

Strasbourg, 12 novembre 2019

GEC(2019)10

**Projet de rapport analytique sur le suivi de la mise en œuvre de la
Recommandation CM/Rec(2013)1 du Comité des Ministres du Conseil de l'Europe
sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias**

Document a l'attention de la

Commission pour l'égalité de genre (GEC)
et le

Comité directeur sur les médias et la société de l'information (CDMSI)

Table des matières

Introduction	3
Méthodologie	5
Résumé	6
PARTIE I – Les États membres	9
Partie II – Organisations de médias	45
Partie III – Organes d'autorégulation	48
Partie IV – Régulateurs des médias	52
Conclusion	66
Lectures conseillées	67
Annexe	68

Introduction

Sept ans se sont écoulés depuis que le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe a adopté la [Recommandation CM/Rec\(2013\) 1](#) demandant aux États membres de soutenir les efforts déployés par les médias pour promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes.

Rappelant la place prépondérante de l'égalité entre les femmes et les hommes pour garantir «*la pleine jouissance des droits humains*» et la gouvernance démocratique, les seize mesures énoncées dans la recommandation s'intéressaient à six domaines:

- Lois et politiques en matière d'égalité entre les femmes et les hommes;
- Adoption et application d'indicateurs nationaux;
- Fourniture d'informations et promotion des bonnes pratiques;
- Mécanismes de responsabilité;
- Recherche et publication;
- Éducation aux médias et citoyenneté active.

Au-delà des États membres, certaines de ces mesures s'adressaient également aux organismes de médias et à leurs instances d'autorégulation.

Un manuel¹ a été publié en 2015 pour aider les États membres à accomplir leur mission en leur présentant un ensemble d'outils et de bonnes pratiques existantes qui favorisaient déjà le changement dans différents pays en Europe et au-delà.

En 2017, le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe a adopté un autre ensemble de recommandations relatives à l'égalité des genres dans le secteur de l'audiovisuel².

Le présent rapport s'appuie sur les réponses données à un questionnaire adressé aux États membres du Conseil de l'Europe, aux organismes de médias, aux régulateurs des médias et à leurs organes d'autorégulation en 2019, pour évaluer les progrès réalisés depuis l'adoption de la Recommandation CM/Rec(2013) sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias.

L'Étude mondiale sur l'image des femmes dans les médias³ effectuée en 2015 n'a fait apparaître aucune amélioration en cinq ans quant à la représentation des femmes dans l'actualité. Selon ses conclusions, les femmes ne représentaient globalement que 24 % des personnes pouvant être vues, lues ou entendues dans les médias d'information traditionnels, comme le montrait en 2010 l'étude mondiale précédente. L'action des médias en ligne est légèrement plus satisfaisante que celle des médias traditionnels, mais les données recueillies montrent qu'un travail considérable reste à faire pour transformer réellement la représentation des femmes dans les médias.

¹ «Toolkit» sur la mise en application de la Recommandation du Comité des Ministres du Conseil de l'Europe CM/Rec(2013) 1 sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias <https://rm.coe.int/1680590558>

² Recommandation CM/Rec (2017) 9 du Comité des Ministres aux États membres sur l'égalité entre les femmes et les hommes dans le secteur audiovisuel

³ Étude mondiale sur l'image des femmes dans les médias, 2015 <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2015-reports>

La représentation des deux sexes par les médias influe considérablement sur la perception publique du rôle de la femme et de l'homme. Fait intéressant, un rapport de l'Eurobaromètre publié en 2017⁴ montre que plus de la moitié des personnes interrogées (54 %) pensent que l'image de la femme dans les médias et la publicité pose problème dans leur pays. Plus de neuf personnes sur dix (91 %) ont déclaré que la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes était indispensable pour garantir une société juste et démocratique.

Sur le plan médiatique, l'absence de reconnaissance de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les structures et dans les politiques favorise une culture des inégalités de traitement et de chances, et contribue à maintenir le statu quo en matière d'égalité de genre et de changement de mentalité. Il s'agit probablement du domaine dans lequel notre analyse relève le moins de progrès.

Le présent rapport indique que des progrès ont été réalisés sur le plan national et dans la régulation des médias pour traiter et améliorer l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias. Un ensemble d'initiatives concrètes ont été lancées pour mettre fin à ce statu quo et sensibiliser les responsables des médias, les journalistes et les annonceurs.

Le rapport souligne aussi que plusieurs pays demeurent prudents par crainte de bafouer la liberté de la presse malgré leur large soutien en faveur de l'égalité de genre.

Le faible taux de réponses des organes de régulation des médias confirme que la question de l'égalité de genre ne figure pas au rang de leurs priorités. Le manuel de 2015 du Conseil de l'Europe sur la mise en application des recommandations⁵ mentionnait déjà que le nombre de plaintes portées devant ces organes pour violation de l'égalité entre les femmes et les hommes était très faible. En 2019, il n'y avait toujours pas de jurisprudence dans les organes européens d'autorégulation. Les citoyens et la société civile ont un rôle à jouer dans l'utilisation des mécanismes de plainte pour permettre aux organes d'autorégulation d'établir des précédents.

Compte tenu du faible retour d'information reçu des organismes de médias, il est difficile de tirer des conclusions quant aux progrès accomplis.

Enfin, les États membres et les médias ont pris très peu d'initiatives pour lutter contre les inégalités de genre dans les rédactions et hors ligne. Ce problème doit être traité sérieusement pour que les médias soient les précurseurs de ce changement de mentalité et que les futures générations de journalistes travaillent dans un environnement propice à l'égalité entre les femmes et les hommes, et intègrent la perspective du genre dans leurs reportages.

⁴ Eurobaromètre 465, L'égalité entre les femmes et les hommes 2017, L'égalité entre les femmes et les hommes, les stéréotypes et les femmes en politique

⁵ Ibid.

Méthodologie

Un questionnaire divisé en quatre parties (États membres, régulateurs des médias, organisations de médias et organismes d'autorégulation) a été transmis à la Commission pour l'égalité de genre du Conseil de l'Europe et au Comité directeur sur les médias et la société de l'information en vue de leurs commentaires et de leur approbation, ainsi qu'aux acteurs concernés au sein du Conseil de l'Europe.

Une fois modifié et approuvé, le questionnaire a été distribué aux États membres, aux organisations de médias et aux organes de régulation en 2019.

Des réponses ont été reçues de:

- 34 États membres;
- 17 régulateurs des médias;
- 3 organisations des médias;
- 4 organismes d'autorégulation.

L'une des principales difficultés a consisté à évaluer et à comparer les observations issues de l'autoévaluation des organismes interrogés, au risque d'entraîner une forme de partialité faute d'éléments de preuve suffisants.

En outre, certains organismes ayant décidé de ne pas répondre à toutes les questions, les analyses de certaines questions sont moins documentées.

Un autre problème qui apparaît dans ce rapport est l'absence de réponses issues de structures décentralisées, car certaines régions autonomes accordent un pouvoir considérable aux entités régionales en termes de médias, dont il ne sera pas rendu compte ici dans le détail.

Le questionnaire ne fait pas spécifiquement mention de la question de la publicité, mais de nombreux États membres y font clairement référence et l'ensemble du rapport présente plusieurs exemples en la matière.

Enfin, compte tenu de l'absence de réponse d'organismes d'autorégulation et d'organisations de médias, il a été difficile d'établir des tendances nettes les concernant.

Résumé

1. États membres

Parmi les 34 États membres qui ont répondu au questionnaire, certains ont inclus des dispositions spécifiques sur les médias dans leurs lois relatives à l'égalité entre les femmes et les hommes (17), et d'autres (10) ont inséré des exigences afférentes à la lutte contre la discrimination, le respect de la dignité humaine, l'égalité de genre dans leur **législation** sur les médias et/ou la radiodiffusion.

Sept personnes interrogées ont indiqué que la législation ou les initiatives spécifiques avaient été adoptées à la suite de la recommandation.

Sur les 13 États membres qui ont répondu aux questions sur les **régulateurs des médias**, la majorité d'entre eux accordent aux régulateurs des capacités de surveillance qui peuvent être appliquées par l'octroi de licences et/ou l'adoption de sanctions (administratives ou financières) pour non-respect des dispositions contre la haine et la discrimination. Certaines lois (4) traitent également de l'égalité de genre dans les structures des régulateurs eux-mêmes. Seuls quatre régulateurs des médias sont tenus de procéder à une surveillance annuelle intégrant la problématique entre les femmes et les hommes.

La plupart des États membres affirment que leur **législation sur les médias de service public** comprend des dispositions qui s'appliquent à l'égalité entre les femmes et les hommes.

Certains pays, comme le Royaume-Uni, rappellent principalement le principe de la diversité dans leur législation relative aux médias, tandis que 21 personnes interrogées ont inclus des dispositions dans leur **loi sur la radiodiffusion** qui demandent aux médias de service public de respecter la dignité humaine (2), les droits humains (1), l'égalité de genre (12), l'égalité électorale (2) ou bien interdisent les violences sexistes/à l'égard des femmes (4), la violence fondée sur le genre/sexe (1), mettent en garde contre les stéréotypes sexistes (3), interdisent la haine fondée sur le genre/sexe (6) ou mettent en garde contre l'emploi d'un langage sexiste (1).

Vingt-cinq États membres ont adopté une **législation non contraignante**, comme des plans pour l'égalité entre les femmes et les hommes ou des stratégies spécifiques comprenant une section entière sur les médias et considèrent que le rôle des médias est essentiel pour rompre les stéréotypes et sensibiliser les citoyens.

2. Organisations des médias

Seules trois organisations de médias ont répondu au questionnaire, à savoir le Community Media Forum Europe (CMFE), l'organisation irlandaise Near Media Co-op et l'Association moldave de la presse indépendante.

Les personnes interrogées ont fait état des faibles progrès accomplis en matière d'égalité de genre, reconnaissant qu'aucune politique d'égalité entre les femmes et les hommes n'avait été

adoptée en interne, ni aucune charte ou aucun code comprenant des dispositions sur l'égalité de genre.

Toutefois, l'organisation irlandaise Near Media Co-op a adopté une politique de lutte contre le harcèlement, conformément à la loi et indiqué, comme l'Association moldave de la presse indépendante, qu'elle organisait des formations, des campagnes de sensibilisation et des débats rédactionnels sur la représentation équitable des femmes et des hommes.

Les employés de Near Media Co-op ont été formés sur l'égalité entre les femmes et les hommes, et les personnes interrogées ont constaté que le mouvement #Metoo n'avait eu aucun impact sur la production d'informations et sur la gestion des ressources humaines, à l'exception du CMFE qui a mentionné un impact limité.

3. Organismes d'autorégulation

Seuls quatre organismes d'autorégulation ont répondu au questionnaire (Belgique, Irlande, Espagne-Catalogne et Suisse), mais cette section renvoie également à des compléments d'information partagés dans les réponses des États membres qui ont fourni des précisions sur les conseils de presse, y compris le Conseil de la presse d'Azerbaïdjan, la Bosnie-Herzégovine, le Conseil finlandais des médias, la Charte géorgienne d'éthique journalistique, la Commission lituanienne d'éthique et le Conseil de la presse suédois.

Tous ces organismes ont insisté sur la nécessité d'assurer la parité au sein de leur conseil d'administration, mais aucune obligation n'a été instaurée, excepté en Suède et en Suisse.

Quelques organismes ont indiqué qu'ils avaient inclus le principe d'égalité de genre dans leur code, mais cinq d'entre eux font référence au principe de non-discrimination fondée sur le sexe ou le genre.

Ces cinq dernières années, ces organismes ont enregistré peu de plaintes relatives à l'égalité de genre malgré la publicité faite sur des sites web, des publications et à la suite de requêtes.

4. Régulateurs des médias

La majorité des 17 personnes interrogées ont admis un niveau de développement limité en termes d'égalité de genre, mais quatre participants ont souligné, preuves à l'appui, qu'ils avaient atteint un niveau avancé, à savoir la Belgique, la France, la Macédoine et la Suède.

La plupart des représentants des organismes concernés (11) ont expliqué qu'ils assuraient la supervision ou l'application de la réglementation sur l'égalité de genre, y compris la lutte contre les stéréotypes de genre.

En interne, peu d'efforts sont déployés pour évaluer la parité femmes/hommes, à l'exception du régulateur suédois qui publie une analyse annuelle sur le sujet. Quasiment aucun organisme de régulation n'organise de formation pour ses employés sur l'égalité de genre, excepté celui de la Macédoine du Nord.

Seuls quatre régulateurs des médias ont indiqué qu'ils élaboraient un rapport annuel sur l'égalité entre les femmes et les hommes conformément à la législation.

La moitié des régulateurs (9) ont fait savoir qu'ils avaient reçu des plaintes du public portant sur l'égalité de genre au cours des cinq dernières années.

Une grande majorité des organismes interrogés ont déclaré qu'ils mettaient leurs procédures et leurs décisions à disposition du public.

PARTIE I – Les États membres

La Recommandation CM/Rec(2013) encourage les États membres à «*adopter un cadre juridique approprié visant à faire respecter le principe de la dignité humaine ainsi que l'interdiction dans les médias de toute discrimination fondée sur le sexe et de toute incitation à la haine ou à toute forme de violence fondée sur le genre*».

Un total de 34 États membres ont répondu au questionnaire, à savoir l'Andorre, l'Arménie, l'Autriche, l'Azerbaïdjan, la Bosnie-Herzégovine, la Bulgarie, le Danemark, la France, la Finlande, la Géorgie, l'Allemagne, la Grèce, la Hongrie, l'Islande, l'Irlande, la Lettonie, la Lituanie, le Luxembourg, Malte, la République de Moldova, le Monténégro, la Pologne, la Norvège, la Roumanie, la Serbie, la Slovaquie, la Slovénie, l'Espagne, la Suède, la Suisse, la Turquie, l'Ukraine et le Royaume-Uni.

Les États membres ont fourni des réponses très détaillées au questionnaire illustrant ainsi une grande part de l'arsenal législatif relatif à l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias.

La plupart des dispositions sur l'égalité de genre sont réservées aux organismes de radiodiffusion et figurent plutôt dans la loi générale sur l'égalité de genre que dans une loi spécifique sur les médias.

Un grand nombre d'États membres interrogés ont élaboré des politiques et lancé des initiatives spécifiques pour soutenir des actions de sensibilisation et développer dans les médias une mentalité favorable à l'égalité entre les femmes et les hommes.

Législation

Législation pour la promotion de l'égalité de genre dans les médias

La législation des médias traitant de l'égalité de genre est limitée et la législation relative à l'égalité de genre traitant des médias est de portée très générale.

L'égalité entre les femmes et les hommes intervient à deux niveaux: l'égalité au sein des entreprises médiatiques (égalité de chances et de traitement, égalité d'accès aux postes de décision) et l'égalité de représentation dans le contenu médiatique⁶.

Seuls quelques États membres ont adopté une législation spécifique sur l'égalité de genre et les médias. Le représentant suédois avance l'une des explications: «*Toute initiative prise par le Gouvernement ou d'autres organismes pour lancer un débat médiatique sur la question de savoir si la façon dont un groupe est décrit peut être interprétée comme une atteinte à la liberté des médias*».

⁶ Conseil de l'Europe, «Toolkit» sur la mise en application de la Recommandation CM/Rec(2013)1 (p. 11)

Certains pays ont également reconnu qu'ils n'avaient pas de législation spécifique en matière d'égalité de genre et de médias, en l'occurrence l'Arménie, la Finlande, la Géorgie, la Norvège, la Slovénie, la Suède et la Turquie.

Plusieurs États membres mentionnent les dispositions générales comprises dans leur cadre juridique national et leur Constitution nationale pour garantir le respect de la dignité humaine (Hongrie) ainsi que l'interdiction de toute discrimination fondée sur le sexe (Bosnie-Herzégovine⁷ et Suède⁸).

Un certain nombre de pays ont indiqué que leur législation relative aux médias fait spécifiquement référence à l'égalité de genre. L'Islande⁹ appelle les prestataires de services médiatiques à prendre des mesures pour lutter contre les stéréotypes de genre, et au Luxembourg¹⁰ et en Serbie¹¹, les lois sur les médias interdisent la discrimination fondée sur le sexe. Au Monténégro, la législation sur les médias électroniques interdit la discrimination fondée sur le sexe, le genre ou l'orientation sexuelle¹².

De leur côté, certains pays, tels que l'Autriche¹³, la Bulgarie¹⁴, la Grèce¹⁵, l'Islande¹⁶, la République de Moldova¹⁷, la Slovaquie¹⁸, l'Espagne¹⁹ et la Suisse²⁰ ont indiqué que leur législation sur la radiodiffusion renvoyait spécifiquement à l'égalité entre les femmes et les hommes. Le traité de radiodiffusion allemand mentionne le respect de dispositions constitutionnelles²¹ concernant l'égalité de genre.

Tendance générale: l'inclusion de la problématique femmes-hommes dans les lois sur l'égalité de genre

L'analyse des réponses fournies montre que les lois relatives à l'égalité entre les femmes et les hommes comportent des éléments spécifiques relatifs aux médias.

La législation de la Bosnie-Herzégovine sur l'égalité de genre²² rappelle que tout le monde a accès aux médias sans distinction de genre et interdit toute dégradation de l'image publique d'une personne en raison de son genre. Au Monténégro, la loi sur l'égalité entre les femmes et les hommes appelle spécifiquement les médias à «orienter leurs programmes» vers la

⁷ Lois n° 59/09 et 66/16 sur l'interdiction de la discrimination

⁸ Loi sur la discrimination, 2009

⁹ Loi sur les médias 38/2011

¹⁰ Loi sur les médias électroniques du 27 juillet 1991

¹¹ Loi sur l'information publique et les médias, 2014

¹² Loi sur les médias électroniques, 2011

¹³ Loi fédérale sur les services de médias audiovisuels

¹⁴ Loi bulgare sur la radio et la télévision, article 8

¹⁵ Décret présidentiel 109/2010

¹⁶ Loi sur les services de radiodiffusion nationaux n° 23/2013

¹⁷ Code relatif aux services de médias audiovisuels, 8 novembre 2018

¹⁸ Loi 308/2000

¹⁹ Loi 7/2010 du 31 mars

²⁰ La loi fédérale sur la radio et la télévision fait référence aux «droits constitutionnels fondamentaux, qui englobent l'égalité entre les femmes et les hommes»

²¹ Traité inter-Länder sur la réglementation de la radiodiffusion et des «télémedias»

²² Loi n° 32/10 sur l'égalité entre les femmes et les hommes

promotion de l'égalité entre les deux sexes. En République de Moldova, la loi sur l'égalité entre les femmes et les hommes²³ comprend une disposition spécifique sur l'égalité des chances dans les médias, qui encourage les émissions «favorisant les changements dans les modes de comportement socioculturels». La loi française adoptée en 2014²⁴ sur l'égalité entre les femmes et les hommes fait spécifiquement mention des médias audiovisuels et confère à l'organisme de régulation des médias (Conseil supérieur de l'audiovisuel, CSA) le droit d'intervenir dans ce domaine. La loi ukrainienne sur l'égalité des droits et des chances entre les femmes et les hommes encourage spécifiquement les médias à adopter un code de déontologie pour prévenir les violences sexistes²⁵. En Azerbaïdjan, la loi de 2006 sur l'égalité de genre « *vise à éliminer toutes les formes de discrimination fondée sur le genre et à assurer l'égalité de genre dans sur le plan politique, économique, social et culturel*»²⁶.

D'autres pays comme l'Espagne²⁷ intègrent directement des «*mesures contre les violences de genre*» dans une loi spécifique destinée à lutter contre les médias qui diffusent des annonces publicitaires représentant la femme d'une manière dégradante.

Un certain nombre de dispositions s'attaquent aux publicités sexistes.

Plusieurs pays, comme l'Autriche²⁸, la Bosnie-Herzégovine, la Bulgarie, le Danemark, la Finlande, la Grèce²⁹, l'Islande³⁰, la Lituanie³¹, le Luxembourg, la Roumanie³², la Serbie, la Slovaquie³³, l'Espagne³⁴ et l'Ukraine³⁵, ont inclus des dispositions législatives contre les publicités sexistes dans leurs lois sur l'égalité entre les femmes et les hommes, les services de médias ou la publicité.

En Roumanie, la loi sur l'égalité entre les femmes et les hommes interdit les annonces publicitaires qui portent atteinte à la dignité humaine pour des motifs de genre. Elle enjoint les agences de publicité à respecter l'égalité de traitement et des chances pour éradiquer les stéréotypes de genre dans leurs productions.

En Espagne, la législation destinée à lutter contre la violence fondée sur le genre porte spécifiquement sur les annonces publicitaires qui représentent la femme de façon dégradée ou discriminatoire, ou compromettent la dignité de la personne. Un certain nombre d'organismes

²³ Loi n° 5 du 9 février 2006

²⁴ Législation sur l'égalité entre les femmes et les hommes, 4 août 2014

²⁵ Loi sur l'égalité des droits et des chances pour les femmes et les hommes (2006), article 21.1

²⁶ Loi sur l'égalité entre les femmes et les hommes, 10 octobre 2006

²⁷ Loi organique 1/2004 du 28 décembre sur les mesures de protection intégrale contre les violences fondées sur le genre

²⁸ Loi fédérale sur les services de médias audiovisuels, BGBl I 2001

²⁹ Loi 4604/2019

³⁰ Loi sur l'égalité de statut et des droits des femmes et des hommes n° 10/2008

³¹ Loi sur l'égalité des chances des femmes et des hommes

³² Loi n° 202 sur l'égalité des chances et de traitement, 19 avril 2002

³³ Loi 147/2001 sur la publicité

³⁴ Loi 34/1988 du 11 novembre

³⁵ Loi sur la publicité, article 8

sont donc habilités à saisir la justice pour retirer «*le matériel publicitaire jugé illégal, car il utilise l'image de la femme d'une manière dégradante*»³⁶.

Types de législation

État membre	Dignité humaine dans la Constitution	Loi relative à l'égalité entre les sexes	Loi contre la violence sexiste	Loi sur les médias des RSP	Loi sur les médias	Loi anti-discrimination	Loi relative à la publicité
Andorre	-	-	-	-	-	-	-
Arménie	-	-	-	-	-	-	-
Autriche		X		X			X
Azerbaïdjan		X					
Bosnie-Herzégovine		X				X	X
Bulgarie		X		X			X
Danemark							X
Finlande							X
France		X					
Géorgie	-	-	-	-	-	-	-
Grèce				X			X
Hongrie	X	X					
Islande		X		X	X		X
Irlande		X					
Lettonie	-	-	-	-	-	-	-
Lituanie		X					
Luxembourg				X			X
Malte	-	-	-	-	-	-	-
République de Moldova		X		X			
Monténégro		X					
Norvège	-	-	-	-	-	-	-
Pologne		X					
Roumanie		X					X
Serbie					X		X
Slovaquie				X			X
Espagne		X	X	X			X
Suède						X	
Suisse		X		X			
Turquie	-	-	-	-	-	-	-
Ukraine		X					X
Royaume-Uni		X					

³⁶ Loi 1/2004 du 28 septembre sur les mesures de protection intégrale contre les violences fondées sur le genre, article 10

Bonne pratique: Islande

L'article 23 de la loi n° 38/2011 sur les médias exige que tous les médias soumettent chaque année un rapport à la Commission des médias contenant diverses informations, notamment la représentation des femmes et des hommes dans les interviews, et la répartition des deux sexes dans le personnel.

Bonne pratique: Royaume-Uni

En vertu de la loi sur l'égalité, toutes les entreprises dépassant une certaine taille (y compris les sociétés de médias) doivent recenser leurs écarts de rémunération. La réglementation est entrée en vigueur le 6 avril 2017³⁷. Elle s'applique aux organisations du secteur privé et associatif comptant au moins 250 employés. Les grands médias de service public se retrouvent ainsi sous le contrôle et la pression de l'opinion publique. À la suite de la publication de ses écarts de rémunération, la BBC a été tenue de les combler.

2. Législation adoptée en réponse aux Recommandations CM/Rec(2013) du Conseil de l'Europe

Seuls sept pays ont expressément confirmé qu'ils adoptaient la législation en réponse à la recommandation, à savoir l'Arménie, la Bulgarie, la Grèce, la République de Moldova, la Serbie, la Suisse et l'Ukraine.

Plusieurs législations adoptées à la suite de la recommandation comportent des recommandations spécifiques relatives aux médias, comme la loi bulgare sur l'égalité entre les femmes et les hommes, la loi ukrainienne de 2017 visant à «garantir l'égalité des droits et des chances entre les femmes et les hommes» ou les lois serbes sur les médias adoptées en 2014.

Le 24 avril 2017, le Gouvernement moldave a approuvé une stratégie visant à assurer l'égalité entre les femmes et les hommes pour la période 2017-2021. Son plan d'action comprend une série de prérogatives dévolues à l'autorité de l'audiovisuel qui sont conformes aux recommandations, comme la supervision de l'accès aux médias audiovisuels et le respect du principe de non-discrimination, y compris fondée sur le genre.

En Suisse, depuis 2018, l'octroi de la licence au radiodiffuseur public SRG SSR est assorti de l'obligation d'atteindre une «représentation appropriée des deux sexes dans ses programmes éditoriaux».

En Grèce, la recommandation a été prise en compte dans l'élaboration du plan d'action national pour l'égalité entre les femmes et les hommes (2016-2020).

³⁷ Loi britannique de 2010 sur l'égalité des femmes et des hommes (informations sur les écarts de rémunération liés au genre). Règlementation de 2017; loi sur l'égalité de 2010 (obligations spécifiques et autorités publiques). Règlementation de 2017

En Serbie, la recommandation a également servi d'outil pour les activités relatives à l'éducation aux médias et à l'égalité entre les femmes et les hommes menées par le ministère.

3. Législation sur l'autorité de régulation des médias comprenant une disposition spécifique sur l'égalité entre les femmes et les hommes

La Recommandation CM/Rec(2013) insiste sur le fait que les États membres devraient *«s'assurer, par des moyens appropriés, que les régulateurs des médias respectent le principe de l'égalité entre les femmes et les hommes dans leur prise de décision et dans leur pratique»*.

Seuls 14 États membres sur 32 ont répondu à cette section du questionnaire, mais l'analyse des réponses montre qu'un certain nombre d'entre eux ont promulgué une législation conférant des compétences en matière d'égalité de genre aux régulateurs des médias.

La quatrième partie du présent rapport relative aux régulateurs des médias fournit des renseignements supplémentaires.

La plupart des législations accordent aux régulateurs un pouvoir de surveillance sous la forme d'une licence (Bosnie-Herzégovine, Royaume-Uni), et/ou le pouvoir de prononcer des sanctions (administratives ou financières) en cas de non-respect des dispositions sur la haine et la discrimination (Bosnie-Herzégovine³⁸, Bulgarie, France, Islande, Lituanie, Luxembourg, Pologne³⁹ et Serbie).

Deux États membres ont mis en lumière le rôle des régulateurs dans la publication de directives et mené des campagnes sur l'égalité entre les femmes et les hommes (Grèce, Lituanie).

Quelques législations prévoient également des objectifs en matière d'égalité de genre par rapport aux structures des régulateurs des médias eux-mêmes (Bosnie-Herzégovine, Suède, Suisse, Royaume-Uni).

Enfin, un certain nombre de législations attribuent aux régulateurs des compétences dans le domaine des publicités sexistes ou discriminatoires (Bosnie-Herzégovine, Grèce⁴⁰).

Certaines législations mentionnent spécifiquement l'obligation pour le régulateur d'obtenir une représentation équitable des femmes et des hommes, par exemple la France (loi du 4 août 2014). En Espagne, la loi sur l'égalité entre les femmes et les hommes⁴¹ et la loi sur la protection intégrale contre les violences fondées sur le genre⁴² exige également que l'autorité de l'audiovisuel adopte des mesures visant à garantir une image des femmes qui soit *«conforme aux valeurs et aux principes constitutionnels»*.

³⁸ <https://www.vzs.ba/index.php/vijece-za-stampu/kodeks-za-stampu-i-online-medije>

³⁹ Loi nationale du 29 décembre 1992 sur la radio et la télévision (articles 18.1 et 47h)

⁴⁰ Loi 4604/2019

⁴¹ Loi organique 3/2007, 22 mars

⁴² Loi organique 1/2004, 28 décembre

Il convient de relever que plusieurs législations ou pratiques portent sur la dimension hors ligne des régulateurs des médias, c'est-à-dire leur composition et leur structure, et imposent des aspects liés au genre. C'est le cas de la Bosnie-Herzégovine, de l'Allemagne, de la Suède, de la Suisse et du Royaume-Uni.

En Suède, la législation oblige l'Autorité suédoise de la presse et de la radiodiffusion à intégrer la perspective de l'égalité et de la diversité de genre dans son organisation.

Au Royaume-Uni, la loi de 2003 sur la communication demande à l'OFCOM (Office fédéral de la communication) de prendre les mesures qu'il juge appropriées pour promouvoir l'égalité des chances entre les femmes et les hommes dans les emplois et les formations des services de radiodiffusion et de télévision. Au titre de la licence fournie par l'OFCOM, les radiodiffuseurs sont également tenus de prendre des dispositions pour promouvoir l'égalité des chances d'emploi pour leurs employés.

En Suisse, l'OFCOM a décidé de faire passer la part des femmes dans son personnel de 39,1 à 40,1 %.

En Bosnie-Herzégovine, la loi sur les communications⁴³ exige que les élections menées au sein même de l'organe de régulation obéissent à des règles spécifiques par rapport à l'égalité de genre, y compris en termes d'égalité de participation. Toutefois selon les réponses, le conseil de l'organe de régulation n'a jamais accueilli de femme à ce jour. S'agissant des postes de direction, une femme a été nommée directrice adjointe.

En Autriche, la loi fédérale sur l'égalité de traitement contient des dispositions applicables qui interdisent la discrimination fondée sur le sexe pour l'accès à l'emploi, les conditions de travail, les avantages sociaux ou les licenciements.

⁴³ Loi sur les communications n° 31/03, 75/06, 32/10 et 98/12 dans ses modifications et suppléments de 2010.

Législation sur les régulateurs des médias

État membre	Sanctions contre le discours de haine et la discrimination fondée sur le genre, le sexisme	Dans leurs propres structures	Interdiction de diffuser certaines émissions	Le système d'octroi de licences prend en compte l'égalité de genre/interdiction de diffuser certaines émissions	Autorisé à prendre des mesures pour garantir une représentation équitable des femmes	Lignes directrices/sensibilisation à l'approche intégrée de l'égalité entre les femmes et les hommes et à la non-discrimination basée sur le genre	Publicité
Autriche		x					
Bosnie-Herzégovine		X		x			x
Bulgarie	x						
France	x						
Grèce						x	x
Islande			x				
Lituanie	x					x	
Luxembourg	x						
Pologne	x						
Serbie	x						
Espagne					x		
Suède		X perspective d'égalité des genres dans sa propre organisation					
Suisse		X nominations ciblées					
Royaume-Uni		X		x			

Suivi

L'analyse des réponses ne permet pas d'affirmer que l'égalité entre les femmes et les hommes fait systématiquement l'objet d'un suivi par les régulateurs des médias, mais les régulateurs de quatre États membres ont l'obligation légale de faire rapport sur l'égalité entre les femmes et les hommes, à savoir la France, la Grèce, la Suède et la Suisse. La quatrième partie fournit des informations supplémentaires sur cette question.

La façon dont les régulateurs surveillent le bon respect des obligations en matière d'égalité de genre est très variée.

En Lituanie, les autorités de régulation (le Contrôleur de l'éthique du journalisme et la Commission de la radio et de la télévision) conduisent des enquêtes analytiques tous les deux ans. Toutefois, elles ne sont pas tenues d'intégrer le thème de l'égalité de genre dans ces rapports. Il leur appartient de décider si cette question doit être «prise en considération».

Le Conseil bulgare des médias électroniques effectue des contrôles réguliers ou occasionnels, et prononce des sanctions administratives en cas de discrimination et de manifestation de haine.

En Serbie, le régulateur a publié en 2015 son premier rapport⁴⁴ sur l'égalité de genre et les stéréotypes sexistes dans la première chaîne du radiodiffuseur de service public.

En Islande, la Commission des médias peut demander aux médias d'établir des rapports, mais elle n'a pas la capacité de rechercher les informations manquantes et ne dispose que de moyens limités en cas de non-respect des obligations.

En Suède, le suivi est assuré sous la forme de rencontres annuelles conduites par le ministère avec l'autorité de régulation.

En Suisse, une commission de la diversité contrôle la mise en œuvre des règles de diversité et publie un rapport annuel sur les réalisations et les progrès accomplis.

En Finlande, le Conseil de l'éthique dans la publicité, organe d'autorégulation, publie des communiqués dans lesquels il indique si une publicité est acceptable. La plupart de ses décisions sont suivies par les annonceurs et portent parfois sur l'égalité entre les femmes et les hommes.

5. Législation sur les médias de service public comportant des exigences spécifiques en matière d'égalité de genre

La plupart des législations sur les médias de service public comportent des exigences spécifiques en matière d'égalité de genre. Cela peut s'expliquer par le fait que ces organismes de radiodiffusion conduisent une mission de service public.

⁴⁴ <http://rem.rs/uploads/files/izvestaji-o-nadzoru/Rodna-ravnopravnost-RTS-1.pdf>

La majorité des personnes interrogées (12) mentionnent des dispositions spécifiques relatives à l'égalité de genre, un certain nombre de pays (6) interdisent l'incitation à la haine fondée sur le genre et quelques-uns (3) ont adopté des règles internes spécifiques pour la représentation des femmes et des hommes hors écran.

Dans ses lois sur les médias, le Royaume-Uni rappelle principalement le principe de la diversité; 21 personnes interrogées ont fait état de dispositions incluses dans leur loi sur la radiodiffusion qui demande aux médias de service public de respecter la dignité humaine (Roumanie, Slovaquie), les droits humains (Serbie), l'égalité de genre (Bosnie-Herzégovine, Bulgarie, Finlande, France, Géorgie, Allemagne, Islande, Lituanie, République de Moldova, Espagne, Suède, Turquie), l'égalité électorale (Bosnie-Herzégovine), ou interdit la violence fondée sur le genre/la violence à l'égard des femmes (Géorgie, Lituanie, République de Moldova, Slovaquie), la discrimination fondée sur le genre/le sexe (Bosnie-Herzégovine), les stéréotypes sexistes (France, Islande, Espagne), l'incitation à la haine fondée sur le genre/le sexe (Autriche, Bosnie-Herzégovine, Bulgarie, Géorgie, Lituanie, République de Moldova), l'emploi d'un langage sexiste (Espagne)⁴⁵.

L'Autriche, la Bosnie-Herzégovine et l'Espagne ont adopté des règles internes spécifiques pour la représentation hors écran, contraignant ainsi les radiodiffuseurs à s'engager en faveur de la parité femmes/hommes, et notamment au travail.

Enfin, plusieurs États membres se sont prononcés en faveur de lois drastiques contre la discrimination dans les pratiques publicitaires. En Bosnie-Herzégovine, la loi sur la radio et la télévision énonce des principes contre toute publicité commerciale susceptible de mettre en péril la dignité humaine et discriminatoire du point de vue de la race, du genre et de la nationalité. Dans d'autres pays, tels que la Slovaquie, le Conseil des normes de la publicité a également publié des lignes directrices et des manuels sur la publicité sexiste.

45

Suivi

Le suivi et l'établissement de rapports sont assurés par des organismes nationaux de régulation (Bosnie-Herzégovine, Bulgarie, France, Grèce, Islande, Irlande, République de Moldova, Pologne, Serbie, Turquie, Suisse, Royaume-Uni), des organes gouvernementaux (Luxembourg), une structure du radiodiffuseur lui-même (Lituanie, République de Moldova) ou par la publication du rapport annuel de l'organisme de radiodiffusion (Lituanie, Allemagne, Islande, Irlande, Royaume-Uni) souvent consultable sur son site web.

II. Politiques de promotion de l'égalité de genre dans les médias

1. Programmes ou projets visant à améliorer ou à promouvoir l'égalité de genre dans les contenus médiatiques

La Recommandation CM/Rec (2013) encourage les États membres à «soutenir les initiatives et campagnes visant à sensibiliser aux stéréotypes sexistes dans les médias et à les combattre».

Selon les réponses au questionnaire, les États membres aspirent réellement à soutenir les initiatives et les politiques favorables à l'égalité de genre dans les contenus médiatiques et les publicités, mais ils n'examinent que très rarement la situation hors écran.

Vingt-cinq États membres ont adopté des plans ou des stratégies spécifiques pour l'égalité de genre comprenant un volet sur les médias et considèrent que les médias jouent un rôle crucial pour rompre les stéréotypes et sensibiliser les citoyens.

En Espagne, par exemple, le Pacte national contre la violence fondée sur le genre, adopté en 2017, désigne les médias comme un instrument majeur de sensibilisation et d'influence sur la société.

Certains pays ont alloué des fonds spécifiques pour soutenir l'égalité entre les femmes et les hommes et lancé des programmes spécifiques de cofinancement pour soutenir les médias (Irlande, Lituanie, Serbie et Slovaquie).

La question de la violence fondée sur le genre est présente dans de nombreuses activités mises en œuvre par des États membres dans le cadre de formations ou de conférences (Azerbaïdjan, Grèce, Espagne, Turquie, Ukraine).

Plusieurs États membres ont également publié des lignes directrices spécifiques sur la problématique du genre et les médias (Bosnie-Herzégovine, Géorgie, Luxembourg, République de Moldova, Serbie, Slovaquie, Espagne, Ukraine), bien qu'il ne soit pas toujours facile de déterminer si des professionnels des médias ont participé à un stade quelconque du processus, ce qui pourrait limiter l'incidence de ces initiatives.

Certaines chaînes de télévision ont également approuvé des programmes spécifiques sur l'égalité de genre et les femmes comme en Azerbaïdjan et sur les femmes à l'antenne en Irlande.

Pour améliorer la représentation des femmes et des hommes dans les médias, il est impératif de sensibiliser la prochaine génération de journalistes. La France et la Lituanie ont encouragé des initiatives dans les écoles de journalisme visant à sensibiliser les étudiantes et étudiants à l'égalité de genre et à développer leur pensée critique lorsqu'ils représentent le genre.

La collecte régulière de données est indispensable pour orienter les activités vers l'égalité de genre et mesurer les progrès accomplis. Plusieurs États membres ont soutenu les recherches menées dans le cadre de l'Étude mondiale sur l'image des femmes dans les médias, notamment la place des femmes dans l'actualité mondiale, et financé des équipes chargées d'assurer un suivi (Finlande, Allemagne). En France, une étude publiée en mars 2019 par l'Institut national de l'audiovisuel (INA) sur le temps de parole des femmes à la radio a mis en évidence que les hommes parlaient deux fois plus que les femmes à la télévision et à la radio⁴⁶. En 2018, la République de Moldova a élaboré une méthodologie de suivi comportant de nouveaux indicateurs relatifs au sexisme, à l'égalité entre les femmes et les hommes et à l'incitation à la haine.

Point moins positif de l'analyse, peu d'initiatives visent à développer la parité dans les salles de rédaction. Rares sont les États membres qui se penchent sur les inégalités de genre dans le personnel des médias. Ils s'intéressent rarement sur la question, à l'exception du Royaume-Uni où les entreprises de plus de 250 employés, y compris les radiodiffuseurs de service public, ont pour obligation de publier les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes. Il convient toutefois de saluer certaines initiatives, telles que le projet finlandais Action! qui promeut les femmes au travail, le label français Égalité professionnelle décerné à France Télévision, le *Pro quote Medien* en faveur des femmes allemandes qui occupent des postes de direction au cinéma et à la télévision, le projet irlandais sur les femmes à l'antenne et, enfin, l'audit des médias réalisé en Suède pour garantir le respect de la loi anti-discrimination sur le harcèlement.

Bonne pratique: Bosnie-Herzégovine

En 2017, le Conseil des ministres a adopté le Plan d'action pour l'éducation des journalistes et des médias professionnels aux droits humains pour la période 2016-2019.

Ce plan d'action comprend des mesures concrètes destinées à améliorer l'accès aux médias des groupes marginalisés et minoritaires, et leur présentation médiatique, y compris des lignes directrices sur les rapports relatifs à l'égalité des femmes et des hommes. Le Conseil de la presse et l'association des journalistes ont également participé à la préparation du plan d'action.

Bonne pratique: Serbie

La Serbie organise des appels annuels au cofinancement de projets d'information qui soutiennent les minorités nationales et les personnes handicapées, encouragent la production de contenus médiatiques en faveur de l'égalité de genre et éradiquent ainsi la discrimination dite double à l'encontre des femmes et des membres des communautés et des groupes sociaux minoritaires.

⁴⁶ https://presse.ina.fr/etude_temps_de_parole_hommes_femmes_ina/

Bonne pratique: Espagne

L'Observatoire de l'égalité de la radio et de la télévision espagnole (CRTVE) a été créé pour faire progresser l'égalité de genre et lutter contre la discrimination fondée sur le sexe et l'une de ses pires expressions, la violence fondée sur le genre. Ses objectifs sont les suivants:

Promouvoir le respect, la connaissance et la diffusion du principe d'égalité entre les femmes et les hommes, afin d'éviter toute forme d'inégalité et de discrimination fondée sur le sexe dans les activités de l'entreprise CRTVE.

Encourager la promotion de l'égalité, de la pluralité et de la parité entre les deux sexes, sans stéréotypes ou normes de beauté sexistes, et de la participation active des femmes aux différentes fonctions assurées dans toutes les sphères de la vie, en portant une attention spéciale au contenu des émissions destinées aux enfants et au jeune public.

Veiller à l'existence et à l'application de codes de déontologie en faveur de la promotion de l'égalité et de la prévention de la violence fondée sur le genre dans les activités de l'entreprise RTVE.

Veiller à ce que le contenu des émissions diffusées par les médias de l'entreprise RTVE ne justifie pas, ne banalise pas ou n'incite pas à la violence à l'égard des femmes.

Encourager l'emploi d'un langage non sexiste.

Collaborer aux campagnes institutionnelles visant à promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes et à éradiquer la violence fondée sur le genre.

Bonne pratique: Espagne

Le groupe CRTVE a créé un poste de **rédacteur de l'égalité** dans le domaine de l'information. Certains journaux nationaux (support papier et numérique), tels que *eldiario.es* ou *El País* ont eux aussi nommé des rédacteurs de l'égalité.

Politiques destinées à améliorer l'égalité de genre dans les contenus médiatiques

État membre	Rapports/études/recherches	Violence/ Discours de haine	Actualité/contenu publicitaire	Formation/sensibilisation	Conférences/ ateliers	Manuel/ lignes directrices	Plan d'action sur l'égalité de genre	Prix	Profession
Arménie							X et projets de stratégies pour le mettre en œuvre		
Autriche			Groupes de suivi de la publicité souvent soutenus par les autorités locales. Formulent des recommandations						
Azerbaïdjan			Émission mensuelle d'entretiens du radiodiffuseur de service public au sujet des femmes et de la violence; Mémorandum avec Asan Radio pour préparer des émissions à l'adresse des	Concours de reportages sur les femmes	Les médias et la violence domestique ainsi que les mariages précoces; atelier sur la promotion de l'égalité de genre				

			familles, des femmes et des enfants; projet avec le Conseil de l'Europe sur l'égalité de genre et les médias						
Bosnie-Herzégovine		Manuel sur les reportages sensibles au genre sur VAW				Lignes directrices (et ateliers) sur les reportages sensibles au genre dans les situations de catastrophe, 2014	X en 2017 et relatif aux médias		X sous la forme d'un plan d'action
Finlande	Finance l'Étude mondiale sur l'image des femmes dans les médias; étude sur les femmes et les médias relative à l'actualité; réglementation des publicités discriminantes sur le plan du genre dans les pays nordiques	Projet Questions de genre							Projet Action! Égalité et emploi dans le secteur audiovisuel pour promouvoir les travailleuses
France	Étude de l'INA publiée le 4 mars 2019 sur le temps de parole des femmes		L'AFP a lancé une initiative sur le vocabulaire employé pour décrire les femmes; le CSA a soutenu la signature d'une charte à			Initiative des écoles de journalisme: brochure, liste des orateurs, cours sur le genre			Label Égalité professionnelle pour France Télévision; états généraux des femmes journalistes, 2019

			l'encontre des stéréotypes sexistes dans les publicités des agences (6 mars 2018)						
Géorgie		Campagne des médias sociaux #Georgia against violence				Lignes directrices destinées aux médias sur les reportages sensibles au genre; directives de la charte sur la couverture des questions de genre			
Allemagne	Finance l'Étude mondiale sur l'image des femmes dans les médias Suivi de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les entreprises de médias		Projet d'observation des publicités sexistes lancé par la campagne Pinkstinks	Soutient la ligue de la plateforme en ligne des femmes journalistes sur le journalisme sensible au genre Financement de formations destinées aux femmes journalistes					Finance l'association Pro quote medien sur les femmes occupant des postes de direction dans les fictions et les reportages télévisés
Grèce				Projet sur le développement des capacités concernant les femmes candidates et les médias dans le débat public			2016-2020 les médias font partie des cinq objectifs stratégiques		Dans le cadre du plan d'action (approche intégrée de l'égalité dans le journalisme), l'organe d'État

									pour l'égalité de genre fait partie du Conseil pour l'égalité des droits sociaux ou le contrôle social, qui étudie les structures médiatiques et l'égalité de genre
Islande	La problématique femmes-hommes fait l'objet d'entretiens								
Irlande			Financement d'émissions qui racontent des histoires de femmes						Financement de Women on Air et de Women in film and television
Lituanie		Assurer un suivi sur la stigmatisation des victimes dans les médias	Projet de lutte contre les stéréotypes; financement du projet médiatique qui valorise la contribution des femmes dans «Histoires de 100 femmes» en Lituanie	Pour les professionnels des médias et les étudiants sur l'égalité de genre					
Luxembourg		Expertisa.lu sur les				Gender4STEM appuyé par la direction du			Actions destinées à soutenir les

		femmes-expertes				média dans un ministère d'État: boîte à outils destinée aux enseignants pour lutter contre les stéréotypes			femmes et filles dans les nouvelles technologies et l'information; exposition sur les pionnières du journalisme
Malte									Les journalistes pourraient bénéficier des services de garde d'enfants avec petit-déjeuner gratuit, Klabb 3-16.
République de Moldova	Méthodologie de suivi (9.11.18) avec de nouveaux indicateurs incluant le sexisme, l'égalité de genre, l'incitation à la haine)		Projet d'ONU-Femmes «Click for gender equality»; le code de conduite des radiodiffuseurs inclut une représentation équilibrée des femmes et des hommes, qui encourage l'absence de stéréotype dans les rôles des deux sexes, promeut		Séminaires sur les stéréotypes de genre	Guide sur la parité femmes/hommes dans les produits médiatiques			Engagement de l'État à renforcer la part des femmes dans les rôles dirigeants des institutions publiques

			l'autorégulation sur l'égalité de genre dans le matériel journalistique						
Norvège		Déclaration contre les discours de haine (2015), campagne des médias sociaux contre les discours de haine fondés sur le genre (2017)							
Pologne						La première édition du Plan d'action national 2013-2016 pour l'égalité de traitement, comprenait des objectifs visant à améliorer l'égalité de genre dans les médias		La Stratégie réglementaire pour 2014-2016 de NBC a fixé pour objectif de surmonter les divisions de rôles entre les femmes et les hommes	
Serbie	Recherches sur l'attitude des médias en			Cofinancement des projets d'information publique visant à		Manuel pour le développement			

	matière de discrimination			sensibiliser les citoyens à l'égalité de genre, notamment la violence à l'égard des femmes; le genre et les minorités/personnes handicapées; formation sur l'égalité de genre accueillant des journalistes en tant que formateurs et de participants		nt et l'amélioration de l'éducation aux médias intégrant une perspective de genre; manuel sur la couverture médiatique de la violence domestique et de la violence à l'égard des femmes; manuel relatif aux reportages sur les personnes handicapées			
Slovaquie	Rapport de suivi sur les médias et la publicité relatif à la violence à l'égard des femmes et à la promotion de l'égalité de genre		L'initiative «Mélange des genres» lancée par une ONG sensibilise le grand public au sexisme dans les médias et la publicité	Formation gratuite de journalistes et d'autres personnes offerte par l'ONG «Liberté de choix» sur l'égalité de genre		Manuel sur l'emploi d'un langage paritaire publié en 2014 par le ministère du Travail			
Slovénie			Cofinancements destinés à promouvoir le respect d'une approche intégrée de la problématique femmes-hommes et la						

			promotion de la tolérance						
Espagne			L'Observatoire de l'image des femmes de l'Institut de la femme dépose des plaintes sur les publicités sexistes qui apparaissent dans les médias (945 en 2018)	École virtuelle de l'égalité (formation en ligne sur l'égalité de genre)	Observatoire de l'égalité de la CRTVE	Manuel de communication non sexiste de l'agence de presse EFE, manuel de style de CRTVE portant notamment sur le traitement des violences à l'égard des femmes	Stratégie nationale d'éradication de la violence à l'égard des femmes 2013-2016; Pacte d'État contre la violence fondée sur le genre (2017); importance des médias	Prix Lili Alvarez pour les travaux de journalisme sur les sports féminins	CRTVE et l'agence de presse EFE ont adopté des plans d'égalité et créé des volets spécifiques consacrés au thème de l'égalité de genre sur leurs portails efeminista et todxs for igual;
Suède			Enquête de l'institution de médiation pour la qualité sur les stéréotypes de genre et les publicités sexistes 2019						Audit des médias pour veiller à l'application de la loi antidiscrimination sur le harcèlement
Turquie	Étude sur la représentation des femmes dans les médias, 2017						X comprend un volet sur les médias		X dans le cadre d'un document de stratégie sur l'autonomisation des femmes; ateliers pour les étudiants des médias

Ukraine					Ateliers sur les médias pour 2018-2019 centré sur l'égalité de genre	Directives du ministère de l'Information visant à se rapprocher des normes européennes relatives aux médias, y compris l'égalité de genre et la tolérance à l'égard des minorités; manuel sur l'égalité de genre et la lutte contre la discrimination	x		
Royaume-Uni									Programme Women in film leadership Projet 50/50 de la BBC

Publicité

Plusieurs États membres ont lancé ou soutenu des initiatives relatives à la publicité.

En 2018, le CSA, organe français de régulation, a publié une Charte contre les stéréotypes sexistes dans la publicité qui a été signée par les annonceurs⁴⁷.

En Autriche, des groupes de veille publicitaire ont été formés dans plusieurs États et sont souvent soutenus par les autorités locales.

En Slovaquie, l'initiative «Mélange des genres» a été lancée par une ONG en 2016 en vue de sensibiliser l'opinion au sexisme dans les publicités des médias.

Bonne pratique: Allemagne

«Projet d'observation des publicités sexistes en Allemagne» lancé par la campagne Pinkstinks

Pinkstinks e.V. est une ONG basée à Hambourg qui fait campagne contre le sexisme et le marketing fondé sur le genre. www.pinkstinks.de

Le projet évalue la persistance et la prévalence de la publicité sexiste et englobe des mesures visant à supprimer la publicité sexiste dans les médias (annonces ou clips vidéo, presse écrite et contenus en ligne).

Les citoyens peuvent dénoncer des publicités sexistes en prenant des photographies et en les communiquant à Pinkstinks par le biais d'un formulaire web indiquant l'emplacement de l'annonce et le motif de la plainte. Pinkstinks examine ensuite la plainte et la place sur une carte de sa page d'accueil. Cette carte indique également où et par qui les publicités sont retirées, de même que:

- Si Pinkstinks estime que la publicité est sexiste ou stéréotypée;
- Ce que Pinkstinks a fait;
- Si l'entreprise a retiré la publicité.

Ce projet d'observation a pour but de visualiser le sexisme et les stéréotypes dans la publicité, d'en enregistrer les signalements dans une base de données et de réduire ces annonces par le biais de divers modules de sensibilisation et d'éducation.

Le projet englobe également:

- Le développement de ressources éducatives, par exemple pour aider les agences publicitaires locales à mettre un terme à toute annonce sexiste;
- Des campagnes et du matériel éducatif pour les écoles et les agences de publicité, afin d'expliquer pourquoi le sexisme est un problème;
- Des lettres d'information et des articles de blog.

Les résultats du projet seront publiés en septembre 2019.

⁴⁷ <https://www.csa.fr/Informer/Toutes-les-actualites/Actualites/Retrouvez-la-charte-contre-les-stereotypes-sexistes-dans-les-publicites>

Le projet d'observation reçoit le soutien du ministère fédéral de la Famille, des Personnes âgées, des Femmes et de la Jeunesse (BMFSFJ).

En Espagne, l'Observatoire de l'image des femmes répond aux plaintes relatives aux publicités sexistes dans les médias. Il a reçu 945 plaintes en 2018.

Bonne pratique: Espagne

En 2019, l'Observatoire de l'image des femmes de l'Institut de la femme a soutenu la publication de #OVER_ et «Hello, you do not know me» par l'association publicitaire Club de Creativos/as, destinée à éradiquer les stéréotypes sexistes discriminatoires dans la publicité. Ses publications sont distribuées à des entités et institutions, bibliothèques, centres pour les femmes, universités, organisations et professionnels dans le secteur de la publicité, et à des associations de consommateurs. En outre, une exposition itinérante de ses productions sera organisée.

2. Indicateurs de l'égalité entre les femmes et les hommes

L'introduction d'indicateurs permet d'évaluer une situation spécifique et offre, en définissant un calendrier clair, la possibilité de contrôler les changements.

La Recommandation CM/Rec(2013)1 encourage *«l'adoption et l'application d'indicateurs nationaux de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias»*, en associant *«les parties prenantes concernées»* au processus et préconise d'*«actualiser régulièrement les indicateurs de l'égalité entre les femmes et les hommes»*.

Dix États membres (Autriche, France, Allemagne, Grèce, Hongrie, Irlande, République de Moldova, Serbie, Slovaquie) ont indiqué qu'ils avaient élaboré des formes d'indicateurs. Ceux-ci prennent différents aspects allant d'indicateurs simples à des plans en faveur de l'égalité de genre en passant par une méthodologie de suivi.

La majorité des États n'ont pas associé les médias au processus.

Trois États (Grèce, Serbie, Slovaquie) ont indiqué qu'ils s'étaient inspirés des indicateurs de l'Institut européen pour l'égalité entre les hommes et les femmes (EIGE)⁴⁸.

Les indicateurs adoptés portent principalement sur les femmes dans les organismes de médias et les rôles de direction, la représentation des femmes et des hommes, la couverture de la violence à l'égard des femmes, le genre dans les équipes de tournage, les écarts de rémunération et notamment de salaires entre les femmes et les hommes, et la publicité sexiste.

⁴⁸ Institut européen pour l'égalité entre les hommes et les femmes, Promouvoir la participation équilibrée des femmes et des hommes à la prise de décision dans le domaine des médias:

<https://eige.europa.eu/publications/advancing-gender-equality-decision-making-media-organisations-report>

[PrintDownload as PDF](#)

L'Irlande est le seul pays qui dispose d'indicateurs spécifiques sur le financement et l'octroi de licences. En effet, le financement des productions sonores et visuelles dépend de données de genre sur les équipes de tournage et les décideurs filmiques. L'octroi des licences pour les chaînes télévisées commerciales est basé sur des données ventilées par sexe et les radiodiffuseurs communautaires doivent atteindre un quorum de genre de 60/40 dans leurs conseils d'administration.

Bonne pratique: Slovaquie

En vertu de son Plan d'action national pour la prévention et l'élimination de la violence à l'égard des femmes pour 2014–2019, la Slovaquie a pour but de *«renforcer l'autonomie et l'intégrité physique des femmes, en éliminant les représentations dégradantes et violentes de leur corps»*. Le Plan d'action met l'accent sur la violence à l'égard des femmes et la violence domestique dans les médias et la publicité, et exige le suivi annuel de médias sélectionnés *«pour accroître l'efficacité de la loi sur les médias et de l'autorégulation»*.

Au cours des dernières décennies, le suivi régulier des médias a été présenté sous le titre **«Rapport de suivi sur les médias et la publicité s'agissant de la violence à l'égard des femmes et de la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes»** et s'est appuyé sur la méthodologie de l'Étude mondiale sur l'image des femmes dans les médias⁴⁹. La méthode a permis d'obtenir des données sexospécifiques pertinentes pour évaluer le traitement médiatique de la violence à l'égard des femmes et de l'égalité entre les femmes et les hommes, la pertinence de ces questions, la représentation des femmes et des hommes dans les médias et l'utilisation d'un langage sensible au genre, et comparer les données au cours de la période de suivi.

⁴⁹ <http://whomakesthenews.org/gmmp>

État membre	Indicateurs	Participation du secteur des médias
Autriche	Plan d'égalité pour les radiodiffuseurs de service public (personnel, formation requise) comprenant des mesures contraignantes pour accroître la part des femmes dans l'organisation	
France	Indicateurs généraux qui s'appliquent aux entreprises de plus de 1 000 employés: écart de rémunération entre les femmes et les hommes, promotion, augmentations salariales, y compris après le congé de maternité, rémunérations maximales des femmes	
Allemagne	Nombre de femmes dans les postes de direction, écart de rémunération entre les femmes et les hommes, présence féminine dans les comités de supervision et disponibilité de services de garde d'enfants	x
Grèce	Indicateurs de l'Étude mondiale sur l'image des femmes dans les médias: proportion de femmes aux postes de direction et proportion de femmes et d'hommes dans les conseils d'administration	
Hongrie	Apparence des femmes dans les médias, % de locuteurs passifs des deux sexes, montant des financements pour les études sur le genre; présentation stéréotypée, femmes représentées de manière dégradante	
Irlande	Le financement des productions sonores et visuelles dépend de données de genre sur les équipes de tournage et les décideurs; l'octroi des licences pour la télévision commerciale est basé sur des données ventilées par sexe et les radiodiffuseurs communautaires doivent atteindre un quorum de genre de 60/40 dans leurs conseils d'administration.	
République de Moldova	Méthodologie de suivi des prestataires de services médiatiques couvrant le sexisme dans la publicité, l'égalité entre les femmes et les hommes, l'incitation à la haine	
Serbie	Indice de l'égalité des femmes-hommes inspiré par l'EIGE (2014, 2016)	
Slovaquie	Stratégie nationale pour l'égalité entre les femmes et les hommes 2014-2019 et Plan d'action national pour la prévention et l'élimination de la violence à l'égard	

	des femmes (éliminant toute représentation dégradante et violente du corps des femmes); rapport de suivi sur les médias et la publicité s'agissant de la violence à l'égard des femmes et de la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes, en s'appuyant sur la méthodologie de l'Étude mondiale sur l'image des femmes dans les médias; indicateurs annuels de synthèse sur l'égalité entre les femmes et les hommes, fondés sur les indicateurs de l'EIGE	
Turquie	Recherche relative à la presse écrite (données sur le personnel ventilées par sexe)	x

3. Organe coordonnateur de la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes

Si l'on excepte l'Allemagne, tous les États membres (33) ont chargé un organe de traiter les questions d'égalité entre les femmes et les hommes. Certains de ces organes relèvent directement d'un ministère de l'égalité; d'autres constituent des entités spécifiques.

État membre	Autorité chargée de coordonner la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes	Tâches
Arménie	Ministère du Travail et des Affaires sociales	-
Autriche	Division des femmes et de l'égalité de la Chancellerie fédérale	-
Azerbaïdjan	Comité d'État pour la famille, les femmes et les enfants	-
Bosnie-Herzégovine	Agence pour l'égalité des sexes Centres de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes de la Republika Srpska Centre pour l'égalité entre les femmes et les hommes de la Fédération de Bosnie-Herzégovine	-
Bulgarie	Conseil national sur l'égalité des femmes et des hommes	-
Danemark	Ministère de l'Égalité	-
France	Secrétaire d'État chargée de l'égalité entre les femmes et les hommes	-
Finlande	Unité de l'égalité entre les femmes et les hommes, ministère des Affaires sociales et de la Santé	-
Allemagne	Aucune	-
Géorgie	Équipe interinstitutionnelle sous l'autorité du Conseil des droits humains	-
Grèce	Secrétariat général pour l'égalité entre les femmes et les hommes	Il s'agit d'une entité juridique supervisée par le ministère de l'Intérieur qui conduit recherches et études, et met en œuvre des plans d'action

		nationaux et européens sur les questions d'égalité entre les femmes et les hommes
Hongrie	Autorité en faveur de l'égalité de traitement	-
Islande	Direction de l'égalité entre les femmes et les hommes	Surveille l'application de la loi, donne des conseils et des suggestions sur les mesures à prendre pour parvenir à l'égalité de genre dans les différents organes
Irlande	Ministère de la Justice et de l'Égalité	-
Lettonie	Ministère des Affaires sociales	-
Lituanie	Bureau de la médiation pour l'égalité des chances	-
Luxembourg	Ministère de l'Égalité entre les femmes et les hommes	-
Malte	Commission nationale pour la promotion de l'égalité	Sert d'organe national de l'égalité
République de Moldova	Conseil chargé de prévenir et d'éliminer la discrimination, et de garantir l'égalité Commission gouvernementale pour l'égalité de genre Ministère de la Santé, du Travail et de la Protection sociale	--
Monténégro	Ministère des Droits de l'homme et du Droit des minorités – Service de l'égalité de genre	-
Norvège	Ministère de la Culture, et institution de médiation pour l'Égalité et la non-discrimination	-
Pologne	Plénipotentiaire du Gouvernement pour l'égalité de traitement Institution de médiation	-
Roumanie	Agence nationale de l'égalité des chances pour les femmes et les hommes	-
Serbie	Organe de coordination pour l'égalité de genre	Cet organe chargé de toutes les questions pertinentes relatives à l'égalité de genre coordonne le travail des organes de l'administration

	Ministère du Travail, de l'Emploi et des Questions sociales (secteur de la politique de lutte contre la discrimination et de la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes)	publique dans ce domaine. Il amorce et supervise l'élaboration et la mise en œuvre d'un cadre stratégique national sur la problématique femmes-hommes et l'autonomisation des femmes. Il soumet des propositions et des avis au gouvernement, aux ministères et aux organes compétents chargés de la question du genre. Le ministère du Travail s'emploie à améliorer les politiques de lutte contre la discrimination et l'égalité entre les femmes et les hommes, élabore un document stratégique y afférent, et promeut l'égalité des chances et les politiques de lutte contre la discrimination
Slovaquie	Ministère du Travail, des Affaires sociales et de la Famille (Service de l'égalité entre les femmes et les hommes et de l'égalité des chances), Commission pour l'égalité de genre (groupe consultatif intergouvernemental) Centre méthodique de coordination pour la prévention de la violence à l'égard des femmes	Le traitement global des questions d'égalité entre les femmes et les hommes relève d'un service du ministère du Travail, des Affaires sociales et de la Famille de la République slovaque: le Service de l'égalité entre les femmes et les hommes et de l'égalité des chances . Il existe également un autre organe consultatif intergouvernemental, la Commission pour l'égalité de genre qui relève du Conseil gouvernemental pour les droits humains, les minorités nationales et l'égalité entre les femmes et les hommes. Outre l'ensemble des questions d'égalité de genre couvertes par le Service de l'égalité entre les femmes et les hommes et de l'égalité des chances, il existe une institution spécifiquement axée sur la prévention et l'élimination de la violence à l'égard des femmes et de la violence domestique, le Centre méthodique de coordination pour la prévention de la violence à l'égard des femmes . Ce centre a été créé en application de l'article 10 de 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. L'un de ses principaux objectifs consiste à coordonner toutes les activités et politiques des parties prenantes compétentes dans le domaine de la prévention et de

		l'élimination de la violence à l'égard des femmes et de la violence domestique.
Slovénie	Ministère du Travail, de la Famille, des Affaires sociales et de l'Égalité des chances, Division de l'égalité de genre, institution de défense du principe d'égalité;	-
Espagne	Ministère de la Présidence, des Relations avec les Cortes et de l'Égalité Secrétariat d'État chargé de l'égalité (au sein du ministère) qui contient deux directions générales: l'Institut de la femme et de l'égalité des chances et la Délégation du Gouvernement à la violence de genre	Le Secrétariat d'État chargé de l'égalité élabore, entre autres, les politiques du Gouvernement sur l'égalité, la prévention et l'élimination de tous les types de discrimination fondée sur le sexe et l'éradication des différentes formes de violence à l'égard des femmes. Il lui incombe également de proposer, d'élaborer et de mettre en œuvre la législation, les actions et les mesures visant à garantir l'égalité de traitement et de chances, notamment entre les femmes et les hommes, et de promouvoir la participation sociale, politique et économique des femmes.
Suède	Agence suédoise pour l'égalité de genre	-
Suisse	Bureau fédéral pour l'égalité de genre	-
Turquie	Ministère du Travail, des Services sociaux et de la Famille, Commission sur l'égalité des chances pour les femmes et les hommes	-
Ukraine	Ministère de la Politique sociale	
Royaume-Uni	Office gouvernemental de l'égalité	-

Diffusion de la Recommandation

Selon les réponses, peu d'États membres ont diffusé la recommandation, mais plusieurs d'entre eux ont pris des initiatives pour la mettre en œuvre et la faire connaître dans le cadre de séminaires et de manifestations publiques (Autriche, Azerbaïdjan, Malte, République de Moldova, Serbie, Ukraine) faisant intervenir les médias, la traduire dans les langues nationales (Bulgarie, Grèce, Espagne, Ukraine), s'en servir pour élaborer un plan d'action national (Irlande, Luxembourg, Turquie) ou la publier sur leurs sites web. Certains États membres (Lettonie, Roumanie, Serbie, Espagne) ont précisé qu'ils avaient communiqué la recommandation aux parties prenantes intéressées.

La Suisse a adopté une approche intéressante qui prévoit de prendre en compte les efforts déployés pour faire connaître la recommandation dans les négociations menées avec les organismes de radiodiffusion sur l'octroi de licences.

Quatorze États membres n'ont fait état d'aucune initiative en la matière.

État membre	Traduction dans la langue nationale	Actions	Non indiqué
Andorre			x
Arménie			x
Autriche		Séminaire annuel organisé par le conseil audiovisuel accueillant tous les représentants des médias intéressés et du Conseil de l'Europe ainsi que des expertes et experts internationaux sur l'égalité entre les femmes et les hommes	x
Azerbaïdjan		Conférence annuelle sur le rôle des médias dans la prévention de la violence domestique et des mariages précoces; l'Azerbaïdjan (code é018) a établi une nouvelle règle, la «protection du principe d'égalité de genre et de non-discrimination» (2018), un projet avec le Conseil de l'Europe sur «l'égalité de genre et la liberté des médias en Azerbaïdjan», une séance d'information sur l'égalité de genre et les médias organisée avec le Conseil de l'Europe et le Conseil de la presse azerbaïdjanais en 2019	
Bosnie-Herzégovine		Recommandation de l'Agence de lutte contre les stéréotypes de genre, les attitudes sexistes et les langages médiatiques présentée aux médias et publiée sur son site web; manuel 2017 avec ONU-Femmes sur le signalement des violences fondées sur le genre	
Bulgarie	x		
Danemark			x
France			x
Finlande			x
Allemagne			x
Géorgie			x
Grèce	x	La prochaine étape consistera à promouvoir la recommandation auprès des médias.	
Hongrie		Aucune information précise après la publication de la recommandation, mais des recherches sont menées sur le genre et les médias	
Islande		Deux rapports sur les médias et le genre commandés en 2015 et en 2018 ont servi d'outils pour faciliter la responsabilisation des médias.	

Irlande		Plan d'action 2018 pour l'égalité entre les femmes et les hommes, élaboré dans le cadre des recommandations (collecte et publication de données, recherches, initiatives relatives au genre encouragées, processus de responsabilisation renforcés)	
Lettonie		Recommandation envoyée au Conseil national des médias électroniques	
Lituanie		Diffusion auprès des parties prenantes compétentes	
Luxembourg		Le texte sert de fondement au prochain plan d'action sur l'égalité de genre.	
Malte		Discussions tenues en 2018 entre la Commission pour la promotion de l'égalité et les médias, conformément à la recommandation	
République de Moldova		Séminaires annuels organisés par le Conseil audiovisuel avec des représentants du Conseil de l'Europe et des expertes et experts nationaux et internationaux sur l'égalité de genre	
Monténégro			x
Norvège			x
Pologne			x
Roumanie		En voie de promotion auprès des parties prenantes concernées	
Serbie		Ateliers pour tous les médias, recommandation intégrée dans des activités d'éducation aux médias, conférence le 24 mai 2019 sur l'application des normes et des instruments du Conseil de l'Europe, et mise en avant de cette recommandation auprès des parties prenantes concernées et des médias	
Slovaquie		Recommandations consultables à l'adresse www.gender.gov.sk	
Slovénie			x
Espagne	x	Recommandations disponibles sur le site web du ministère responsable de l'égalité entre les femmes et les hommes, diffusées auprès des unités chargées de promouvoir l'égalité de genre et des médias; en 2015, les bonnes pratiques espagnoles ont été compilées et décrites dans le rapport des États membres concernant le sujet.	
Suède			x
Suisse		Les négociations menées en 2017 avec le radiodiffuseur public SRG SSR sur l'octroi de licences ont pris en compte les efforts déployés pour faire connaître les recommandations.	

Turquie		Stratégie et plan d'action sur l'autonomisation des femmes (2018-2023) comprenant un volet sur les médias; réunions sur la violence domestique incluant la déontologie des médias (2014-2016), projet englobant des études sur la représentation des femmes dans les médias (2017).	
Ukraine	x	Manifestations publiques pour promouvoir les recommandations	
Royaume-Uni			x

Partie II – Organisations de médias

La Recommandation CM/Rec(2013)1 invite les organismes de médias à «adopter des systèmes d'autorégulation, des codes de conduite, de déontologie et de supervision internes, et à élaborer des normes pour une couverture médiatique qui fasse la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes, afin de promouvoir des politiques internes cohérentes et des conditions de travail visant (...) à un accès et une représentation équitables (...) aux (...) médias, (...) à une participation équilibrée des femmes et des hommes aux postes de direction (...), à une image (...) des femmes et des hommes sans stéréotypes».

La recommandation encourage également la mise à disposition d'un mécanisme de plainte en cas de contenus médiatiques jugés contraires au principe d'égalité entre les femmes et les hommes.

Seules trois organisations de médias ont répondu au questionnaire, à savoir le Community Media Forum Europe (CMFE), l'organisation irlandaise Near Media Co-op et l'Association moldave de la presse indépendante.

Les personnes interrogées ont fait état des faibles progrès accomplis en matière d'égalité de genre, reconnaissant qu'aucune politique d'égalité entre les femmes et les hommes n'avait été adoptée en interne, ni aucune charte ou aucun code comprenant des dispositions sur l'égalité de genre. Toutefois, l'organisation irlandaise Near Media Co-op a adopté une politique de lutte contre le harcèlement, conformément à la loi et indiqué, comme l'Association moldave de la presse indépendante, qu'elle organisait des formations, des campagnes de sensibilisation et des débats rédactionnels sur la représentation équitable des femmes et des hommes. Les employés de Near Media Co-op ont été formés sur l'égalité entre les femmes et les hommes, et les personnes interrogées ont constaté que le mouvement #Metoo n'avait eu aucun impact sur la production d'informations et sur la gestion des ressources humaines, à l'exception du CMFE qui a mentionné un impact limité.

Bonne pratique: France

Faisant suite à certaines préoccupations exprimées par des femmes journalistes, l'agence France-Presse (AFP) a adopté de nouvelles directives destinées à refléter la diversité et à améliorer la représentation des femmes dans ses productions. Ces directives englobent un langage tenant compte de la problématique femmes-hommes, des images positives de la femme, des mécanismes de signalement adaptés en cas de violence fondée sur le genre et le recours accru à des expertes. L'agence a également tenu des séances de formation sur ces thèmes destinées au personnel et invité à des réunions des expertes et experts des questions relatives au genre.

Questions	Community Media Forum Europe CMFE	Association moldave de la presse indépendante	Near Media-Co-op, Irlande
Degré d'avancement dans la conception d'une stratégie/politique d'égalité entre les femmes et les hommes	À peine commencé	Intermédiaire	Intermédiaire
Politique interne d'égalité entre les femmes et les hommes	Bientôt/prévu	Pas encore, mais à l'étude	Pas encore, mais à l'étude
Plan/charte/code de conduite pour l'égalité entre les femmes et les hommes	Bientôt/prévu	Pas prévu	Oui
Mesures visant à assurer un équilibre entre les femmes et les hommes dans la prise de décision	Bientôt/prévu	Pas prévu	Oui. Égalité ou 60/40 dans la prise de décision
Audit en matière d'égalité entre les femmes et les hommes	À l'étude	Pas prévu	Pas prévu
Employé-e chargé-e de l'égalité entre les femmes et les hommes	Pas prévu. Petite organisation sans secrétariat.	Pas prévu	Pas prévu
Convention collective	Pas prévu	Pas prévu	Pas prévu
Politiques anti-harcèlement	Bientôt/prévu	Pas encore, mais à l'étude	Oui, conformément à la loi, elles sont introduites dans les procédures et les manuels du personnel
Autres	Non	Non	Non
Contrôle de la mise en œuvre des mesures susmentionnées pour promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes dans votre organisation	Bientôt/prévu	Pas encore, mais à l'étude	Oui, uniquement au niveau de la gouvernance. Nombre de représentants de chaque genre
Contenus des médias Mesures destinées à promouvoir l'élimination des stéréotypes	Bientôt/prévu	Oui. Projets destinés à renforcer les capacités des médias locaux et nationaux, et à assurer l'équilibre	Oui. Les formations et les réunions éditoriales rappellent aux producteurs de contenus la nécessité d'assurer la diversité.

concernant les femmes et les hommes de différents groupes (minorités ethniques, personnes LGBT ...)		entre les femmes et les hommes dans le matériel employé, les discussions publiques, le cycle des débats sur le rôle des médias dans la lutte contre les stéréotypes de genre	
Mécanismes de plainte pour les membres du personnel et le public	Non	Non	Non
Informier le public de la procédure de plainte	Rien en place	Plaintes examinées par le Conseil d'administration	Sur le site web
Plaintes du public ou d'un organe de régulation sur l'égalité entre les femmes et les hommes au cours des cinq dernières années	Non	Non	Non
Formation du personnel sur l'égalité entre les femmes et les hommes au cours des cinq dernières années	Non	Non	Oui. Les femmes contribuent à la production et à la conduite des formations.
Impact du mouvement #Metoo sur la production d'informations ou la gestion des ressources humaines	Oui. Un impact limité	Non, pas d'impact	Non, pas d'impact

Partie III – Organes d'autorégulation

La création d'un mécanisme indépendant visant à contrôler le contenu du web et à répondre aux plaintes du public permet de renforcer la confiance des citoyennes et citoyens, de préserver l'indépendance éditoriale et de minimiser l'ingérence de l'État.

La Recommandation CM/Rec(2013)1 encourage les organismes de médias à «adopter des systèmes d'autorégulation, des codes de conduite, de déontologie et de supervision internes, et à élaborer des normes pour une couverture médiatique qui fasse la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes». Elle encourage également les tierces parties à «défendre sans relâche l'égalité entre les femmes et les hommes en saisissant les organismes d'autorégulation».

Sur plus de 30 conseils de la presse établis en Europe⁵⁰, seuls quatre organes d'autorégulation ont répondu au questionnaire (Belgique, Irlande, Espagne-Catalogne et Suisse), mais cette section renvoie également à des compléments d'information extraits des réponses des États membres qui ont fourni des précisions sur les conseils de presse, y compris le Conseil de la presse d'Azerbaïdjan, la Bosnie-Herzégovine, le Conseil finlandais des médias, la Charte géorgienne d'éthique journalistique, la Commission lituanienne d'éthique, et le Conseil de la presse suédois.

Seules deux personnes interrogées ont approuvé des politiques visant à promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes. En Belgique, le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) a adopté des politiques de lutte contre la discrimination dans le conseil d'éthique et dans son propre processus de recrutement. Le Conseil de la presse suédois a fixé un quota pour les membres de son conseil d'administration (8 membres de chaque sexe minimum sur 21 membres).

Tous les organismes insistent sur l'importance d'atteindre la parité au sein de leur conseil, mais seules la Suisse et la Suède ont adopté des critères contraignants. La problématique femmes-hommes est prise en compte en cas de «candidatures multiples» en Belgique, ou uniquement pour les candidats autres que ceux proposés par les médias en Irlande.

La législation suédoise demande à toutes les autorités, y compris le Conseil de la presse, d'intégrer une «perspective d'égalité de genre et de diversité» dans leur organisation.

Les codes de déontologie permettent d'encadrer la gestion des plaintes du public. Rares sont les organisations qui incluent un principe d'égalité entre les femmes et les hommes dans leur code, mais plusieurs d'entre elles renvoient au principe de non-discrimination fondée sur le sexe ou le genre. C'est le cas de la Belgique, de la Géorgie, de l'Irlande, de l'Espagne-Catalogne et de l'Ukraine. En Bosnie-Herzégovine, le Code de la presse et des médias en ligne présente plusieurs définitions spécifiques pour guider l'expression des journalistes, avec des termes tels que «discrimination», «égalité entre les femmes et les hommes» et «respect de la personnalité». En Azerbaïdjan, le Conseil de la presse a modifié, en novembre 2018, son code de déontologie

⁵⁰ Voir la liste des conseils de la presse dans le site de l'Alliance des conseils de presse indépendants d'Europe <http://www.aipce.net/>

pour inclure la «protection du principe d'égalité entre les femmes et les hommes et la lutte contre la discrimination».

Ces organismes ont reçu très peu de plaintes relatives à l'égalité entre les femmes et les hommes au cours des cinq dernières années. En Catalogne, l'organisme de régulation a reçu une plainte à propos d'un langage inadapté.

En Bosnie-Herzégovine, le Conseil de la presse a émis des recommandations pour les médias sur le traitement du langage sensible au genre et aux médias.

Tous les organismes interrogés ont affirmé que leur mécanisme de plainte était à la disposition du public par la voie de sites web, de publications, et à la demande.

Il convient de mettre en avant l'exemple espagnol du poste de responsable de l'égalité, nouveau mécanisme d'autorégulation disponible sur TVE et dans les journaux *eldiario.es* et *El País*. Ce concept a suscité des observations très positives de la part des médias et pourrait être mis en place ailleurs. Le *New York Times* a également nommé un éditeur similaire.

États membres	Degré d'autorégulation	Politique de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes au cours des cinq dernières années	Critères relatifs à l'égalité entre les femmes et les hommes dans les conseils	Égalité entre les femmes et les hommes dans le code de déontologie	Plaintes reçues sur l'égalité entre les femmes et les hommes au cours des cinq dernières années	Information du public sur le mécanisme de plainte
Conseil de la presse d'Azerbaïdjan				Principe d'égalité entre les femmes et les hommes et de non-discrimination		
Belgique Conseil de déontologie journalistique (CDJ)	À peine commencé	Discrimination incluse dans le code de déontologie et le recrutement au sein du CDJ	Oui, en cas de candidatures multiples	Non, mais principe de non-discrimination et d'élimination des stéréotypes	Non, sauf s'agissant des caractéristiques personnelles mentionnées dans les reportages (article 28)	Sur internet et à la demande
Bosnie-Herzégovine Conseil de la presse		Le Code de la presse et des médias en ligne interdit toute discrimination fondée sur le genre. Mentionne également l'orientation sexuelle.				Contrôle et publie un récapitulatif des cas de non-respect du code
Géorgie Charte d'éthique journalistique				Interdit la discrimination fondée sur le sexe		
Irlande Conseil de la presse	Intermédiaire		Oui, à l'exception des candidats proposés par les médias (6). Uniquement sur les 7 autres, mais pas de critères stricts en tant que tels	Non. Le Code de l'Union nationale des journalistes (NUJ) traite de l'égalité et de la discrimination. Il ne fait aucune référence à la parité femmes/hommes	Non.	Dans les publications, un petit encadré donnant tous les détails, sur le site web et sur twitter.

Conseil de presse Luxembourg				Rien sur la discrimination fondée sur le sexe (article 5)		
Espagne/Catalogne Conseil de l'information de la Catalogne	Avancé	Peu clair	Non	Oui	Oui, en cas de langage inadapté	Site web et associations de journalistes
Suisse Conseil de la presse	Intermédiaire	Quota pour le conseil (8 membres de chaque sexe minimum sur 21 membres)	Oui. Quota de 8 membres de chaque sexe	Non, mais le code interdit la discrimination fondée sur le sexe	Oui. Une sur l'inégalité de rémunération et une sur la véracité des nombres dans un reportage. Admet qu'il n'a pas eu à s'exprimer sur l'égalité entre les femmes et les hommes	Site web et à la demande
Suède Conseil de la presse			Exigence juridique d'inclure une «perspective d'égalité entre les femmes et les hommes»			
Ukraine				Discrimination fondée sur le genre		

Partie IV – Régulateurs des médias

Les régulateurs des médias veillent à l'application de la réglementation des médias dans le secteur audiovisuel. Certains d'entre eux exercent également des compétences spécifiques relatives aux communications commerciales.

La législation régissant les autorités de régulation des médias sur le plan de l'égalité entre les femmes et les hommes «est généralement limitée ou de portée très générale»⁵¹, mais les régulateurs peuvent recourir aux principes de la diversité, du pluralisme et de la non-discrimination pour étayer leur action.

Dix-sept organismes interrogés ont répondu à cette partie du questionnaire, notamment le ministère arménien de la Justice, le CSA (Belgique), la CRTA (Chypre), le RRTV (République tchèque), la SLKS (Danemark), la TTJA (Estonie), le CSA (France), Medienanstalten (Allemagne), la NMHH (Hongrie), la CVDM (Pays-Bas), l'AVMU (Macédoine du Nord), le KRRIT (Pologne), l'ERC (Portugal), l'AKOS (Slovénie), le MPRT (Suède) et le NRADA (Ukraine)⁵².

La majorité de ces organismes ont admis qu'ils avaient peu progressé en matière d'égalité entre les femmes et les hommes; sept d'entre eux reconnaissent qu'ils n'ont pas commencé à mettre en œuvre les réglementations y afférentes, cinq se placent à un degré d'avancement intermédiaire et un seul explique qu'il vient d'entamer le processus. Seuls cinq États membres ont indiqué qu'ils avaient atteint un degré avancé, en l'occurrence l'Arménie, la Belgique, la France, la Macédoine du Nord et la Suède. Toutefois, l'Arménie n'a fourni aucune preuve d'avoir atteint ce degré avancé.

Le fait que certains régulateurs des médias s'acquittent de leurs obligations juridiques de promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes dans leurs signalements et auprès des radiodiffuseurs de service public explique en partie ces différences entre les différentes instances.

1. Supervision et mise en œuvre des réglementations relatives à l'égalité entre les femmes et les hommes

La plupart des instances interrogées (11) ont indiqué qu'elles supervisaient ou mettaient en œuvre la réglementation relative à l'égalité entre les femmes et les hommes, notamment la lutte contre les stéréotypes de genre. L'organisme de régulation suisse contrôle particulièrement la violence fondée sur le genre dans les contenus médiatiques.

Les dispositions réglementaires sur l'égalité entre les femmes et les hommes peuvent être incluses dans les termes généraux des constitutions, les lois sur l'égalité entre les femmes et les hommes, les lois sur les médias ou la législation sur le travail (Pays-Bas).

⁵¹ « Toolkit » sur la mise en application de la Recommandation du Comité des Ministres du Conseil de l'Europe CM/Rec (2013) 1 sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias, p. 17

⁵² Voir la liste détaillée figurant dans l'annexe.

Un exemple intéressant se trouve dans la loi française sur l'égalité entre les femmes et les hommes, promulguée le 4 août 2014⁵³, qui accroît considérablement les compétences du CSA, organisme de régulation en matière de droits des femmes, et dans une autre loi de janvier 2017⁵⁴ qui habilite spécifiquement le CSA à combattre les publicités sexistes.

En Suède, la loi sur les médias demande à tous les radiodiffuseurs de tenir compte de l'impact de la télévision au moment de choisir le thème et la nature des émissions ainsi que leur horaire, en particulier pour celles portant sur la violence, le sexe et la drogue. Il est interdit de diffuser des émissions susceptibles d'offenser une personne en raison de son sexe, de sa couleur ou de son orientation sexuelle. Cette disposition s'applique également à la publicité.

Outre les dispositions juridiques, plusieurs régulateurs des médias ont adopté des mesures spécifiques pour faire avancer l'égalité entre les femmes et les hommes.

Un rapport comparatif publié en 2018 par la Plateforme européenne des instances de régulation (EPRA)⁵⁵ offre un aperçu intéressant du rôle et des approches adoptés par les régulateurs nationaux pour favoriser une meilleure représentation des femmes. Ce rapport explique précisément comment certains régulateurs ont agi de manière proactive pour renforcer l'égalité entre les femmes et les hommes alors qu'un grand nombre d'entre eux n'étaient pas soumis à des obligations contraignantes à cet égard.

L'AVMU, instance de régulation macédonienne, a même ajouté un bandeau sur son site web portant sur «le genre et les médias»⁵⁶ pour traiter plus spécifiquement cette question. De plus, le rapport de l'EPRA indique que les régulateurs n'ont aucune obligation juridique de recueillir ou de préparer des données sur la représentation et l'image des deux sexes, mais qu'ils emploient les résultats de leurs enquêtes annuelles sur ce thème pour dialoguer et sensibiliser les médias.

Certaines autorités ont également adopté des stratégies internes spécifiques sur l'égalité entre les femmes et les hommes. Il en est ainsi du régulateur portugais, l'ERC, qui a adopté en 2014 un *Plan d'action pour la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes et la lutte contre les stéréotypes de genre*. Chargée de surveiller les contenus télévisuels, cette instance prépare des analyses spécifiques et crée des groupes de travail centrés sur des études comparatives, des directives et des recommandations.

Enfin, certains régulateurs des médias disposent d'une compétence spécifique pour contrôler la publicité et s'assurer qu'elle ne fait aucune discrimination fondée sur le sexe. Il en est ainsi en République tchèque, au Danemark et en France.

⁵³ Loi n° 2014-873 du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes

⁵⁴ Loi n° 86-1067 du 27 janvier 2017

⁵⁵ Vers une plus grande diversité dans l'audiovisuel – point focal sur le genre; avantages et meilleures pratiques, EPRA, 2018

⁵⁶ <https://avmu.mk/en/home-en/>

2. Peu de régulateurs des médias et de radiodiffuseurs publics publient un rapport annuel sur l'égalité entre les femmes et les hommes

Les Recommandations 2013 CM/Rec(2013) recommandaient expressément aux États membres de «prescrire aux régulateurs des médias (...) d'inclure dans leurs rapports annuels une évaluation de la mise en œuvre des politiques en matière d'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias», mais peu d'entre eux ont satisfait à cette demande en pratique.

Seules les instances de régulation belge, française et suédoise indiquent qu'elles effectuent des rapports sur l'égalité entre les femmes et les hommes sur une base annuelle, conformément à la législation en vigueur.

En Hongrie, où cette obligation légale n'existe pas, le régulateur indique que son rapport annuel comprend une section sur la diversité de genre dans les services de médias.

Les mêmes conclusions s'appliquent aux radiodiffuseurs. Seuls les radiodiffuseurs de service public belges, néerlandais, français et suédois sont tenus d'établir un rapport annuel sur leurs résultats en matière d'égalité entre les femmes et les hommes.

Le radiodiffuseur néerlandais NPO a signé un accord de performance⁵⁷ avec le Gouvernement qui exige une présence équilibrée des femmes à l'écran et hors écran. Cet accord comprend l'obligation d'élaborer un rapport annuel. En vertu de cet accord, NPO mesure chaque année comment les auditeurs et les téléspectateurs néerlandais perçoivent la représentation des femmes dans ses productions. Un questionnaire/sondage établi à cet effet propose les options «insuffisante», «relativement insuffisante», «relativement suffisante», «suffisante» et «je ne sais pas, je ne souhaite pas répondre».

3. La moitié des instances interrogées ont reçu des plaintes sur l'égalité entre les femmes et les hommes

Les régulateurs des médias belges, chypriotes, tchèques, français, hongrois, polonais, portugais, suédois, et ukrainiens expliquent qu'ils ont reçu des plaintes du public sur l'égalité entre les femmes et les hommes au cours des cinq dernières années. Le CSA français a même constaté une nette augmentation du nombre de plaintes, à savoir 19 % déposées pour ce motif en 2018.

Les plaignantes et plaignants ont principalement souligné des comportements ou des observations sexistes, et décrit des violences exercées à l'égard des femmes, l'image de la femme perçue comme un objet sexuel, l'identification de victimes de violences sexuelles et la discrimination fondée sur l'orientation sexuelle.

En République tchèque et en Ukraine, des régulateurs ont également répondu à des plaintes relatives à des publicités sexistes.

⁵⁷ <https://over.npo.nl/organisatie/onze-waarde-voor-nederland/prestatieovereenkomst>

4. La plupart des régulateurs font connaître leurs procédures et leurs décisions

Si l'on excepte l'Arménie, l'Allemagne, l'Italie et les Pays-Bas, tous les régulateurs des médias ont mis leur formulaire et leur procédure de plainte à disposition sur leur site web, publié des communiqués de presse pour faire état de leurs décisions et inclus dans leurs rapports la liste détaillée des plaintes.

5. Mesures internes limitées sur l'équilibre entre les femmes et les hommes

En interne, très peu d'efforts ont été déployés pour évaluer l'équilibre entre les femmes et les hommes, à l'exception du régulateur suédois qui produit une analyse annuelle sur ce sujet. La législation exige parfois que l'autorité reflète la diversité des citoyens (Macédoine du Nord), mais aucun régulateur n'a adopté de quota. Certains évoquent toutefois des mesures prévoyant des annonces d'emploi favorisant l'égalité entre les femmes et les hommes (Allemagne), un barème de rémunérations destiné à éviter les écarts fondés sur le genre (CSA belge) ou la flexibilité pour les aidantes ou aidants familiaux (République tchèque). Plusieurs régulateurs ont mis en lumière un équilibre solide entre les femmes et les hommes au sein de leur conseil d'administration.

Bonne pratique: Suède

L'autorité suédoise MPRT produit une analyse annuelle (documents d'orientation, primes, salaire et heures de travail) pour examiner toute différence de traitement entre les femmes et les hommes. Le groupe chargé de conduire l'analyse se compose de femmes et d'hommes.

6. Aucune formation interne sur l'égalité entre les femmes et les hommes au cours des cinq dernières années

Quasiment aucun organisme de régulation n'a formé son personnel à l'égalité entre les femmes et les hommes, sauf l'AVMI en Macédoine, qui a organisé une formation destinée à sensibiliser tous ses employés à cette question en 2018 et le NRADA en Ukraine qui a organisé un séminaire d'expertes et d'experts dans le cadre de projets du Conseil de l'Europe. Toutefois, plusieurs personnes interrogées ont évoqué une volonté de changement illustrée par la création de groupes de travail ou l'élaboration de lignes directrices sur l'égalité entre les femmes et les hommes.

Questions	Arménie Ministère de la Justice	Chypre CRTA	République tchèque RTTV	Danemark SLKS	Estonie, TTJA	Allemagne Medienanstalten	Italie AGCom	Macédoine AVMU	Pays-Bas CVDM	Pologne KRRIT	Slovénie AKOS	Suède MPRT
Degré d'avancement dans la conception d'une stratégie/politique d'égalité entre les femmes et les hommes	Avancé	Intermédiaire	Intermédiaire	Pas encore commencé	À peine commencé	Pas encore commencé	Intermédiaire	Avancé	Pas encore commencé	Intermédiaire	Pas encore commencé	Avancé
Supervision de la mise en œuvre de la réglementation relative à l'égalité entre les femmes et les hommes	Stratégie de communication sur la prévention de la violence domestique et la protection des victimes dans le	Oui	Oui. Veille à ce que les émissions n'incitent pas à la haine fondée sur le sexe ⁵⁸ . Idem pour les services de médias audiovisuels à la	Non, mais le conseil public des rapports annuels sur les radiodiffuseurs de service public. Il veille	Oui. La loi sur les médias interdit l'incitation à la haine fondée sur le sexe.	non	non	Oui. Respecte la loi ⁶⁰ avec un rapport annuel sur l'image des femmes et des hommes dans les émissions	Oui. Constitution sur l'égalité de traitement, loi sur le travail relative aux discriminations fondées sur le	non	Oui. Conformément à la loi slovène sur les services des médias audiovisuels qui interdit toute incitation	Oui. Obligation juridique pour tous les radiodiffuseurs de prendre en compte l'impact de la

⁵⁸ Loi n° 231/2001 Coll.

⁶⁰ Loi sur l'égalité des chances, article 17

	cadre familial		<p>demande⁵⁹. La loi sur la réglementation de la publicité exige que les publicités ne soient pas contraires aux bonnes manières ou discriminatoires sur le plan du genre.</p>	<p>également à éviter les publicités télévisées présentées des discriminations de genre. Les programmes ne doivent pas encourager la haine fondée sur le genre.</p>				<p>s télévisées, publiées sur son site web et soumet au Parlement des données ventilées par sexe sur la structure des radiodiffuseurs et place un bandeau sur «le genre et les médias» sur son site web</p>	<p>genre, loi sur les médias relative à l'image équilibrée de la société dans les contenus des radiodiffuseurs de service public</p>		<p>n à la discrimination, à la haine et à l'intolérance fondées sur le genre</p>	<p>télévision lorsqu'ils choisissent le thème et la nature des émissions ainsi que leur horaire, en particulier pour celles portant sur la violence, le sexe et la drogue. Il est interdit de diffuser des émissions susceptibles</p>
--	----------------	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

⁵⁹ Loi n° 132/2010 Coll.

												d'offense r une personne en raison de son sexe, de sa couleur ou de son orientati on sexuelle. Cette dispositi on s'appliqu e également à la publicité.
Égalité entre les femmes et les hommes évoquée dans le rapport annuel	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Oui, section spécifiq ue consacré e à la problém atique femmes- hommes
Radiodiffu seurs de	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Oui.	Non	Non	Oui. obligatio

<p>service public tenus de traiter l'égalité entre les femmes et les hommes dans le rapport annuel</p>									<p>Accord de performance entre les radiodiffuseurs de service public et le Gouvernement néerlandais qui exige une présence équilibrée des femmes à l'écran et hors écran</p>			<p>n d'établir un rapport sur l'égalité entre les femmes et les hommes et la diversité dans les activités de radiodiffusion. L'autorité assure le suivi.</p>
<p>Réponse aux plaintes du public liées au non-respect de l'égalité</p>	Non	Oui	<p>Oui, en général sur la publicité du fait de contenus sexuellement explicites,</p>	Non	Non	Non	Non	<p>Non, mais nous avons saisi l'affaire d'office</p>	Non	Oui	Non	Oui

entre les femmes et les hommes au cours des cinq dernières années			exceptionnellement sur des fictions. Dans ce cas, le conseil n'a pas évalué le contenu haineux ou discriminatoire de ces programmes en raison du sexe									
Information du public sur la procédure de plainte	S/O	Communiqués de presse envoyés à des journaux nationaux et publication des décisions sur le site web	Sur le site web, décisions publiées dans la presse et plaintes notifiées par lettre.	Site web	Principalement par des communiqués de presse, le cas échéant	S/O	Consultation publique, publication des décisions sur le site web	Site web	S/O	Sur Internet, nombre et motif des plaintes dans le rapport annuel	Site web, rapports sur son travail et rapports annuels	Site web, décision publiée dans la presse
Mesures internes pour assurer	70 % de femmes au sein	Non	Efforts déployés pour assurer la	Le conseil compte 4 hommes	-	Annonces d'emploi conçues pour	En préparation	La loi exige que les membres	Plus de 50 % de femmes, y compris	Non	-	Oui. Analyse annuelle de genre

une représentation équilibrée des femmes et des hommes	du ministère		parité femmes/hommes à tous les niveaux, flexibilité pour les aidantes et aidants familiaux dans le besoin	s et 4 femmes		donner la préférence aux candidates féminines en cas de conditions égales		de l'autorité reflètent la diversité de la Macédoine ⁶¹ par une représentation équitable des deux sexes. Toutefois, aucun suivi de cette disposition et seulement 3 femmes membres	au sein de la direction et tentative de préserver cet équilibre			
Formation du personnel sur l'égalité entre les	Non	Non	Oui, formations de tous types pour l'ensemble	Non	Non	Non	Non	Oui. En 2018, formation destinée à	Non	Non	Non	Non

⁶¹ Loi sur les services audio et audiovisuels, article 12, paragraphe 2

femmes et les hommes au cours des cinq dernières années			du personnel					sensibiliser les employés aux spécificités				
---------------------------------------------------------	--	--	--------------	--	--	--	--	--------------------------------------------	--	--	--	--

Questions	Belgique CSA	France CSA	Hongrie NMHH	Portugal ERC	Ukraine NRADA
Degré d'avancement dans la conception d'une stratégie/politique d'égalité entre les femmes et les hommes	Avancé	Avancé	Pas encore commencé	Intermédiaire	Pas encore commencé
Supervision de la mise en œuvre de la réglementation relative à l'égalité entre les femmes et les hommes	Oui, le CSA supervise la mise en œuvre d'un décret ⁶² de 2009 interdisant les émissions qui portent atteinte à l'égalité entre les femmes et les hommes, incitent à la discrimination, la haine ou la violence souvent fondées sur le sexe, et les publicités qui promeuvent la discrimination ou ne respectent pas l'égalité entre les femmes et les hommes ⁶³ . Depuis	Oui. La loi du 4 août 2014 dote le CSA d'un pouvoir de sanction en cas de non-respect des droits des femmes; obligation pour les radiodiffuseurs de s'autoévaluer chaque année et de communiquer les résultats, obligations renforcées pour les radiodiffuseurs de service	Non	Oui. L'ERC a adopté un plan d'action pour promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes et lutter contre les stéréotypes de genre en 2014	Non

⁶² Décret du 26 mars 2009, article 9

⁶³ Décret du 26 mars 2009, article 11

	2016, le CSA analyse l'image des femmes et des hommes.	public, en 2017 ⁶⁴ , une loi étend les compétences du CSA concernant l'image des femmes dans la publicité			
Égalité entre les femmes et les hommes évoquée dans le rapport annuel	Oui, depuis 2016. Des rapports annuels récapitulent les plaintes et les décisions, et analysent l'image des femmes et des hommes	Oui. Donne un aperçu de la mise en œuvre des dispositions sur l'égalité et des sanctions appliquées et indiquent la proportion de femmes et d'hommes dans le CSA (non obligatoire)	Aucune obligation mais une section sur la diversité de genre dans les services de médias	Non	Non
Radiodiffuseurs de service public tenus de traiter l'égalité entre les femmes et les hommes dans le rapport annuel	Oui. Dans son nouveau contrat (2019-2022), RTBF a adopté un plan pour la diversité portant sur le lieu de travail, la promotion, la direction, avec un responsable de l'égalité entre les femmes et les hommes et de la diversité. RTBF doit établir un rapport annuel sur la mise en œuvre de ce plan	Oui	Non	Non	Non
Réponse aux plaintes du public liées au non-respect de l'égalité entre les femmes et les hommes au cours des cinq dernières années	Oui. Décret 2016 sur l'interdiction de porter atteinte à l'égalité entre les femmes et les hommes. En 2017, 40 plaintes (10 % des plaintes), en 2018, 19 % des plaintes portent sur l'égalité entre les femmes et les hommes. Deux sanctions ont été adoptées. Une sur une publicité LIDL affichant	Oui. Le CSA est intervenu 28 fois depuis 2014 sur la base de l'égalité entre les femmes et les hommes. Deux sanctions. Deux sanctions ont été confirmées par le Conseil d'État en 2018	Non, mais plaintes reçues à propos de femmes décrites comme des objets sexuels	Oui. Motif: identification de victimes de violences sexuelles, discrimination fondée sur l'orientation sexuelle, incitation	Oui sur des cas de sexisme dans la publicité télévisée

⁶⁴ Loi n° 2017-86 du 27 janvier 2017

	des stéréotypes et une sur l'émission <i>Chasseur d'appart</i>		dans des émissions de télé-réalité	à la violence domestique, transformation de la femme en objet ...	
Information du public sur la procédure de plainte	Formulaire en ligne, plaignante ou plaignant informé-e de l'analyse, communications du CSA	Page d'accueil du site web, décisions sur le site web, communiqués de presse pour les sanctions importantes, Journal officiel pour les «mises en demeure» par le CSA, rapport annuel sur l'image des femmes à la télévision et à la radio, avec un tableau sur toutes les interventions du CSA	Site web	Formulaire en ligne, décisions publiées sur le site web	Nouveaux éléments sur le site web
Mesures internes pour assurer une représentation équilibrée des femmes et des hommes	La législation requiert une participation équilibrée des femmes et des hommes ⁶⁵ et s'adresse au CSA et aux radiodiffuseurs de service public. Mais aucune sanction. Le CSA avait adopté un plan en faveur de la diversité en 2011 et, depuis 2017, l'égalité entre les femmes et les hommes constitue l'un des points phares de son mandat. Rédige actuellement un guide des meilleures pratiques internes sur l'égalité.	Les membres sont nommés par le Parlement; des mesures sont prises pour veiller à l'égalité des chances. Des barèmes de rémunération facilitent la lutte contre les écarts fondés sur le genre.	S/O	Aucune, mais on constate déjà une bonne proportionnalité des femmes et des hommes, en particulier dans les postes à responsabilité	S/O

⁶⁵ Décret du 15 décembre 2010

Formation du personnel sur l'égalité entre les femmes et les hommes au cours des cinq dernières années	Non. Mais travail de groupe sur les meilleures pratiques. Formation des responsables du CSA à la budgétisation sensible au genre.	Non, mais campagnes de sensibilisation, communication sur l'égalité au travail.	Non	Oui, pour les hommes et les femmes	Oui. Séminaires d'expertes et experts dans le cadre de projets du Conseil de l'Europe
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------	-----	------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------

Conclusion

L'analyse du questionnaire fait apparaître une sensibilisation accrue et des initiatives solides prises par les États membres en vue d'améliorer l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias. Il en est de même des instances de régulation qui ont franchi un pas important, en grande partie de leur propre initiative, pour mieux contrôler et mettre en œuvre l'égalité entre les femmes et les hommes dans les contenus des radiodiffuseurs.

Toutefois, la nécessité de respecter la liberté et particulièrement la liberté d'expression reste une limite nécessaire qui restreint la portée de nombreuses politiques et initiatives.

Les organisations des médias et les organes d'autorégulation ont un rôle essentiel à jouer dans le respect de l'égalité entre les femmes et les hommes, à la fois en interne et dans le contenu qu'ils produisent et les décisions qu'ils prennent, mais la recommandation n'a eu qu'un impact limité. Cela s'explique peut-être par le fait que peu d'actions ont été déployées pour promouvoir la recommandation ou que peu d'instances interrogées ont rempli le questionnaire.

Toutefois, des recherches documentaires supplémentaires montrent que l'industrie a pris des initiatives de grande ampleur pour améliorer la situation. En France, *Prenons la Une*, un groupe de femmes journalistes, continue de dénoncer les inégalités entre les femmes et les hommes et a tenu sa première assemblée en 2018. En Espagne, la section du syndicat espagnol CCOO relative aux journalistes a publié des directives spécifiques préconisant l'établissement de rapports sur les LGTBQ. En Belgique, l'Association des journalistes professionnels (AJP) a fait paraître des recommandations sur le reportage de la violence à l'égard des femmes en 2018 et publié, avec le concours des universités de Bruxelles et de Mons, une première étude soulignant les raisons pour lesquelles les femmes journalistes quittent la profession. En 2018, l'initiative locale 50/50 de la BBC a posé pour objectif ambitieux d'atteindre la parité femmes-hommes 50/50⁶⁶ à l'écran. La majorité des émissions ont réalisé cet objectif en avril 2019⁶⁷.

Avant que le processus Beijing +25 ne se tienne en mars 2020 et que l'Étude mondiale sur l'image des femmes dans les médias ne soit réalisée en 2020, l'heure est venue de bouleverser davantage le secteur des médias, pour qu'il donne une image équitable des femmes ainsi que des chances égales par rapport aux hommes, en tenant compte de la notion d'intersectionnalité et de tous les aspects des identités sociales et politiques (genre, race, classe sociale, sexualité, handicap) susceptibles de peuvent renforcer la discrimination.

Pour accomplir ces changements, il est indispensable de disposer d'un tableau précis de l'état des lieux. La collecte de données représentant un véritable défi, les organisations des médias et leurs responsables doivent impérativement participer au processus. Plus le processus sera inclusif, plus les organisations et les professionnels de médias auront accès aux résultats et seront disposés à changer les mentalités.

⁶⁶ <https://www.bbc.com/aboutthebbc/reports/policies/5050>

⁶⁷ <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2019/5050-project-results>

Lectures conseillées

Conseil de l'Europe, «Toolkit» sur la mise en application de la Recommandation du Comité des Ministres du Conseil de l'Europe CM/Rec(2013)1 sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias

EPRA, «Accroître la diversité dans le secteur audiovisuel – Point focal sur la question du genre; avantages et meilleures pratiques»

Programme d'apprentissage mutuel d'égalité des sexes – Les femmes et les médias - France, 12-13 novembre 2018⁶⁸

Eurobaromètre spécial 465, L'égalité entre les femmes et les hommes 2017, L'égalité entre les femmes et les hommes, les stéréotypes et les femmes en politique

⁶⁸ https://ec.europa.eu/info/publications/mlp-gender-equality-seminar-women-and-media-france-12-13-november-2018_en

Annexe

Régulateurs ayant répondu au questionnaire

État membre	Régulateur
Arménie	Ministère de la Justice
Belgique	Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA)
République tchèque	Conseil de l'audiovisuel (RRTV)
Chypre	Autorité de la radio et de la télévision (CRTA)
Danemark	Agence danoise de la culture, Division des médias (SLKS)
Estonie	Autorité estonienne de surveillance technique (TTJA)
France	Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA)
Allemagne	Medienanstalten
Hongrie	Autorité nationale des médias et de l'infocommunication
Italie	Autrità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM)
Pays-Bas	Commissariaat voor de Media
Macédoine du Nord	Agence des services de médias audio et audiovisuels (AVMU)
Pologne	Krajowa Rady Radiofonii i Telewizji – KRRiT
Portugal	Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC)
Slovénie	Agence des réseaux et services de communication (AKOS)
Suède	Autorité de la presse et de la radiodiffusion
Suisse	Office fédéral de la communication (OFCOM)