

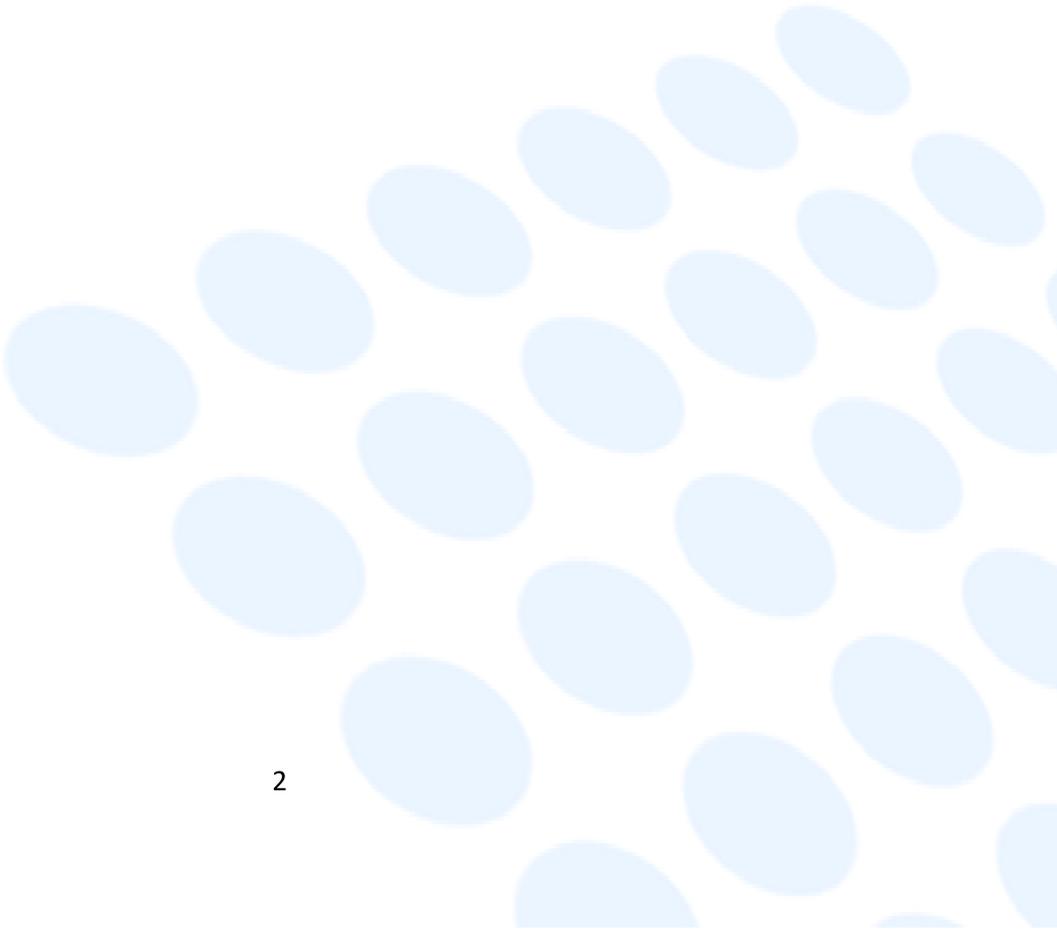
**SÉMINAIRE DE RESTITUTION ET DE PARTAGE
DES RÉSULTATS DU PROJET-PILOTE
DE LA HAUTE AUTORITÉ DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE**

Rabat, 27 et 28 octobre 2014

**Contribution à la lutte contre les stéréotypes
fondés sur le genre et promotion
de la culture de l'égalité hommes-femmes
à travers les médias audiovisuels**

**Proposition d'une démarche
de monitoring
des programmes télévisuels**

RAPPORT GENERAL



SOMMAIRE

> Présentation

> Introduction

> Synthèse des travaux du séminaire

• Journée du Lundi 27 octobre 2014

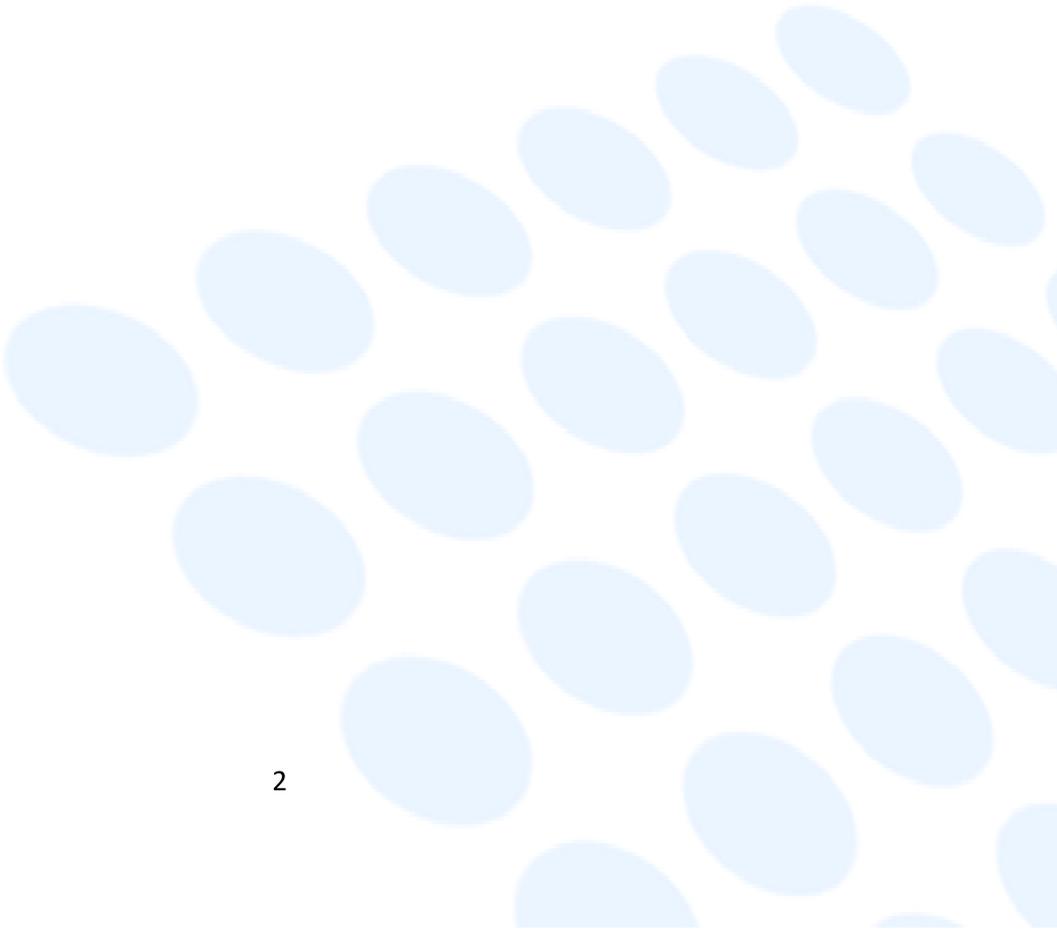
- Séance d'Ouverture solennelle
- Séance de présentation du projet pilote engagé par la HACA
- Séance de présentation des expériences des autres pays

• Journée du mardi 28 octobre 2014

- Atelier de travail n°1 : Recommandations de l'atelier relatif aux « Eléments clés pour la refonte/adaptation des cadres juridiques relatifs aux médias audiovisuels »
- Atelier de travail n°2 : Synthèse des travaux et recommandations de l'atelier portant sur les « Problématiques relatives au monitoring des programmes sur la base des expériences nationales et internationales et pistes de développement d'outils sur les plans quantitatif et qualitatif »
- Atelier de travail n°3 : Développer des partenariats efficaces aux niveaux national et régional

> Clôture

> Annexes



Présentation

Le présent rapport relate, de façon synthétique, le déroulement du séminaire de partage des premiers résultats du projet-pilote « Développement d'une démarche *genderisée* de monitoring des programmes audiovisuels », mené par la HACA dans le cadre de la mise en œuvre de sa stratégie (2013-2017) et de la « Déclaration du REFRAM¹ sur l'égalité entre hommes et femmes dans les médias audiovisuels », adoptée lors de la Conférence des présidents à Bruxelles des 19 et 20 septembre 2011.

Ce projet, objet d'une étude en cours en finalisation, répond donc à un double engagement :

- Le premier, envers le REFRAM, qui après sélection du projet soumis par la HACA suite à un appel à candidature², a confié à notre institution la responsabilité de mettre en chantier la conception et l'expérimentation d'un dispositif méthodologique de suivi des programmes télévisuels.
- Le second, envers notre pays, dont les avancées significatives, consolidées par la Constitution (2011) en matière des droits des femmes à la non discrimination (préambule) et à l'égalité (art. 19), se trouvent confrontés aux défis de l'effectivité, y compris dans et à travers les médias audiovisuels régulés par la HACA.

Si le produit de ce projet a été évalué positivement lors du séminaire organisé à Rabat les 27 et 28 octobre 2014, le processus y ayant conduit, durant 15 mois, a été d'une grande intensité du fait qu'il a été réalisé en interne, dans un souci de capitalisation et d'ouverture sur d'autres expériences, tout en étant mené comme exercice formateur, et appréhendé dans son caractère dynamique, réflexif et actif.

Les échanges, idées exprimées et recommandations faites durant ce séminaire attestent de l'importance du sujet et surtout de la difficulté inhérente à notre rôle de régulateurs face à un dilemme essentiel dans l'exercice de nos missions et prérogatives, à savoir celui de défendre la liberté d'expression, principe fondamental en démocratie, dont la valeur normative et éthique est « également » partagée par le principe d'égalité entre les hommes et les femmes.

Ce n'est donc pas fortuit si les participant(e)s au séminaire, représentant(e)s de plusieurs instances de régulation du nord et du sud ont mis l'accent sur la nécessité d'œuvrer en commun pour lutter contre les stéréotypes fondés sur le genre à travers les médias, classiques et nouveaux. Cette interpellation qui trouve un écho très favorable au sein du REFRAM, soutenu par l'OIF, impacte d'autres Réseaux de régulateurs qui intègrent le thème « genre et médias » à leurs feuilles de routes respectives comme étant une question de Droits de l'Homme dans sa dimension universelle.

Lors de l'événement spécial organisé par la HACA, sous l'intitulé : « La promotion de la culture des droits de l'Homme : rôle des régulateurs des media audiovisuels », dans le cadre de la deuxième édition du Forum Mondial des Droits de l'Homme, qui s'est tenu à Marrakech du 27 au 30 novembre 2014, un mois seulement après la tenue du séminaire objet du présent rapport, un accent a été mis sur la question « genre et media ». Ainsi, les intervenants (e)s représentant les principaux réseaux de régulateurs des médias dans le monde, (REFRAM, RIRM, RIARC, PRAI, PER, IBRAF) ont été unanimes à reconnaître leur rôle dans la promotion de l'égalité entre les hommes et les femmes, et à intégrer, dans le projet de la DRHOMA³, un engagement fort dans ce sens.

Amina Lemrini Elouahabi

Présidente de la HACA

¹ Réseau Francophone des Régulateurs des Médias

² Projet retenu par un jury constitué par le REFRAM, en date du 08 mars 2013.

³ La Déclaration relative aux référentiels communs des régulateurs pour la promotion et la consolidation des Droits de l'Homme à travers les médias audiovisuels -DRHOMA- est un projet dont l'esprit et l'architecture ont été adoptés à Marrakech et qui sera soumise à adhésion dès sa finalisation par le comité multi-pays mis en place.

Introduction

Sous le Haut Patronage de Sa Majesté Le Roi Mohammed VI, la Haute Autorité de la Communication a organisé en partenariat avec le REFRAM, un séminaire régional de restitution des résultats préliminaires du projet pilote « développement d'une démarche *genderisée* de monitoring des programmes » et ce, les 27 et 28 octobre 2014 à Rabat.

→ Objet et contexte du séminaire

Ce séminaire régional se voulait un moment de réflexion et de débat permettant, en particulier, aux régulateurs de différents pays d'interagir avec d'autres intervenants du secteur et des acteurs institutionnels, politiques, associatifs et académiques, à propos de la contribution des médias à la promotion d'une culture d'égalité.

Par ailleurs, le séminaire et l'approche de la HACA en vue de contribuer au « développement d'une démarche de monitoring des programmes pour la lutte contre les stéréotypes fondés sur le genre et promotion de l'égalité hommes-femmes à travers les médias audiovisuels » s'inscrivent dans le cadre de la mise en œuvre de la « Déclaration du REFRAM sur l'égalité entre hommes et femmes dans les médias audiovisuels »⁴, d'une part, et de la Stratégie de la HACA, d'autre part.

Les engagements du REFRAM (dimension régionale)

Les régulateurs des médias audiovisuels agissent au quotidien pour accompagner le dynamisme d'un secteur en permanente évolution. Leur mission, ainsi que l'éventail d'attributions qui leur sont dévolues confirment le rôle central qu'ils jouent en matière de veille au libre exercice de la communication audiovisuelle dans le respect de la dignité humaine.

En vertu de ce rôle, ces instances ont une responsabilité dans l'impulsion du changement en faveur du respect des droits de l'Homme de manière générale et de l'égalité homme-femme en particulier dans et à travers les médias, y compris par l'identification des leviers pour ce faire. Ainsi, comme le rappelle le vade-mecum⁵ destiné aux membres du REFRAM, bien que les régulateurs agissent dans des contextes culturels et réglementaires parfois différents, les moyens qu'ils peuvent mettre en œuvre sont similaires et permettent une action conjointe à ce niveau :

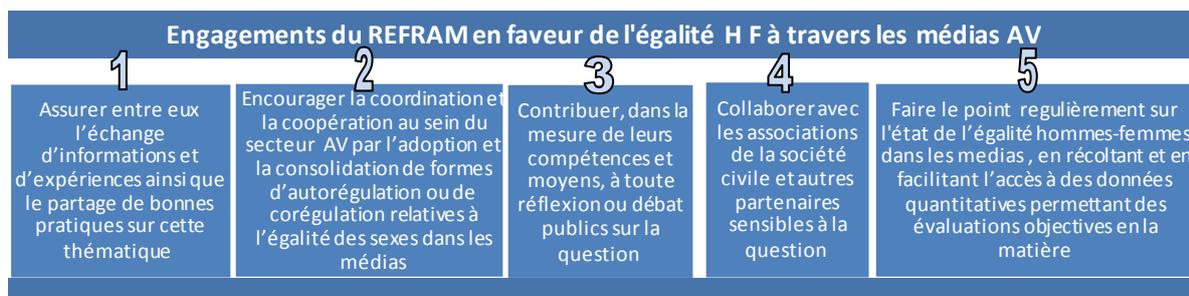
- soit dans la continuité des prérogatives « traditionnelles » assorties des pouvoirs d'avis, d'édiction de normes, de contrôle et de sanction, le cas échéant, tels qu'ils leur sont conférés par les lois et règlements encadrant la régulation de l'audiovisuel,
- soit à travers les missions dérivées du positionnement central des régulateurs au cœur du paysage médiatique et à égale distance de tous ses acteurs.

Souhaitant apporter leur valeur ajoutée à ce chantier, dans le respect de leur ancrage au sein de leurs systèmes institutionnels respectifs, les régulateurs membres du REFRAM ont consigné leur engagement conjoint en faveur de l'égalité hommes-femmes, dans ladite déclaration, à travers les objectifs suivants⁶ :

⁴ Déclaration adoptée par les Présidents des instances membres du Réseau Francophone des Régulateurs des Médias, y compris la HACA, en septembre 2011, à Bruxelles.

⁵ Ce vade-mecum est basé sur l'*Étude comparative des politiques des régulateurs membres du REFRAM en matière d'égalité hommes-femmes* réalisée en septembre 2011 pour le REFRAM (www.csa.be/documents/1695).

⁶ Voir « *Déclaration sur l'égalité entre hommes et femmes dans les médias audiovisuels* ».



En vue de la mise en œuvre de ces engagements, le Réseau a lancé, en octobre 2012, à destination de ses membres, un appel à projet-pilote, soutenu par l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF).

C'est dans ce cadre que le projet proposé par la HACA, dont la démarche constitue le point nodal de ce séminaire, a été retenu à l'unanimité après délibération d'un jury international⁷, suivie par une annonce publique par communiqué du REFRAM du 8 mars 2013, à l'occasion de la journée internationale de la femme.

Le programme d'action de la HACA (dimension nationale)

Le projet de la HACA s'inscrit dans le cadre du programme d'action « Genre et média audiovisuels » de l'institution, composante de la stratégie à court et moyen terme (2013-2017) adoptée par le CSCA, qui vise à développer un dispositif en trois composantes intégrées en faveur de la promotion de la culture de l'égalité entre les hommes et les femmes à travers les médias audiovisuels :

- Une composante juridique, relative au cadre légal, notamment à travers la loi sur la communication audiovisuelle ;
- Une composante méthodologique, visant la mise en place d'une démarche de suivi *genderisé* et automatisé des programmes, en capitalisant sur les acquis ;
- Une composante partenariale, par le biais de l'implication interactive des opérateurs et autres parties prenantes.

Le projet-pilote HACA- REFRAM

L'exercice mené dans le cadre du projet, objet de l'atelier, concerne essentiellement la composante méthodologique du monitoring en prenant appui sur le référentiel normatif et conceptuel de l'approche Droits.

La composante juridique qui est prise en charge dans le cadre de la réflexion de la HACA autour de la révision de la Loi n°77.03 relative à l'audiovisuel profitera de cette étape. La HACA a eu, toutefois, l'occasion, dans le cadre de l'avis donné par le CSCA au Chef du Gouvernement à propos de la révision partielle de la Loi n°77.03 (août 2013) et de l'élaboration des cahiers des charges de Medi1 TV (juillet 2014), de traduire sa conception des obligations des acteurs concernés de façon à « lutter contre les stéréotypes fondés sur le genre » et de « promouvoir la culture de l'égalité entre les hommes et les femmes » à travers les programmes et leurs contenus.

La troisième composante, dont l'importance est capitale, sera renforcée par le partage des résultats du projet et un processus d'échanges qui s'en suivra.

→ Objectifs du séminaire

Le séminaire vise un double objectif :

- Au niveau régional : échanger entre les membres du REFRAM autour des problématiques relatives au monitoring des programmes, sur la base des résultats du projet pilote mené par la HACA et des

⁷ Voir page 9.

expériences développées en la matière par d'autres membres du REFRAM, avec la contribution de quelques partenaires membres d'autres réseaux et tout particulièrement du RIRM.

- Objectif au niveau national : contribuer à la sensibilisation des principaux acteurs nationaux concernés et favoriser une interaction/appropriation critique de la démarche proposée en vue de combattre les stéréotypes fondés sur le genre de façon consciente et méthodique.

→ [Résultats attendus du séminaire](#)

Au niveau du REFRAM

- Un rapport incluant les résultats de l'application de la démarche, des débats et enseignements tirés sera édité par la HACA, en Arabe et en Français, et diffusé auprès de ses partenaires du REFRAM et d'autres réseaux ;
- Les recommandations du séminaire seront présentées à la prochaine Assemblée des Présidents ;
- Le vade-mecum du REFRAM, à propos de l'égalité hommes-femmes sera mis à jour lors d'une prochaine édition.

Au niveau de la HACA

Les débats qui jalonneront le séminaire ainsi que les observations, propositions et recommandations qui seront émises, seront prises en compte dans la mise en œuvre de la stratégie de la HACA en la matière.

→ [Programme⁸ du séminaire](#)

Le séminaire s'est déroulé sur deux journées, la première réservée à des séances plénières de présentation et de débat autour de différentes expériences nationales en matière de monitoring sensible au genre, appliqué aux contenus des médias audiovisuels. La seconde était réservée à des ateliers de travail parallèles autour de trois thématiques complémentaires afin d'enrichir de propositions concrètes les expériences nationales et la pratique du réseau :

1	Éléments-dés pour la refonte/ adaptation des cadres juridiques relatifs aux médias audiovisuels sur la base d'un renouveau conceptuel.
2	Problématiques relatives au monitoring des programmes sur la base des expériences nationales et internationales, et pistes de développement d'outils sur les plans quantitatif et qualitatif.
3	Renforcement de partenariats efficaces aux niveaux national et régional.

→ [Participants](#)

Le séminaire a vu la participation d'une dizaine de représentants de régulateurs audiovisuels francophones, membres du Réseau Francophone des Régulateurs des Médias –REFRAM-, ainsi que d'autres réseaux tels que les réseaux méditerranéen (RIRM) et africain (RIARC) et organismes internationaux dont l'OIF, partenaire du REFRAM, représentée.

Outre, M. Mustapha Ali ALIFEI, Président en exercice du REFRAM et Président du HCC –Tchad et Mme Julie GODIGNON, Attachée de programme « Liberté d'expression et régulation des médias » - Direction de la paix, de la démocratie et des Droits de l'Homme au sein de l'OIF, des responsables et experts

⁸ Voir annexe 1

représentant douze instances de régulation des médias, d'Europe, et d'Afrique⁹ on pris part au séminaire.

Ont également pris part à la séance d'ouverture nombre d'acteurs gouvernementaux dont le Ministre de la Communication et porte-parole du Gouvernement; la Ministre de la Solidarité, de la Femme, de la Famille et du Développement Social; la Ministre déléguée chargée de l'eau ainsi que des représentant(e)s de partis politiques (majorité et opposition), des parlementaires, des enseignants-chercheurs, des activistes du mouvement de défense des droits humains et des droits des femmes, des professionnels du secteur de l'audiovisuel et des représentants de la presse audiovisuelle, écrite et électronique¹⁰.

⁹ Liste des participants du REFRAM et du RIRM en annexe 2.

¹⁰ Liste des participants nationaux en annexe 3.

Synthèse des travaux

Journée du Lundi 27 octobre 2014 :

Séance d'Ouverture solennelle

La séance d'ouverture du séminaire a été marquée par le mot de bienvenue de **Madame Amina Lemrini Elouahabi**, Présidente de la HACA du Maroc: après avoir souhaité la bienvenue aux participants, Mme Lemrini a souligné l'importance et l'envergure de ce séminaire, et du projet-pilote qui en constitue l'ossature, et qui vise à fournir aux membres du REFRAM et aux autres instances de régulation présentes, un référentiel et une base de connaissances pour débattre des



moyens d'honorer leur engagements en faveur de l'égalité hommes-femmes tel que consigné dans la « *Déclaration sur l'égalité entre hommes-femmes dans les médias audiovisuels* ».

La Présidente de la HACA, a rappelé que la finalité du séminaire est justement le partage et la fécondation des idées à la lumière de l'exposé et des échanges autour des différentes approches développées pour le monitoring *gendérisé* des programmes, qui seront exposés tout au long de la première journée, à commencer par le projet-pilote du REFRAM, proposé par la HACA, en finissant par les expériences des différents confrères africains et européens. Les méthodes qui seront passées en revue, les résultats et difficultés qui seront soulignés, a-t-elle précisé, constitueront la matière de base des débats de la journée et des ateliers de la seconde journée, et qui permettront de sortir avec des recommandations à même de consolider l'approche des régulateurs, l'action concertée des réseaux et la pratique des professionnels du secteur. Mme Lemrini a ensuite donné la parole au Président du REFRAM.



Monsieur Moustapha Ali Alifei, Président en exercice du REFRAM, et Président du HCC –Tchad a réitéré les salutations d'usage à l'ensemble des personnalités présentes, ministres, députés, membres des conseils et instances de régulation de la région et intervenants du secteur des médias participants au séminaire.

Il a ensuite tenu à remercier le Maroc, pour l'accueil qu'il ne manque de réserver à ses hôtes et rappelé que la

tenu de ce séminaire couronne un long processus de réflexion sur la problématique du genre, dont le point de départ a été sans nul doute l'adoption, en Septembre 2011, de la Déclaration de Bruxelles sur l'égalité entre hommes-femmes dans les médias audiovisuels. L'engagement pris par les régulateurs lors de cette deuxième rencontre des présidents des instances de régulation de l'espace francophone a été suivi, a-t-il rappelé par le lancement, en Octobre 2012, d'un appel à candidature remporté par la HACA du Maroc, en vue d'élaborer un projet pilote proposant une méthodologie de perception de toutes les

déclinaisons du phénomène du genre. A la troisième Conférence des Présidents, tenue à Ndjamena (Tchad), en octobre 2013, il a été décidé de conserver cet objectif fondamental dans l'agenda du REFRAM, en l'inscrivant sur la feuille de route 2014-2015, a-t-il encore souligné.

Cette session marque ainsi, selon M. Alifei, l'amorce d'une stratégie de promotion de la politique du genre dans les médias audiovisuels, sur la base des mécanismes concertés et appropriés définis par ceux-là même qui ont la charge de sa pratique au quotidien. Aussi l'organisation de ce séminaire conforte le Réseau, a-t-il ajouté, dans sa volonté de développer une vision partagée de la lutte contre les inégalités, les discriminations et les stéréotypes fondés sur le genre. Une fois de plus, a-t-il tenu à rappeler, le Royaume du Maroc s'illustre à travers la HACA en offrant, à cet effet, un cadre de concertation sur une thématique d'importance et un instrument d'analyse et d'évaluation d'une question qu'on trouvait insaisissable. « *Que les plus hautes autorités de ce pays en soient vivement remerciées* », a ajouté M. Alifei, en saisissant l'occasion pour adresser à la HACA, à sa Présidente et aux membres du Conseil, la reconnaissance et la gratitude des membres du Réseau, pour les nombreux efforts consentis pour le renforcement du Réseau, ainsi que pour la qualité du projet présenté et pour l'esprit de solidarité et de partage, maintes fois réaffirmé par la HACA.

Le Président du Réseau a, par ailleurs, salué la présence des instances membres du réseau des instances méditerranéennes avec lesquels le Réseau entretient d'excellentes relations de proximité et de coopération. La problématique de l'égalité étant un enjeu majeur du débat international actuel, du fait de sa transversalité et de son caractère éminemment sociétale, de nombreux mécanismes de prise en charge de cette question fondamentale ont été élaborés et adoptés dans des instances de très haut niveau pour la rendre effective, a-t-il encore souligné. Inscrite dans les politiques et stratégies des Etats, partie-prenante des conventions internationales, régionales et sous-régionales, l'égalité homme-femmes se soumet désormais, grâce à l'outil que propose la HACA, à une appréhension analytique et à une analyse également volumétrique.

Il a ensuite invité les participants, experts dans leurs institutions respectives, à examiner durant les deux journées du séminaire, les résultats du projet et à nourrir la réflexion par le biais des échanges qui ne manqueront pas d'être enrichissants. La possibilité de fournir en temps réel des informations sur la présence des femmes sur nos écrans, le nombre de ces interventions ainsi que le statut de ces intervenantes contribue de manière effective à une meilleure connaissance des discriminations, tout comme elle permet de réfléchir à des mécanismes internes et externes aux médias visant une participation équitable de la femme à la construction et au développement de la société. Les médias étant des acteurs majeurs du changement, une appréciation objective de la problématique du genre en interne servira d'avantage la promotion de l'égalité homme-femme, a-t-il encore rappelé, citant au passage Mme Marie-Joseph Bertini, dans son livre « Femmes : le pouvoir impossible » : « les médias sont des entreprises comme les autres, et les journalistes qui y travaillent sont porteurs de la plus dure dominante bourrée de stéréotypes et de préjugés »¹¹. Selon M. Alifei, ce constat, certes sévère, traduit néanmoins un état de fait qui interpelle les régulateurs.

Réitérant ses remerciements à la HACA, il a salué, à la fin, la présence de la représentante du partenaire de toujours du Réseau, à savoir l'Organisation Internationale de la Francophonie, dont l'appui a été déterminant dans la conduite de ce projet. Remerciant les participants pour leur bienveillante attention, il a conduit, en paraphrasant les propos de l'actrice Emma Watson, prononcés devant la tribune des Nations Unies¹², le 21 septembre 2014, « *nous voulons mettre fin à l'inégalité des sexes et pour cela nous voulons que tout le monde s'y implique ! Il est grand temps que le régulateur aussi s'implique pour que cessent toutes les inégalités y compris celles fondées sur le genre* ».

¹¹ Marie-Joseph Bertini est spécialiste des médias. Son livre est destiné aux étudiants en journalisme

¹² Jeune actrice britannique (rendue célèbre par la série de films « Harry Potter ») Ambassadrice de bonne volonté de l'ONU Femmes, (l'Organisation des Nations Unies pour l'égalité des sexes et les droits des femmes dans le monde).

Madame Julie Godignon, représentante de l'OIF, a ainsi eu le mot de la fin de la séance d'ouverture. Saluant les représentants du gouvernement et du parlement marocain, les représentants des réseaux et instances de régulation et de communication participant(e)s, ainsi que le reste des participant(e)s, elle a exprimé sa réjouissance à prendre part à cette journée de restitution et de partage des résultats du projet pilote de la HACA pour l'égalité hommes-femmes. Adressant ses remerciements en particulier à la HACA, en la personne de



sa Présidente et de son équipe, pour l'énergie déployée pour la tenue de cette rencontre, elle a également exprimé la réjouissance de l'OIF à apporter son soutien à ce projet qui devrait permettre aux régulateurs qui sont les garants du pluralisme et de la diversité des médias, d'aborder la question de la représentation des femmes à travers et par les médias, par des outils adaptés, innovants et évolutifs.

En effet, a-t-elle souligné, la promotion de l'égalité entre les hommes et les femmes est au cœur des missions de la francophonie qui mobilise ses ressources et son expertise pour accompagner ses États membres, et en particulier le REFRAM, dans la mise en œuvre de sa feuille de route, dans laquelle l'égalité hommes-femmes figure comme une priorité thématique. Elle veille également à faire en sorte que les bonnes pratiques et les expériences réussies s'enracinent et soient partagées, notamment celles en faveur de la protection des droits de l'Homme. La promotion de ces valeurs sera possible et totale, a-t-elle souligné, grâce aux efforts, d'une part, des régulateurs, ainsi qu'à une réelle prise de conscience de la société civile, des citoyens, des acteurs institutionnels et également politiques. Elle a souligné que la HACA du Maroc est un des moteurs de ce mouvement et de cette lutte qui sont chevillés au cœur de sa Présidente. C'est pourquoi l'OIF salue, a ajouté Mme Godignon, la détermination de la Présidente de la HACA, à conduire ce combat permanent, adossé à une approche de la régulation exigeante, pragmatique et ambitieuse dans laquelle le respect des droits humains est fondamental. Réitérant l'engagement de l'OIF au soutien de toute initiative allant dans ce sens et favorisant le transfert d'expériences et de compétence entre les instances de régulation dans l'espace francophone et celles de pays non-francophones, aussi salue-t-elle la présence d'instances de régulations des médias d'Afrique de l'Ouest, d'Afrique Australe et orientale, d'Europe, d'Europe de l'Est à cette manifestation. Chacun contribuera au développement d'un espace d'interaction et de collaboration. Elle a conclu en remerciant très sincèrement la HACA et en souhaitant aux participants d'excellents travaux.

Séance De Présentation Du Projet Pilote Engagé Par La Haca



A l'issue de ces mots d'introduction, Madame Amina Lemrini Elouahabi a exposé le projet et ses principaux résultats. Précisant que la séance suivante de la matinée serait consacrée à la présentation, plus ciblée et en détail de la démarche et des outils de mise en œuvre, la Présidente de la HACA a donné un aperçu sur les fondements méthodologiques et théoriques du projet-pilote.

Structurant sa contribution autour de trois composantes fondamentales de la ligne d'intervention de son institution en la matière, elle a mis en relief :

- les éléments de point de départ, construits autour de constats basés sur les études et recherches internationales et nationales, ainsi que les concepts et référentiels afférents à la question ;
- Le processus de prise de conscience et l'action engagée par la HACA, depuis sa création, pour la promotion de l'égalité entre les sexes;
- Le cheminement conceptuel du projet-pilote dans ses deux composantes : la première focalisant sur le monitoring du pluralisme et la seconde relative à la programmation de manière générale.

Mme Lemrini a ainsi rappelé un certain nombre de points de cadrage du projet-pilote de la HACA :

- En partant des études réalisées dans plusieurs régions du monde et qui convergent vers un double constat :
 - Les médias, notamment audiovisuels, ne déterminent certes pas nos opinions et attitudes mais ils contribuent grandement à façonner notre perception du monde et des gens, ce qui fait d'eux « un des facteurs les plus socialisants de la société moderne » ;
 - Les personnes sujettes à discrimination dans la vie réelle, dont principalement les femmes, sont également celles qui sont les plus susceptibles d'être exposées aux inégalités d'accès aux médias et à une représentation négativement stéréotypée, à leur rencontre, à travers les contenus que ceux-ci diffusent.
- En passant par le référentiel international qui souligne que l'exercice de la liberté d'expression, fondement des libertés démocratiques, devrait aller de pair avec le droit à la non discrimination, principe structurant les droits de l'Homme, comme le consacre l'article 19 du Pacte International des droits civils et politiques et le rappelle, dans son article 19, la loi fondamentale marocaine, révisée en 2011.
- En rappelant les dispositifs de la nouvelle constitution du pays, qui, dans son élan de renforcement des droits des femmes, prévoit outre l'interdiction de la discrimination fondée sur le sexe (préambule à force juridique), l'égalité en droits civils, politiques, économiques, sociaux et culturels ainsi que le principe de la parité (article 19) ; comme elle a consacré la liberté de la presse (article 28), les libertés de pensée, d'opinion et d'expression (article 25) et le droit d'accès à l'information (article 27).

Forte de ce référentiel, et de sa constitutionnalisation et de ses prérogatives (article 165) rehaussées au service du libre exercice de la communication audiovisuelle dans le respect de la dignité humaine, du pluralisme et de la diversité, et forte des acquis, accumulés depuis sa création en 2002, la HACA a ainsi enclenché une dynamique positive, dans trois directions:

- **Au niveau national** : en prenant part aux échanges et initiatives relatives à l'égalité entre les hommes et les femmes dans les médias, notamment, y compris par la participation à l'élaboration de la *Charte nationale pour l'amélioration de l'image de la femme dans les médias* (mars 2005) et au *Programme d'institutionnalisation de l'égalité entre les sexes dans le domaine de la communication* (juillet 2006).
- **Au niveau interne** : par une vision et une pratique intégrées, en vertu de ses attributions, à différents niveaux :
 - En traitant, suite aux plaintes de tiers ou par auto-saisines, des manquements au respect de la dignité humaine¹³ des femmes dans les programmes audiovisuels nationaux.¹⁴
 - En engageant, dès 2010, un chantier de réflexion, avec l'implication de personnalités publiques et civiles, pour l'identification des stéréotypes de genre dans les contenus audiovisuels nationaux.¹⁵ Suivi par l'élaboration et la diffusion du « Rapport de synthèse sur l'image de la femme dans le paysage médiatique national 2010-2011 ».
 - En inscrivant la thématique dans sa stratégie, pour la période 2013-2017, comme axe transversal à triple composante : juridique, méthodologique et partenariale.
 - En proposant, à l'occasion de l'avis rendu par le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuel (CSCA, instance décisionnelle de la HACA) au Chef du Gouvernement (août 2013) relatif à la révision des articles 4 et 9 de la Loi N°77.03 relative à la communication audiovisuelle, des dispositions juridiques qui prévoient :
 - ✓ l'interdiction de « l'incitation directe ou indirecte à la discrimination à l'égard des femmes et à l'atteinte à leur dignité », et
 - ✓ l'obligation de « lutter contre les stéréotypes fondés sur le genre » et de « promouvoir la culture de l'égalité entre les hommes et les femmes ».
 - En intégrant ces dispositions aux cahiers des charges de Médi 1 TV à l'occasion de son passage du public au privé (juillet 2014)¹⁶.
- **Au niveau international** : en œuvrant à porter, aux côtés d'autres régulateurs, la question de l'égalité entre les sexes au sein des réseaux de régulation régionaux, pour une action coordonnée et efficace.
 - En septembre 2011, le REFRAM a adopté sa « Déclaration sur l'égalité entre hommes et femmes dans les médias audiovisuels »¹⁷, suite à laquelle il a lancé, en octobre 2012, un appel à projets pour la mise en œuvre de cette déclaration. Le projet proposé par la HACA (objet de partage et restitution dans ce séminaire) a été retenu à l'unanimité par un jury¹⁸ international. L'annonce publique du résultat des délibérations a été communiquée le 8 mars 2013.¹⁹
 - Dans la foulée, et entre ces deux dates, le RIRM a adopté en novembre 2012, à Lisbonne, sa « Déclaration de lutte en faveur de l'égalité homme-femme et contre les stéréotypes sexistes dans et à travers les médias » conjointement proposée par la HACA et le CAA (Autorité de

¹³ Seule disposition légale prévue par la loi 77-03 relative à la communication audiovisuelle de 2005 (Préambule et articles 3 et 7).

¹⁴ Décision 47-10 et Décision 06-14 du CSCA, du 14/06/2010, du 20 décembre 2013, notamment.

¹⁵ Réflexion conduite par un groupe de cadres de la Direction générale de la HACA, sous la supervision de M. Salah El Ouadie, ancien membre du CSCA, dont les résultats ont été rendus publics le 8 mars 2012.

¹⁶ A noter concernant les deux autres opérateurs TV, que la SNRT dispose d'une charte déontologique (depuis octobre 2012) qui prévoit qu'il soit tenu compte de l'approche genre et Soread 2M d'une charte pour la valorisation de l'image de la femme depuis mars 2014.

¹⁷ La déclaration a été adoptée avec la contribution de la HACA représentée à l'AP du Réseau à Bruxelles par son Président M. A. Ghazali et Mme R. Zeidguy, membre du CSCA, qui est intervenue à ce sujet.

¹⁸ Jury mis en place par le Réseau et composé de Denise Époté, Directrice régionale Afrique à TV5Monde, Marie-Soleil Frère, maître de recherche du FNRS à l'Université libre de Bruxelles (ULB) et spécialiste du développement des médias en Afrique subsaharienne, Chouchou Namegabe, coordinatrice de l'Association des femmes des médias du Sud-Kivu (AFEM-SK), Michèle Reiser, auteure et réalisatrice, ancien membre du CSA français et ancienne Présidente de la Commission sur l'image des femmes dans les médias et Hervé Barraquand, spécialiste de projets à l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF).

¹⁹ Cf. communiqué sur <http://www.francophonie.org/Egalite-hommes-femmes-le-REFRAM.html> et rapport d'activité 2012-2013 du REFRAM, http://www.francophonie.org/IMG/pdf/rapport_activites_refram_2012-2013.pdf

régulation andalouse).²⁰ En amont, une étude comparée²¹ des mécanismes et dispositifs de régulation, afférents dans la région méditerranéenne a été coordonnée et élaborée par les deux instances²² et présentée à l'Assemblée plénière du Réseau en novembre 2013²³.

- Le Réseau des instances de régulation africaines (RIARC)¹ a, par la suite, inscrit la question de l'égalité homme-femme, comme axe stratégique numéro 4, de son plan d'action 2014 /2015.

Le projet, objet de partage et restitution dans ce séminaire, relatif au « développement d'une démarche de monitoring des programmes en vue de combattre les stéréotypes fondés sur le genre et de promotion de la culture de l'égalité hommes-femmes à travers les médias audiovisuels », s'inscrit dans tout ce processus. Réalisé dans le cadre du REFRAM, l'exercice auquel l'institution s'est prêtée revêt une double dimension, a-t-elle souligné :

- la première, d'ordre méthodologique, qui consiste en la mise en place d'un dispositif de monitoring automatisé, sensible au genre,
- et la seconde, d'ordre opérationnel, qui s'est traduite par l'application de ce dispositif aux programmes télévisuels, à titre expérimental.

L'intervention s'est ensuite déroulée en deux temps, couvrant ainsi la description du dispositif méthodologique et la présentation des principaux résultats.

1. Le dispositif méthodologique

1.1- Le champ télévisuel comme espace d'observation : au regard de l'enjeu primordial que présente la télévision dans les habitudes de consommation de la société, de son influence sur les constructions sociales et de son poids sur le marché publicitaire. Pour l'homogénéité du corpus, le choix s'est porté sur les trois chaînes généralistes nationales publiques²⁴ au moment de l'étude.

TV Al Oula	TV 2M	Médi1 TV
		

- En vertu de leur mandat de service public, ces médias télévisuels ont, en outre, une obligation renforcée. En effet, les principes universels qui sous-tendent la notion de service public, rapportée à la radiotélévision, sont l'égalité et l'universalité d'accès qui se traduisent par la diversité, autant des programmes et sujets traités, pour satisfaire les différents centres d'intérêt du public, que des sources d'information et d'opinion²⁵.

1.2- Les indicateurs de mesure qui permettent d'appréhender la réalité des écarts de traitement éventuels entre les hommes et les femmes dans les médias analysés. La HACA s'est, à ce propos,

²⁰http://www.rirm.org/médias/_documents/fr/209.1.D%C3%A9claration%20relative%20%C3%A0%20la%20lutte%20contre%20les%20stereoty pes%20fond%C3%A9s%20sur%20le%20genre_%20Lisbonne_%2023%20novembre%202012%20%281%29.pdf.

²¹ <http://www.haca.ma/index.jsp>.

²² Un questionnaire a été auparavant adressé à l'ensemble des régulateurs du pourtour méditerranéen pour l'identification des mesures prises pour le respect de l'égalité homme-femme au sein du réseau, une étude comparée a été présentée lors de la réunion annuelle du réseau par les deux autorités, assortie du texte de la déclaration.

²³ Par ailleurs, le réseau des instances de régulation africaines (RIARC)²³ a inscrit en axe stratégique numéro 4, de son plan d'action 2014 /2015, la question de l'égalité homme-femme, avec trois activités programmées dont l'élaboration d'un guide d'analyse des grilles des programmes des médias audiovisuels en la matière.

²⁴ Médi 1 TV a changé de statut par la suite, après changement de son tour de table, elle est redevenue privée.

²⁵ Conformément à l'article 19 de la déclaration universelle des droits de l'homme, qui dispose : « *Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit* ».

inspirée, de façon critique, des plateformes élaborées de manière consensuelle à l'échelle internationale, tout particulièrement :

- des indicateurs du Global Media Monitoring Project (GMMP)²⁶ mis en œuvre pour le suivi mondial des contenus médiatiques, informatifs depuis 1995²⁷ et ;
- des « Indicateurs pour l'égalité des genres dans les médias »²⁸ (GISM) élaborés en décembre 2012 par l'UNESCO, en collaboration avec la Fédération Internationale des Journalistes (FIJ). Un premier atelier de sensibilisation à la compréhension et à la mise en œuvre de ces indicateurs a été organisé, au Maroc, en janvier 2013, par l'UNESCO et la SNRT (pôle audiovisuel public marocain).

Abstract des indicateurs du GMMP et de l'UNESCO	
Indicateurs GMMP	Indicateurs UNESCO
 <p>Classe les sujets de nouvelles et d'actualité sous 7 catégories de thèmes principaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - « Politique et Gouvernement » - « Économie », - « Sciences et Santé » - « Social et Juridique » - « Criminalité et Violence » - « Personnes célèbres, arts, médias et sports » - « Autres » <p>Les qualités des intervenants en 8 catégories :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aucune activité déclarée - Célébrité - Domaine de l'éducation et de la santé - Activiste/militant - Employé du gouvernement - Athlète - Finance / droit - Acteur politique <p>Les rôles de locuteurs en 6 catégories :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Opinion populaire - Expérience personnelle - Témoin oculaire - Sujet de nouvelles - Expert - Porte-parole 	 <p>Catégorie B²⁹ : Contenu des médias et représentation des genres</p> <p>B1 Représentation des hommes et des femmes dans l'information et l'actualité</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présence équilibrée de femmes et d'hommes reflétant la composition de la société, les expériences humaines, les actions, les opinions et les sujets de préoccupation dans le traitement par les médias de l'information et de l'actualité - Juste représentation des femmes et des hommes grâce à l'élimination des stéréotypes et au recours accru aux représentations/portraits multidimensionnels - Couverture par les médias des questions liées à l'égalité des genres et à l'équité en tant qu'élément important et essentiel du rôle de veille attribué aux médias dans la société - Manifestation de la sensibilisation aux sexes/spécificités selon les différents types de contenu (...) quels que soient le sujet et le domaine traités et les rubriques/sections de contenu. <p>B2 : Représentation des hommes et des femmes dans la publicité</p> <ul style="list-style-type: none"> - Juste représentation des femmes et des hommes dans les messages commerciaux diffusés par les media - Identification des stéréotypes sexistes dans les messages commerciaux diffusés par les médias

1.3- Les systèmes de traitement numériques développés par la HACA, brevetés à l'Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale (OMPIC), et paramétrables pour un suivi adapté au comptage des temps d'antenne et de parole suivant des critères prédéfinis, et permettant à la fois le stockage, le séquençage et le visionnage des programmes (HMS ACQUISITION) ainsi que l'observation, le codage et la génération automatique de rapports (HACA Echant et HACA-Pluralisme, notamment).³⁰

²⁶ http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2010/global/gmmp_global_report_en.pdf

²⁷ Date de la tenue de 4^{ème} conférence de l'ONU sur les femmes (Beijing).

²⁸ http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/IPDC/ipdc28_gsmi_paper_fr.pdf

²⁹ La Catégorie A des indicateurs concerne les Actions visant à favoriser l'égalité des genres dans les sociétés et le secteur des médias

³⁰ Systèmes élaborés en interne, brevetés et fonctionnels depuis 2007.



Sur la base de ces outils, le présent projet a été initié dans ses deux composantes parallèles :

	Composantes du projet	Objet d'analyse	Méthode appliquée	Période traitée	Choix de la période	Dimension principale visée
1	Pluralisme d'opinion	Programmes d'information	Suivi exhaustif	Six mois	Le semestre d'intense activité politique	Expression des femmes/hommes
2	Représentation hommes/femmes dans les contenus	Programmation globale	Suivi par échantillon aléatoire	Une semaine	Semaine ordinaire (anodine)	Visibilité Des femmes/hommes

- a. La première composante se basant sur un système de calcul et de traitement des temps d'antenne et de parole des intervenant(e)s, HACA PLURALSME, paramétré pour le suivi du pluralisme politique. L'étude a exploité les données disponibles, suite au relevé systématique et périodique du pluralisme, diligenté à longueur d'année, en interne, conformément à la décision du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle – CSCA, n°46-06 encadrant le pluralisme en période hors électorale³¹.

La Décision n°46-06 du CSCA relative aux règles de la garantie du pluralisme d'expression des courants de pensées et d'opinion dans les services de communication audiovisuelle, en période hors électorale, entrée en vigueur le 27 septembre 2006, mise en œuvre dès le 1^{er} janvier 2007 a opté pour la comptabilisation des temps de parole des personnalités publiques au suivi des interventions des acteurs institutionnels (Premier ministre et présidents des deux chambres du Parlement), aux Quatre Parts (gouvernement, majorité parlementaire, opposition parlementaire et partis non représentés au Parlement) ainsi qu'aux intervenants syndicaux et professionnels (syndicats et organisations professionnelles) et ce dans les journaux et les magazines de débat et d'information.

Les interventions des personnalités politiques, syndicales et membres des organisations professionnelles ont été analysées à la lumière du système de classification du GMMP.

³¹ Sont comptabilisées uniquement le temps d'antenne et de parole des personnalités publiques mentionnées dans la loi cadre, à l'exclusion des autres intervenants (animateurs, observateurs, citoyens ordinaires..).

Capture écran formulaire de traitement « HACA Pluralisme »

The screenshot shows a web application interface for media analysis. The interface is divided into several sections:

- Intervenant (Intervenor):** Fields for Nom (Name), Qualité (Quality), Appartenance (Affiliation), and Catégorie (Category). Buttons: Intervenant, Modifier, Nouveau.
- Informations (Information):** Rubrique (Choose a rubric), Position, Sujet, Remarques, Temps (Parole, Antenne), Période (Normale, Pré-campagne électorale, Campagne électorale), Présentation (Expression directe, Invitation au plateau, Meeting), Région (Choose a region), Nature (Nationale), Langue (ARABE).
- Timing (In/Out):** Début (22/01/2014 21:08:3), Fin, Durée.
- Buttons:** Suspendre, Supprimer projet, Archive Ok, Retourner.
- Table:**

Date	Start Time	End Time	Category
22/01/2014	20:43:27	20:44:10	00:00:43
22/01/2014	20:46:52	20:49:11	00:02:19
22/01/2014	20:52:34	20:52:59	00:00:25
22/01/2014	20:54:55	20:55:23	00:00:28
22/01/2014	21:00:00	21:00:25	00:00:25
22/01/2014	21:00:41	21:01:13	00:00:32
22/01/2014	21:02:15	21:02:39	00:00:24
- Video Player:** Suspendu, 09:08, -60, -30, -15, -5, -ZAr, Play, +ZAv, +5, +15, +30, +60, Marquer début, Préc. 22/01/2014 21:09:00, Suiv., Marquer Fin.

L'étude a couvert le 1^{er} semestre 2013 (du 1^{er} janvier au 30 juin 2013) sur les trois chaînes généralistes où les interventions des personnalités politiques et syndicales sont significatives dans les contenus d'information. Elle s'est concentrée sur les journaux d'informations dans leurs éditions de mi-journée et du soir, diffusées en langue arabe, et sur les émissions de débat et d'information, dans leurs éditions hebdomadaires permanentes.

Le corpus ainsi analysé compte 6373 interventions de personnalités publiques masculines et féminines dont 3563 dans les journaux d'information et 2810 dans les émissions de débat et d'information³².

b. La seconde composante s'est inspirée, à la fois :

- des indicateurs du GMMP, notamment pour la catégorisation qu'ils introduisent des rôles et qualités des intervenants et des grandes catégories de thématiques (6 thèmes) ;
- et des indicateurs de l'UNESCO³³, en se basant sur les objectifs et principes de recherche définis par ceux-ci afin d'évaluer la visibilité « *des femmes et des hommes dans les médias, tenant compte des considérations de respect de la diversité de composition, d'opinion et d'expression de la société* ».

Sur la base de ces deux sources, une grille de lecture a été définie en tenant compte des besoins du projet et des objectifs qui en découlent, dans le respect du rôle du régulateur, des exigences de rigueur et en tirant profit des bonnes pratiques initiées par d'autres intervenants étrangers en matière d'égalité

³² Les médias d'information jouent un rôle primordial dans la formation de l'opinion publique. Ils ont, à ce titre, la double obligation de garantir la liberté d'expression et le droit à l'information, qui permet aux citoyens et citoyennes de construire leur opinion propre sur la base de faits réels, avérés et d'analyses objectives, diversifiées et argumentées.

³³ Les indicateurs de la Catégorie B de la plateforme (Les indicateurs de catégories A étant réservés aux aspects intéressant le secteur et les professionnelles dans les entreprises de médias).

et/ou de diversité³⁴. Pour cette seconde composante du projet, l'analyse a exploité un système interne de traitement par échantillonnage aléatoire (HACA ECHANT) qui donne une estimation volumétrique des programmes, selon des critères prédéfinis en amont. Ce système a été paramétré pour les besoins du présent projet, de manière à mesurer les écarts de traitement perçus, suivant le sexe des personnes visibles, dans les différentes catégories de programmes formant le corpus.

Capture écran exemple du résultat « HACA Echant »

The screenshot displays a software interface with several panels:

- Information:** A table with columns 'Service', 'Début', 'Fin', 'Responsable', and 'Avanc.'. It shows a project '2M' starting on 15/01/2014 and ending on 22/01/2014, managed by 'BOURARA Bouchra', with 100.0% progress.
- Détail:** A table with columns 'Reste à traiter' and 'Traitées'. It lists various items with dates, times, and gender categories like 'Homme', 'Femme', and 'Femme(s) et homme(s)'. A 'Projet achevé' label is visible.
- Player:** A video player showing a woman in a studio setting. The video title is 'QUE DU SPORT'. The player includes standard controls like play, pause, and volume.
- Espace de travail:** A metadata panel with dropdown menus for various attributes:
 - Sphère mobilisée : Sphère publique
 - Milieu : Urbain
 - Thème : Sports
 - Genre télévisuel : Magazine sportif/retransmission sportive
 - Intervenant : Femme
 - Âge : Adulte (> 28 ans)
 - Qualité/forme d'intervention : Professionnel de l'entreprise média (coproduit)
 - Rôle assumé : Journaliste/animateur
 - Catégories professionnelles : Métiers des arts, médias, culture (patrimoine)
 - Secteur publicité : --
 - Instruction de la visibilité : Personne que l'on voit et qui parle
 - Apparence : Apparence moderne, citadine, CSP+
 - Relations : Autonomie
 - Langue : Français
 - Autre info : Production nationale

Comme pour le pluralisme, ce projet a concerné également les trois chaînes généralistes nationales sur un échantillon d'une semaine ordinaire de programmes³⁵, soit la semaine du mercredi 15 au mardi 21 janvier 2014.

Deux plages horaires ont été examinées, de 11 heures à 14 heures et de 17 heures à 23 heures, quotidiennement. Le choix de ces tranches a tenu compte de leur importance commerciale, elle-même tributaire des données d'audience.³⁶

Un des partis-pris de recherche consistait à vérifier la différence ou non de traitement entre les hommes et les femmes entre journée et soirée en raison de la répartition de l'audience et de son poids nettement plus important en soirée (pics d'audience).

³⁴ Notamment par les régulateurs belge, français et catalan et des instituts de recherches: Institut Osservatorio Di Pavia (Italie), *Geena Davies institute on gender in Media* et *IWMF (international womens media foundation (USA), Comunicarigualdad, Agencia con enfoque de género et CIMAC, Comunicacion e Informacion de la Mujer (Argentine), l'ONG Media Watch et Erin Research Inc. (Canada), Global Media studies, Media Monitoring Africa et Gender Links (Afrique du Sud) ou d'intervenants professionnels (Fédération Internationale des Journalistes et Syndicats de journalistes et médias de différents pays).*

³⁵ Période suffisante pour dégager les tendances, et parti-pris généralement pratiqué par les systèmes de monitoring et baromètre de la diversité : belge, français, italien,... avec de légères variables.

³⁶ Habitudes, préférences et pourcentages de présence des téléspectateurs devant l'écran de télévision mesurés par l'organisme de mesure d'audience Marcométrie.

Le corpus de la programmation mère étant de 9 heures de programmes par jour et par chaîne, soit un total de 189 heures, la taille de l'échantillon traité fut de 400 secondes par chaîne, définies et prélevées de manière aléatoire par le système HMS ECHANT, sur la base d'un seuil de confiance théorique de 95% et avec un intervalle de confiance théorique de 5%, soit une séquence (ou seconde) à traiter toutes les 9 minutes et 27 secondes de programmes, en moyenne. Toutes les catégories de programmes ont été traitées, conformément à leur présence dans cet échantillon (programmes d'information, de fiction, magazines de société ou autres, ainsi que la programmation commerciale), en tenant compte dans la définition des variables et de la grille d'analyse des spécificités de chaque programme (type de production, catégorie, origine et langue du programme, sexe, nombre et âge des intervenants visibles, thème abordé, etc.).

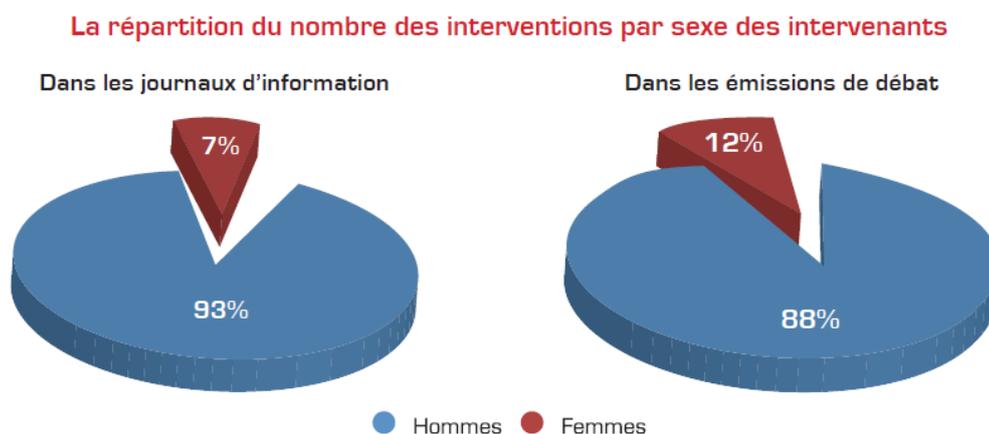
L'analyse a consisté à définir l'existence éventuelle d'éléments de programmation stéréotypée :

- La visibilité des femmes par rapport aux hommes (égalité, sous ou sur-représentation, analysées à travers le taux moyen de présence) ;
- La représentation des hommes et des femmes, suivant la présence et la répartition par sexe, rapportée au type de programme (fiction, divertissement, information, publicité), à la thématique, au sujet abordé, au rôle assigné aux intervenant(e)s, à la langue utilisée, à la tranche horaire..., trahissant ou non un partage stéréotypé des sphères d'intérêts suivant le sexe ;
- La composition du groupe de femmes, en cherchant à appréhender - sur la base de la perception et non du principe de vérité - la visibilité de la diversité intrinsèque à la composante féminine de la société.

2. Les principaux résultats

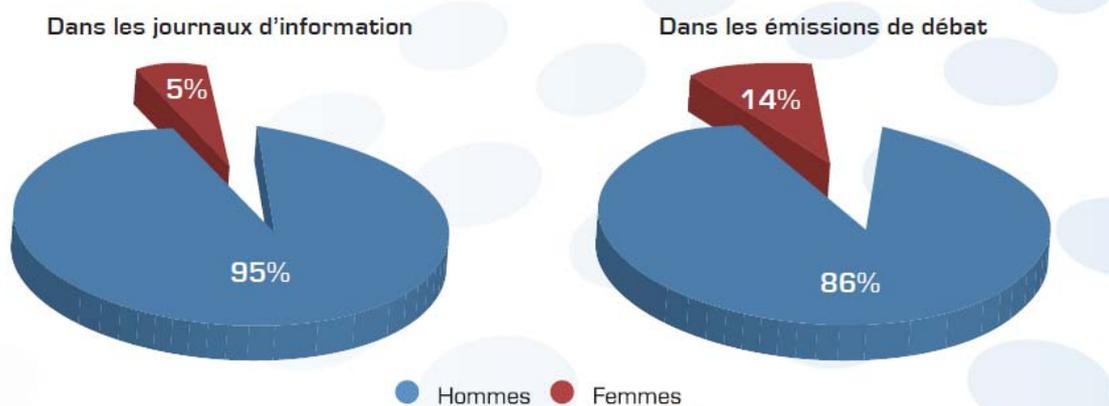
- *Première composante du projet, relative au monitoring des programmes d'information dans une perspective de pluralisme politique :*

Dans les programmes télévisuels étudiés, les journaux comme les émissions d'information et de débat politique, les résultats obtenus mettent en exergue la sous-représentation des femmes par rapport aux hommes, en nombre d'interventions ainsi qu'en volume horaire global.



La proportion des interventions féminines est inférieure à 7% dans les journaux télévisés et s'établit à moins de 12% dans les émissions d'information et de débat politique. En confondant les résultats des journaux et des émissions, la part des interventions féminines avoisine les 9%.

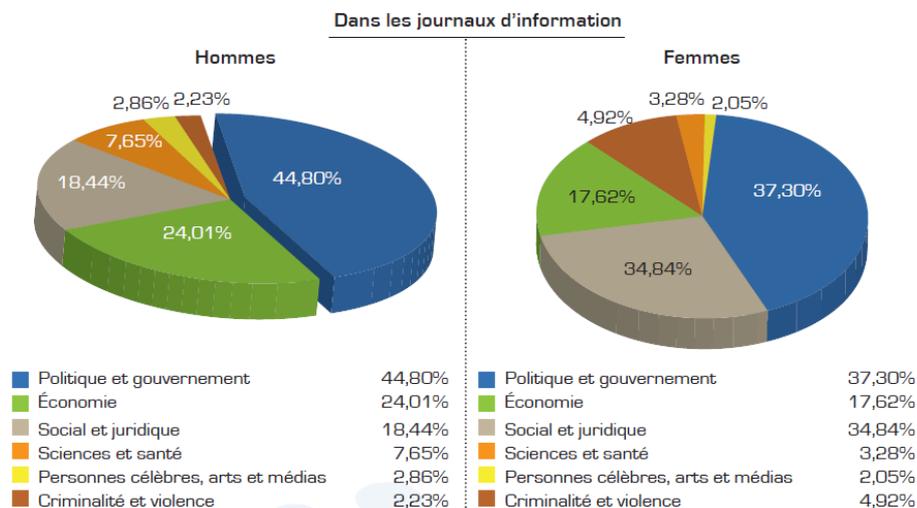
La répartition des volumes horaires des interventions par sexe des intervenants



La proportion des interventions féminines en volume horaire est inférieure à 6% dans les journaux télévisés, et s'établit à moins de 14% dans les émissions d'information et de débat politique. Ainsi, les hommes parlent plus longuement que les femmes, avec une durée moyenne d'intervention de 30 secondes contre 20 pour les femmes dans les journaux télévisés.

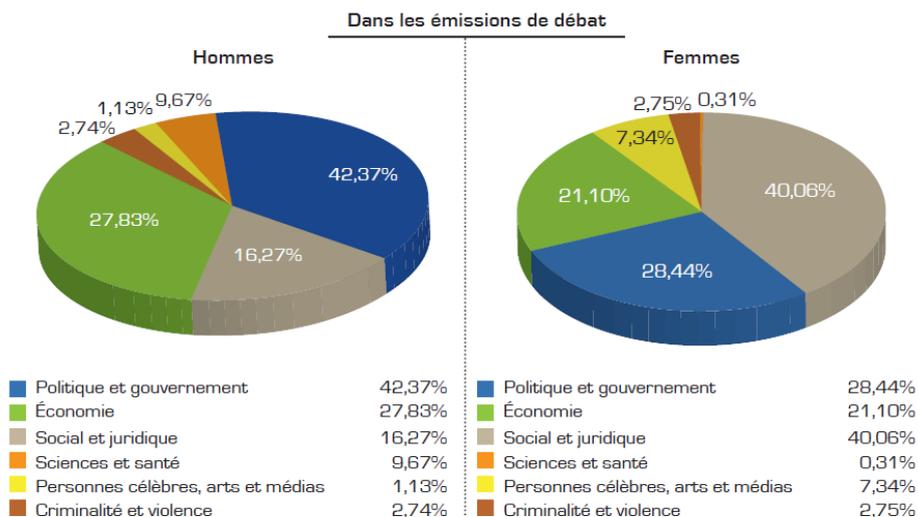
A l'inverse, dans les émissions d'information et de débat politique, les femmes s'expriment plus longuement que les hommes. La durée moyenne d'une intervention féminine est ainsi d'une minute trente contre une minute quinze pour les hommes. La répartition par catégorie de sujets montre que trois catégories dominent très largement dans les interventions masculines, et pratiquement dans les mêmes proportions, aussi bien dans les journaux d'information que dans les émissions d'information et de débat politique : « Politique & Gouvernement », « Économie » et « Social et Juridique ».

Répartition des interventions des personnalités publiques par catégorie de sujets



Dans les journaux d'information, les interventions féminines rejoignent, toute proportion gardée, le schéma des interventions masculines, en ce fait que la catégorie « Politique & Gouvernement » occupe la première place avec près de 45% pour les hommes et de 37% pour les femmes, talonnée de près par «le social juridique» pour les femmes (35%), suivi de l'Économie 18% au même taux que celui du « social juridique », également en troisième position, pour les hommes. Le deuxième plus important thème d'intervention masculin dans les JT est l'économie avec 24%.

Répartition des interventions des personnalités publiques par catégorie de sujets



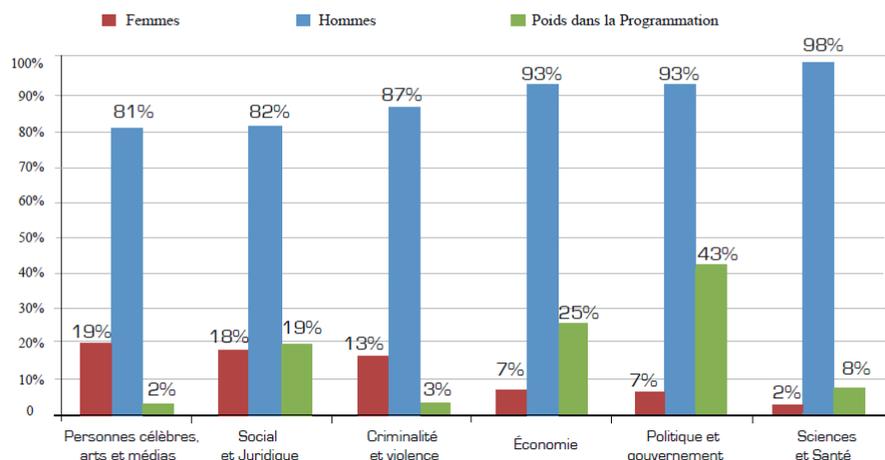
Dans les magazines d'information et de débat politique, la répartition des interventions masculines est quasi identique à celle des JT :

- « Politique & Gouvernement » : plus de 42% ;
- « Économie » : près de 28% ;
- « Social et Juridique » : plus de 16% .

Quant à la répartition des interventions féminines, elle fait ressortir la prépondérance du « social juridique » (40%), contre près de 29% pour « Politique & Gouvernement » et 21% en « Économie ».

En regroupant l'ensemble des programmes d'information, l'analyse fait ressortir les faibles pourcentages d'interventions féminines en général.

La répartition par thème des interventions de l'ensemble des personnalités publiques dans l'ensemble des programmes d'information (JT et magazines)



Les minimas des interventions des personnalités publiques féminines se situent (hormis en « Sciences et Santé ») dans les thématiques centrales de cette catégorie de programmes (68% de l'ensemble des thèmes). A savoir en « Politique et Gouvernement » 7% et en « Économie » 7%, tous programmes d'information et toutes interventions confondues (hommes et femmes). A contrario, ce sont sur ces thématiques que les hommes interviennent le plus avec un pourcentage de 93%.

Le maxima féminin, toute proportion gardée, concerne l'ensemble « *Personnes célèbres, arts et médias* », qui constitue le minima des interventions masculines. Rubrique où sont intégrées les interventions (faites le plus souvent dans les journaux télévisés) lors de rencontres sur les médias, le cinéma, le livre et les arts, dans la couverture de manifestations sportives ou concernant les actualités en rapport avec les droits des journalistes et la liberté de la presse, ou encore en cas de décès de personnalités publiques ou d'obtention de prix par l'une d'elles.

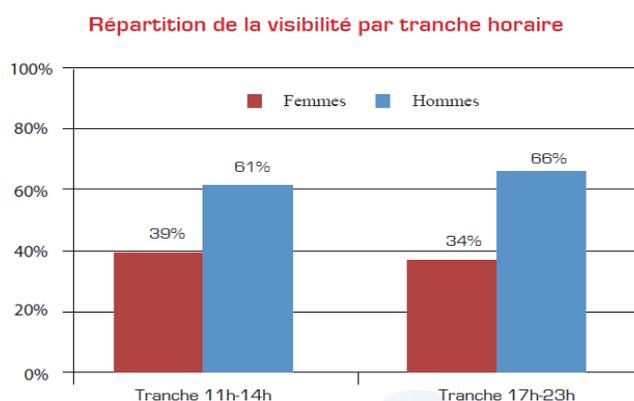
La seconde plus grande consistance des interventions féminines intéresse l'ensemble « social et juridique ». En détaillant cette sous-catégorie, on observe que c'est en matière d'éducation en général et de prise en charge des enfants que les femmes interviennent le plus avec 29% du total de cette catégorie, contre 7% pour ce qui relève du juridique à proprement parler : Système juridique, judiciaire et législation. Le second socle de sous-thèmes de cette catégorie où les femmes interviennent le plus (42%) se rapporte aux droits humains, qu'il s'agisse de droit des individus (femmes, enfants...) ou des législations afférentes.

Concernant l'«économie», les hommes interviennent à hauteur de 93% du total des interventions concernées par cette thématique, contre seulement 7% pour les femmes. La question de l'égalité et les enjeux relatifs à cette thématique restent par contre une préoccupation féminine par excellence. En tant que sujet de débat et objet d'intervention, elle a concerné 2% de l'ensemble du corpus étudié seulement, avec 21% interventions, toutes féminines, dans les journaux télévisés et les magazines de débat et d'information. Les personnalités publiques masculines ne sont jamais intervenues sur cette question. Dans l'ensemble où les hommes dominent, la sous-catégorie « politiques nationales, gestion publique (locale, régionale, nationale), processus électoral, etc... mobilise 88% des interventions.

- *Seconde composante du projet pilote, relative à l'ensemble de la programmation :*

Les résultats du monitoring des programmes par échantillonnage (donnés par moyenne des trois chaînes généralistes) révèlent que la moyenne de visibilité féminine dans les trois chaînes se situe à 35% contre 65% pour les hommes dans les séquences mobilisant chaque sexe individuellement. A noter que l'audience, se situe presque à l'opposé ; à 59% pour les femmes contre 41% pour les hommes. Les femmes étant celles qui regardent le plus la télévision. La programmation, évaluée suivant les critères définis, et au regard de la perception du récepteur, se caractérise notamment par :

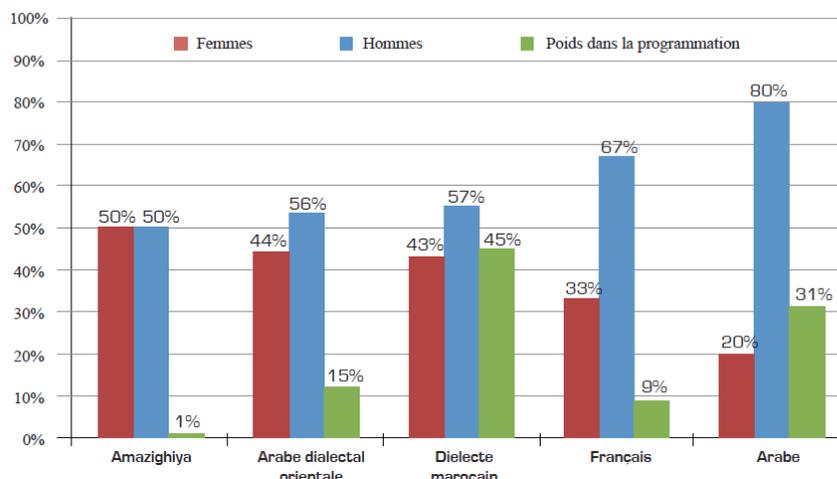
- Une nette domination des hommes en soirée et en journée, contre une visibilité féminine relativement plus grande en journée qu'en soirée, de l'ordre de 5% ;



- Forte féminisation des émissions de service (81%) contre une forte présence des hommes dans la programmation d'information, et au même taux de visibilité (81%) ;
- Une prépondérance des hommes dans les deux types de production, nationale et étrangère, mais de manière plus prononcée dans la fiction de production nationale avec 63% de visibilité, contre 37% pour les femmes ;
- Une grande visibilité masculine dans la programmation en arabe classique (80%), et en langue française (67%), plus volontiers associées au débat et à la connaissance que l'arabe dialectal. Les femmes sont en revanche significativement présentes dans les programmes en arabe dialectal,

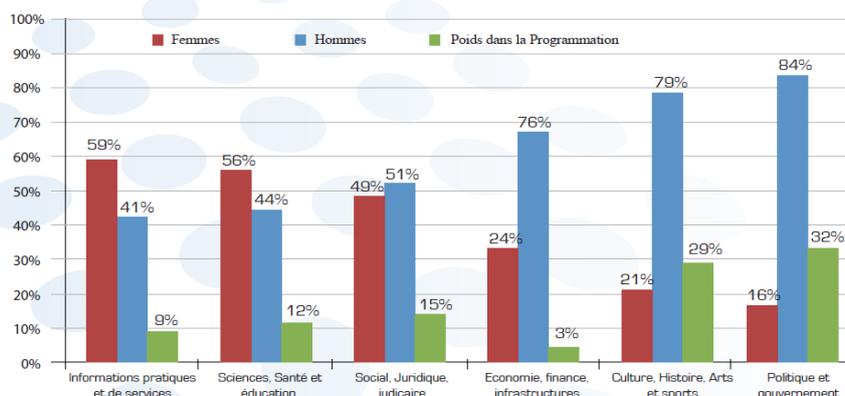
marocain et oriental, plus souvent associés au divertissement, à la publicité, à la fiction et aux magazines de société et magazines culinaires, etc. ;

Répartition en fonction de la langue



- Ces résultats se croisent avec les données issues d'autres variables: notamment relativement à la répartition, par sexe, des thèmes et des fonctions et rôles des locuteurs ;
- Les femmes interviennent plus en social et dans les informations pratiques et de services (magazines culinaires et magazines féminins).

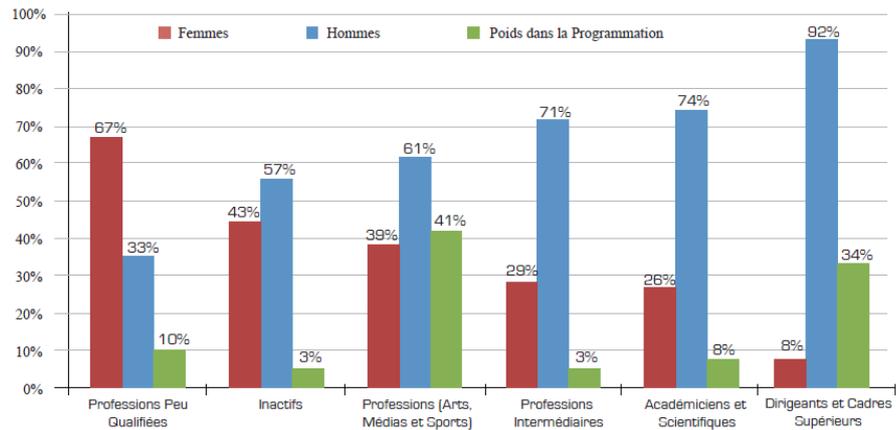
La répartition des sexes suivant les thèmes dans l'ensemble des programmes (hors fiction et publicité)



Les hommes interviennent, le plus, dans les thèmes liés au champ politique, avec 84% de taux de visibilité, précisément dans les fonctions d'expert (qui donne un point de vue savant) et de porte-parole (représentant officiel des organismes, départements et institutions) ;

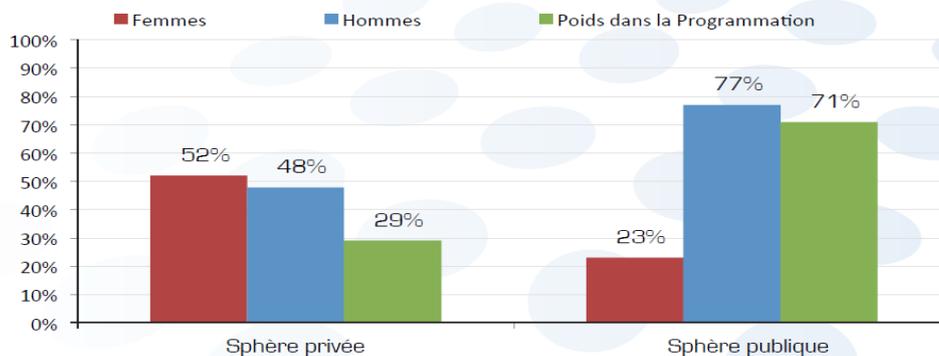
- Par catégorie socio-professionnelle, jugée dans les programmes hors fiction et publicité, à l'aune des inscriptions portées à l'écran sur la qualité de l'intervenant, autant que sur l'objet de ses propos, l'analyse fait ressortir la domination des hauts dirigeants et cadres supérieurs masculins avec 92% de taux de visibilité, souvent dans le rôle de porte-parole et experts. Par ailleurs, les femmes dominent la seule catégorie des professions peu qualifiées avec 67%.

Catégories socio-professionnelles des intervenants visibles dans les programmes hors fiction et publicité



Il en ressort également une domination masculine de l'espace public (hors fiction et publicité) contre une féminisation de la sphère privée.

Répartition de la visibilité par sexe, suivant la sphère mobilisée (hors fiction et publicité)



L'espace public représente un poids de 71% de la totalité des contextes des séquences et des interventions des personnes visibles, dans l'ensemble des programmes. La fiction et la publicité étant exclues de ce décompte, ceci équivaut aux programmes d'information, de divertissement, de société et de service.

En explorant la diversité intrinsèque au groupe de femmes (suivant des principes de différenciation subjectifs en fonction de la perception de la visibilité : apparence citadine ou rurale, visibilité d'une dimension régionale, visibilité ou référence à l'handicap...), l'on se rend compte que l'urbain reste prédominant avec 88% du taux de visibilité contre 12% seulement pour le rural. Pour les autres dimensions, les taux sont insignifiants. Les résultats des deux composantes se corroborent mutuellement pour les variables qu'elles ont en commun. Ainsi, bien que les méthodes soient différentes (suivi exhaustif pour le premier, suivi sur la base d'un échantillon pour le second) on aboutit quasiment aux mêmes données et conclusions, ce qui consolide le bien-fondé du monitoring par échantillonnage, moins fastidieux (économie de temps et de ressources humaines mobilisées) et permettant une meilleure réactivité du régulateur ainsi que la possibilité de faire le monitoring de plusieurs services audiovisuels à la fois. Ce qui n'empêche que le suivi exhaustif reste indiqué pour une analyse approfondie du contenu.

Rappelant que ce projet a été conduit sous l'angle du monitoring des programmes audiovisuels, et sur la base de la perception et non du principe de vérité, et sur la base du cadrage conceptuel et des grilles de lecture sensibles au genre en vigueur, la Présidente de la HACA a précisé qu'il restait expérimental et que l'objectif du séminaire est de permettre sa consolidation méthodologique par les propositions et enrichissements des différentes ressources présentes. Elle a également précisé qu'il ne s'agit pas d'une

analyse du discours médiatique, mais d'un monitoring, conformément aux prérogatives d'un régulateur, sur la base de techniques statistiques communément admises de sondage et d'analyse du contenu médiatique.

Outre la sensibilisation, l'objectif essentiel du projet a-t-elle ajouté reste de pouvoir appréhender globalement les programmes audiovisuels et dégager des tendances, avec l'ambition professionnelle et «citoyenne» du Régulateur de contribuer au grand chantier de l'effectivité des droits des femmes tout en veillant à la liberté de communication. Les enjeux, la portée, tout comme les limites de cet exercice, génèrent, de ce fait, de nombreuses pistes de développement pour le court et moyen termes, a-t-elle conclu, en invitant les participants à une pause avant de pouvoir poser leurs questions sur les aspects méthodologiques et la démarche adoptée dans le projet-pilote.

Séance de débat autour du projet

Présidente de séance : Mme Khadija El Gour, membre du CSCA

Heure début : 11h

La séance a été présidée par **Madame Khadija EL GOUR, membre du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle (HACA/Maroc)**, en présence de Madame Amina LEMRINI ELOUAHABI, Présidente de la HACA, des membres des instances de régulation et de nombre de personnalités publiques.



Mme El Gour a exprimé sa satisfaction de présider cette séance de débat, en sa qualité de femme, d'une part, mais également en sa qualité de membre du

Conseil, organe décisionnaire, et au regard du fait que ce travail constitue l'aboutissement de 15 mois d'une réflexion concertée et cordonnée, sous l'impulsion de la Présidente de la HACA, avec la contribution du CSCA et d'une forte synergie des différents départements techniques de la Direction Générale de la communication audiovisuelle.

Souhaitant la bienvenue à tous les régulateurs francophones et ceux venus d'autres aires géographiques et linguistiques, ainsi qu'à toutes les potentialités marocaines du monde politique, associatif, universitaire et du monde des médias. Mme El Gour a tenu à souligner la forte symbolique de la rencontre, qui dénote de l'engagement irréversible du Maroc autour de la promotion de la culture de l'égalité entre les hommes et les femmes et de la lutte contre les stéréotypes négatifs à l'encontre des femmes dans les médias. Le projet de la HACA, adopté par le REFRAM est retenu comme étant un premier exercice de mise en application des indicateurs de mesure définis au niveau international sur la base d'une approche droits de l'homme. Cet instant revêt aussi une forte charge symbolique, selon Mme El Gour, aux yeux de son institution, parce qu'il dénote de l'engagement de la HACA, régulateur de l'audiovisuel et acteur du changement engagé dans la consécration du projet de société moderne et démocratique du Maroc. Le paradigme de base est que les médias audiovisuels ont un rôle important à jouer dans le système des valeurs et dans les perceptions et le comportement parce qu'ils impactent l'opinion publique nationale. Nous sommes par ailleurs dans un monde globalisé, précise-t-elle, ce que nous consommons, ce que nous regardons sur nos écrans sont de notre production mais également de celle des autres, et la production étrangère occupe une place importante y compris dans les programmes des chaînes nationales.

Nous avons eu le plaisir, a-t-elle ajouté, de suivre dans la séance inaugurale de ce séminaire, l'exposé de Mme la Présidente et qui rappelle l'essentiel des constats et du référentiel national et international en matière des droits de l'homme, et de l'approche d'égalité hommes-femmes, tout en rappelant le processus institutionnel engagé par la HACA en amont du projet, et de la dynamique enclenchée, par le régulateur, depuis dix ans déjà. Avant d'avoir le plaisir de diriger le débat autour de ce qui a été présenté, Mme El Gour a sollicité la bienveillance de l'assistance pour commencer cette séance par une série d'exposés succincts complémentaires autour du même projet.

Elle a introduit à cet effet les personnes qui ont présenté, au nom des équipes qui les secondent, de manière plus approfondie les aspects méthodologiques du projet, précédemment évoqués par Mme la Présidente.

Elle a ainsi invité au parloir **M. Chafik Laabi**, **Directeur adjoint** du Département de suivi des programmes, précédemment responsable du suivi du pluralisme politique et d'opinion, **Mme Bouchra Bourara**, **Directrice adjointe** du Département études et développement, responsable du pôle chargé de l'analyse de contenu et droits des publics et usagers, qui ont ajouté quelques précisions supplémentaires relatives à la conception et à la conduite du projet dans ses deux composantes.



Elle a également introduit les responsables du Département informatique, **M. Najib Bouezmarni** et du Département études et développement, **M. Lotfi Fahsi**, qui ont expliqué à l'assistance les soubassements théoriques et techniques des outils informatiques et approches statistiques développées ou exploitées pour la mise en œuvre du projet. Suite à ces exposés, la salle a été invitée à interagir avec les différents locuteurs et à émettre ses observations et questionnements.



- **Mme Rachida Benmassoud**, Parlementaire, a notamment tenu à féliciter la HACA pour son initiative et cela à plusieurs titres, en particulier au regard du fait, que ce faisant, la HACA s'intègre de manière volontariste dans la voie de la mise en œuvre des dispositions de la nouvelle Constitution, et qu'elle souligne l'importance des médias et des rôles multiples proactif, éducatif, instructif, informationnel et pédagogique, qu'ils peuvent jouer. Ce qui m'a le premier interpellé, a-t-elle souligné, c'est déjà le titre du séminaire, en particulier en ce qui a trait aux « stéréotypes fondés sur le genre », et à leur déconstruction. Cette déconstruction est conditionnée par la culture et le référentiel du récepteur.

Aussi, cette expression m'interpelle, a-t-elle souligné, comme elle m'a interpellée lors de l'examen d'une proposition d'amendement de la Loi n°77.03 relative à la communication audiovisuelle soumise au Parlement, en particulier aux termes relatifs aux stéréotypes véhiculés à travers la publicité audiovisuelle. La parlementaire a ainsi mis l'accent sur la confusion qu'induit cette expression suivant le background de chacun, au regard de la diversité de notre société, et de la pluralité des perceptions possibles à ce propos, en insistant sur la nécessité et l'utilité de production d'un guide pour la définition de ces présentations stéréotypées de manière consensuelle et concertée.

Concernant les outils et mécanismes de lutte, suggérés dans le titre du séminaire, elle s'est demandé s'il s'agissait de cette étude ou plutôt de mécanismes prévus ultérieurement ? Comme elle a appelé à faire parler d'avantage les résultats de cette étude, le pourquoi de cette sous-représentation, rejoignant en cela la question de M. Fouad Souiba, professeur à l'ISTAC (Institut de Formation aux Métiers de l'Audiovisuel).

- **Mme Naima Benyahya**, également députée, présidente de la commission équité et parité du parti de l'Istiqlal, (faisant partie aujourd'hui de l'opposition), a souligné sa satisfaction quant-à la qualité de l'étude, et en félicitant la HACA d'avoir impliqué les parlementaires au séminaire de restitution de ses résultats.

La députée n'a pas manqué de souligner son insatisfaction quant-aux résultats mis en exergue par ce projet, notamment au regard des avancées institutionnelles enregistrées au Maroc depuis plus de 10 ans, et qui restent ainsi invisibles dans les médias. Étant également coordinatrice du groupe de travail « parlementaires pour l'égalité » au sein de la première chambre du Parlement, elle a ajouté que cette étude leur servira de base de travail, notamment concernant les émissions politiques afin d'agir sur les raisons qui consacrent l'invisibilité des femmes.

Elle a, par ailleurs, mis le doigt sur les messages véhiculés, des fois par les femmes elles-mêmes, invitant la HACA, dans le cadre de ses attributions à intégrer cette dimension dans ses études futures.

- **M. Ahmed Akhchichine**, ancien Ministre de l'éducation nationale et ancien Directeur Général de la HACA, a ensuite pris la parole, pour, a-t-il précisé, souligner la dimension « d'acte fondateur » d'une journée comme celle-là.

Rappelant qu'il a été, parmi les premiers, à l'instar d'autres personnes présentes dans la salle, à s'impliquer dans l'aventure de la régulation au Maroc, et est, de ce fait, à même de prendre la mesure du saut qui a été accompli en seulement dix années pour qu'une institution comme la HACA puisse prendre part aux débats de société qui sont absolument majeurs et importants pour le développement du pays. Il a ajouté que cette dimension d'acte fondateur sera certainement soulignée par beaucoup dans les jours et les semaines qui vont suivre et les interventions qui ont précédées, comme celles des députées, le confirment d'ores et déjà. Notre société et les acteurs qui interviennent dans les débats publics, sont aujourd'hui convaincus que, au delà de toutes les joutes et les débats de doctrine auxquels on peut assister, nous avons aujourd'hui impérativement besoin de données sur lesquelles les échanges puissent se reposer au-delà des aprioris des uns et des autres afin de mieux saisir les dynamiques qui font qu'aujourd'hui, notre société semble évoluer dans des directions qui peuvent paraître contradictoires, a-t-il ajouté.

M. Akhchichine a salué l'engagement de la Présidente de la HACA et surtout toute l'expertise et la pertinence démontrées par ses équipes. Suite à cette digression, a-t-il ajouté, il en est arrivé à l'objet de son intervention relatif à ce qui doit être fait de ce travail. Rappelant que de par sa pudeur naturelle Mme Lemrini a souvent insisté dans son intervention sur le fait que la HACA livrait ses données brutes, laissant aux différents intervenants que ces résultats interpellent la liberté d'en faire les lectures et l'usage qu'ils estiment opportuns, il a mis l'accent sur la nécessité de prolonger ce débat au plus vite. Puisque beaucoup de choses se construisent en ce moment autour de nous, a-t-il expliqué, en évoquant le travail et la réflexion engagés sur le plan législatif pour comprendre comment ce principe de l'égalité doit se concrétiser, ainsi que sur les montages institutionnels qui doivent permettre sa mise en œuvre, les résultats d'un exercice comme celui-ci nous permettent de mesurer le *gap* à combler, et là où les choses doivent être faites et prises en charge par les acteurs directs.

Exprimant, enfin, sa joie que des parlementaires s'investissent dans cette réflexion et que cette présentation soit faite devant des membres du Gouvernement qui ont en charge la conduite des réflexions sur les politiques publiques, il a recommandé à la HACA de faire en sorte que ce travail de dissémination puisse se prolonger, dans les jours qui viennent, et qu'il puisse atteindre les sphères de décision au niveau desquelles le changement s'opère ou ne s'opère pas. Le deuxième champ de dissémination doit viser les médias, a-t-il ajouté, puisque ce travail interpelle d'abord le produit de leurs

efforts et il qu'il est essentiel qu'ils comprennent aujourd'hui quels sont les territoires dans lesquelles des incursions doivent être imaginées.

- **Mme Fouzia Ghissassi**, enseignante chercheuse et co-titulaire d'une chaire UNESCO sur la Femme et ses droits domiciliée à Rabat et Kénitra, a commencé par rendre hommage à la HACA à sa présidente, ses conseillers et ses cadres pour la qualité de ce travail qui, a-t-elle souligné, rend hommage à un de nos plus chers idéaux à savoir l'égalité entre les hommes et les femmes. Faisant écho à la proposition de M. Akhchichine, elle a annoncé que ce travail sera diffusé auprès des étudiants, notamment ceux qui préparent un master « femmes et médias » et qui seront orientés pour préparer leur doctorat sur cette thématique.

Mme Ghissassi a posé une question d'ordre méthodologique, relative à certains indicateurs qui permettent de mesurer la diversité intrinsèque au groupe de femmes, et sur quelles bases étaient définies l'appartenance d'une femme, notamment, au milieu urbain ou rural dans cette étude ?

- **Mme Fatoumata OUEDRAOGO GARANE**, Chargée de mission auprès de la Présidente du Conseil Supérieur de la Communication du Burkina Faso a exprimé, à son tour, sa satisfaction relative à la qualité du projet pilote estimant qu'il servira certainement de référence à l'autorité de régulation qu'elle représente. Elle s'est toutefois demandée pourquoi le champ télévisuel a été seul retenu comme espace d'observation. Le Burkina Faso comptant plus de radios locales que de télévisions, la mise en pratique de la démarche initiée par la HACA n'aurait d'utilité que si elle prenait en compte les médias radiophoniques.

Elle a à ce titre proposé un complément à ce projet, dans ce sens. Elle a également posé la question de savoir pourquoi la dimension « femmes dans les médias et dans les instances de décision de ces médias » n'a pas été prise en compte dans ce projet, puisqu'il s'est avéré que la présence en nombre important des professionnelles femmes dans le secteur, ainsi que leur accès aux sphères de décision au sein de l'entreprise médiatique, change considérablement, et de manière notable, le comportement des médias vis-à-vis des stéréotypes.

- **Mme Rabia Naciri**, membre du Conseil National des Droits de l'Homme, et militante de longue date en faveur des droits des femmes, notamment en sa qualité d'ancienne Présidente de l'ADFM (l'Association Démocratique des Femmes du Maroc), a d'abord félicité la HACA d'avoir revisité la notion « d'amélioration de l'image des femmes dans les médias », notion surinvestie au Maroc, depuis deux décennies, et sans fondement pratique pour sa mise en œuvre. Ajoutant qu'il s'agit, effectivement, selon elle, de lutter contre les stéréotypes. Considérant qu'il n'y a pas de stéréotypes positifs ou négatifs, elle a ajouté que lutter contre les stéréotypes, c'est encourager la diversité : des situations, des conditions et des contributions, aussi bien des hommes que des femmes, et comment elle est reflétée dans les médias, mais aussi la diversité au sein des groupes de femmes et d'hommes. C'est cela qui est important à saisir, a-t-elle précisé.

Tel est le cadre d'analyse qui, s'agissant de la lutte contre les stéréotypes, permet d'éviter d'essentialiser les individus, ce qui signifie ; ne pas les renvoyer uniquement à des identités sexuelles, ethniques, religieuses ou linguistiques. Et c'est cela l'objectif de ce travail remarquable réalisé par la HACA, a-t-elle souligné. Au regard de l'objectif qu'il s'est assigné, le projet a atteint à 100% ses prétentions, puisqu'il a justement visé cette diversité.

C'est donc un outil remarquable, de ce point de vue, a-t-elle insisté, en ajoutant qu'il ne s'agit pas de favoriser l'égalité entre les hommes et les femmes, et que tel n'est pas le rôle d'un régulateur, mais plutôt de détecter les messages et les images qui vont rattacher les femmes uniquement à leur sexe ou à leur identité biologique, ou à une identité sociale, etc., et c'est cela qui est important si l'on veut saisir la portée de ce projet.

Elle a posé une question relative à la base de données HACA et à l'outil de travail et son ouverture au public, considérant que l'enjeu principal résidait désormais dans l'exploitation de cet outil et de ces données par les chercheurs, les personnes qui travaillent sur cette question ou qui veulent aller plus loin dans la réflexion. Sa deuxième question concernait la nature de ces données et si le corpus d'analyse global permet de faire d'autres croisements, plus qualitatifs, afin d'investiguer de manière plus pointue.

Elle a conduit sur une recommandation en direction de la HACA, considérant qu'au regard de son statut, son métier et son positionnement institutionnel, celle-ci pouvait, à partir de ce travail, émettre des propositions en termes de régulation et de normes à édicter et dans les lois à venir et dans les cahiers de charges, en soulignant que c'est sur ce registre que l'apport de la HACA serait important.

- **Mme Rahma Bourquia**, sociologue et professeur à l'Université Mohammed V à Rabat, membre de la commission de déontologie des programmes de la deuxième chaîne télévisuelle 2M, et Directrice de l'Instance d'évaluation auprès du Conseil supérieur de l'enseignement, a également tenu à féliciter la HACA pour son travail structurant et pour le dispositif de suivi élaboré par la Présidente Amina Lemrini et son équipe, qui a mobilisé les compétences techniques (statistiques, informatiques, juridiques...), les approches de droits humains et essentiellement le principe d'égalité entre les hommes et les femmes, permettant de prendre des distances par rapport à la notion imprécise d'amélioration de l'image de la femme dans les médias.

Elle a souligné l'importance de l'approche égalitaire, et de l'idée de vouloir greffer la *gendérisation* à un système de monitoring déjà opérationnel, basé sur des méthodes d'échantillonnage et des méthodes d'analyse statistique, en partant d'une assise conceptuelle de l'idée des stéréotypes.

En utilisant le système HACA, a-t-elle souligné, on s'attaque au problème des stéréotypes selon deux entrées : l'angle des interventions des femmes dans ou à travers les médias versus celles des hommes, d'une part, et suivant l'angle de la visibilité, d'autre part, et les résultats sont très intéressants, a-t-elle souligné. Ils le sont parce qu'ils interpellent à la fois les décideurs politiques et les décideurs des médias, pour leur dire que l'on a moins de femmes qui interviennent dans les médias, et que l'on a moins de femmes visibles dans les médias. Pour aller au-delà, afin de toucher les stéréotypes, il faut cibler un autre champ que celui des politiques et des médias, celui de l'opinion publique, qui est aussi le récepteur des médias, a-t-elle conduit, en posant la question suivante : est-il possible d'automatiser, via un instrument aussi perfectionné, l'analyse du contenu pour s'attaquer aux stéréotypes qui se logent dans l'esprit de l'opinion publique.

La dernière intervenante, **Mme Ouafaa Hajji**, membre du bureau politique de l'Union Socialiste des Forces Populaires (Parti politique marocain d'opposition), et présidente, de l'Internationale socialiste des femmes, a remercié la HACA et sa présidente, pour cet outil important, qui nous dévoile la vérité, a-t-elle précisé.

Étant une militante de longue date, a-t-elle souligné, elle est interpellée par ces résultats, qui montrent qu'après 30 ans d'action dans ce domaine ces résultats nous renvoient une image du chemin qui reste à faire. En écho à des intervenants précédents, elle a considéré que ces résultats ont atteint leur objectif, et qu'il faut les diffuser, et s'est dite interpellée par la profondeur du fossé entre ce qui a été fait, ce qui est prôné dans les discours politiques et gouvernementaux, et la réalité. Elle a émis deux propositions : un mécanisme institutionnel qui permette d'imposer la diversité, de manière générale, et de visibilité des femmes à travers les médias, comme les mécanismes de quotas qui ont été institués pour favoriser l'accès des femmes à la représentation politique, et qui soient assortis de sanctions.

Ces interventions ont été suivies par celles de :

- **Mme Malika Benradi**, enseignante chercheuse marocaine, qui a mis l'accent sur la difficulté de l'entreprise qui consiste à interpeller les médias, dont le rôle est indéniable et incontournable dans le changement et l'instauration de l'égalité, en proposant pour appuyer cette approche, de réaliser des enquêtes sur le terrain qui permettraient de connaître les besoins et préoccupations des hommes et des femmes, par rapport à l'égalité.

- **Mme Achta Saleh DAMANE**, vice-présidente de la l'autorité de régulation tchadienne (le Haut Conseil de la Communication, HCC) qui a expliqué, par rapport à la finalité de la matière ainsi produite par ce

type d'études, que l'autorité tchadienne réfléchit à répertorier toutes les femmes et leurs profils afin de constituer une banque de données qui serait mise à la disposition des acteurs des médias, qui sera disponible sur le site du HCC. Elle a également proposé que soit intégrée la radiodiffusion au champ d'analyse, en insistant sur l'importance de ce média de proximité et en donnant l'exemple de son pays où il existe une quarantaine à cinquante radios privées et seulement 3 télévisions (2 privées et une publique).

Le dernier intervenant de cette séance, **M. Younes Alami**, Directeur exécutif de Marocmétrie, société en charge de la mesure d'audience au Maroc, en revenant aux chiffres et à leur importance, il a souligné que leur efficacité permettrait de bien cibler l'action à amener dans ce sens. Il a salué le travail réalisé par la HACA et, expliquant l'intérêt de faire parler les chiffres, il a indiqué qu'au regard de certains résultats obtenus, les efforts doivent s'orienter non seulement vers les médias mais également vers les politiques.

Sur la base des différentes interventions ayant marqué ces échanges et des éclaircissements apportés par les cadres de la HACA, la séance matinale a été levée et a permis de conduire sur un certain nombre de propositions et de recommandations synthétisées comme suit :

1. Implication des opérateurs

- Mettre les résultats du projet-pilote à la disposition des médias ;
- Impliquer directement et ouvertement les médias audiovisuels dans la lutte contre les stéréotypes à l'encontre des femmes ;
- sensibiliser les opérateurs de communication audiovisuelle sur la question des stéréotypes et sur la nécessité de les combattre en les éclairant sur les volets à améliorer dans leurs programmations;
- Consigner des indicateurs concrets sur la question des stéréotypes dans les cahiers de charges comme obligation, dont le non respect conduit à des sanctions.

2. Renforcement des capacités des opérateurs

- Établir un guide référentiel inventoriant les stéréotypes dans les médias en partenariat avec les différents acteurs et personnes intéressées ;
- Élaborer une base de données des personnalités féminines et leurs domaines d'activités, à mettre à la disposition des médias audiovisuels.

3. Implication d'autres acteurs dont le Gouvernement et le Parlement

- Informer d'autres acteurs institutionnels et politiques ainsi que l'opinion publique des résultats du projet-pilote ;
- Impliquer les pouvoirs législatif et exécutif dans les discussions autour de la lutte contre les stéréotypes à la lumière des résultats du projet-pilote ;
- Retenir le principe de l'égalité hommes-femmes parmi les fondements et fondamentaux du projet de refonte de la Loi n°77-03 relative à la communication audiovisuelle.

4. Mise en place de mécanismes d'accès aux responsabilités dans le secteur

- Instaurer des mécanismes institutionnels pour faire respecter l'égalité hommes-femmes dans le secteur ;

- Encourager les femmes à accéder aux postes de responsabilités au sein de l'entreprise médiatique en vue de contribuer ainsi à améliorer leur représentation dans les médias.

5. Instauration de partenariats pertinents

- Organiser des ateliers nationaux sur la question en partenariat avec les universités et la société civile ;
- Mettre l'expertise de la HACA au profit des académiciens et des chercheurs dont le travail porte sur la problématique de l'égalité homme-femme dans les médias.

6. Développement du projet pilote

- Généraliser le projet-pilote pour les médias radiophoniques ;
- Analyser et faire parler les résultats du projet-pilote sur la base d'une lecture socioculturelle et économique, dans le but de toucher du doigt les solutions et les mécanismes à même d'aider à combattre les stéréotypes de genre dans les médias ;
- Passer de l'étude quantitative et descriptive à l'analyse des contenus afin de proposer des solutions plus concrètes à la problématique ;
- Mener, parallèlement, une enquête sur le terrain pour sonder les attitudes et attentes du public en la matière ;
- Élargir le spectre du projet-pilote pour indure de façon générale les autres stéréotypes véhiculés par d'autres supports.

7. Suivi des politiques publiques

- Établir un bilan de la lutte contre les stéréotypes dans les médias et celui en faveur de l'égalité hommes femmes dans les médias, en prenant appui sur les déclarations du Gouvernement et le discours politique de façon générale ;
- Elaborer un rapport annuel sur l'état de l'égalité dans les médias.

Séance de présentation des expériences des régulateurs du REFRAM

Heure début : 14h

Objet : présentation des expériences des autres pays

Présidente de séance : Mme Rahma Bourquia

La Séance de l'après-midi, en présence des représentants d'instances de régulation des médias africains et européens, de membres du parlement marocain, de représentants des partis politiques nationaux, ainsi que de personnalités académiques et de la société civile, intéressées par la problématique des stéréotypes fondés sur le genre et de l'égalité hommes-femmes à travers les médias, a permis de passer en revue les expériences et bonnes pratiques des régulateurs présents dans la promotion de l'égalité entre hommes et femmes dans les médias audiovisuels.



1. L'expérience du Tchad :

Présentée par **Mme Achta Saleh DAMANE, Vice- Présidente du HCC** qui a axé son intervention autour de trois points :

- Le Haut Conseil de la Communication du Tchad ;
- Le paysage médiatique tchadien ;
- La place des femmes dans les médias tchadiens et la politique publique de son pays en la matière.

Elle a ainsi rappelé que la création du Haut Conseil de la Communication (HCC) est une initiative de la conférence nationale souveraine de 1993. C'est l'une des grandes institutions de la république du Tchad qui s'est établie formellement par la Loi 012/PR/1994 d'avril 1994. Soulignant que la régulation est un phénomène récent, et que la création de cette instance n'a pas fait d'emblée l'objet d'un consensus entre les tenants du contrôle par le pouvoir étatique et les défenseurs de l'existence d'un organe indépendant pour régler les conflits qui pourraient survenir entre l'État et les médias dans l'exercice de la liberté d'expression. Elle a expliqué que le contrôle des médias représente un enjeu essentiel dans le processus de démocratisation en cours.

Le HCC qui jouit d'une indépendance certaine, a-t-elle ajouté, a pour mission régaliennne de réguler les médias tchadiens mais aussi de garantir et d'assurer la liberté et la protection de la presse-écrite et audiovisuelle, entre autres prérogatives.

Le HCC est chargé, entre autres missions, d'assurer la liberté et la protection de la presse, de garantir l'accès aux sources d'information et aux moyens publics d'information. Il doit, par ailleurs, veiller au respect de l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion dans la presse et la communication audiovisuelle. Il statue également sur les violations du Code de déontologie professionnelle et encourage l'excellence professionnelle des journalistes et des entreprises de presse. Il lui incombe, également, d'autoriser l'exploitation par des personnes privée des services de radiodiffusion et de télévision.

Concernant le paysage médiatique tchadien, Mme Damane a expliqué, de façon succincte, qu'il est caractérisé essentiellement par la presse écrite (une quarantaine en arabe et en français ou dans les



deux langues) et les radios. Concernant le paysage audiovisuel en particulier, elle a précisé qu'une unique télévision publique, l'office national de radio et télévision, couvrirait une bonne partie du territoire national au côté de deux autres services privés, et d'une cinquantaine de radios, qui sont l'apanage du secteur privé. Pour ce qui est de la démarche en matière d'égalité hommes-femmes, elle a expliqué que l'instance a travaillé sur un échantillon de 4 médias, 2 radios et deux TV, l'une publique et l'autre privée.

Ce travail a consisté à analyser les émissions diffusées pendant tout le mois de septembre 2014 afin d'évaluer : le nombre et le genre d'émissions diffusées, les thèmes abordés, le genre de l'animateur, la composition du panel et le profil des panélistes et le nombre et le genre des différentes grandes éditions du journal. Concernant les résultats, il en ressort que les émissions analysées et diffusées en arabe et en français sont des émissions de développement, et les thèmes abordés sont dédiés aux faits de société, au monde rural, à la vie associative, à la santé, à l'économie et à la culture, et à l'actualité etc. Sur la chaîne publique, le nombre d'émissions qui traitent du monde rural est important.

Les femmes du monde rural interviennent régulièrement à la radio aussi. Ce sont généralement des présentateurs de sexe masculin qui présentent ce genre d'émissions. Quant à celles des faits de société, une présence relativement conséquente de présentatrices femmes est notée. Concernant les invités, le corpus des émissions analysées et diffusées est constitué entièrement d'invités masculins, choisis pour leur expertise, leur promptitude, et, rares sont les émissions qui pensent à faire intervenir des femmes dans leurs émissions, et le cas échéant, essuient un refus ou sont confrontées à des rendez-vous non honorés. Le HCC, et afin de remédier à l'absence des femmes dans les médias, a initié des rencontres avec les associations féminines tchadiennes dans le but de collecter des données sur les femmes et leurs profils afin de constituer une banque de données de personnes ressources féminines, qualifiées et aptes à répondre aux préoccupations et questions des médias. Le HCC envisage d'initier des campagnes de sensibilisation à l'endroit des femmes et des associations dans le but de mieux canaliser leurs efforts de lutte pour l'émergence et l'épanouissement des femmes par la prise de parole dans les médias.

2. L'expérience de la Turquie :

Concernant le même sujet, **Mme Tanseli GÜRÜN, Experte, au service du Département des Relations Internationales, du Conseil Supérieur de la Radio et de la Télévision-RTÜK** a passé en revue le cadre de référence national et international, notamment :



Au niveau international

- La Convention de l'ONU sur l'élimination de toutes formes de discrimination à l'égard des femmes (CEDAW-1979) ;
- La Convention du Conseil de l'Europe sur la prévention et la lutte contre la violence à l'égard des femmes et la violence domestique (Convention d'Istanbul-2011) ;
- Les Recommandations, résolutions et plans d'action stratégique du Conseil de l'Europe ;
- et les plans d'action pour la mise en œuvre des réformes législatives en Turquie en tant que pays candidat à l'Union Européenne.

Concernant la Législation Nationale, elle a cité en particulier :

- l'Article 10, de la Constitution turque ;
- Le Code Pénal, notamment son Article 122 ;
- Le Code Civil, notamment son Article 8 ;
- La Loi relative à la protection de la famille et la prévention de la violence à l'égard des femmes (Mars 2011) dans son Article 16 ;
- La Loi relative à la Communication Audiovisuelle ;

- La Loi n° 6112 sur la création des entreprises de radio et de télévision et leurs services de médias (2011), en particulier les alinéas 1.(e) et 1.(s) de l'article 8, les alinéas 6.(b) et 1.(d) de l'article 9 et l'alinéa (4) de l'article 32.

Concernant le Plan d'Action National pour l'Égalité Hommes/Femmes (2008-2013) en Turquie, elle a passé en revue une série d'actions, telles que :

- Les programmes de formation aux agents de RTÜK et aux professionnels des médias audiovisuels ;
- L'inclusion du thème de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les manuels scolaires et dans les programmes de l'éducation aux médias ;
- L'inclusion du motif "sexisme" dans le formulaire de plainte ;
- Le Plan d'Action National sur l'Égalité Hommes/Femmes (2014-2018) ;
- Les programmes de formation destinés aux personnels des fournisseurs des services de médias et à ses médiateurs ;
- La révision du manuel sur l'éducation aux médias dans le contexte de l'égalité entre les femmes et les hommes ;
- Des sondages sur la perception des messages audiovisuels dans le contexte de l'égalité des sexes.

En ce qui concerne l'accès des femmes aux postes de décision et de direction dans les médias et la représentation des femmes dans les médias, elle a cité des chiffres montrant le retard qu'enregistrent les femmes par rapport aux hommes sur ces deux registres, avec notamment, 82% reporters-hommes dans la presse contre 18% de femmes-reporters. Dans les télévisions, le taux est de 67% reporters-hommes contre 33% reporters-femmes, contre une domination des femmes dans les fonctions de présentatrices ; soit 75% contre 25% pour les hommes. Dans les sujets d'actualités, 54 % des femmes sont représentées comme victimes en comparaison avec les hommes (46 %).

En ce qui concerne les plaintes sur les contenus contraires au principe d'égalité hommes-femmes :

- En 2013, 199.033 plaintes ont été déposées (courrier électronique, appels au Centre d'Appels du RTÜK) dont 264 étaient pour des motifs de discrimination.
- L'égalité entre les sexes est protégée par les articles 8.1 (s) et 9.6 (d) de la Loi no 6112.
 - L'article 8.1 (s): les fournisseurs des services de médias ne peuvent pas diffuser des contenus qui sont contraires au principe d'égalité entre les sexes, qui incitent à l'oppression des femmes et qui les exploitent;
 - L'article 9.6 (d): l'exploitation de la femme dans les communications commerciales est interdite.

Mme Tanseli GÜRÜN³⁷ a conclu son exposé en formulant des propositions en direction des régulateurs, telles que :

- encourager les fournisseurs des services de médias à mettre en œuvre des dispositions de la Convention CEDAW en leur organisant des formations de sensibilisation sur l'égalité entre femmes et hommes ;
- encourager les fournisseurs des services de médias à adopter des mécanismes d'autorégulation et des codes de déontologie ;
- encourager les fournisseurs des services de médias publics à jouer un rôle primordial afin de refléter l'image et le rôle des femmes et des hommes sans stéréotypes dans leurs productions ;

³⁷ tanseliincebaldir@rtuk.org.tr

- organiser des séminaires et des conférences à l'intention de tous les acteurs du secteur audiovisuel, y compris les réalisateurs et les scénaristes, pour promouvoir l'image et le rôle des femmes et des hommes sans stéréotypes :
 - assurer l'intégration des manuels de soutien sur l'égalité entre les femmes et les hommes dans l'enseignement de l'éducation aux médias ;
 - promouvoir les recherches académiques nationales sur la représentation équitable des femmes et des hommes dans les services de médias.

3. L'expérience de la Belgique :

M. Bertrand LEVANT, Conseiller au Département études et recherches du CSA, a passé en revue le cadre réglementaire en vigueur, notamment :

- l'Art. 9 du Décret coordonné sur les services de médias audiovisuels « SMA »: relatif au respect de la dignité humaine, et à la lutte contre les incitations à la discrimination pour des raisons, de sexe, en particulier,
- l'Art. 63 du Contrat de gestion de la RTBF qui prévoit la réalisation d'un « plan relatif à la diversité au sein du personnel et à la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes en son sein, non seulement pour le recrutement mais aussi la gestion de carrière, notamment afin d'assurer une présence accrue des femmes dans les fonctions managériales ».
- ainsi que l'Art. 17 du Règlement sur les « élections » qui stipule que « Dans la mesure du possible, l'éditeur reflète, dans la couverture des élections, la diversité des candidats et de la population concernée par les élections ».



M. Levant a ensuite passé en revue les travaux du CSA, en tant qu'organe de régulation, en particulier une demande d'avis émanant des ministres de l'audiovisuel et de l'égalité des chances en date du 16 mars 2006, ayant abouti à deux recommandations du CAV: l'Avis n°05/2006 : « *Présence et représentation des minorités culturelles dans les médias audiovisuels* » et l'Avis n°07/2006: « *Égalité, multiculturalité et inclusion sociale. Présence et représentation des femmes dans les services de radiodiffusion* ». Il a également cité deux protocoles de collaboration engagés avec le Centre pour l'égalité des chances et la lutte contre le racisme (2002) et avec l'Institut pour l'égalité des femmes et des hommes (2009).

Concernant les actions du CSA en tant qu'autorité morale, notamment le soutien à la recherche académique, elle a porté sur « La représentation de la diversité au sein des programmes de la télévision belge francophone » (2009), et l'appui à la recherche dans le cadre du GMMP, sous le titre « Quels genres d'infos » (2010). Le CSA a coordonné le Plan pour la diversité et l'égalité dans les médias audiovisuels (2010-2013) et la réalisation de recherches portant sur « Les représentations hommes-femmes sont-elles influencées par les générations » (II International Conference Gender and Communication - Séville, 2014). Une étude à venir sera intitulée « La représentation des femmes dans la couverture électorale des médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles ». Enfin, le CSA prend part aux conférences d'universités et associations autour de la thématique.

Pour ce qui est du PLAN ÉGALITÉ/DIVERSITÉ du CSA (Belgique), M. Bertrand Levant a expliqué qu'il se déclinait sur trois ans et trois temps :

1. L'objectivation de la représentation de l'égalité et de la diversité sous 5 critères : « Baromètre de la diversité et de l'égalité dans les médias audiovisuels de la FWB » ;



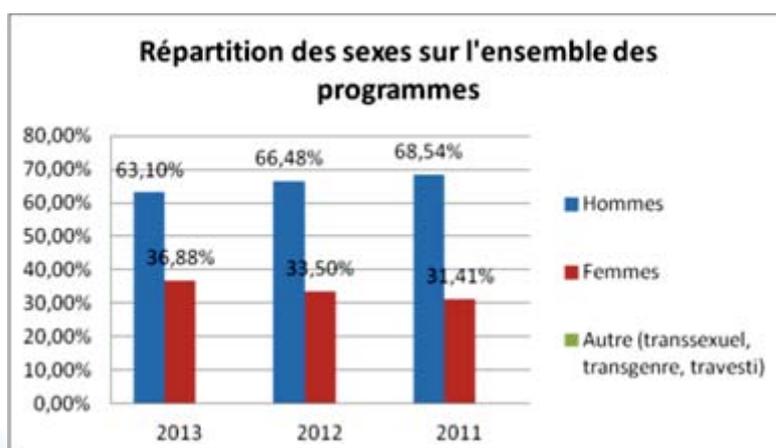
2. L'identification et la promotion des bonnes pratiques : « *Panorama des bonnes pratiques pour l'égalité et la diversité dans les médias audiovisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles* » ;



3. La sensibilisation du secteur

M. Levant a donné un aperçu méthodologique, sur le corpus d'analyse (Chaînes télévisées de la Fédération Wallonie-Bruxelles), les unités d'encodage (chaque intervenant encodé une seule fois), les variables pertinentes en termes d'égalité et diversité (sexe, âge, catégorie socio-professionnelle, origine et handicap) ainsi que les autres variables relatives au type d'identification, au type d'intervention et au contexte d'apparition des intervenants dans les médias.

Il a donné pour illustrer ses propos quelques exemples de résultats, en particulier, la répartition des sexes sur l'ensemble des programmes :



Mettant en exergue le fait que les femmes étaient minoritaires dans les tous les rôles médiatiques – sauf candidates à un jeu – et principalement dans les rôles « valorisés » socialement, telles qu'expertes (18,83%) ou porte-paroles (23,21%). Elles l'étaient également dans tous les genres de programmes sauf dans le divertissement, avec un taux de présence de 32,20% dans la programmation d'informations de 37,52% dans les magazines et documentaires et de 9,7% dans le sport.

4. L'expérience du Catalogne :

Présentée par **Mme Elisenda MALARET, enseignante-chercheure, et ancienne conseillère du CAC**, qui a précisé que le Conseil de l'Audiovisuel de Catalunya (CAC) est une autorité indépendante, jouissant de la personnalité juridique propre, créée par la loi 2/2000 du 4 mai, approuvée par le Parlement de la Catalogne. Son champ d'action est la communication audiovisuelle gérée par la Generalitat de la Catalogne, tant de façon directe qu'à travers un régime de concession ou d'autorisation, quels que soient le mode et la technologie de diffusion utilisés



La loi /2012 du 22 février 2012 a modifié le mode de nomination des membres du CAC et leur nombre. Le CAC se compose de six membres, tous élus par le Parlement de Catalogne, dont le président, sur proposition, au minimum, de deux groupes parlementaires, à une majorité de deux tiers, pour une durée de six ans non renouvelable. Le Conseil se renouvelle par moitié tous les trois ans. Les membres du CAC sont soumis à un régime d'incompatibilité qui les empêche d'avoir des intérêts, directs ou indirects, dans des entreprises audiovisuelles, entre autres, et d'exercer toute activité professionnelle, hormis l'enseignement supérieur.

Le CAC est chargé de veiller au respect des droits et libertés des moyens de communication audiovisuelle (radio et télévision et tout autre système de transmission) ; au respect des normes dans les contenus des programmes et publicités et au pluralisme politique, religieux, social, linguistique et culturel dans l'ensemble du système audiovisuel en Catalogne. Il veille à la neutralité et à l'honnêteté de l'information.

Le CAC dispose d'un « Bureau de Défense du Public » qui écoute et gère les plaintes et les suggestions des citoyens et citoyennes concernant la programmation d'émissions et la publicité, tant radiophonique que télévisée. Toutes les personnes qui s'adressent au Bureau de Défense du Public reçoivent une réponse relative aux actions menées.

Les pouvoirs du CAC se présentent comme suit : promouvoir l'adoption de normes d'autorégulation du secteur audiovisuel et exercer, à la demande des parties en conflit et dans le cadre de ses compétences, des fonctions d'arbitrage et de médiation dans le secteur audiovisuel

Encadrement des obligations des opérateurs de radio et de télévision : le cadre national, notamment :

- La loi organique 1/2004 qui comporte des mesures globales pour la protection contre la violence sexiste ;
- La Loi organique 3/2007 qui pose le principe de l'égalité, conformément aux valeurs constitutionnelles, dans les médias publics (Art.36-37) et privés (Art.39) et la communication commerciale et institutionnelle (Art.41) ainsi que les attributions des autorités audiovisuelles régionales en la matière (Art.40) ;
- la Loi générale de la communication audiovisuelle 7/2010, pour une égalité effective entre les hommes et les femmes dans le secteur audiovisuel et de la publicité, interdisant toute forme de discrimination (Art.4) ;
- La Loi 34/1988 sur la communication commerciale, interdisant les publicités porteuses de violation des droits constitutionnels ou de discrimination fondée sur le sexe notamment (Art.3). (montrer les femmes de manière dégradante, utiliser tout ou partie de leur corps sans rapport avec le produit promu ou associer leur image à un comportement stéréotypé).

En plus des dispositions du Cadre régional Catalan encadrant les obligations des opérateurs de radio et de télévision, la Loi 22/2005 sur la communication audiovisuelle en Catalogne, prévoit dans les missions spécifiques du service de radiodiffusion public :

- promouvoir activement l'égalité entre les femmes et les hommes, y compris l'égalité de traitement et des chances, le respect de la diversité et de la différence, l'intégration de l'approche genre, la promotion de l'action positive et l'utilisation d'un langage non sexiste. (Art. 26.3) ;
- Sur la portée et la gestion de la radiodiffusion de service public au niveau local : diffuser une information véridique, objective et équilibrée et différentes expressions sociales et culturelles et remplir les missions de service public définies à l'article 26.3 dans l'intérêt respectif des communautés locales et dans les langues de diffusion appropriées. (Art.32.a) ;
- Interdit la publicité qui porte atteinte aux valeurs et droits reconnus par la Constitution espagnole (induant la représentation des femmes de manière dégradante et l'utilisation particulière et directe du corps ou de parties du corps de femme comme un simple objet, sans lien avec le produit promu ainsi que l'utilisation d'images associées à des comportements stéréotypés. (Art. 92. 1.b).

Le Conseil Audiovisuel de Catalogne (CAC) a adopté, a rappelée l'universitaire et ancienne conseillère du CAC, des lignes directrices sur la représentation de la violence contre les femmes, selon les paramètres suivants : respect du droit de la victime à la vie privée, lutte contre les éléments de sensationnalisme et de sur-dramatisation, analyse de la parole (« temps de parole et informations contextuelles »).

Dans une étude, réalisée, en septembre 2011, en partenariat avec l'Institut de la femme catalane et l'Association des journalistes de Catalogne, sur le traitement du genre dans les médias et sur la présence de la femme dans les médias audiovisuels réalisée le CAC a publié des recommandations à l'intention des journalistes et des responsables des médias.

Le CAC publie des rapports réguliers sur la présence des femmes à l'antenne, a-t-elle précisé :

- Des rapports mensuels analysant les télévisions et radios publiques et privées, régionales et locales, sur le pluralisme politique et social dans les journaux télévisés (temps d'antenne, sujets traités, rôles...), induant la variable du genre, depuis 2004. Le Conseil a également introduit depuis 2004 cette variable dans d'autres rapports : informations sur les sports, sur les personnes âgées, les jeunes et les personnes immigrées (genre, rôle, qualité d'intervention...). Ces données sont donc disponibles depuis cette date.
- Ainsi que des rapports spécifiques concernant le traitement de la violence contre les femmes dans les sujets d'actualité, en particulier deux rapports établis en 2011 et 2014, avec pour objectifs d'avoir des données à ce sujet et de vérifier le respect des lignes directrices établies par le CAC sur la représentation de la violence contre les femmes. Le rapport de 2014 a notamment permis d'observer l'amélioration de ce traitement, et l'absence de légitimation indirecte ou de banalisation de ce phénomène.
- Un troisième volet des rapports concerne les stéréotypes dans les publicités des jouets, notamment deux élaborés en 2001 et en 2006 et la période des fêtes de Noël en 2013 et 2014. Ce dernier a montré une baisse des stéréotypes détectés dans le premier exercice. Par ailleurs, et par delà la surveillance des messages publicitaires afin de détecter d'éventuels éléments de discrimination ou de sexisme, et l'élaboration des rapports périodiques et non annuels à ce sujet, le CAC avertit chaque année, avant le commencement des campagnes de publicités les opérateurs avant ces dates de campagnes pour leur rappeler l'interdiction de diffusion de contenus stéréotypés.

Le Conseil évalue également la mise en œuvre des missions de service public confiée à la Corporation catalane de radiotélévision qui doit assurer « la promotion active de l'égalité entre les femmes et les hommes c'est-à-dire l'égalité de traitement et de chances et le respect de la diversité et de la différence, l'intégration d'une approche genre spécifique dans toutes ses actions et l'utilisation d'un langage non sexiste ».

Par ailleurs le Conseil travaille avec des organisations féminines de la société civile pour élaborer du matériel de formation pédagogique et de sensibilisation à diffuser dans les différents centres de formation des professionnels.

5. L'expérience du Portugal :

Concernant le rôle et actions actuelles de **l'Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC)**, Mme Carla MARTINS, du Département de l'analyse des médias, a expliqué que l'ERC est l'autorité administrative indépendante responsable de l'application de l'article 39 de la Constitution portugaise sur la régulation des médias, régie dans son cadre d'intervention par la loi n° 53/2005 de Novembre 2005. Les missions du régulateur portugais s'étendent à toute personne morale placée sous la juridiction portugaise et exerçant des activités dans le domaine des médias, ce qui inclut les agences de presse, les journaux, les chaînes de radio et de télévision, ou toute personne fournissant régulièrement au public, par des moyens électroniques, des contenus éditoriaux.



L'ERC est ainsi chargée de garantir le droit à l'information et la liberté de la presse, le respect des droits et des libertés individuels et des principes d'équité. Tout citoyen ou toute personne morale qui considère que ses droits ont été lésés par une violation des lois applicables aux médias de masse peut déposer une plainte auprès de l'ERC. La procédure est entièrement gratuite. L'ERC peut aussi agir à sa propre initiative, dans le cadre de ses compétences et de ses responsabilités.

Mme Martins a ainsi expliqué que la question de l'égalité entre les hommes et les femmes ne fait pas partie des prérogatives directes de son institution et qu'il n'existe pas de dispositions spécifiques allant dans ce sens. L'ERC agit, en conséquence, conformément aux principes constitutionnels d'égalité et de respect de la dignité humaine et d'interdiction de la discrimination fondée sur quelques raisons que ce soit, y compris de sexe. La Loi sur la télévision portugaise (Art. 34) garantit le respect de l'éthique, de la dignité humaine, des droits fondamentaux et des valeurs constitutionnelles dans la programmation y compris par le biais de pratiques d'autodiscipline. L'ERC s'est effectivement engagée en faveur de la question et ce à travers un Plan d'action visant la promotion de l'égalité entre les hommes et les femmes et la lutte contre les stéréotypes fondés sur le sexe. Ce plan d'action est inscrit dans le plan d'action global de l'ERC au titre de 2014 et 2015.

Le plan d'action de l'ERC visant la promotion de l'égalité entre les hommes et les femmes et la lutte contre les stéréotypes fondés sur le genre, a-t-elle précisé, compte plusieurs actions :

- Monitoring des programmes d'information quotidiens et non quotidiens à la télévision (analyse du pluralisme politique) ;
- Monitoring des journaux d'information quotidiens à la télévision (analyse de la diversité) ;
- Analyse du traitement journalistique de la violence domestique et de genre dans les journaux d'information quotidiens à la télévision ;
- Analyse de plaintes au sujet du traitement égalitaire et non discriminatoire.

Trois axes sont identifiés dans l'analyse des plaintes :

- Genre et stéréotypes sexistes ;
- Corrélation entre stéréotypes sexistes et relatifs aux origines nationales ;
- Représentation symboliques de la violence contre les femmes.

Le régulateur portugais peut prendre à l'encontre des opérateurs des sanctions en fonction de la gravité du manquement. Mme Martins a ensuite exposé trois cas de plaintes relatives aux stéréotypes sexistes dans les programmes, traitées par le régulateur portugais, notamment dans trois programmes :

- Télé-réalité, «La belle et le *geek*», inspiré d'un format international, diffusé en 2007 par TVI, une chaîne commerciale :



Six plaintes contre le programme, dont 4 émanant d'organisations de femmes, 2 des citoyens, du fait que les compétitrices femmes sont caractérisées par leur beauté et sensualité et leur manque d'intelligence, alors que les candidats masculins sont intelligents et cultivés mais incapables de séduire les femmes. Le but du programme est qu'ils doivent «s'aider» mutuellement pour surmonter leurs insuffisances, et ce sont les attributs masculins qui font la différence.

- Une Campagne commerciale Super Bock, «La vie est super», Mars 2012 : la plainte présentée par une organisation féminine. La femme incarne, dans ce sport, la beauté et la sensualité et est dépeinte comme un objet sexuel pour le plaisir des hommes qui la contemplant tout en buvant une bière après le travail, jugée réductrice vis à vis des femmes.



- « Les femmes et le pouvoir politique », programme de commentaire et humour (TVI et la radio privée TSF), la plainte porte sur le fait qu'un des commentateurs juge par leur apparence physique la qualité des interventions dans la vie politique de deux femmes, et par le fait que la satire ne peut pas être fondée sur la discrimination contre les femmes.



D'autres plaintes ont porté sur la corrélation entre stéréotypes sexistes et origines nationales, notamment à l'encontre des femmes brésiliennes représentées à la télévision.



Talk show "Você na TV!", diffusé par TVI, en Mai 2012 : Espace d'opinion entre trois hommes, tous musiciens, discutant du thème: «ce que les hommes disent en l'absence des femmes». Deux plaintes ont été déposées contre ce programme pour cause de déclarations jugées discriminatoires et xénophobes, concernant les femmes brésiliennes, ainsi associées à la prostitution.

Des plaintes ont également été reçues concernant la violence contre les femmes dans « Secret Story », un programme de téléréalité diffusé par TVI :



Dans les 4 épisodes de la série, on voit l'un des acteurs du programme de téléréalité violenter sa compagne, physiquement ou verbalement :

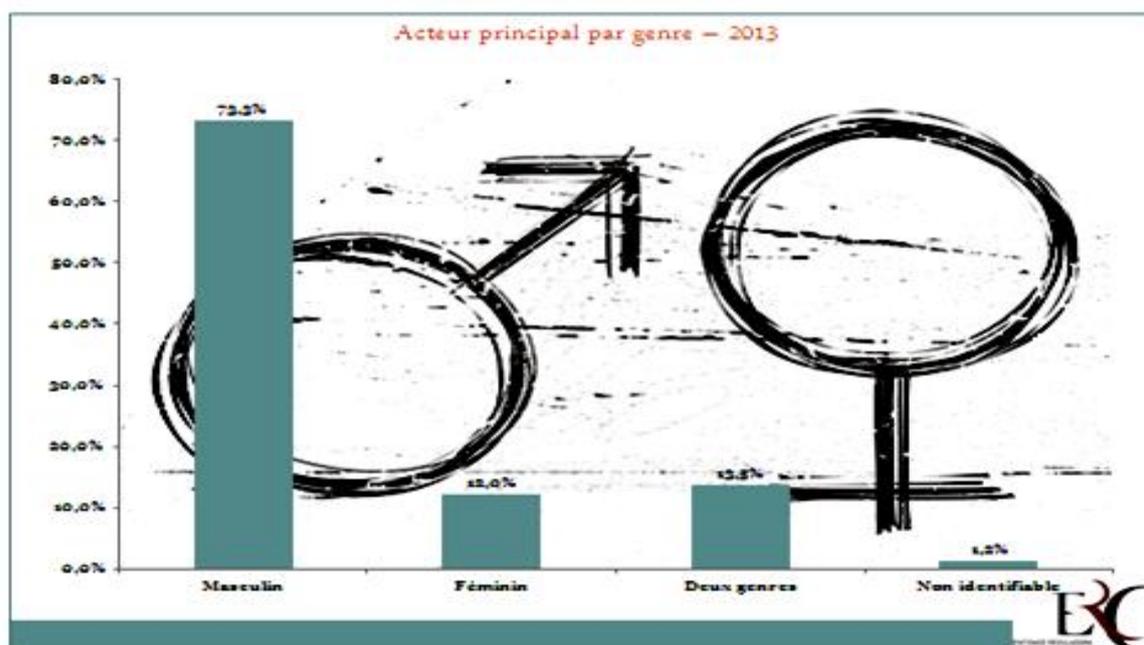
- Vítor frappe Ana Isabel (Secret Story 2);
- Ruben insulte et menace sa petite amie de la frapper avec un bâton (Secret Story 3) ;
- Lourenço frappe Érica (Secret Story 4);
- Claudio frappe son ex-petite amie Jessica (Secret Story – Dernier Défi 2).

Pour ce qui est actions en cours, elles sont relatives au monitoring de l'information à la télévision :

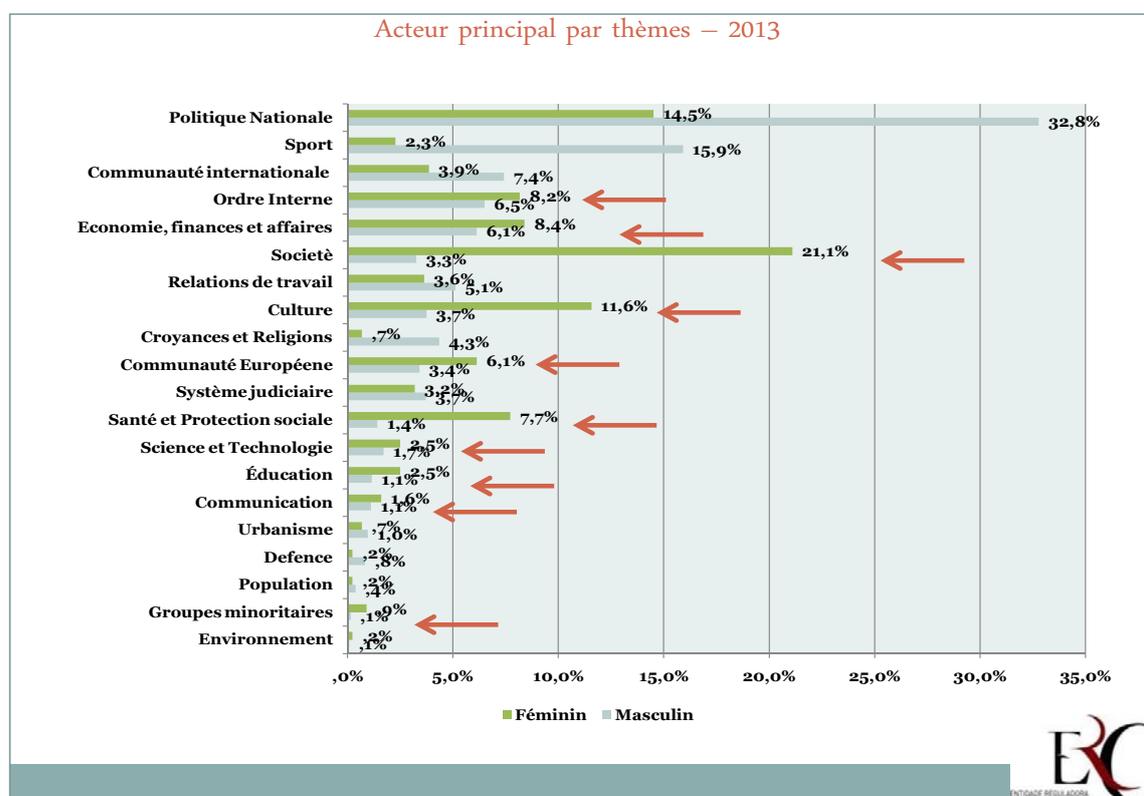
- Journaux d'information de nuit des quatre chaînes bénéficiant de licences (*free-to-air*);
- RTP 1 et RTP 2 (service public);

- SIC et TVI (chaînes commerciales).

Les résultats font ressortir une nette domination des interventions masculines.



Par thèmes, les hommes dominent largement la politique et le sport, les femmes interviennent plus dans les sujets de société, la culture et la protection sociale. Toutefois un fait intéressant est que pour les sujets d'économie et finances et les questions d'ordre interne, elles interviennent plus que les hommes. Ceux-ci interviennent plus concernant l'international.



L'ERC s'investit en coopération nationale et internationale, relative à cette question, à travers, notamment :

- Le Plan national pour l'égalité des sexes et Plan pour la prévention et la lutte contre la violence domestique et basée sur le sexe (Commission pour l'égalité de genre) ;
- Et la Plateforme vers la mise en œuvre de la «Déclaration du RIRM en faveur de la promotion de l'égalité hommes-femmes et de la lutte contre les stéréotypes fondés sur le sexe» (Réseau des Instances de Régulation Méditerranéennes).

6. L'expérience de la Moldavie :

Concernant la Moldavie, **Mme Mariana ONCEANU-HADIRCA, Membre du Conseil Coordinateur de l'Audiovisuel (CCA)**, en présence du Président de cette instance, M. Marian POCAZNOI a exposé le cadre d'intervention et les actions du régulateur moldave :



Celle-ci a commencé par donner un aperçu du cadre juridique international et européen d'intervention :

- Charte des Nations Unies (1945) ;
- Déclaration Universelle des Droits de l'Homme (1948) ;
- Convention Européenne des Droits de l'Homme et ses Protocoles additionnels ;
- La ratification de la Convention visant à éliminer toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes (CEDAW) (1979), le 28 Avril 1994 ;
- Déclaration du REFRAM sur l'égalité entre homes et femmes dans les médias audiovisuels (2011) ;
- Recommandation de 2003 du Comité des Ministres aux États membres du Conseil de l'Europe sur la participation équilibrée des femmes et des hommes dans le processus décisionnel dans le domaine de la vie politique et publique ;
- Recommandation CM / Rec de 2007 du Comité des Ministres aux États membres sur les normes et les mécanismes destinés à garantir l'égalité des sexes;
- Recommandation CM / Rec de 2013 du Comité des Ministres aux États membres sur l'égalité des genres et les médias ;

Elle a ensuite passé en revue le cadre juridique national et les dispositions afférentes à la question de l'égalité entre les hommes et les femmes, à savoir :

- La Constitution de la République de Moldavie (1994), ch. II. Droits fondamentaux : Art. 16 (2) « Tous les citoyens de la République de Moldavie sont égaux devant la loi et de vant les autorités publiques, sans distinction de race, de nationalité, de sexe, etc. » ;
- La Loi sur les partis politiques (1999), article 9 (6): «Les partis et autres organisations sociopolitiques favoriseront le principe de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les organes de décision à tous les niveaux»;
- La Loi sur l'égalité des chances pour les femmes et les hommes, no. 5-XVI du 09.02.2006 ;
- La Loi sur l'égalité, no. 121 du 25.05.2012;
- Le Plan National pour la promotion de l'égalité des genres dans la société, pour la période 2006-2009 ;
- Le Programme National d'assurance de l'égalité entre les genres pour les années 2010-2015, approuvé par la décision du Gouvernement no. 933 du 31.12.2009 ;
- Le Code de l'audiovisuel de la République de Moldavie, no. 260-XVI du 27.07.2006 ;
- L'Engagement de promouvoir le principe de l'égalité des genres dans les médias.

Concernant ce dernier point, elle a donné les grandes lignes de cet engagement, qui consistent à :

- veiller à un traitement de parité entre hommes et femmes dans la couverture médiatique dans tous les domaines, y compris dans la vie politique et économique ;
- Promouvoir le rôle des femmes dans les campagnes électorales et l'accès des femmes aux médias pendant les campagnes électorales ;
- Faire connaître des exemples de réussite de la participation des femmes dans la vie politique et économique ;
- Identifier et promouvoir des experts-femmes dans des domaines traditionnellement masculins et les experts-hommes dans les domaines traditionnellement féminins ;
- Utiliser des données statistiques et des images équilibrées en termes d'égalité des genres ;
- Éviter l'utilisation du langage sexiste et la représentation sexiste des candidats et les gens de tous les horizons de la vie.

Pour ce qui est de la composition actuelle du Conseil Coordinateur de l'Audiovisuel, formé après l'élection des nouveaux membres, nommés par la *Décision du Parlement no. 260 du 15.11.12.*, elle a précisé que sur les 9 membres du CCA trois sont des femmes.

Concernant les actions entreprises par le CCA, elle a précisé que :

- Le CCA a appliqué la Recommandation CM/Rec (2013) 1 du Comité des Ministres aux États membres du Conseil de l'Europe (lettre B, paragraphe 4: *pour promouvoir une participation équilibrée des femmes et des hommes aux postes de leadership dans les organisations ayant un rôle consultatif, réglementaire ou de surveillance interne, et, en général, dans le processus décisionnel*) dans le concours pour l'élection des membres du Conseil d'Observateurs du radiodiffuseur public IPNA «*Teleradio-Moldova*».
- les dossiers de 3 femmes, sur les 5 qui ont soumissionné, ont été sélectionnés, et ceux de 9 hommes, sur 19 candidatures reçues.
- Le Parlement doit élire 6 membres du Conseil d'Observateurs. La composition actuelle du Conseil d'Observateurs du radiodiffuseur public IPNA «*Teleradio-Moldova*» est de 6 femmes et 3 hommes.

Pour ce qui est des ressources humaines des diffuseurs Publics et Privés, elle a précisé que :

- Le diffuseur public IPNA «*Teleradio-Moldova*», qui a une couverture nationale, a un total de 814 personnes d'employés (447 femmes, 367 hommes), parmi eux :
 - 36 femmes dans les fonctions de direction (13 - TV, 15 - radio, 8 services communes) ;
 - 255 femmes dans les fonctions d'exécution ;
 - 89 femmes journalistes (58 - TV, 31 - radio);
 - 23 femmes présentatrices et animatrices de programmes (7 -TV, 16- radio);
 - 44 femmes qui produisent des émissions de télévision et de la radio (42 - TV, 2 - radio).
- Le directeur du diffuseur public régional "*Teleradio-Găgăuzia*" est une femme.
- En ce qui concerne la représentation des femmes aux postes dirigeants au sein des diffuseurs privés, en Moldavie il y a 11 femmes directrices des stations de radio (sur un total de 58 stations de radio) et 19 femmes directrices des stations de télévision (sur un total de 61 stations de télévision).

Dans les actions entreprises, elle a également rappelé les conférences, séminaires et ateliers organisés à ce sujet :

- L'atelier relatif aux «consultations publiques concernant l'élaboration du projet de Plan d'Action 2013-2015 pour la mise en œuvre du Programme National pour l'égalité des sexes»;
- La réunion thématique sur l'égalité des sexes et les médias, organisée à l'initiative du Ministère des Affaires Étrangères ;

- La conférence sur l'intégration de la dimension genre dans le travail de la CEC, organisée par la Commission Electorale Centrale, où a été présenté le plan d'action pour renforcer cet aspect pendant les campagnes électorales.

Elle a enfin expliqué que plus de 30 ONG dans le pays ont fait un appel répété aux députés en vue d'accélérer le processus d'adoption d'une législation pour assurer l'égalité entre les femmes et les hommes dans le processus politique et électoral, en particulier en ce qui concerne :

- l'introduction de la représentation minimale de 40 % pour les femmes et les hommes sur les listes de candidats pour le Parlement et pour le Gouvernement ;
- l'interdiction de la publicité sexiste ;
- l'assurance du droit des hommes au congé de paternité ;
- la protection supplémentaire et les sanctions en cas de violation du principe de l'égalité des genres. Le Conseil moldave a également procédé à l'amendement à la Législation.

7. L'expérience du Burkina Faso :

Présentée au nom du **Conseil Supérieur de la Communication (CSC) du Burkina Faso par Mme Fatoumata OUEDRAOGO GARANE, juriste, chargée de mission auprès de la Présidente de l'autorité burkinabè**, Mme Nathalie Somé, cet exposé a porté sur l'état des lieux de la question au Burkina Faso. Mme Ouedraogo Garane a ainsi expliqué que l'approche genre a une place prépondérante dans les politiques de développement de son pays et qu'elle en constitue, de nos jours, une des grandes composantes. Elle a, ainsi, mis en exergue les atouts qui peuvent permettre au Burkina Faso de garantir une certaine égalité. C'est depuis 1983, avec la révolution au Burkina Faso, que cette question a pris une grande importance. Des efforts sont déployés depuis, mais ce qui est constaté c'est que l'appropriation de cette approche fait toujours défaut. Qu'est ce qu'une instance de régulation peut faire dans ce contexte là, s'est-elle demandée. Elle a commencé par faire un état des lieux pour comprendre cet état des choses et la problématique qui se pose. L'exposante a développé le thème en deux axes, à savoir les atouts et les propositions d'action. Elle a ainsi passé en revue les atouts :



- Le poids de la population féminine, représentant 51% de la population ;
- La prise de conscience collective, depuis la révolution de 1983 de l'importance de la question genre ;
- La volonté politique bien affirmée, même si elle reste insuffisante ;
- Le référentiel juridique :
 - Les traités et conventions universelles relatifs à l'égalité des sexes et à la promotion du développement participatif et de la représentation égalitaire des hommes et des femmes dans les médias auxquels le pays a adhéré, malgré l'absence d'instruments spécifiques quant à la question des médias. Étant fastidieux de les citer, elle a renvoyé au texte récapitulatif des instruments juridiques disponible sur Internet.³⁸
 - Le référentiel national : la loi organique de 2000 qui a assuré la constitutionnalisation de l'instance de régulation, la loi (N°28-2005/AN du 14 juin 2005 portant création, composition et fonctionnement du Conseil Supérieur de la Communication, le code de la publicité (en particulier ses articles 48 et 50 qui mentionnent explicitement la question du genre dans les médias), etc...
- Ce qui, aujourd'hui, revêt une grande importance au Burkina Faso, à savoir le document de politique nationale genre élaboré en 2009, et adopté de manière consensuelle, dont l'objectif est de promouvoir un développement harmonieux, participatif et équitable des hommes et des femmes, en leur assurant un accès et un contrôle égal et équitable aux ressources et aux sphères de décision dans le respect de leurs droits fondamentaux. Ce document est un cadre de

³⁸ http://www.mcdburkina.bf/documentation/dossier_documents/politique_nationale_genre_du_burkina.pdf

référence et d'orientation pour tous les acteurs qui interviennent en faveur de l'équité et de l'égalité entre homme-femmes ;

- Un ministère de promotion de la femme qui, à quelques exceptions près, a toujours été dirigé par des femmes ;
- La prise de conscience chez les médias eux-mêmes, quant- à la promotion de la culture de l'égalité au niveau de leurs médias respectifs;
- Plusieurs associations de femmes actives, que le régulateur essaie de suivre, d'encadrer et de financer, en fonction de ses moyens.

Dans la seconde étape, elle a analysé la réalité de la situation au Burkina Faso, et qui se caractérise, malgré les atouts, par :

- une marginalisation persistante des femmes, dans la participation à la définition de la politique publique et au sein des institutions démocratiques ;
- les inégalités dans la position et la représentation des femmes dans les sphères de décisions publiques ou privées ;
- La présence d'images stéréotypées ou dévalorisantes de temps à autres dans les contenus médiatiques.

Cette stagnation s'explique, selon elle, par les pesanteurs culturelles, les contraintes spécifiques aux femmes en termes de collecte et de traitement de l'information et la persistance de certains préjugés. Il n'est pas rare d'entendre, a-t-elle démontré, que les professionnelles et journalistes soient considérées comme des femmes « légères », inférieures, ou incompetentes par rapport aux hommes dans les rédactions et la prise de décision des médias, ce qui les amène à « abdiquer ».

Face à cela, et en partenariat avec le Ministère en charge de la promotion des femmes, le Conseil a diligencé, en 2013, une étude sur la base d'une recherche documentaire et de 180 médias visités, ainsi que d'interviews réalisées auprès de la société civile et des leaders d'opinion, afin d'avoir des éléments sur la perception que leurs compatriotes avaient de l'égalité entre les deux sexes, ainsi que leur perception des stéréotypes sexistes. L'exercice s'est basé sur un essai d'identification et de définition des stéréotypes (images, propos ou tout comportement dévalorisant ou discriminant sur la base du sexe) à l'encontre de l'homme ou de la femme. L'effort est aujourd'hui dirigé vers l'appropriation des directives tirées de cette étude, qui a révélé que les femmes représentaient 22% des effectifs des médias publics en 2011 et 23% en 2013. 23% des postes de décision sont occupés par les femmes, mais dans les postes les plus élevés, il n'y a plus qu'une seule femme. Les femmes représentent aujourd'hui 28 % des effectifs globaux des médias publics et privés au Burkina Faso et seulement 13% y occupent des postes de responsabilité.

Comme les lois sont élaborées difficilement et que le processus est long, nous cherchons, a-t-elle ajouté, à réviser la loi sur la communication audiovisuelle, le projet concernant la publicité déposé en 2009, n'a été discuté au Parlement que récemment. Aussi, le Conseil a-t-il élaboré des « Directives pour la promotion de l'égalité hommes-femmes dans les médias au Burkina Faso » dont les autres acteurs (écoles, médias, décideurs) peuvent s'inspirer pour faire avancer les choses. Ces directives sont conçues autour de 5 cinq axes :

- 1 - promotion de l'égal accès ;
- 2 - égalité entre hommes et femmes dans les contenus ;
- 3 - essai de description des moyens de lutte contre les violences fondées sur le genre véhiculées par les médias ;
- 4 - éducation aux médias ;
- 5 - moyens d'application et d'appropriation de ces directives.

Le Conseil a engagé une réflexion pour renforcer son action en la matière. Il a essayé d'imaginer un système de quotas, mais vu que ce système n'a pas fonctionné au niveau des élections, il semblait difficile qu'il puisse être mis en œuvre au niveau des médias. Les textes de lois butant sur des questions de délais et d'aboutissement, le Conseil travaille sur la conception de nouveaux cahiers de charges qui intègrent l'aspect genre, et encouragent l'accès des femmes à la formation et à la profession médiatiques. En ce qui concerne le monitoring, et en l'absence d'un outil aussi performant que celui présenté par la HACA, le Conseil s'est limité à une analyse de la presse écrite en ce qui a trait à l'appréhension de l'approche genre dans les médias, et ce pendant un mois.

8. L'expérience du Burundi :

M. Rénovat TABU, Vice-Président du Conseil National de la Communication (CNC), a commencé son intervention par une brève présentation de l'organe constitutionnel de régulation qu'il représente, en tant qu'autorité administrative indépendante créée en 1992, chargée de veiller à la liberté de la communication écrite et audiovisuelle dans le respect de la loi, de l'ordre public, des bonnes mœurs et des droits d'autrui. La loi confie ainsi au CNC, a-t-il rappelé, la mission principale d'assurer, d'une manière générale, le respect de l'expression pluraliste des courants de pensée dans la presse et la communication audiovisuelle. C'est un Conseil qui dispose d'un pouvoir de décision en matière de respect et de promotion de la liberté de presse, tout en jouant un rôle consultatif auprès du gouvernement en matière de communication.



Dans son art. 6, cette loi assigne aux membres du CNC cinq missions :

- Garantir l'indépendance, notamment en matière d'information, des médias publics et privés ;
- Garantir le libre accès aux sources d'information ;
- Garantir de façon équitable le libre accès des partis politiques, des syndicats, des associations et des citoyens aux moyens tant publics que privés d'information et de communication ;
- Garantir l'utilisation rationnelle et équitable des médias tant publics que privés par les institutions publiques, chacune en fonction de ses missions constitutionnelles ;
- Veiller au bon fonctionnement des médias et faire respecter les engagements contenus dans leurs cahiers des charges.

Le Burundi ne comptait qu'un seul média : la radio nationale du Burundi, devenue la Radio Télévision Nationale du Burundi (RTNB). C'est à partir de 1992 que l'espace médiatique a été bouleversé. La question de la femme et de ses droits, et depuis la démocratisation des institutions publiques, a fait l'objet de nombreux débats. L'effort était d'intégrer la femme dans la vie publique et la prise en compte de ses droits dans le cadre juridique. Le rapport national d'évaluation de la mise en œuvre du plan d'action de Beijing par le ministère burundais de la personne humaine et du genre (2009), a noté une évolution significative au niveau légal par la ratification de la CEDEF sans réserves. L'exposant a passé en revue le cadre légal global du pays, la constitution de mars 2005 dans son article 19, et le reste des textes juridiques et lois visant à améliorer la situation de la femme dans la vie publique. Pour ce qui est de la représentation des femmes dans les médias audiovisuels, et de l'intégration de cette dimension à sa juste valeur par les médias, il a souligné que l'analyse des grilles des programmes montre la présence de programmes visant la promotion des droits des femmes. De plus le nombre de femmes journalistes ne cesse de croître.

Malgré tout cela, a-t-il ajouté, une étude menée récemment par l'association des femmes journalistes, appuyée par le CNC, sur le thème de l'image et la place des femmes dans les médias audiovisuels, a conclu à des résultats inquiétants et montré la nécessité d'agir sur ce terrain pour lutter contre les stéréotypes fondés sur le genre et en faveur de l'égalité entre les hommes et les femmes dans les médias audiovisuels. Il s'agissait, a-t-il rappelé concernant cette étude, du monitoring des programmes d'information d'un certain nombre de médias et durant des moments de diffusion précis, et qui a montré que des efforts restent à faire.

L'intervention des femmes dans les actualités d'information reste faible, les femmes journalistes y sont minoritaires par rapport aux hommes et elles traitent de sujets de seconde zone. Il a également été constaté la prédominance des hommes sur les entreprises de presse au Burundi. Sur les 1172 professionnels recensés dans 33 médias, les femmes représentent 79 personnes, soit 23%.

Tenant compte des 30% dévolus aux femmes par la Constitution au Parlement et au Gouvernement, seuls 13 médias sur les 33 inventoriés se sont inscrits dans cette logique. La seconde observation fait ressortir, concernant les effectifs, que les femmes journalistes représentent moins de 20% du total des journalistes en poste, dans les médias publics en particulier.

Cette étude a permis, a-t-il ajouté, de dégager une photographie de la présence des femmes dans les informations. De manière globale, le taux de visibilité est de 21% en termes d'interventions des femmes dans les sujets d'actualités. 46% des femmes proviennent de la mairie de Bujumbura, la capitale burundaise. Dans les proportions restantes, les femmes rurales restent minoritairement présentes. Cette visibilité relative cache d'autres vérités. Sur l'ensemble des sujets, la femme occupe, à raison de 66% un statut de victimes, et à raison de 56% et comme sujet d'actualité. Les femmes journalistes représentent 26% des professionnels des médias analysés, contre 74% pour les hommes.

L'État dispose d'une chaîne de télévision et de deux chaînes de radio. Les chaînes de radio et de la télévision nationales sont regroupées au sein d'un office à statut commercial et industriel dénommé RTNB, placé sous la tutelle du Ministre de la Communication et dirigé par un Directeur général nommé par le président de la République.

M. TABU a ensuite donné quelques explications justifiant cet état des choses et la persistance des stéréotypes aussi bien chez les hommes que les femmes, acteurs de médias, de la chose publique, ou de la société civile. Il a par ailleurs mis l'accent sur l'importance de la formation en la matière, le partenariat avec les médias et les associations professionnelles ainsi que l'échange d'expériences et le transfert de savoir-faire.

9. L'expérience du Niger :

Présentée au nom du **Conseil Supérieur de la Communication (CSC)** par **Mme Marie Rose TAMAKLOE, Directrice du Pluralisme, de la Déontologie et de la Publicité** au sein de cette autorité administrative indépendante chargée de la régulation de l'audiovisuel et de la presse électronique et écrite. Elle a expliqué qu'au Niger, concernant l'égalité, un Ministère était chargé de la promotion de la femme et de la protection de l'enfant, et que de nombreuses associations féminines militent en faveur de l'image de la femme dans les médias, mais que le CSC n'a pas une grande expérience en matière de monitoring *gendérisé*. *Ceci étant*, des textes, comme la charte de l'amélioration de l'image de la femme et les cahiers de charges des opérateurs prévoient des dispositions pour l'égalité hommes-femmes.



Aussi, une formation récente a été dispensée au CSC concernant le monitoring du genre. Dans ce cadre là et dans l'attente de la mise en place de l'outil de monitoring, l'institution s'est prêtée à l'exercice en mesurant les temps de paroles accordés aux hommes et aux femmes, dans les médias, mettant en relief la faiblesse globale d'intervention des femmes. Le CSC a eu l'occasion d'interpeler des médias pour des contenus jugés irrespectueux de la dignité des femmes, notamment en presse-écrite.

10. L'expérience du Sénégal :

Au nom du **Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA)** **Mme Caroline Agathe THIAM, Membre du Conseil**, a expliqué que celui-ci s'applique à accompagner, en tant que régulateur, la loi de 2010 sur la parité absolue entre les hommes et les femmes. Elle a expliqué le contexte d'adoption de cette loi et l'importance des médias pour accompagner toute question de société afin de faire évoluer les mentalités.



Avec la loi sur la parité, le pays ouvrait ainsi une nouvelle page dans la représentation des femmes en politique en imposant la stricte parité dans les listes électorales, mais la prise de décision politique est loin d'être à la mesure de leur contribution effective au développement et à la vie sociale, a-t-elle souligné. Elle doit s'accompagner de changements sociétaux et d'avancées du statut de la femme dans la société pour que l'égalité devienne une réalité, a-t-elle ajouté.

Passant en revue le protocole de Maputo, charte des droits de l'homme africain, qui prévoit des dispositions afférentes au genre et à l'élimination des stéréotypes, et le programme d'action accompagnant cette charte, elle a rappelé que le CNRA s'efforce de jouer un rôle dans ce sens en définissant la voie à suivre aux médias pour qu'ils puissent contribuer positivement au changement.

En tant qu'autorité de régulation, le CNRA veille au respect des cahiers des charges qui font une part importante aux valeurs qui cimentent la société, dont cette quête d'égalité, également portée par la société civile. Elle a passé en revue quelques unes des dispositions prévues, dont des activités de sensibilisation, de coordination, et de formation au profit du régulateur, des responsables de médias, des organisations citoyennes de droits des femmes, des organisations favorisant le développement des sources d'information féminines, et la représentation des femmes dans les médias (qui demeure faible selon le dernier monitoring établi en 2005). Elle a précisé que la situation a peu changé depuis cette date. Les femmes restent minoritaires dans les médias sénégalais en tant que professionnelles, décideurs, représentantes syndicales ou étudiantes. Parmi les actions qu'il projette, le CNRA vise deux objectifs, à savoir, la mobilisation des acteurs du changement et la transformation structurelle des médias.

11. L'expérience de la France :

Mme Géraldine VAN HILLE, Chargée de mission à la Direction des Programmes au sein du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), a précisé d'emblée qu'en France, la situation n'est pas différente, et que bien qu'elles représentent 52% de la population, les femmes françaises restent sous-représentées dans les sphères de représentation publique, politique, et entrepreneuriale ainsi que dans les médias. Avant d'exposer brièvement l'action et le rôle du CSA en la matière, elle a commencé par une mise en contexte de cette intervention.



La question de l'égalité femmes-hommes dans les médias n'est redevenue une matière de politique publique en France, que depuis 2012, a-t-elle expliqué. Le 30 novembre de cette année, a-t-elle rappelé, le Gouvernement a mis en place un comité interministériel aux droits des femmes et à l'égalité entre les femmes et les hommes afin de déterminer les priorités gouvernementales pour l'amélioration de ces droits et définir ainsi un ensemble de mesures pour chaque Ministère. Une feuille de route a été établie par le Gouvernement et enfin un ministère dédié aux droits des femmes a été créé en 2013. La feuille de route a proposé un certain nombre de mesures pour le CSA, comprenant notamment l'élargissement de ses compétences à la parité et à la place des femmes dans les médias.

En ce qui concerne les médias publics, il s'agissait de renforcer l'exigence d'égalité dans leurs cahiers des charges et contrats d'objectifs et de moyens. Pour les autorités administratives indépendantes, il s'agissait d'imposer à minima la règle du 40% - 60% dans la composition de leurs différentes structures.

Tous les acteurs se sont ainsi mis en ordre de marche pour suivre cette feuille de route. Et au sein du CSA, l'égalité hommes-femmes était traitée à travers le prisme de la diversité. Un baromètre de la diversité a été mis en place depuis 2009 et comptabilise depuis les personnes qui parlent à la télévision, selon le critère de l'origine sociale et ethno-raciale, de l'âge, du sexe et de l'handicap.

Pour donner aux femmes la meilleure visibilité à travers les médias et place dans les structures de médias, le CSA a procédé à la création du groupe de travail « Droits des femmes » qui a cherché à aller au delà du quantitatif pour mettre en place des outils d'exploration qui permettent d'évaluer la présence qualitative des femmes dans les médias audiovisuels. Le CSA souhaite centrer ses prochaines études sur l'image de la femme et les stéréotypes féminins. Mais en l'absence d'une définition précise

de ce qu'est le « stéréotype féminin », l'intervention ne semblait pouvoir se faire qu'en termes de propos et de comportements discriminatoires ou sur la base de la dignité humaine et des règles de protection de l'enfance.

Depuis, a ajouté l'intervenante, et afin de développer des outils de suivi et de mesure de la présence des femmes sur les antennes, et au regard des contraintes matérielles et humaines, le CSA a mêlé qualitatif et quantitatif. Ainsi ont été réalisées, soit en interne soit par d'autres organismes ou en collaboration avec eux, une étude sur la place des femmes dans les programmes d'information, une autre sur la place des femmes expertes dans les émissions de plateaux, une autre sur les fictions françaises et américaines ainsi qu'une dernière sur les fictions cinématographiques.

Elle a ensuite égrené quelques uns des résultats de ces études, et qui ont globalement montré que:

- Pour les programmes d'information, les hommes dominaient dans la présentation des émissions de radio, et la part des femmes intervenant dans les éditions d'information analysées était inférieure à 20% quelle que soit le type de médias (tv et radio). De plus, lorsqu'elles interviennent, elles sont souvent cantonnées aux sujets d'éducation, de société et de faits divers ;
- s'agissant des émissions de plateaux, les femmes occupaient un tiers seulement du temps de parole des émissions analysées, et ce tiers était très morcelé. La prise de parole est plus aisée et développée pour les femmes ayant un rôle à responsabilité que pour les autres invitées en plateau ;
- pour ce qui est des fictions cinématographiques, l'étude a montré qu'en 2011 et 2012, moins de 10% des films diffusés sur les chaînes hertziennes était réalisé par des femmes ;
- l'étude des fictions américaines et françaises a montré, que les femmes, quant à elle, ont le rôle principal à plus de 60%, souvent dans des professions à responsabilité. En revanche, au regard de la distribution globale des rôles dans les médias, elles sont sous-représentées.

Au regard des constats, la nécessité de pouvoir disposer d'un cadre juridique afin de pouvoir intervenir en cas d'atteinte à l'image ou à la dignité des femmes ou au regard de leur sous-représentation s'est imposé. Le CSA s'est alors positionné en force de proposition au profit du législateur. Par ailleurs, un besoin de sensibilisation auprès des diffuseurs radio et télé a été identifié.

Le processus de dialogue a mené à des lettres d'engagement de ces derniers pour sensibiliser en interne, dans leurs sociétés, et mettre en place des outils, pour comptabiliser les interventions des femmes sur leur antenne, dont certaines sont chiffrées (30% d'experts dans les magazines pour France télévision et dans les matinales radiophoniques pour Radio France). Les groupes publics ont été les plus vertueux en la matière conformément à leurs missions.

Après l'état des lieux, le dialogue et les engagements, il a été décidé que 2014 serait centrée sur l'étude plus spécifique des stéréotypes féminins et sur la préparation d'une délibération dans l'optique de préciser ce qui sera attendu des opérateurs dans la continuité de la loi sur l'égalité réelle entre les hommes et les femmes promulguée en août 2014.

S'agissant des stéréotypes, le Haut Conseil pour l'Égalité, qui a pour mission d'assurer la concertation avec la société civile et d'animer le débat public sur les grandes orientations de la politique de l'égalité, a travaillé sur ce point dans son rapport remis récemment à la Ministre des affaires sociales, de la santé et des droits des femmes, et qui a abouti à la mise en place d'une grille de lecture pour les fictions, basée sur des questions visant à définir si les femmes sont montrées dans la sphère publique ou privée, si elles parlent de leur apparence ou d'autres aspects.

Par la suite, le CSA a engagé trois études relatives aux stéréotypes dans les programmes audiovisuels, portant sur les trois genres suivants : la fiction audiovisuelle (séries), les émissions de divertissement (essentiellement la télé-réalité), et l'animation. Le partenariat avec l'Institut National de l'Audiovisuel pour les journaux d'information a été renouvelé. D'autre part, la préparation de grilles de lecture des programmes à l'intention des diffuseurs, afin qu'ils puissent s'auto-évaluer, est en cours.

S'agissant de l'élaboration d'une délibération par le CSA, inscrite dans le prolongement de la loi pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes (qui donne de nouvelles compétences au Conseil, désormais chargé d'assurer le droit des femmes dans le domaine de la communication audiovisuelle), celui-ci veille à une juste représentation des hommes et des femmes dans les programmes audiovisuels, et, d'autre part, à l'image des femmes en luttant contre les stéréotypes, les préjugés sexistes, les images dégradantes, les violences commises contre les femmes et les violences commises au sein du couple, à côté de son travail de veille se rapportant aux programmes destinés à l'enfance et à la jeunesse. Un travail de concertation avec les opérateurs du secteur, en partenariat avec l'autorité de la parité afin de préciser ce qui est attendu des opérateurs pour répondre aux impératifs de la loi, est en cours, a-t-elle conduit.

Le Directeur Général de la HACA est intervenu à l'issue de ces différents exposés, pour mettre en exergue, dans le but d'un meilleur transfert de savoir-faire, les avantages des différences des approches présentées, et cela au regard des défis du vivre ensemble qui ne cessent de se poser et du résiduel, en chacun de nous, de ce que les sociétés sexistes et discriminantes, dans lesquels nous vivons, à des niveaux certes inégaux, ont imprimé en nous.

Il a souligné, en particulier l'approche espagnole (l'étude sur la publicité des jouets avec le rendez-vous des fêtes), les approches belge et française, qui ont consisté à inclure le genre dans la diversité, le levier des plaintes dans l'expérience turque, les approches participatives avec la société civile, les institutions pour la parité, et le dialogue et l'engagement avec les opérateurs, ainsi que l'accent mis sur le crédo et le contrat social dans les différentes approches, notamment africaines.

Il a également mis l'accent sur l'importance de l'éducation aux médias ainsi que celle d'inclure, dans les visions des régulateurs, de leur rôle et actions, la question de l'environnement de la création qui est producteur et reproductif des stéréotypes, dont un résidu demeure en chacun.

Après un débat fructueux où les exposants ont été appelés à clarifier certains points de leurs exposés dans une optique comparative des démarches et de renforcement des approches, la séance a été levée en rappelant les points saillants des discussions de toute la journée, dont l'importance du travail de production et de diffusion des données pour le renforcement du rôle des médias dans l'accompagnement du changement des mentalités.

Journée du mardi 28 octobre 2014 :

Objet : Trois ateliers parallèles

Durée : Toute la matinée

Cette seconde journée a été réservée aux ateliers de travail parallèles autour de trois thématiques complémentaires afin d'enrichir de propositions concrètes les expériences présentées au cours de la première journée.

Les différents participants s'étaient inscrits dans l'un des 3 ateliers programmés :

Groupe 1	Éléments - clés pour la refonte/ adaptation des cadres juridiques relatifs aux médias audiovisuels sur la base d'un renouveau conceptuel.
Groupe 2	Problématiques relatives au monitoring des programmes sur la base des expériences nationales et internationales, et pistes de développement d'outils sur les plans quantitatif et qualitatif.
Groupe 3	Renforcement de partenariats efficaces aux niveaux national et régional.

Ces ateliers ont connu une participation active, et les débats ont duré au-delà du temps initialement imparti.

Les participants des différentes autorités de régulation, ainsi que les participants marocains de différentes institutions et horizons, ont échangé durant plus de quatre heures afin de poser les problématiques par champs de réflexion et de définir des recommandations ciblées, en direction du Réseau et des régulateurs ainsi que des autres acteurs et intervenants des politiques publiques, de l'égalité ou des médias. Ci-après les rapports finaux des ateliers, lus en séance plénière finale du séminaire.

Atelier de travail n° 1 :

Recommandations de l'atelier relatif aux « Éléments –clés pour la refonte/adaptation des cadres juridiques relatifs aux médias audiovisuels »

Cet atelier a été présidé par **Mme Elisenda MALARET**. Il a connu la participation de 16 personnes de différentes nationalités et de différents horizons.

Les débats ont porté, en particulier, sur le bien-fondé et la faisabilité des obligations imposées aux diffuseurs des médias en l'absence de mécanismes de suivi et de reddition de compte internes au sein des entreprises de médias. Les professionnels ont ainsi rappelé les difficultés du monitoring de contrôle appliqué au respect des dispositions déontologiques dont par exemple le pluralisme, comme pour le monitoring du genre, en s'interrogeant sur la finalité de tels dispositifs si les résultats restent négatifs sans qu'une sanction soit prise à l'encontre de l'opérateur et sans que des directives internes appellent les journalistes et animateurs des émissions en question, ou les responsables de rédaction, au sein de l'entreprise média, à se conformer à des mécanismes de correction pour changer ces résultats.



Une discussion très riche a abouti à l'élaboration et à l'adoption de 14 recommandations :

1. A l'attention du Législateur :

- La loi doit établir de manière claire et précise le droit à l'interdiction de toute discrimination fondée sur le sexe ;
- Cette interdiction doit être inscrite dans les cahiers de charges des opérateurs publics en garantie de ce droit ;

- La loi doit doter l’Autorité de régulation de l’audiovisuel de la prérogative de protection de ce droit ;
- En garantie du droit à la non-discrimination fondée sur le sexe, les lois portant création des autorités de régulation doivent élargir la possibilité de porter plainte auprès d’elles à toutes les associations et acteurs de la société civile.

2. A l’attention des Gouvernements :

- Les Gouvernements devront inscrire l’obligation de diffuser gratuitement des campagnes de sensibilisation sur les chaînes de télévisions publiques dans les cahiers de charges et les contrats-programmes des opérateurs ;
- Les Gouvernements devront introduire la question de l’égalité entre l’homme et la femme, comme élément essentiel de l’obligation de service public, dans les cahiers de charges et les contrats-programme des opérateurs.

3. A l’attention des Autorités de Régulation :

- L’Autorité de régulation de l’audiovisuel doit veiller à ce que l’interdiction de toute discrimination soit incluse dans le contrat-programme entre le gouvernement et les opérateurs publics ;
- L’avis de l’Autorité de régulation de l’audiovisuel sur la loi-cadre, les cahiers de charge et le contrat programme doit être obligatoire. Ces avis devront être publiés ;
- L’Autorité de régulation de l’audiovisuel doit veiller au respect de l’égalité entre les hommes et les femmes au sein des conseils d’administration et des rédactions des opérateurs ;
- L’Autorité de régulation de l’audiovisuel assurera une mission pédagogique dans la promotion des principes constitutionnels d’égalité entre les hommes et les femmes ;
- L’Autorité de régulation de l’audiovisuel, en étroite collaboration avec les opérateurs et les associations de journalistes, participera à l’élaboration d’une Charte établissant les responsabilités des différents acteurs politiques, culturels et sociaux dans la promotion de l’égalité entre les hommes et les femmes ;
- L’Autorité de régulation de l’audiovisuel, en partenariat étroit avec les acteurs sociaux, produira un guide de formation en matière de discrimination fondée sur le genre. Le guide devra adopter les langages permettant un meilleur accès aux publics visés par la diffusion de capsules, de bandes dessinées et autres formats audiovisuels de sensibilisation.

Les participant(e)s marocain(e)s ont insisté sur la mise en place de l’« *Autorité de la parité et de lutte contre toutes les formes de discrimination* », prévue par l’article 19 de la Constitution marocaine de telle sorte à ce que son domaine d’action comprenne la lutte contre les discriminations et les violences à travers les médias.

Atelier de travail n°2 :

Synthèse des travaux et recommandations de l'atelier portant sur les « Problématiques relatives au monitoring des programmes sur la base des expériences nationales et internationales et pistes de développement d'outils sur les plans quantitatif et qualitatif »

Cet atelier a été présidé par **M. Bertrand LEVANT**, chargé de recherches au Département Études et Recherches du CSA belge. Il a connu la participation d'une trentaine de personnes de différentes nationalités et de différents horizons qui ont eu un débat très riche et profond sur un certain nombre d'éléments :



1. Champ et objet d'étude et d'analyse :

Les débats ont mis en exergue la nécessité de définir un cadre conceptuel, des indicateurs et une méthodologie de suivi pour les régulateurs désireux d'évaluer la représentation des femmes dans les médias et plus particulièrement d'identifier et quantifier les stéréotypes.

Dans ce contexte, il importe de distinguer différents niveaux d'analyse : s'agit-il de se contenter de mesurer la visibilité des femmes dans les contenus ou de combiner la mesure de cette visibilité à la mesure de l'image véhiculée, tant par les discours que par la représentation qualitative des femmes apparaissant à l'écran ? Cette question primordiale influence, d'une part, la délimitation à la fois du champ d'étude de l'évaluation opérée par les régulateurs et, d'autre part, la définition d'indicateurs susceptibles de fournir des éléments tangibles d'appréciation en fonction du niveau d'analyse choisi. Plus le champ d'étude complète l'approche quantitative pour investiguer la dimension qualitative de l'image des femmes véhiculée dans les médias, plus la définition de critères et l'opérationnalisation d'une analyse systématique de la représentation des femmes à l'écran devient complexe.

Par ailleurs, lorsqu'il s'agit d'investir le terrain qualitatif de l'image des femmes qui est véhiculée par les médias, il importe de tenir compte non seulement de la diffusion mais aussi et surtout de la réception qui est opérée par chacun des usagers des représentations identifiées. La question de la perception de ces représentations par le public devient dès lors centrale, et toute évaluation qualitative dans ce domaine devrait également tenir compte de cette dimension.

Enfin, s'agissant de l'objet d'étude, il importe également de prendre en considération les autres médias et en particulier la radio, principal média utilisé en Afrique subsaharienne. À cet égard, il est possible de

transposer certains des critères d'analyse retenus pour l'évaluation en télévision, comme le nombre de femmes intervenant en radio ou le temps de parole qui leur est accordé par rapport aux hommes. Par ailleurs, beaucoup de stéréotypes sont aujourd'hui véhiculés sur les nouvelles plateformes ou à travers les communications électroniques et il convient de tenir compte de ces phénomènes.

Recommandation :

L'analyse des phénomènes de représentation des femmes propres aux « nouveaux médias » étend le champ d'étude presque à l'infini. S'il est important de tenir compte de l'importance grandissante de ces phénomènes, il est aussi important, à fortiori, pour les régulateurs, de délimiter également l'objet de l'étude afin de pouvoir réaliser une étude effective et réaliste. Le fait de ne tenir compte que des médias pour lesquels ils sont compétent – télévision, radio voire presse écrite – a par ailleurs du sens à partir du moment où ces médias demeurent les principaux canaux d'information et d'accès à la connaissance des citoyens, qu'ils ont à cet égard un rôle d'exemplarité et qu'ils continuent à opérer dans le champ médiatique un rôle de curation.

2. Le problème de la définition du stéréotype

La question d'une définition opérationnelle du stéréotype a été largement débattue dans l'atelier. Entre la volonté des régulateurs de lutter contre les stéréotypes sexistes et la possibilité effective pour ces derniers de les combattre sur une base normative, il y a plusieurs éléments dont il faut tenir compte.

Tout d'abord, il y a la question des dispositions réglementaires : certains estiment que la mission de garantir la liberté d'expression, le droit à l'information et donc l'égalité d'accès aux médias – qu'elles soient explicites ou non dans les compétences dévolues aux régulateurs, ainsi que les dispositions relatives à la non-discrimination, constituent un socle normatif suffisant pour l'évaluation de la représentation des femmes à l'écran, la lutte contre les stéréotypes sexistes et la promotion de dynamiques positives et/ou vertueuses dans ce domaine. D'autres ont mis en avant la nécessité d'avoir une assise réglementaire assez précise de ce qu'est un stéréotype sexiste dans les médias afin de permettre au régulateur d'évaluer de manière ponctuelle tout contenu dans lequel serait véhiculé une représentation négative de la femme et sur lequel le régulateur se prononcerait et adopterait éventuellement des sanctions dans le cadre de sa mission de contrôle.

Tout dépend dès lors de l'objectif poursuivi par l'adoption de critères de définition des stéréotypes sexistes. Si ces critères servent à clarifier une taxinomie utile à l'appréciation de la représentation des femmes à l'écran, ceux-ci n'ont dès lors d'utilité que méthodologique, aidant à affiner et approfondir l'évaluation des contenus. Si ces critères ont une portée plus normative, la question s'est posée de savoir jusqu'à quel degré de détail, d'approfondissement ou de description ces critères doivent aller. Certains ont relevé l'éventuel caractère contre-productif de vouloir trop détailler ces critères, le risque étant d'enfermer l'appréciation des stéréotypes et de ne pas pouvoir ouvrir cette appréciation aux différentes manières qu'ils auraient à se manifester, notamment eu égard à ces évolutions dans le temps.

Cela dit, cette approche dépend également des instruments normatifs mobilisés par le régulateur : loi audiovisuelle, règlements ou directive adoptés par l'instance décisionnelle et enfin décisions du régulateur suite à des infractions. En effet, si la loi audiovisuelle peut rester assez large afin d'embrasser le plus grand nombre de situations, le régulateur peut également adopter des critères d'appréciation dans des règlements voire en développant une cohérence d'appréciation dans la jurisprudence des décisions qu'il prend à l'égard d'infractions commises par les médias, sur la base de plaintes ou d'auto-saisines.

Les débats ont également mis en avant le caractère non seulement changeant dans le temps de la définition du stéréotype, mais également dans l'espace. L'appréciation de ce que sont des stéréotypes sexistes s'insère dans un contexte culturel, social et politique donné qui a pour conséquence que les enjeux liés à l'image des femmes dans les médias peuvent différer d'un pays à un autre. Cette question a une double conséquence : d'une part que les « sphères prioritaires » d'appréciation, d'interpellation

ou de mobilisation quant à une situation stéréotypique différent d'un pays à un autre, d'un contexte à un autre, et, d'autre part, qu'il est possible qu'un contenu provenant d'un espace culturel et social donné puisse être considéré dans un autre comme véhiculant des stéréotypes, alors qu'il n'est pas considéré comme tel dans son espace d'origine. Ces questions renvoient à la question de la perception par le public et au besoin de l'approcher de manière rigoureuse.

Des exemples de critères de définition de ce que sont des stéréotypes sexistes ont également été avancés, notamment par le CSA français et le CCA moldave.

Recommandation :

- élaboration consensuelle d'un guide des stéréotypes par pays, en impliquant la société civile.

3. Champ d'action des régulateurs : contenus VS responsabilité sociale

Les débats du groupe de travail ont également porté sur les limites du champ d'action des régulateurs. L'égalité hommes-femmes dans les médias s'approche de plusieurs manières dont deux principales : dans les contenus et dans les ressources humaines.

Certains ont précisé que la deuxième relevait de la responsabilité sociale des médias et qu'il n'appartient pas aux régulateurs d'intervenir dans les politiques de management des médias, encore plus eu égard aux contenus acquis par les diffuseurs et qui font intervenir d'autres acteurs : publicitaires, annonceurs, producteurs, réalisateurs, pays tiers, etc.... Par contre, il est du devoir des régulateurs d'apprécier et de contrôler les contenus que ces médias diffusent. C'est dès lors sur cette seule base – l'inégalité quantitative et qualitative de représentation des femmes dans les médias et la lutte contre les stéréotypes – que les régulateurs devraient se concentrer en développant au mieux un référentiel des stéréotypes pour une approche normative de la question.

D'autres ont souligné que le rôle des régulateurs dans la promotion de l'égalité hommes-femmes peut résider dans le fait d'encourager les médias à adopter des démarches positives au regard de l'égalité des sexes et de la représentation des femmes au sein de leurs entreprises, et dès lors de soutenir une plus grande responsabilité sociale de leur part face à ces questions.

Recommandations :

- Agir sur le terrain réglementaire, en actionnant le pouvoir d'avis et de force de proposition des régulateurs de manière à faire évoluer la question de la place des femmes dans le secteur aussi bien que leur participation à la représentation politique effective, et engager un dialogue avec les opérateurs pour faire avancer la co-régulation et leur faire adopter des directives internes favorables à une meilleure représentativité des femmes dans leurs entreprises et à leur accès à la prise de décision ;
- Sensibiliser les organisations professionnelles pour jouer un rôle positif dans ce sens et pour réserver des parts à la participation des femmes en leur sein.

4. Enjeux spécifiques au monitoring

La question s'est posée de savoir s'il était possible d'intégrer l'ensemble des questions liées à l'égalité hommes-femmes et à la lutte contre les stéréotypes dans les monitorings quotidiens qu'opèrent les régulateurs dans le cadre de leurs missions de contrôle. Beaucoup des évaluations de la représentation des femmes dans les médias se font sur une base ponctuelle et spécifique. L'expérience marocaine a démontré la possibilité de fonder le monitoring au quotidien sur une approche genre par rapport à certains critères.

Les débats du groupe de travail ont également beaucoup insisté sur le caractère essentiellement quantitatif des monitorings de la représentation des femmes dans les médias. Certains ont souligné le caractère insuffisant de l'approche quantitative et la nécessité de pouvoir apporter une appréciation qualitative de cette représentation, principalement à l'égard de la lutte contre les stéréotypes sexistes. D'autres ont souligné, à contrario, que le monitoring de cette représentation des femmes dans les

médias, même ponctuel et spécifique, comporte quelques éléments qualitatifs et que les résultats d'une telle analyse permettent au régulateur d'identifier des zones et des domaines prioritaires d'actions et d'évaluations qualitatives de façon plus approfondie, sur la base d'autres méthodologies, tout en prémunissant au maximum son intervention des appréciations subjectives. Sur cette base, il devient également possible au régulateur d'interpeller le secteur sur certains déficits constatés et progrès à effectuer, et, par conséquent, d'établir, le cas échéant, un dialogue constructif. Le monitoring essentiellement quantitatif permet dès lors d'avoir une vision générale des options éditoriales opérées par le secteur et d'identifier les écarts qu'elles engendrent dans la représentation des femmes dans les médias.

Recommandation :

- faire évoluer le monitoring de manière à englober tous les médias, en intégrant au moins à minima des variables qui répondent aux exigences d'un suivi *gendérisé*.

5. Approche intégrée du genre dans les actions des régulateurs

Au-delà des questions de monitoring et d'évaluation spécifique de la représentation des femmes dans les médias, certains ont insisté dans les débats sur la nécessité ou la possibilité d'intégrer la dimension du genre et de l'égalité hommes-femmes dans l'ensemble des missions du régulateur, qu'elles soient de près ou de loin liées aux questions de diversité, de non-discrimination ou d'égalité d'accès.

La question de la formation et de la sensibilisation de l'ensemble des ressources humaines des régulateurs sur les questions d'égalité entre hommes-femmes devient dès lors cruciale, afin qu'à toutes les étapes et tous les niveaux d'intervention des régulateurs, une attention particulière et constante soit donnée à ces questions.

Enfin, la désignation de personnes de référence dédiées aux questions d'égalité hommes-femmes et de représentation des femmes dans les médias a été avancée, ce qui pourrait permettre que cette attention particulière puisse être effective à tous les niveaux et toutes les étapes.

Recommandation :

- « faire vivre » la question dans la vie des réseaux à travers un réseau de points focaux, actifs au sein des instances et des réseaux et inter-réseaux.

6. Partenariats

La question des partenariats a été l'un des sujets les plus avancés et discutés dans l'atelier. Cela concerne particulièrement deux types d'acteurs : le monde académique et le monde associatif, particulièrement demandeurs d'être impliqués et mobilisés dans les actions des régulateurs au regard de l'évaluation de la représentation des femmes dans les médias. Ces partenariats pourraient intervenir principalement à deux égards. Premièrement dans l'approche évolutive de la définition des critères d'appréciation de ce que sont les stéréotypes sexistes. Au vu de la difficulté de donner une définition arrêtée de ces derniers, il convient dès lors d'intégrer les expertises académiques provenant de nombreuses disciplines : linguistique, sociologie, anthropologie, communication. Il convient également de pouvoir être attentifs et d'intégrer d'une manière ou d'une autre l'expertise et la vigilance de nombreuses associations qui, au quotidien, sont appelées à travailler avec la question des stéréotypes. Deuxièmement, des partenariats pourraient être également noués en ce qui concerne la restitution des travaux et études menées par les régulateurs dans l'évaluation de la représentation des femmes et les collaborations ultérieures pour la recherche à ce sujet. L'accès aux bases de données permettraient au monde académique de pouvoir investiguer plus profondément la question des stéréotypes en y apportant une dimension qualitative qu'ils sont capables de fournir. La participation du monde académique à la réalisation des rapports d'évaluation du régulateur pourrait également apporter cette plus-value qualitative.

Enfin, les débats ont insisté sur la nécessité de garantir à une majorité d'acteurs et de citoyens la possibilité de porter plainte auprès du régulateur lorsque des infractions sont constatées ou que des stéréotypes sont relevés. Ce travail de « vigilance citoyenne » pourrait s'avérer précieux pour les régulateurs désireux de se saisir de la lutte des stéréotypes par la voie normative et de mieux percevoir la réception de certains contenus pas le public.

Recommandations :

- actionner le pouvoir de proposition des régulateurs de manière à renforcer le levier chien de garde de la société civile,
- engager avec celle-ci un dialogue, partenariat et un échange de données afin de faire réfléchir les différents intervenants publics et professionnels, et de sensibiliser les citoyens.

Atelier de travail n°3

Développer des partenariats efficaces aux niveaux national et régional

L'atelier, présidé par **Mme Achta Saleh DAMANE**, vice-présidente du HCC-Tchad, a porté sur la question du partenariat et de la coopération. Cet atelier a abordé la dimension géographique notamment les possibilités de coopération et d'échanges à différents niveaux national, régional et international ainsi que la diversité des acteurs. Sachant que les partenaires potentiels sont très diversifiés, notamment les partis politiques, la société civile, les universités et bien entendu les régulateurs. Les participants ont identifié, comme l'une des premières pistes de travail à l'échelle nationale, l'utilisation des résultats des travaux des études menées par les régulateurs.



Une large diffusion devant être faite des résultats de ces analyses. Les régulateurs peuvent par ailleurs engager, en parallèle, des actions de sensibilisation auprès des différents acteurs afin de les amener à prendre conscience de leur responsabilité et de la nécessité de prendre part à cette lutte contre les inégalités et la sous-représentation des femmes dans les médias.

- **Actions de coopération au niveau national**

Il est nécessaire de créer une synergie entre le régulateur et les différents acteurs opérant dans le milieu des médias :

- les professionnels des médias ;
- les opérateurs ;
- les maisons de production,
- Le Centre Cinématographique Marocain- CCM ;
- les annonceurs ;
- concernant la société civile, il est intéressant d'impliquer d'avantage les acteurs associatifs (associations de protection des consommateurs, associations féminines, etc...)

Il est également important d'établir des passerelles avec le milieu académique, universitaire, les instituts de formation des journalistes et aux métiers des médias.

Par ailleurs, il est très important que les acteurs politiques, en l'occurrence le Gouvernement, les Partis politiques, le Parlement et les différentes institutions (religieuses, linguistiques...) soient impliqués dans ce projet.

- **Au niveau régional et international**

Il serait intéressant d'impulser une dynamique d'échanges et de partage d'expérience et de bonnes pratiques entre les différents réseaux de régulateurs, notamment le RIRM, le REFRAM et le RIARC.

La thématique est très importante et interpelle tous les régulateurs et les différents réseaux, du fait de la globalisation de la communication. Dans cette perspective, il est nécessaire de créer une plateforme commune entre les régulateurs d'un même réseau. Assurer une veille beaucoup plus efficace, en assurant l'alimentation de banques de données communes sur la problématique avec certains éléments tels que : les résultats d'études, les référentiels et bonnes pratiques, les ressources féminines expertes et autres, et ce pour renforcer les plaidoyers de la société civile.

L'élaboration d'un guide de mécanismes souples et efficaces commun aux régulateurs pourrait être utile, ainsi que prévoir une base plus ou moins partagée de concepts, de définitions et d'outils.

Toujours dans le cadre international et précisément par rapport à « Beijing + 20 », le Réseau des régulateurs pourraient élaborer une Déclaration commune à l'intention des Nations unies.

Par ailleurs, les régulateurs pourraient élargir leur coopération internationale et leur *benchmarking* afin de profiter des modèles à succès de pays hors du pourtour francophone, africain ou méditerranéen, par rapport à cette problématique, notamment le modèle des pays scandinaves, de l'Océanie ou d'Amérique latine.

L'organisation « ONU femme » qui œuvre pour les droits des femmes dans le monde et dans les différents secteurs, et qui a engagé un programme de soutien en faveur de la lutte contre la violence, a pris un engagement ferme et solennel au cours de cet atelier pour accompagner la HACA dans son projet « genre ».

Deuxième journée séance : Mardi 28 Octobre 2014

Objet : séance de clôture

Durée : après midi

La séance a été présidée par **Monsieur Moustapha Ali Alifei**, Président en exercice du REFRAM, et Président du HCC –Tchad. Elle a été marquée par les mots de clôture de **Mme Amina Lemrini Elouahabi**, Présidente de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle, **M. Naji Jamal Eddine**, Directeur Général de la HACA, **Mme Khadija El Gour**, membre du CSCA et modératrice de la première session et des personnes ayant modéré les ateliers de travail. Monsieur Alifei a invité ces derniers à faire une restitution des travaux de la session du Lundi et des ateliers de travail.



Mme Khadija El Gour, membre du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle, a ainsi rappelé le déroulement et l'objet des présentations, débats et interventions ayant jalonné la première journée de travail du séminaire. Elle a ensuite cédé la parole aux modérateurs des ateliers de la journée du mardi qui ont fait lecture des synthèses des débats et recommandations ayant marqué leurs travaux :

- Mme Elisenda MALARET, pour le groupe 1 ;
- M. Bertrand LEVANT a cédé la parole à la rapporteuse du groupe 2, Mme Marie Rose TAMAKLOE, Directrice du Pluralisme, de la Déontologie et de la Publicité au sein du CSC ;
- Mme Achta Saleh DAMANE, pour le groupe 3.

Monsieur Alifei a ensuite donné la parole à M. Naji, pour donner plus de précisions concernant la prise en compte du projet au sein de son institution et les suites qui seront données aux recommandations de ce séminaire.

Le Directeur Général de la HACA a d'abord félicité au nom de la HACA, tous les participants d'avoir mené ces travaux en une journée et demie, de manière à arriver à une liste de recommandations opérationnelles, juridiques et techniques. Il a ensuite assuré l'assistance quant au suivi de ce programme par la HACA, en soulignant comme gages pour cela :

- la motivation, l'engagement et la longue histoire de militantisme de Mme Amina Lemrini, en faveur de cette cause ;
- l'appropriation, démontrée et palpable, de la question du genre au sein de la HACA et par ses équipes, aussi bien de femmes que d'hommes, en mettant en exergue, non sans fierté, le taux de féminisation des ressources humaines de l'institution, soit 48% ;
- les vertus et avantages du travail de groupe et des synergies, démontrées par le travail engagé par la HACA et qui a mis en commun tous les départements et toutes les entités de la HACA dans ses deux composantes, de gestion et décisionnelle ;

- le fait que, sur le plan conceptuel et méthodologique autant que sur le plan des ambitions, par rapport aux problèmes sociétaux, globaux, cette démarche est permise, souhaitée et même commandée et attendue par la Constitution. La loi fondamentale marocaine ayant mis en valeur le principe et la culture de l'égalité, et érigé le référentiel international, dont celui qui intéresse cette approche, comme fondement d'ancrage de la Constitution marocaine ;
- l'évolution future prévisible de cet enchâssement constitutionnel, qui ne pourra aller que dans le sens d'un renforcement de ce principe d'égalité dans les réformes à venir, quelles soient constitutionnelles ou réglementaires, ceci d'autant plus que des avancées auront été réalisées, d'ici-là.

L'ambition, a-t-il conclu, est de voir comment alimenter la motivation et la consolider pour palper des résultats concrets, par l'auto-régulation, par les mécanismes de gouvernance au sein des médias eux-mêmes : chartes déontologiques, lignes directrices, etc... et par la mise en place de l'autorité de la parité. Ceci étant lancé aujourd'hui au Maroc, son travail ne se verrait que renforcé, dans le domaine des médias, incontournable pour amorcer le changement, par les outils qu'une autorité de régulation de l'audiovisuel peut mettre entre ses mains. Troisième point d'ancrage, a-t-il ajouté, pour l'aboutissement de cette ambition, c'est l'ancrage de la question de l'égalité dans le grand large de la diversité, dont elle est un affluent, pour pouvoir y naviguer, jusqu'à atteindre une vitesse de croisière qui nous amènera « à bon port ».

M. Alifei a souligné, pour sa part, que l'idée qui se dégage de ce séminaire est que les régulateurs ont les moyens, humains et techniques, ainsi que les compétences nécessaires, pour aboutir à la mise en œuvre d'un projet afin d'agir pour que cessent les stéréotypes, les discriminations et les inégalités. La HACA l'a démontré, a-t-il précisé, avant de céder la Parole à Mme Lemrini, pour qu'elle puisse donner sa vision des travaux de ce séminaire.

La présidente de la HACA a fait remarquer que beaucoup de choses ont été dites et qu'il faut aujourd'hui s'atteler à l'après séminaire. A cet effet, elle a souligné trois points :



- d'abord, concernant le travail que la HACA a eu le plaisir de présenter et de partager avec l'honorable assistance, elle a précisé que, selon elle qui a suivi de près le travail de 15 mois qu'il a nécessité, l'objectif a été atteint. Non pas par des réponses mais essentiellement par toutes les problématiques et tous les questionnements soulevés. Ceux-ci ont déjà donné lieu à des recommandations, qui sont en soit des réponses ou des pistes de réflexion pour aboutir à des réponses.
- La suite qui sera donnée à ce travail s'inscrira dans la durée, eu égard à la complexité de cette problématique et aux spécificités y afférentes dans chaque pays et chaque ensemble régional (nord/sud). La présidente a ainsi assuré qu'au niveau national une suite sera donnée, puisqu'en tant qu'hôte, la HACA a eu le plaisir de dialoguer avec différents acteurs de la scène nationale et qu'un dialogue est déjà amorcé, de ce fait, avec les acteurs du secteur et de la scène publique et surtout avec la société civile dont elle a salué le long et patient engagement. Il y aura aussi une suite au sein du REFRAM, a-t-elle précisé, en saluant l'engagement personnel et professionnel de M. Alifei ainsi que celui des autres présidents et membres du Réseau, pour mener « à bon port »

cette aventure, jusqu'à la prochaine réunion des présidents qui se tiendra en 2015 en Côte d'Ivoire, en gageant que cette question sera au cœur du bilan du Réseau pour l'exercice en cours et ne manquera pas d'impacter son plan d'action à venir.

- Elle a, par ailleurs, assuré qu'il y aura une suite dans les autres réseaux : méditerranéen, africain, et même au sein d'un réseau où la HACA est observateur, (le réseau ibéro-américain (PRAI), ainsi qu'au sein du réseau des régulateurs des pays membres de l'OCI-IBRAF), dont la HACA assure la présidence, et aura à rendre compte de son mandat et aura ainsi l'occasion d'entamer une réflexion dans ce sens en faveur de cette question primordiale pour le monde musulman.

Insistant sur l'engagement continu de la HACA en faveur de l'égalité, dans le respect et le périmètre de ses prérogatives, en tant que régulateur et acteur institutionnel, Mme la Présidente a conduit en saluant les différents intervenants au séminaire, et les différents partenaires nationaux et internationaux et en saluant de manière nominative les équipes, qui au sein de la HACA, ont travaillé sur ce projet, qu'elles aient été mobilisées de manière ponctuelle ou continue :

- Le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle pour avoir inscrit un axe structurant et transversal en faveur de l'égalité dans la stratégie de l'institution et avoir inscrit la question dans le plan d'action de la HACA, mais également pour s'y être impliqué, et en particulier les deux membres femmes du CSCA Mmes Khadija El Gour, et Rabha Zeidguy, convalescente au moment des travaux du séminaire ;

Le Directeur Général de la Communication Audiovisuelle pour son implication personnelle et la mobilisation des départements et des cadres qui sont intervenus, à un moment ou à un autre du processus. Mme la Présidente a par ailleurs salué, un à un, toute l'équipe chargée de l'organisation du séminaire.

Dans le mot de la fin M. Alifei a félicité, la Présidente de la HACA, pour la tenue du séminaire et la réussite de ses travaux et pour la conviction qu'elle a su insuffler au réseau en matière de droits de l'homme, en général et des femmes en particulier. Le Président du Réseau également présenté au nom des participants, une motion de remerciement, à l'État marocain et plus particulièrement, à la HACA pour la qualité de l'accueil, du travail et de l'organisation. Il s'est engagé à prendre compte des idées fortes du séminaire en vue de les indiquer aux éléments qui seront présentés à la prochaine réunion des présidents du REFRAM. M. Alifei a conclu sur des remerciements à toutes les équipes et aux participants avant de clôturer les travaux du séminaire.



Annexes

Annexe 1

Le Programme

Lundi, 27 octobre 2014

09h00 : Enregistrements

09h30 : Mots d'ouverture

- Madame la Présidente de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle
- Monsieur le Président en exercice du Réseau Francophone des Régulateurs des Médias -REFRAM
- Madame la Représentante de l'Organisation Internationale de la Francophonie

09h45-10h30 : Présentation du Projet et des résultats

11h00-12h30 : Débat général

14h00-15h30 : Présentation des expériences des régulateurs

16h00-17h30 : Débat général

17h30-18h00 : Mise en place des Groupes de travail

Mardi, 28 octobre 2014

09h30 : Travaux des Groupes de travail

Combattre les stéréotypes fondés sur le genre et promotion de la culture de l'égalité dans et à travers les médias AV dans le contexte des mutations sociales et technologiques	G.1	Éléments - clés pour la refonte/ adaptation des cadres juridiques relatifs aux médias audiovisuels.
	G.2	Problématiques relatives au monitoring des programmes sur la base des expériences nationales et internationales, et pistes de développement d'outils sur les plans quantitatifs et qualitatifs.
	G.3	Pour des partenariats intelligents et efficaces aux niveaux national et régional.

11h30-12h30 : Travaux des Groupes de travail - Suite

Formulation des recommandations

13h00-14h00 : Présentation des recommandations des Groupes de travail

Conclusions générales

Clôture

Annexe 2

Participants REFRAM

Belgique - CSA

M. Bertrand LEVANT, Chargé de recherches au Département Études et Recherches au CSA de la Fédération Wallonie-Bruxelles

Burkina Faso - CSC

Mme Fatoumata OUEDRAOGO GARANE, Chargée de mission auprès de la Présidente du CSC

Burundi - CNC

M. Rénovat TABU Vice- Président du CNC

France- CSA

Mme Géraldine VAN HILLE, Chargée de mission à la Direction des Programmes au sein du CSA

Moldavie - CCA

M. Marian POCAZNOI, Président

Mme Mariana ONCEANU-HADIRCA, Membre du CCA

Niger - CSC

Mme Marie Rose TAMAKLOE, Directrice du Pluralisme, de la Déontologie et de la Publicité au sein du CSC

Sénégal - CNRA

Mme Caroline Agathe THIAM, Membre du CNRA

Tchad - HCC

M. Moustapha Ali ALIFEI, Président du HCC, et Président en exercice du REFRAM

Mme Achta Saleh DAMANE, Vice- Présidente du HCC

Togo - HAAC

Mme Awussaba Adjowa MAGBEDE, Rapporteur

OIF

Mme Julie GODIGNON, Attachée de programme « Liberté d'expression et régulation des médias » - Direction de la paix, de la démocratie et des Droits de l'Homme.

Participants RIRM

Catalogne (Espagne)

Mme Elisenda MALARET, Universitaire, ancienne députée du parlement catalan et ancienne conseillère au CAC, instance de régulation de Catalogne

Portugal - ERC

Mme Carla MARTINS, du Département d'Analyse des Médias au sein de l'ERC

Turquie -RTUK

Mme Tanseli GÜRÜN, Experte pour le compte du RTUK de Turquie

Annexe 3 Participants nationaux

Les Institutionnels

M. Mostapha EL KHALFI, Ministre de la Communication et porte-parole du Gouvernement

Mme Bassima HAKKAOUI, Ministre de la Solidarité, de la Femme, de la Famille et du Développement Social

Mme Charafate AFILAL, Ministre déléguée chargée de l'Eau

M. Ahmed ABBADI, secrétaire général de la Ligue des Oulémas

M. Abdeslam ABOUDRAR, Président de l'Instance centrale de prévention de la corruption ICPC

Mme Rabia NACIRI, membre du Conseil National des Droits de l'Homme

M. Ahmed KHAMLICHI, Directeur de Dar Al Hadith Hassania

Mme Nouzha SKALLI, ex ministre du Développement social, de la Famille et de la Solidarité

M. Ahmed AKHCHICHINE, ancien Ministre de l'éducation et ancien Directeur Général de la HACA

Mme Leila RHIWI, Représentante Résident de l'ONU Femmes – Maroc

Mme Fatima KESRI, Ministère de la Justice

M. Dakka BADEREDDINE, Le Médiateur

Mme Naima BENOUKRIM, CNDH

M. Mohammed MOUKHLIS, Institut Royal de la culture amazighe

M. Mohammed MAATAOUI BELABBASS, Ministère de l'Education Nationale et de la Formation Professionnel

M. Zineb BOUDA, Ministère des Finances

Mme Imane EL HOUM, Ministère des Finances

M. Mohamed CHAFIQUI, Ministère des Finances

Mme Amal ALAMI, Ministère de la Fonction publique

Partis politiques et parlementaires

Mme Fouzia El Biyad, Parlementaire

Mme Rachida Rhamdi, Parlementaire

Mme Rachida Benmasouad, Parlementaire

Mme fatima Kaima Mazi, Parlementaire

Mme Touria Cherki, Ex parlementaire

Mme Naima Benyahya, Parti de l'Istiqlal
Mme Ouafaa Hajji, Union socialiste des forces populaires
Mme Nadia Nahli, Parti de la renaissance et de la vertu
Mme Khadija Sadek, Parti Al Ahd
M. Mountassir Ziane, Parti Marocain Libéral
M. Mohammed Bani, Parti Al Amal
M. Moustapha Adlani, Parti de l'unité démocratique
M. Hassan Jida, Parti de la Réforme et du Développement

Monde Académique et Associatif

Mme Rahma BOURQUIA, sociologue et professeur à l'Université Mohammed V à Rabat
Mme Malika BENRADI, enseignante chercheuse marocaine
Mme Fouzia GHISSASSI, enseignante chercheuse et co-titulaire d'une chaire UNESCO sur la Femme et ses droits domiciliée
Mme Rajae NADIFI, Coordinatrice de la Filière « Genre, Société et Culture » Faculté Hassan II de Casablanca
M. Fouad SOUIBA, professeur à l'ISTAC, Institut de formation aux métiers de l'audiovisuel.
Mme Hayat ZIRARI, Universitaire
Mme Badia KHALOUI, Master en management et logistique
Mme Imane EL HOUM, chargée d'études MEF
Mme Khadija MOUSLIH, ENA
Mme Farida BENNANI, Universitaire
Mme Khadija Mekouar, Forum national pour la *famille* et le développement social
Mme Nabia HADDOUCH, ADFM
Mme Ouafae ALAOUI, AFEM
Mme Khadija SADEK, Association Al Ahd Al Jadid
Mme Khaoula Lekridid, Association KAFAAT
Mme Fatima LEMRINI, AMDM
Mme Aicha El Msoudi, Fondation Africaine
Mme Kabira ALAOUI ISMAILI
Mme Nezha ALAOUI
Mme Fatima BEKKALI
Mme Houria ALAMI MACHICHI

Mme Samira BIKARDEN

Mme Cheifa ALAOUI

Mme Selma ABAOUS

Mme Hadda KECHOUN, ancienne responsable du CDR à la HACA

Professionnels du secteur de l'audiovisuel

M. Younes ALAMI, Directeur exécutif de Marocmétric

M. Mounir JAZOULI, Président GAM

Mme Keltoum EL TOURROUG, CIAUMED

Mme Fatima MOUMEN, Directrice des Relations Internationales, SNRT

Mme Amina GHARIB, SNRT

M. Mohammed SAMIT, Radio Mars

M. Miloud LAKHDAR, DG Medina FM

M. Hicham FILALI, Luxe Radio

Annexe 4

DÉCLARATION DU REFRAM SUR L'ÉGALITÉ ENTRE HOMMES ET FEMMES DANS LES MÉDIAS AUDIOVISUELS

Préambule

Les institutions membres du Réseau Francophone des Régulateurs des Médias, ci-après désignées par «les régulateurs du REFRAM»;

Considérant les objectifs du REFRAM tels qu'adoptés dans ses statuts, notamment d'encourager la connaissance mutuelle de ses membres par l'échange de meilleures pratiques;

Souhaitant promouvoir les valeurs de la Francophonie, notamment celles figurant dans la Charte de la Francophonie et dans la déclaration de Bamako;

S'inscrivant dans la continuité des acquis successifs relatifs à l'égalité hommes-femmes pris dans le cadre de la concertation francophone, notamment de la Déclaration de Luxembourg;

Rappelant particulièrement la volonté de lutter contre toutes formes de discrimination et notamment celles envers les femmes, ainsi que l'impératif de respect de la dignité humaine et des droits de l'Homme, de renforcement de l'État de droit et de développement de la démocratie;

Souhaitant corriger les déséquilibres quant à la représentation des hommes et des femmes dans les médias;

Soucieuses d'ancrer, dans le respect de leur indépendance, les autorités de régulation au sein des systèmes institutionnels de leurs pays respectifs ;

Décident par l'acte d'engagement présent, dans le respect des règles nationales et internationales, et selon les attributions dévolues à chacune d'elles, de convenir d'engagements communs par lesquels les régulateurs du REFRAM expriment leur volonté de veiller à assurer une égalité entre les hommes et les femmes dans les médias.

Dans cette optique, les régulateurs du REFRAM veillent à garantir l'image de la femme dans l'accomplissement de leur mission de protection de la dignité humaine, de respect du pluralisme et de promotion de la diversité.

À cet égard:

1. Les régulateurs du REFRAM veillent à encourager la coordination et la coopération des acteurs professionnels des médias en faveur de l'égalité hommes-femmes dans les médias, en encourageant l'adoption et la consolidation de formes d'autorégulation ou de co-régulation relatives à l'égalité des sexes dans les médias ;
2. Les régulateurs du REFRAM veillent à assurer entre eux l'échange d'informations et d'expériences sur cette thématique, afin que le partage de bonnes pratiques, dans la tradition du réseau, contribue à la réalisation effective des ambitions de chacun en la matière ;
3. Les régulateurs du REFRAM veillent, tout particulièrement pour les radiodiffuseurs publics, à considérer l'égalité hommes-femmes dans l'adoption, et, le cas échéant, dans l'appréciation et l'application des réglementations notamment relatives aux contenus des programmes et des émissions. Lorsqu'ils en ont l'attribution, les régulateurs du

REFRAM veillent également à tenir compte de l'égalité hommes-femmes dans l'octroi des aides publiques qu'ils accordent ;

4. Vu le rôle prépondérant qu'ils accomplissent au quotidien pour la reconnaissance et l'émancipation des femmes dans la société, les régulateurs du REFRAM encouragent, soutiennent et collaborent avec les associations de la société civile sensibles aux questions de l'égalité hommes-femmes.
5. Les régulateurs du REFRAM s'attachent à contribuer, dans la mesure de leurs compétences et moyens, à toute réflexion ou débat publics sur la question de l'égalité hommes-femmes dans les médias audiovisuels.
6. Compte tenu des pouvoirs consultatifs et/ou réglementaires qui leur sont reconnus par leurs législations respectives, les régulateurs du REFRAM instaurent et poursuivent régulièrement l'évaluation des pratiques en matière d'égalité hommes-femmes. À cet égard, les régulateurs du REFRAM veillent à assurer, une évaluation régulière et quantitative des politiques en matière d'égalité hommes-femmes, en récoltant et en facilitant l'accès à des données permettant d'établir un état des lieux objectif de la situation de l'égalité hommes-femmes dans les médias

Les régulateurs du REFRAM encouragent l'ensemble des acteurs concernés par les médias, professionnels et non-professionnels, à accorder à l'égalité hommes-femmes dans les médias une place significative et à adopter des mesures en vue de réaliser cet objectif. Dans cette optique, les régulateurs du REFRAM veillent particulièrement :

1. À sensibiliser l'ensemble des acteurs institutionnels et professionnels aux enjeux de l'égalité hommes femmes dans les médias ;
2. A favoriser l'accès égalitaire des femmes aux médias audiovisuels qu'ils régulent et à garantir particulièrement leur accès aux fonctions dirigeantes ;
3. À encourager la formation des professionnels et des non-professionnels sur la question de l'égalité hommes-femmes, notamment en soutenant la formation des femmes à l'ensemble des métiers de médias ;
4. À encourager les instances compétentes en matière de nomination des membres des organes de régulation à assurer une représentation équilibrée des hommes et des femmes.

Bruxelles, le 19 septembre 2011

Annexe 5

Couverture médiatique réservée au séminaire régional organisé par la HACA

Médias audiovisuels et Presse écrite

Les Médias audiovisuels :

Les services audiovisuels nationaux ont réservé une couverture au Séminaire régional organisé par la HACA sous le Haut patronage de Sa Majesté le Roi.

Ainsi, un total de neuf médias audiovisuels ont assuré la couverture dudit événement dont 4 services télévisuels (Al Oula TV, 2M, Médi 1 TV, Tamazight, Al Maghribiya) et 5 services radiophoniques (La Radio Nationale, Rabat Chaîne Inter, Radio plus, Radio Atlantic, Med Radio) notamment au niveau des journaux d'information diffusés par ces services.

La durée totale dédiée à la couverture de l'évènement au niveau des journaux d'information s'est élevé à 00:24:44 minutes.

Deux services radiophoniques, dont la Radio Nationale (Service relevant du pôle public) et Med radio (Opérateur radiophonique privé) ont dédié une édition spéciale dédiée à la thématique.

En ce qui concerne l'angle d'attaque, l'ensemble des opérateurs ont mis l'accent sur l'approche développée par la HACA de monitoring *genderisé*. Par ailleurs, Radio Atlantic est la seule qui s'est attelé à la présentation des principaux résultats de l'étude menée par la HACA.

La Presse écrite :

La presse écrite nationale francophone et arabophone a réservé une couverture au séminaire régional organisé par la HACA le 27 et 28 octobre dernier qui s'est étendue entre le 28 octobre et le 3 novembre avec une plus forte concentration les 28 et 29 octobre 2014.

Ainsi, le nombre de supports de presse écrite ayant couvert l'événement s'élève à 16 : 8 quotidiens, 5 hebdomadaires et 3 journaux électroniques entre ceux édités en langue française et ceux en langue arabe.

Le nombre global d'articles publiés s'élève à 18 articles, dont 11 en langue française et 07 en langue arabe. Certains journaux ont consacré un dossier spécial événement.

Au niveau de presse francophone aussi bien quotidienne qu'hebdomadaire, l'accent a été mis sur le résultat global de l'étude notamment sur la sous-représentation des femmes dans les médias et la prédominance masculine.

Dans la presse arabophone, l'accent a été mis sur le résultat dit choquant de l'étude relatif à la sous-représentation des femmes dans les médias, la presse arabophone. Elle a rapporté les résultats du rapport d'une manière assez équilibrée, couvrant dans la plupart des articles les deux volets essentiels de l'étude.

HACA 2015

