attitude négative que parmi celles ayant une attitude neutre, on observe une **recrudescence de leur représentation négative** puisqu'en 2023 elles étaient quatre fois plus souvent représentées parmi les personnes ayant une attitude négative que parmi les personnes ayant une attitude neutre³³.

Les personnes perçues comme asiatiques ne sont pas proportionnellement plus perçues négativement. Toutefois, il convient de rappeler qu'elles constituent la plus petite unité de données puisque c'est la catégorie de personnes perçues comme non blanches la moins représentée.

Les personnes perçues comme « non blanches » fortement représentées dans les activités marginales ou illégales



35% des personnes représentées dans une **activité marginale ou illégale** étaient perçues comme **non blanches** sur la période 2013-2023³⁴. En comparaison, les personnes perçues comme non blanches ne constituaient que 13% des personnes représentées dans une activité de cadre (un taux cohérent au regard du fait que les personnes perçues comme non blanches ne sont représentées qu'à hauteur de 15% à la télévision). Dans les programmes d'information, de magazine et de documentaire, plus d'une personne sur deux représentée dans une activité marginale ou illégale était une personne perçue comme non blanche.

³² Sur la période 2013-2023, les personnes perçues comme arabes représentaient 4% des personnes perçues comme neutre, mais 10% des personnes perçues négativement. Les personnes perçues comme « autre » représentaient 2% des personnes perçues comme neutre, mais 4% des personnes perçues négativement.

³³ Sur la période 2013-2023, les personnes perçues comme noires représentaient 5% des personnes perçues comme neutre, mais 9% des personnes perçues négativement. En 2023, les personnes perçues comme noires représentaient toujours 5% des personnes perçues comme neutre, mais 20% des personnes perçues négativement.

³⁴ Sur l'année 2023, les personnes perçues comme non blanches constituaient 38% des personnes représentées dans une activité marginale ou illégale. Elles constituaient 14% des personnes représentées dans une activité de cadre.

Les personnes perçues comme « non blanches » peu présentes dans les sujets liés à la politique française

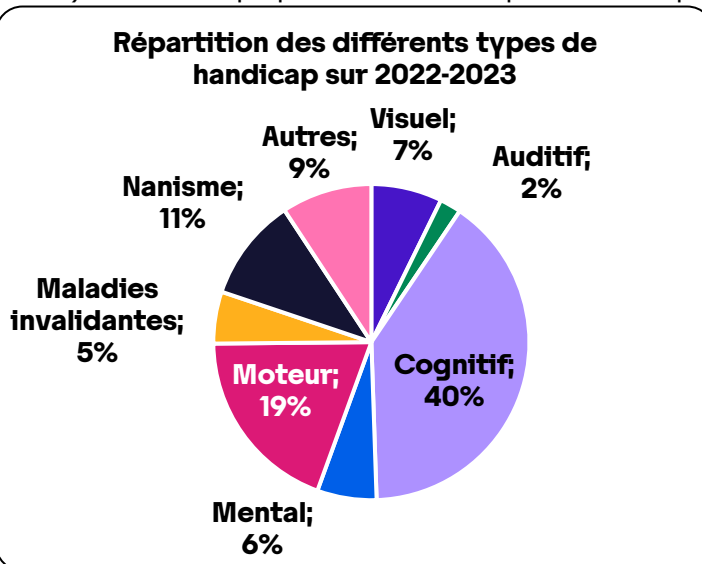
Enfin, les personnes perçues comme **non blanches** sont **peu présentes dans les sujets liés à la politique française**. En effet, si la plupart des thématiques sont traitées au niveau de la représentation globale des personnes perçues comme blanches et non blanches (autour de 85% pour les premières et de 15% pour les secondes), le sujet de la politique française fait exception. Seules **8%** des personnes s'exprimant sur cette thématique sont non blanches (soit presque **deux fois moins** que leur représentation globale). En outre, quand on observe les sujets traités par les personnes perçues comme non blanches, on constate que la politique française est l'un des sujets le moins traité³⁵. Ce résultat est possiblement influencé par la réalité de la représentation de la diversité parmi les personnes élues, qui sont souvent amenées à s'exprimer sur des sujets politiques dans les médias.

• 0,7% DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP EN MOYENNE SUR LA PERIODE

En 2013-2023, les personnes en situation de handicap étaient largement sous-représentées. En moyenne, leur part avoisinait les **0,7%** sur la période, avec un taux **minimum** de **0,4%** en **2013** et un taux **maximum** de **1%** atteint en **2022**.

Sur la période 2013-2023, les **chaînes d'information en continu** étaient celles qui **représentaient le moins** les personnes en situation de handicap, en particulier CNews et BFM TV (0,3%³⁶). Cela s'explique notamment par le fait que l'information soit le genre de programme qui propose le moins de représentations de personnes handicapées sur la période (0,4%). Le sport était le genre de programme qui enregistrait les résultats les moins médiocres entre 2013 et 2023 (2,2%) mais ce chiffre a baissé en 2023 (0,4%, soit le même résultat que dans les programmes d'information).

Sur la période 2022-2023, les deux types de handicap les plus visibles étaient les **handicaps cognitifs**



³⁵ La politique française occupe la 14^{ème} place (sur 18) dans les sujets abordés par les personnes perçues comme non blanches, comparée à la 8^{ème} place (sur 18) chez les personnes perçues comme blanches.

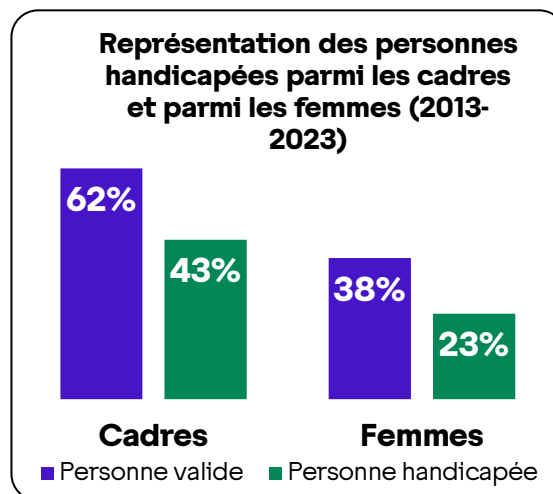
³⁶ Ce taux est le même en 2023 et sur l'ensemble de la période 2013-2023.

(40) **moteurs** (19%). Le **handicap auditif** était celui qui était le moins représentés (2%).

Lorsque les personnes en situation de handicap cumulent d'autres critères de discriminations, elles sont encore moins représentées.

Là encore, le **cumul de critères de discrimination** tend à **accentuer** le phénomène de **minorisation**.

Par exemple, les personnes en situation de handicap exerçant une profession de **cadre**³⁷ ou encore de genre **féminin** sont moins représentées que les personnes valides dans ces catégories (respectivement - 19 points et -15 points³⁸).



Toutefois, on observe une exception : les personnes âgées de **moins de 20 ans** étaient proportionnellement **plus représentées** parmi les personnes en situation de handicap que parmi les personnes valides³⁹.

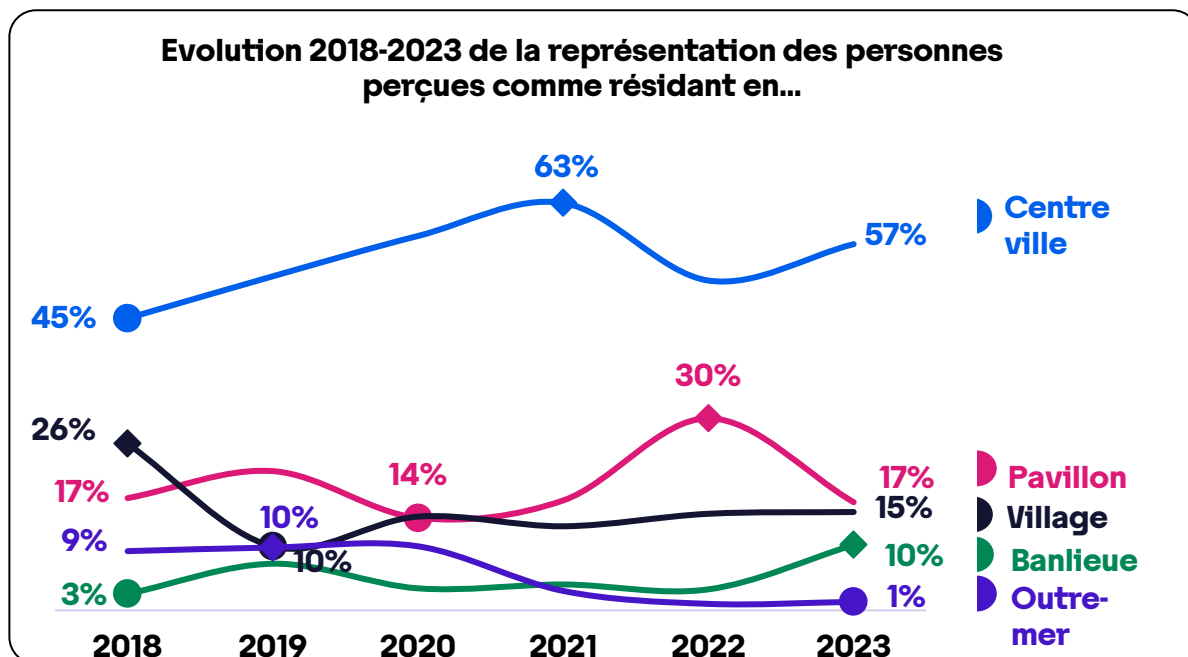
Les personnes identifiées comme étant en situation de handicap sont perçues légèrement plus négativement que les personnes identifiées comme valides. En effet, entre 2013 et 2023, **5%** des personnes en situation de **handicap** étaient perçues dans une attitude **négative** (ce chiffre reste stable en 2023), contre **3%** chez les personnes **valides** (1% en 2023). Inversement, **8%** des personnes handicapées étaient perçues positivement sur la période 2013-2023 (ce chiffre régresse à 2% en 2023) contre **3%** chez les personnes valides (1% en 2023).

³⁷ Il est à noter que les personnes cadres restent surreprésentées même parmi les personnes en situation de handicap par rapport à la réalité de la population en France (voir supra). Toutefois, il reste intéressant de noter que les personnes cadres sont moins surreprésentées parmi les personnes en situation de handicap que parmi les personnes valides.

³⁸ Ces tendances sont les mêmes en 2023 puisque les personnes en situation de handicap enregistrent 23% de femmes (contre 40% pour les personnes valides) et 44% de cadre (contre 65% pour les personnes valides). Il est à noter que sur la période 2013-2023 la proportion de personnes perçues comme non blanches (en particulier de personnes perçues comme arabes) était plus forte parmi les personnes en situation de handicap (19% contre 15% chez les valides), la tendance a été renversée puisqu'en 2023 seules 10% des personnes en situation de handicap étaient perçues comme non blanches, contre 15% chez les valides.

³⁹ Entre 2013 et 2023, 14% les personnes en situation de handicap avaient moins de 20 ans, contre 9% chez les personnes valides (la proportion de personnes perçues comme ayant -20 ans et en situation de handicap était de 20% en 2023, contre 8% chez les valides).

• **LIEU DE RESIDENCE : UNE SURREPRESENTATION DES CENTRES-VILLES**



En 2016, l'INSEE relevait que 38% de la population française vivait dans une commune densément peuplée⁴⁰. Cette représentation urbaine est largement portée à l'écran avec toutefois une **surreprésentation des centres-villes historiques (56%** en moyenne entre 2018 et 2023) au détriment des quartiers périphériques de **pavillons** et de petits immeubles (**20%** en moyenne sur la période) et des grands ensembles de **banlieues populaires (5%** en moyenne sur la période). Pourtant, selon l'INSEE, en 2018, **8%** de la population résidant en France vivaient dans un quartier prioritaire de la politique de la ville (QPV)⁴¹. Leur représentation à la télévision a nettement **augmenté en 2023**, passant de 3% en 2022 à **10%**, principalement grâce à une plus forte représentation dans la fiction (21% des personnages de fiction étaient résidents de banlieue populaire en 2023).

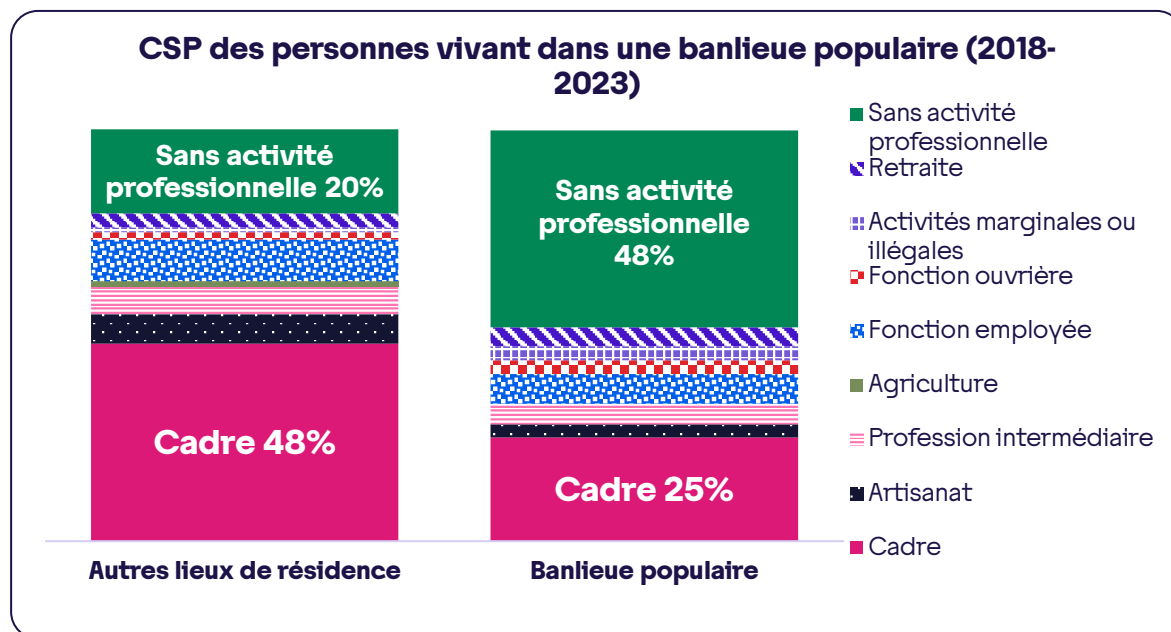
En outre, les personnes résidant **Outre-mer** ne sont représentées qu'à hauteur de **1%**⁴² en 2023, un taux en déclin depuis la fin de diffusion de la chaîne France Ô en 2020.

⁴⁰ <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4806684> ; <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4252859>

⁴¹ INSEE, « En 2018, 8 habitants sur 100 vivent dans un quartier prioritaire de la politique de la ville (QPV) », 12 octobre 2021. <https://www.insee.fr/fr/information/5542207>

⁴² L'INSEE estime que la population ultramarine représente 3,26 % de la population française totale.

Les catégories socio-professionnelles représentées à la télévision varient considérablement selon le lieu de résidence. A l'écran, il y a **deux fois moins de cadres** parmi les personnes résidant dans des grands ensembles de **banlieues populaires** que parmi celles n'y résidant pas⁴³. Ces résultats semblent refléter une réalité puisque selon l'INSEE, en 2020, la population active vivant dans des quartiers prioritaires comptait 11% de « cadres et artisans » contre 29% en environnements urbains.

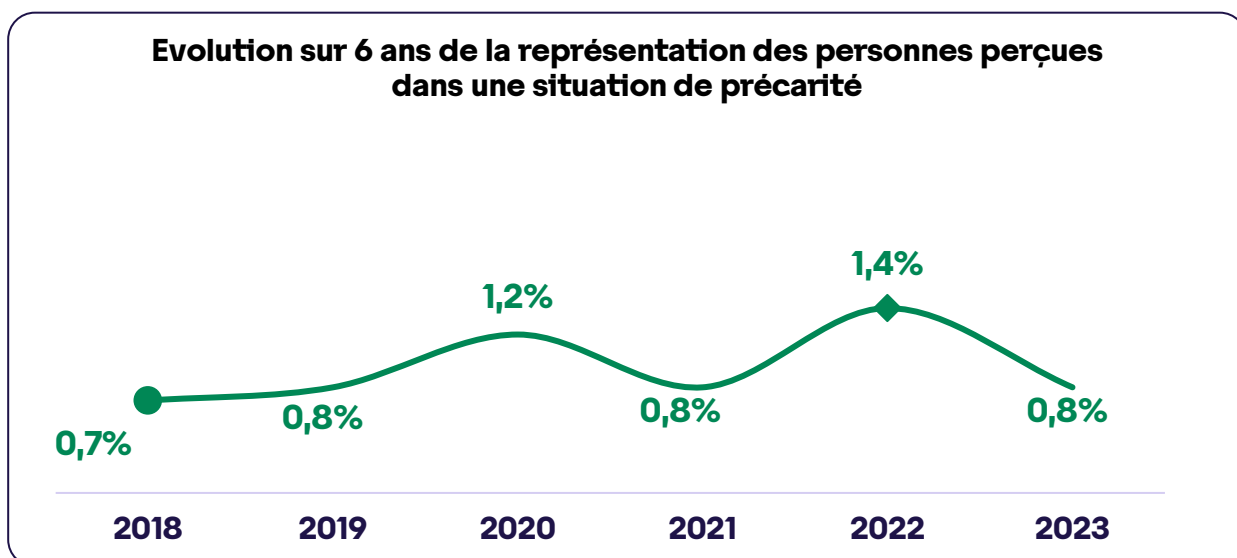


Par ailleurs, il y a plus du **double de personnes sans activité professionnelle** parmi les résidents et résidentes de banlieues populaires que dans les autres lieux de résidence. Ces chiffres sont particulièrement **accentués en 2023**, avec seulement 9% de cadres contre 79% de personnes sans activité parmi les personnes résidant en banlieues populaires.

⁴³ Ici, la base de référence inclut les personnes dont on connaît le lieu de résidence entre 2018 et 2023 (ce qui explique que la part de cadres toutes résidences connues confondues ne soit pas la même que la part de cadres toutes catégories confondues entre 2013 et 2023 (62%), qui inclut également dans son périmètre les personnes pour lesquelles on ne connaît pas la profession mais pas le lieu de résidence).

- **UNE SOUS-REPRESENTATION DE LA PRECARITE QUI OSCILLE AUTOUR DE 1%**

En moyenne, entre 2018 et 2023, dans l'ensemble des genres de programme, **1%** des personnes étaient perçues dans une situation de **précarité** contre 14% dans la population résidant en France selon l'INSEE. La majorité des personnes dans une situation de précarité sont des **personnages secondaires**.



2. RECUEILLIR DES ENGAGEMENTS DE LA PART DES ÉDITEURS

En vertu de la délibération « diversité »⁴⁴ de 2009, les éditeurs prennent chaque année des engagements en vue d'améliorer la représentation de la diversité de la société en France, à l'antenne. Ces engagements peuvent non seulement porter sur la programmation mais aussi sur la gestion des ressources humaines. De réels efforts sont constatés en matière d'engagements relatifs aux **ressources humaines**. (2.1). S'agissant des engagements relatifs à la **programmation**, l'Arcom constate, au regard des résultats du baromètre évoqués supra, que les engagements des éditeurs ne semblent pas suffisamment efficaces (2.2).

2.1. Des engagements relatifs à la gestion des ressources humaines toujours plus enrichis.

Chaque année, l'autorité constate de réels efforts de la part des éditeurs qui proposent des engagements relatifs aux ressources humaines se voulant **plus adaptés et enrichis** par rapport à ceux qui avaient été pris jusqu'alors.

L'analyse de ces engagements permet de constater que les médias audiovisuels accordent une **importance croissante à la promotion de l'inclusion**.

L'ensemble des éditeurs ont développé des politiques RH spécifiques pour refléter la diversité et promouvoir l'inclusion, notamment au sein de leurs effectifs. A ce titre, les entreprises recueillent des informations sur la diversité au sein de leurs effectifs, ainsi que sur les discriminations ressenties, pour identifier les domaines nécessitant des améliorations et suivre les progrès réalisés.

Beaucoup s'engagent en faveur de **l'inclusion des personnes handicapées**. L'autorité relève une nette augmentation des engagements des éditeurs en lien avec l'insertion professionnelle des personnes en situation de handicap. Les engagements des éditeurs en la matière sont nombreux : la mise en **accessibilité** des postes dans certaines entreprises de l'audiovisuel ; la diffusion d'offres d'emploi sur **l'AGEFIPH**⁴⁵ ; la participation au **Duo Day** permettant, le temps d'une journée, la mise en place de duos entre collaborateurs et collaboratrices volontaires et des personnes en situation de handicap ; la mise à disposition d'une ligne d'information sur le handicap ; la participation à des **salons de recrutement** à destination d'un public en situation de handicap, etc. Certains éditeurs disposent par

⁴⁴ La délibération tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal+ adoptée par l'Arcom le 10 novembre 2009. Cette délibération a été modifiée en 2015 afin, notamment, d'étendre son périmètre aux radios volontaires. Toutefois, aucune radio n'a encore souhaité s'engager volontairement dans le cadre du dispositif. Ceci est d'autant plus regrettable que l'autorité, dans son précédent rapport, avait préconisé une implication des radios en la matière.

⁴⁵ Association de gestion du fonds pour l'insertion professionnelle des personnes handicapées

ailleurs d'un accord d'entreprise sur le handicap et l'inclusion, avec des engagements renforcés en faveur du **recrutement inclusif**.

Les entreprises organisent également régulièrement des sessions de formation et des ateliers pour **sensibiliser** leurs collaboratrices et collaborateurs à la **lutte contre les discriminations**. Ces formations peuvent porter sur des sujets comme les biais inconscients, l'inclusion des personnes en situation de handicap, ou l'égalité professionnelle.

Enfin, les médias collaborent régulièrement avec des **associations** et des organisations spécialisées pour bénéficier de leur expertise. Certains ont par exemple adhéré à l'association **L'Autre Cercle** pour lutter contre les discriminations liées à l'orientation sexuelle et à l'identité de genre, à la charte pour une plus grande égalité femme-homme dans les rédactions sportives, portée par l'association **Femmes Journalistes de Sport** (FJS) ou encore aux chartes de l'association **Pour les femmes dans les médias** (PFDM). Plusieurs médias collaborent également avec la prépa gratuite « **La Chance** » ouverte aux étudiants boursiers et œuvrant pour plus de diversité dans les écoles de journalisme.

2.2. Des engagements relatifs à la programmation peu nombreux et rarement chiffrés

S'agissant de la programmation, les engagements sont moins nombreux.

Si l'ensemble des diffuseurs se sont engagés, dès 2010, à introduire une « **clause diversité** » dans les contrats de programmes commandés et à instaurer des formations en interne auprès des productrices et producteurs, des responsables de programme ou de leurs collaborateurs et collaboratrices (exemple : *e-learning* sur les stéréotypes), aucun engagement ne tient compte des insuffisances constatées par les résultats du baromètre. En effet, à l'exception de quelques chaînes, les **catégories sous-représentées** depuis plusieurs années (personnes de plus de 65 ans, CSP-, personnes en situation de précarité, personnes en situation de handicap...) **ne font pas l'objet d'engagements spécifiques** autres que des engagements de portée générale.

En outre, peu d'engagements sont chiffrés et beaucoup consistent à maintenir des objectifs déjà acquis.

Le bilan des engagements pris par les éditeurs est disponible en annexe 3.

3. Impulser des temps forts pour mettre en valeur la diversité de la société en France

Au fil des années, l'Arcom a joué un rôle crucial dans la représentation de la diversité au sein des médias audiovisuels français, en organisant régulièrement des événements marquants et en prenant des initiatives (voir la frise chronologique ci-après qui résume les actions clés portées par l'Arcom depuis 2013 pour promouvoir une représentation plus juste de la diversité de la société en France).

L'Autorité est notamment à l'origine de la diffusion annuelle, sur les antennes des chaînes de télévision et de radio, d'un **spot** promouvant la **diversité** de la société française à l'occasion du **14 juillet**. Cette initiative, lancée en 2013, mobilise les éditeurs audiovisuels qui réalisent et diffusent à leurs frais ce spot pendant une semaine chaque année.

L'année 2023 a été particulièrement riche en initiatives. Le 5 juin, l'Arcom a organisé une réunion importante dans la perspective des **Jeux Olympiques et Paralympiques** de Paris 2024. Cette rencontre a rassemblé les médias audiovisuels et les plateformes en ligne autour de thématiques essentielles telles que la promotion du **sport féminin** et du **parasport**, la **lutte** contre les **propos haineux** et le **dopage**, ainsi que la mise en valeur de la **langue française** et des valeurs de **respect**, de tolérance et de **cohésion sociale**. L'autorité a par ailleurs échangé avec certaines chaînes afin de veiller à l'**accessibilité des plateaux** pour les personnes en situation de **handicap**.

Ces actions s'inscrivent dans une démarche continue de l'Arcom pour encourager les médias à refléter plus fidèlement la diversité de la société française. Elles témoignent de la **volonté de l'autorité de créer** des **moments fédérateurs** et de **sensibilisation**, tout en s'adaptant aux enjeux contemporains, comme l'illustre la préparation des Jeux de Paris 2024.

Avec ces temps forts, l'Arcom entend jouer un rôle actif dans l'évolution du paysage médiatique français vers une représentation riche de la diversité de son public.

Rétrospective des actions de l'Arcom 2013-2023

2013

Signature de la Charte visant à favoriser la formation et l'insertion professionnelle des personnes handicapées dans le secteur de la communication audiovisuelle le 11 février.

Signature d'une convention de partenariat avec le Défenseur des Droits le 24 novembre.

2015

Jeux Paralympiques de Rio : le CSA reçoit les personnes en charge du sport chez France Télévisions pour impulser une meilleure couverture des Jeux à l'antenne. **Résultat :** 1ère fois que la télévision publique française retransmet plus de 100 h d'épreuves des Jeux Paralympiques (3 fois plus que lors des Jeux Paralympiques de Londres)

Réalisation d'un clip évoquant le handicap : le CSA interviewe les représentants des chaînes sur le sujet et met ces interviews à disposition sur son site

Audition des associations pour aborder la question de la pauvreté par les médias

2017

Les chaînes de la TNT gratuites réalisent puis diffusent à la demande du CSA les films « Nous sommes la France » à l'occasion de la fête nationale (14 juillet), afin de promouvoir la diversité des visages, des parcours et des talents.

Jeux Paralympiques 2012 : mise en place d'un comité de suivi, établissement d'un bilan sur les Jeux Paralympiques

Contribution au rapport annuel de la Commission nationale consultative des droits de l'homme (CNCDH) sur la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la xénophobie depuis 2012.

Baromètre de la diversité : Ajout du critère de l'âge (prenant acte des constatations du Défenseur des droits) et de deux types d'indicateurs qualitatifs, le rôle (positif/négatif/neutre) et les sujets diversité.

2014

Colloque sur la diversité « Audiovisuel : comment mieux représenter la diversité de notre société ? » le 6 octobre 2015 : 4 tables rondes rassemblant des personnes présidentes de chaînes tv et radio, chercheuses, sociologues, politologues, membres de l'Observatoire de la diversité ou encore des personnes réalisatrices et humoristes autour de 4 grands thèmes diversité

Première participation des radios à la diffusion des messages « Nous sommes la France »

Ajout des radios dans le texte de la délibération de 2009 qui favorise la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal+. Modification de la délibération le 16 septembre 2015.

2016

Baromètre de la diversité : introduction du critère de la situation de précarité

Baromètre de la diversité:
intégration du critère du lieu de
résidence

**Etude sur le traitement de la
diversité de la société française
dans les JT**, complémentaire à
l'étude du baromètre

2019

**Mise à disposition de ressources
pédagogiques à l'attention des
enseignants** à partir du mois d'octobre

Baromètre de la diversité: ajout d'un focus
sur la représentation de la diversité dans les
programmes d'information diffusés pendant
la période de confinement (avril 2020)

2021

**Poursuite de la collaboration de
l'Arcom avec d'autres institutions
(CNC DH, CNV)**

**Participation aux travaux de la
DILCRAH** sur le plan national de lutte
contre le racisme, l'antisémitisme et les
discriminations liées à l'origine 2023-
2026 et sur le plan national d'actions
pour l'égalité contre la haine et les
discriminations anti-LGBT+ 2020-2023

2023

2018

**Signature de la Charte relative à la
représentation des personnes
handicapées et du handicap dans les
médias audiovisuels** le 3 décembre

**Formations du corps enseignant à
l'action du Conseil sur la lutte contre
les discriminations dans les médias
audiovisuels**

2020

Jeux Paralympiques de Tokyo : réunion le 1er avril
avec le ministère des sports, le secrétariat d'État aux
personnes handicapées, le Comité paralympique et
sportif français (CPSF) et l'ensemble des médias
audiovisuels pour impulser une couverture
médiatique la plus large possible.

Opération « Jouons Ensemble » (17 au 23 mai) :
permet d'inciter les médias à valoriser le parasport, les
paralympiens et les acteurs du monde du handicap à
la tv et la radio

2022

**Réunion de l'autorité avec plusieurs
associations LGBT+ sur le traitement
du sujet par les médias audiovisuels**

**Initiation d'une refonte des
délibérations diversité + femmes**

Baromètre de la diversité : premiers
tests IA sur l'analyse automatisée des
visages, proposition d'intégration de
l'image corporelle, premier test sur
l'analyse des plateformes

**Réunion avec les éditeurs en novembre
sur le traitement du conflit au Proche-
Orient**

JOP 2024 : Réunion avec les médias
audiovisuels et les plateformes en ligne
afin d'appeler à la mobilisation quant à la
diffusion de sport féminin, de parasport,
afin de veiller à la lutte contre le dopage,
contre les propos haineux et afin de
promouvoir des valeurs de respect, de
tolérance et de cohésion sociale durant la
couverture de ces événements.

III. L'ACTION DE L'ARCOM POUR LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS

Au cours des dix dernières années, dans l'exercice de ses **pouvoirs d'intervention en cas de manquements des éditeurs à leurs obligations légales et conventionnelles**, l'Arcom est particulièrement intervenue pour des manquements au respect de l'image des **femmes**, ce qui s'explique par la base légale renforcée dont elle dispose dans ce domaine. Au cours des 3 dernières années, elle a traité d'un **nombre très important de dossiers** sur les thématiques **religion** et **origine** et elle a été particulièrement **sollicitée** au sujet de séquences traitant des questions **LGBT+** (1). Toutefois, l'Arcom se heurte à un certain nombre de limites dans l'exercice de ses missions (2).

1. La lutte contre les propos haineux, discriminatoires ou portant atteinte à l'image des femmes

LES MODALITES D'INTERVENTION DE L'ARCOM

L'Arcom a pour mission de veiller à ce que les éditeurs ne diffusent pas de propos dépassant les limites de la liberté d'expression⁴⁶.

CADRE JURIDIQUE

En matière de lutte contre les discriminations, l'Arcom peut intervenir auprès des éditeurs sur la base de divers fondements juridiques⁴⁷, notamment :

- **l'incitation** à la **haine**⁴⁸
- **l'encouragement** à des **comportements discriminatoires**
- **l'image des femmes**

⁴⁶ Alinéa 1 de l'article 3-1 de la loi 1986

⁴⁷ Les fondements juridiques sur les questions de discriminations puisent leur source dans la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication ainsi que dans les conventions des éditeurs (ou cahier des charges pour le secteur public).

⁴⁸ Article 15 de la loi du 30 septembre 1986

S'agissant des deux premiers fondements, ils peuvent être mobilisés si les propos incitent à la haine ou à la violence⁴⁹, ou s'ils encouragent à des comportements discriminatoires envers un **groupe de personnes** visé dans son ensemble⁵⁰, figurant à l'**article 21 de la charte des droits fondamentaux** de l'Union Européenne⁵¹.

Par ailleurs, l'éditeur a une obligation de **maîtrise de l'antenne**. Ainsi, dès lors qu'il atténue, réagit, corrige ou apporte une contradiction immédiate et suffisante face à des propos susceptibles de caractériser un manquement, il respecte cette obligation.

Concernant le dernier fondement, la loi n° 2014-873 du 4 août 2014 pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes est venue **renforcer la mission de l'Arcom**, qui doit veiller à l'**image des femmes** qui apparaît dans les programmes, notamment en luttant contre les stéréotypes, les préjugés sexistes, les images dégradantes, les violences faites aux femmes et les violences commises au sein des couples. Cette avancée législative permet à l'Arcom d'intervenir en cas de diffusion de **propos stéréotypés et dégradants à l'égard des femmes**, ou encore **banalisant les violences** commises à leur rencontre. Une telle **base juridique n'existe pas** pour les **propos stéréotypés à l'égard des autres groupes protégés** par l'article 21 de la charte des droits fondamentaux de l'UE.

PROCÉDURES DES INTERVENTIONS DE L'ARCOM

En tout état de cause, l'Arcom dispose de différents modes d'intervention auprès des éditeurs. Elle intervient de manière **graduée** sous la forme d'un **courrier**, d'une **mise en garde** ou d'une **mise en demeure** et, plus rarement, de **sanction**. Si des faits susceptibles de constituer une réitération d'un manquement pour lequel un éditeur a déjà été mis en demeure sont constatés, le Directeur général de l'Arcom transmet les informations au **rapporteur indépendant** de l'autorité. Ce dernier évalue alors l'opportunité d'engager une **procédure de sanction** contre l'éditeur et, le cas échéant, il instruit l'affaire. A l'issue de cette procédure, le dossier revient vers l'autorité qui décide alors de sanctionner ou non l'éditeur et de la nature de la sanction.

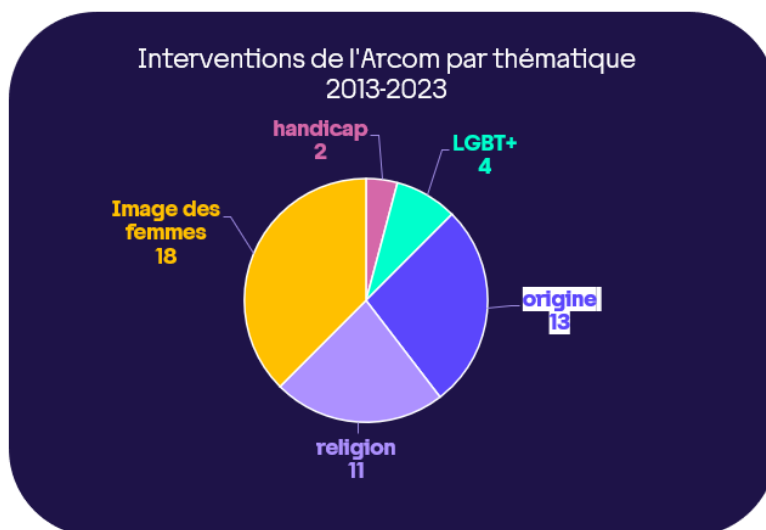
⁴⁹ L'incitation à la haine peut être implicite (Conseil d'État, 8 octobre 2020, décision n° 428238). Le fait de donner une image inquiétante, pouvant susciter un sentiment de rejet et d'hostilité, à un groupe de personnes protégé par l'article 21 de la charte des droits fondamentaux de l'Union Européenne est considéré comme une incitation à la haine (CEDH, *Le Pen c. France*, 20 avril 2010, n° 18788/09).

⁵⁰ CEDH, *Le Pen c. France*, 20 avril 2010, n° 18788/09

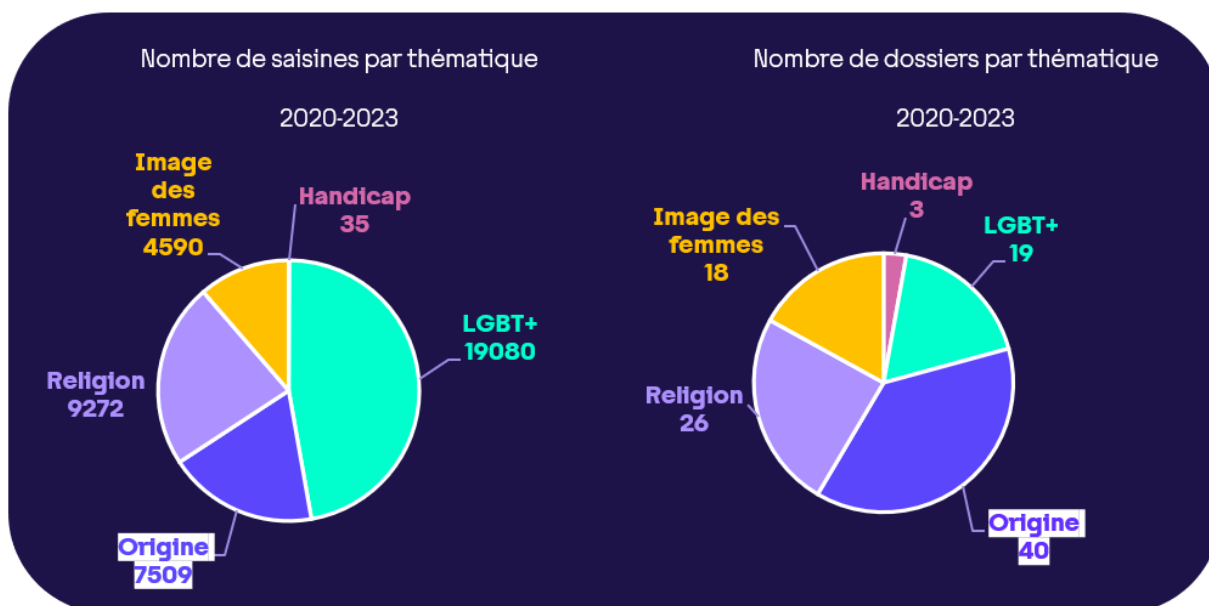
⁵¹ Article 21 de la charte des droits fondamentaux de l'Union Européenne : « *Est interdite, toute discrimination fondée notamment sur le sexe, la race, la couleur, les origines ethniques ou sociales, les caractéristiques génétiques, la langue, la religion ou les convictions, les opinions politiques ou toute autre opinion, l'appartenance à une minorité nationale, la fortune, la naissance, un handicap, l'âge ou l'orientation sexuelle.* » L'article 15 de la loi du 30 septembre 1986 dispose que l'incitation à la haine ou à la violence peut également être faite à raison de l'identité de genre.

Sur la période 2013-2023,
48 séquences⁵² ont conduit
à des **interventions**
auprès des éditeurs en lien
avec la lutte contre les
discriminations dont :

- **18** sur l'image des **femmes**,
- **13** sur **l'origine**,
- **11** sur la **religion**,
- **4** sur les personnes **LGBT+**
- **2** sur le **handicap**.



Entre 2020 et 2023, les
thématiques de **l'origine** et de la **religion** représentaient **plus de la moitié**
(**62%**) **des dossiers** traités par l'Arcom en matière de propos discriminatoires ou
haineux.



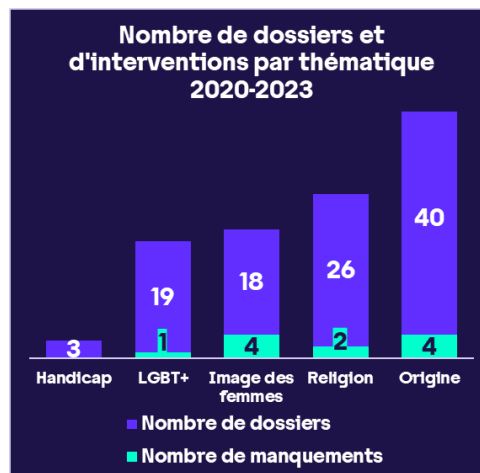
Entre 2020 et 2023, la thématique **LGBT+** a suscité beaucoup de réactions. Les plaintes
sur cette thématique représentaient **près de la moitié (19 080) du total des**
saisines en lien avec les discriminations.

⁵² Les données présentées ci-après sont calculées à partir d'un ensemble de saisines et de dossiers portant uniquement sur les propos discriminatoires à raison du handicap, de l'appartenance à une catégorie LGBT+, de l'origine, de la religion ou à raison d'une atteinte à l'image des femmes.

2. Les limites auxquelles l'Arcom est confrontée dans l'exercice de ses missions

Le **renforcement** des **compétences** de l'Arcom quant à la diffusion de préjugés sexistes, de propos stéréotypés ou véhiculant des images dégradantes à l'égard des **femmes**, par la **loi du 4 août 2014**, a permis une **meilleure prise en compte** de ces sujets. En effet, ces dernières années, l'autorité est intervenue auprès des éditeurs pour 4 dossiers sur les 18 qu'elle a examinés, soit autant que pour des propos sur l'origine, bien que cette thématique ait concerné deux fois plus de dossiers traités par l'Arcom.

Toutefois, les séquences signalées à l'Arcom concernant le handicap, les personnes LGBT+, la religion ou l'origine peuvent également contenir des **propos stéréotypés** ou **dégradants**. Or, ces cas ne **relèvent pas du champ d'intervention de l'Arcom**, car la **loi limite** celui-ci aux **seules incitations** à la **haine** ou à la **discrimination**, ou encore aux atteintes à la **dignité** humaine. Si l'Arcom n'a pas le pouvoir d'intervenir de manière répressive auprès des éditeurs, elle ne manque pas de les inciter à une représentation plus juste de ces thématiques au moyen, entre autres, de courriers de **sensibilisation**. C'est en ce sens qu'elle est en concertation régulière avec des institutions et la société civile (CNCDH, le CNV, associations...). Elle a notamment reçu l'Association des Personnes de Petite Taille (APPT) afin d'échanger sur la méconnaissance de ce handicap, et sur la représentation du nanisme dans les différentes sphères de communication. En mars 2023, l'autorité a également reçu les associations LGBT+.



La représentation des personnes LGBT+ et le traitement de ce sujet

L'Arcom a constaté la multiplication des saisines relatives à **l'identité de genre**. Les personnes plaignantes dénoncent des séquences transphobes, allant jusqu'à nier l'existence de la transidentité, ainsi que l'utilisation d'un vocabulaire pathologisant, stéréotypé ou dégradant.

La question de la représentation des personnes perçues comme appartenant à la communauté LGBT+ ainsi que le traitement de ces sujets est un **élément de préoccupation pour l'Arcom**.

Récemment, l'autorité a entamé un travail de réflexion autour du traitement médiatique de ce sujet. Elle s'est rapprochée des **associations** qu'elle a rencontrées le 14 mars 2023 afin, dans un premier temps, qu'elles puissent exposer les problématiques récurrentes qu'elles constatent dans les séquences audiovisuelles abordant notamment la transidentité et, dans un second temps, que le cadre juridique dans lequel intervient l'Arcom leur soit présenté. Cette réunion a permis de préciser comment mieux appréhender le sujet de la transidentité et de nourrir les réflexions de l'Arcom quant à la façon dont elle pourrait sensibiliser les éditeurs en la matière.

Des actions de **sensibilisation** seront menées auprès des **éditeurs** dans les mois à venir. Pour ce faire, l'Arcom entend s'appuyer sur une étude sur la **représentation des personnes LGBT+** ainsi que sur le **traitement médiatique** de ce sujet.

IV. 2024 : UNE ANNEE CHARNIERE A PLUSIEURS EGARDS

1. Une année olympique à Paris

Les **Jeux olympiques et paralympiques** de Paris 2024 ont représenté une opportunité unique pour promouvoir la diversité et l'inclusion dans le sport et les médias. En tant qu'événements internationaux majeurs bénéficiant d'une exposition médiatique sans précédent, ils offrent une plateforme idéale pour accroître la **visibilité** du **sport féminin** et du **parasport** sur les antennes et assurer une **représentation** équitable de la **diversité** de la société française parmi les personnes participant et intervenant dans les programmes sportifs.

Dans cette optique, l'Arcom s'engage activement à veiller à ce que les médias audiovisuels reflètent fidèlement les engagements du mouvement sportif en matière de diversité et d'inclusion. Pour concrétiser cet engagement, l'autorité a organisé, le 23 janvier 2024, une **table ronde** intitulée « améliorer la représentation du sport et lutter contre la haine en ligne visant les athlètes ». Cet événement a réuni des personnalités influentes du monde du sport et des médias, notamment : Tony Estanguet (président du comité d'organisation des Jeux de Paris 2024), Arnaud Assounami, parathlète multi médaillé, Aurélie Bresson (fondatrice « Les sportives »), Charles Cohen (président de Bodyguard) et Anissa Zeghlache (substitut du procureur au Tribunal Judiciaire de Paris).

À cette occasion, le Président de l'Arcom, Roch-Olivier Maistre, et la conseillère Laurence Pécaut-Rivolier ont présenté les résultats du baromètre de la consommation de programmes sportifs. Cette étude révèle des données intéressantes : 75% des personnes interrogées suivent des contenus sportifs sur divers supports médiatiques ; environ deux tiers de la population française prévoyait de suivre les Jeux Olympiques de Paris 2024 ; un taux similaire d'intérêt est observé pour les Jeux Paralympiques. Ces chiffres soulignent **l'importance cruciale des médias** dans la promotion de la **diversité** et de **l'inclusion** à travers la **couverture des Jeux**.

Fort de ces constats et dans la continuité de ses engagements, l'Arcom s'engage à surveiller attentivement la prise en compte des enjeux de cohésion sociale dans les programmes sportifs tout au long de l'année 2024. À l'issue des Jeux, l'Arcom a adressé un courrier aux éditeurs pour saluer leur engagement durant la période et elle publiera fin 2024 une étude sur leur traitement médiatique.

2. Une année électorale

C'est dans un contexte politique, empreint de la transposition de conflits internationaux sur le territoire national, marqué par de fortes tensions autour des questions d'immigration et par une résurgence sans précédent de l'antisémitisme, que se sont tenues diverses élections cette année. En ces périodes où les divergences d'opinions peuvent exacerber les divisions au sein de la société, le maintien de la cohésion sociale est crucial.

Ce climat de tensions transparait dans les résultats du rapport 2023 de la Commission consultative aux droits de l'Homme (CNCDH) sur la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la xénophobie, qui indique que l'indice de tolérance qui, s'il reste 10 points au-dessus de celui observé il y a dix ans, enregistre un recul à partir de 2022 qui se confirme en 2023 (-3 points par rapport à 2022)⁵³. Selon la CNCDH, « *ce repli s'inscrit [...] dans un contexte de défiance vis-à-vis de l'Autre et de la diffusion d'un discours haineux dans certaines sphères politiques et médiatiques où la figure de l'immigré est rendue responsable des maux de la société* »⁵⁴. Le rapport précise par ailleurs que, cette année, « *pour la première fois depuis 2005, c'est l'indice de tolérance relatif aux Juifs qui a le plus chuté en un an, avec une baisse de quatre points à comparer à celle d'un point pour les Maghrébins et les Noirs, de deux points pour les Musulmans, et de trois points pour les Roms* ».

De son côté, depuis 2022 et en particulier après octobre 2023, l'autorité a observé une **recrudescence** des **saisines** liées à des questions de **discrimination** et **d'incitation à la haine** à raison de **l'origine** ou de la **religion**. Face à cette situation préoccupante, l'autorité a pris l'initiative de réunir les médias audiovisuels le 7 novembre 2023. Cette rencontre avait pour objectif d'échanger sur la couverture médiatique du **conflit au Proche-Orient** et ses répercussions en France. Lors de cette réunion, l'Arcom a mis l'accent sur plusieurs points cruciaux :

- ❖ la **responsabilité** particulière des médias audiovisuels dans la couverture de ces événements sensibles et l'information du public ;
- ❖ le rappel des **principes** et **règles** établis par la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication ;
- ❖ l'importance des délibérations de l'Arcom, notamment celle du 20 novembre 2013 concernant le **traitement des conflits internationaux**, des guerres civiles et des actes terroristes et celle du 18 avril 2018 sur l'honnêteté et l'indépendance de l'information et des programmes qui y concourent ;
- ❖ la nécessité impérieuse de veiller à la rigueur et à **l'honnêteté de l'information**, particulièrement dans le traitement de l'actualité internationale susceptible d'exacerber les tensions et de provoquer des attitudes de rejet ou de haine envers certaines communautés en France.

Par ailleurs, l'Arcom relève, à l'appui de ses études antérieures, que la **sous-représentation** de certaines catégories de population dans les médias tend à s'accroître en période de **crise**⁵⁵. Elle a porté une attention particulière à ces questions et a veillé, comme à son habitude en période électorale, à la **représentation** des **femmes** dans les interventions **politiques**.

⁵³ « L'indice longitudinal de tolérance (ILT) [...] est un indice qui mesure tous les ans l'évolution des préjugés sur une échelle de 0 à 100. Plus l'indice se rapproche de 100, plus il reflète un niveau de tolérance élevé. L'ILT donne un aperçu des variations annuelles des opinions et des sentiments des personnes interrogées à l'égard des minorités. Pour l'année 2023, l'indice longitudinal de tolérance se situait à 62 sur une échelle de 0 à 100 [contre 65/100 en 2022] », CNCDH, « [Les Essentiels - Rapport 2023 sur la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la xénophobie](#) », juin 2024, page 8.

⁵⁴ [Ibid.](#)

⁵⁵ Arcom, « La représentation des femmes à la télévision et à la radio - Rapport sur l'exercice 2023 », mars 2024.

3. La refonte des délibérations « droits des femmes » et « diversité » en une unique délibération et de renouvellement de son baromètre

Souhaitant insuffler une **nouvelle dynamique** dans la prise en compte des enjeux de cohésion sociale, l'Arcom procédera en 2024 à une **refonte des délibérations** relatives au respect des droits des femmes de 2015 et relative à la représentation de la diversité de la société de 2009. Ces deux délibérations seront, **fusionnées** en une seule, conformément à l'article 20-1-A de la loi du 30 septembre 1986. Cette nouvelle délibération visera à renforcer les obligations des éditeurs en matière de diversité et d'égalité des genres, en intégrant des mesures plus ambitieuses et des objectifs chiffrés.

Les services de **plateformes en ligne** et de médias audiovisuels à la demande (**SMAD**) seront également associés au dispositif. L'objectif est de garantir une représentation plus juste de la société française, exempte de préjugés, sur l'ensemble des supports médiatiques, qu'il s'agisse de la télévision, de la radio ou des plateformes numériques. En impliquant ces nouveaux acteurs, l'Arcom entend étendre son champ d'action et s'assurer que la réalité de la diversité et le principe d'égalité soient respectés dans tout le paysage médiatique.

Cette refonte des délibérations marque une **étape importante** dans l'engagement de l'Arcom pour une meilleure représentation de la diversité et des femmes dans les médias. Elle témoigne de la volonté de l'Autorité de **répondre aux défis actuels** et de **favoriser la cohésion sociale** à travers des actions **concrètes** et **mesurables**.

Annexe 1 : délibération « diversité » de 2009

21 novembre 2009

JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Texte 79 sur 140

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. Après 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 : définition des termes utilisés par l'Arcom

Terme	Définition
Saisines	Fait pour une personne plaignante de saisir l'Arcom à la suite à la diffusion d'une séquence qu'elle estime susceptible d'encourager à des comportements discriminatoires ou d'inciter à la haine et/ou à la violence.
Dossier	Séquence d'une émission ayant fait l'objet d'une instruction par l'Arcom ⁵⁶ et pour laquelle une décision a été rendue par le Collège Plénier. Une séquence peut réunir de nombreuses saisines.
Intervention	Sont ici comptabilisées toutes les fois où l'Arcom est intervenue auprès d'un éditeur (par courrier, mise en garde, mise en demeure ou sanction) pour diffusion d'une séquence constituant un manquement à ses obligations légales ou conventionnelles. Les courriers simples envoyés aux chaînes, lorsqu'elles n'ont pas manqué à leurs obligations légales mais que l'Arcom souhaitait les sensibiliser à certaines problématiques/sujets, ne sont pas comptabilisés ici.

⁵⁶ L'Arcom crée un dossier pour une séquence dès lors que celle-ci fait l'objet d'au moins 5 plaintes.