



Diversité et inclusion dans les industries audiovisuelles

Résumé de l'atelier

Une publication
de l'Observatoire européen de l'audiovisuel



Diversité et inclusion dans les industries audiovisuelles, Résumé de l'atelier de l'Observatoire, Strasbourg, 10 décembre 2020

Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2020

Directrice de publication – Susanne Nikoltchev, Directrice exécutive

Supervision éditoriale – Maja Cappello, Responsable du Département Informations juridiques

Équipe éditoriale – Francisco Javier Cabrera Blázquez, Julio Talavera, Sophie Valais

Observatoire européen de l'audiovisuel

Rapporteur de l'atelier – Léa Chochon

Relecture – Aurélie Courtinat, Gianna Iacino, Jackie McLelland

Traduction – Frances Courrèges, Erwin Rohwer

Assistante éditoriale – Sabine Bouajaja

Presse et relations publiques – Alison Hindhaugh, alison.hindhaugh@coe.int

Observatoire européen de l'audiovisuel

Éditeur

Observatoire européen de l'audiovisuel

76, allée de la Robertsau, 67000 Strasbourg, France

Tél. : +33 (0)3 90 21 60 00

Fax : +33 (0)3 90 21 60 19

iris.obs@coe.int

www.obs.coe.int

Maquette de couverture – ALTRAN, France

Veuillez citer cette publication comme suit

Diversité et inclusion dans les industries audiovisuelles, Résumé de l'atelier de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 10 décembre 2020, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2020

© Observatoire européen de l'audiovisuel (Conseil de l'Europe), Strasbourg, 2020

Les opinions exprimées dans cette publication sont personnelles et ne peuvent en aucun cas être considérées comme représentatives du point de vue de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, de ses membres ou du Conseil de l'Europe.

Diversité et inclusion dans les industries audiovisuelles

Résumé de l'atelier

Strasbourg, 10 décembre 2020

Événement en ligne

Table des matières

Introduction	1
Session 1 – Diversité et inclusion hors écran	3
1.1. Données sur la diversité au Royaume-Uni : méthodes et résultats	4
1.2. L'écart de rémunération entre les hommes et les femmes : de bonnes pratiques contre l'inégalité.....	5
1.3. Faits saillants du « Manuel de bonnes pratiques »	6
1.4. Discussion.....	7
1.4.1. Collecte de données sur la diversité : méthodologie et obstacles.....	7
1.4.2. Partager les initiatives et les meilleures pratiques hors écran.....	8
1.4.3. La diversité et l'inclusion hors écran: principaux défis et recommandations	9
1.4.4. Un appel pour des approches intersectionnelles derrière la caméra.....	10
Session 2 – Diversité et inclusion à l'écran	12
2.1. De l'égalité entre femmes et hommes à une plus grande diversité à l'écran : l'approche des fonds d'aide cinématographique.....	13
2.2. Promouvoir la diversité et l'inclusion à l'écran : une stratégie globale et à long terme	14
2.3. Évaluer la perception de la diversité à la télévision : le baromètre du CSA.....	15
2.4. Discussion.....	16
2.4.1. Engagements et initiatives pour accroître la diversité et l'inclusion à l'écran.....	16
2.4.2. Les avantages d'une plus grande diversité et inclusion à l'écran	18
2.4.3. La diversité et l'inclusion à l'écran : principaux défis et recommandations.....	18
Clôture de l'atelier	20
Le lien entre à l'écran et hors écran.....	20
La complexité qui peut survenir lors de la collecte de données sur la diversité	20
La nécessité d'approches intersectionnelles.....	21

Liste des participants

	Nom	Prénom	Organisation	Poste
1	Brunet	Sarah	Commission européenne	<i>Policy Officer</i> - Programme Creative Europe / MEDIA
2	Comey	Stephanie	BAI - <i>Broadcasting Authority of Ireland</i>	<i>Senior Manager</i> - Policy, Sectoral Development and HR
3	Durand-Vialle	Pauline	FERA - Fédération européenne des réalisateurs de l'audiovisuel	Directrice générale
4	Gorseth	Hallvard	Conseil de l'Europe	Directeur du département anti-discrimination
5	Houlgatte	Laura	UNIC - Union internationale des cinémas	Directrice générale
6	Laville	Camille	CSA - Conseil supérieur de l'audiovisuel (Belgique)	Conseillère, service Études et recherches
7	Muñoz Guerra	Maria Teresa	RTVE	Responsable de l'égalité
8	Orero	Pilar	Forum européen des personnes handicapées	Membre du groupe d'experts sur les TIC
9	Raizyte	Justina	AEEP - Alliance européenne pour l'éthique en publicité	Responsable du développement et de la stratégie
10	Rasanen	Annika	Netflix	<i>Executive Assistant, Public affairs</i>
11	Serner	Anna	<i>Swedish Film Institute</i>	Directrice générale
12	Tepper	Daphne	UNI Europa	Directrice
13	Tromel	Stefan	OIT - Organisation internationale du travail	<i>Senior Disability Specialist</i>
14	Turton	Amy	Diamond - <i>Creative Diversity Network</i> (CDN)	Cheffe de projet
15	Vaccarone	Claudia	UER - Union européenne de radio-télévision	<i>Head of Diversity Programmes for Members</i>
16	Van Hille	Géraldine	CSA - Conseil supérieur de l'audiovisuel (France)	Cheffe du département Cohésion sociale
17	Wayland	Miranda	BBC	<i>Head of Creative Diversity</i>

Observatoire européen de l'audiovisuel

	Nom	Prénom	Poste
1	Cabrera Blázquez	Francisco Javier	Analyste - département Informations juridiques
2	Cappello	Maja	Responsable du département Informations juridiques
3	Talavera Milla	Julio	Analyste - département Informations juridiques
4	Valais	Sophie	Analyste - département Informations juridiques
5	Chochon	Léa	Analyste junior - département Informations juridiques



Introduction

Étant donné le rôle privilégié que joue le secteur de l'audiovisuel au sein de la société en raison de la capacité des médias et du cinéma à représenter les gens dans leur diversité et à influencer et, en fin de compte, à façonner l'opinion publique, une attention particulière est portée à l'objectif de parvenir à une plus grande diversité et à une meilleure inclusion dans ce secteur. Les pays anglo-saxons ont toujours eu une longueur d'avance dans ce domaine, alors que les organisations internationales comme le Conseil de l'Europe ou l'UNESCO n'ont commencé à s'y intéresser que dans les années 2000¹. Ces dernières années, les politiques de l'UE insistent de plus en plus sur l'objectif d'assurer une plus grande diversité et une meilleure inclusion². En outre, de nombreuses initiatives ont été prises au niveau européen et national par les acteurs du secteur, les autorités de régulation des médias et les fonds d'aide cinématographiques afin de promouvoir la présence des groupes sous-représentés à l'écran et à l'antenne, ainsi que hors écran³.

Malgré ces évolutions, un long chemin reste encore à parcourir pour parvenir à la diversité et à l'inclusion dans le secteur de l'audiovisuel. D'une part, les statistiques sur le genre disponibles pour le secteur de l'audiovisuel européen montrent d'importants déséquilibres tant en termes de représentation aux postes de direction que de perspectives de carrière. D'autre part, les statistiques sur la diversité ne sont pas aussi faciles à produire que les statistiques sur le genre et ne sont disponibles que pour un nombre limité de pays de l'UE. Cependant, lorsqu'elles sont disponibles, elles révèlent de forts déséquilibres, par exemple dans la représentation des personnes handicapées, des orientations sexuelles ou des origines ethniques.

Après avoir spécifiquement abordé la question des déséquilibres entre les sexes lors de l'édition 2018 de ses ateliers annuels, l'Observatoire européen de l'audiovisuel (l'Observatoire) a décidé d'en élargir la portée pour couvrir les questions de diversité et d'inclusion dans le secteur de l'audiovisuel dans une perspective plus vaste. Ces questions

¹ Voir, par exemple, la Déclaration universelle sur la diversité culturelle (2001) ; la Convention des Nations unies relative aux droits des personnes handicapées (CNUDPH) (2006) ; la Charte sociale européenne révisée (STE n° 163) (1996).

² Voir, par exemple, la Directive 2000/43/CE relative à la mise en œuvre du principe de l'égalité de traitement entre les personnes sans distinction de race ou d'origine ethnique et la Directive 2000/78/CE relative à l'égalité de traitement en matière d'emploi et de travail.

³ Voir le rapport comparatif de l'EPRA, « Achieving greater diversity in broadcasting - special focus on gender; Benefits and best practices approaches », Jones, J. (Ofcom), 4 septembre 2018, https://www.epra.org/news_items/achieving-greater-diversity-in-broadcasting-publication-of-the-final-comparative-background ; Voir également le groupe de travail II de l'EPRA sur la diversité (2018), Bratislava, <https://www.epra.org/attachments/bratislava-wg-ii-achieving-greater-diversity-in-broadcasting-the-whole-picture-summary>.



répondent à une demande sociétale croissante pour un contenu et une représentation plus inclusifs dans les médias et font écho à des mouvements sociaux récents tels que « Black Lives Matter ». Elles figurent désormais en bonne place dans l'agenda politique de nombreux pays. Dans ce contexte, l'Observatoire consacra à ces questions un nouveau rapport juridique, qui sera publié d'ici le printemps 2021. Le format des traditionnels ateliers « fermés » de décembre de l'Observatoire a été exceptionnellement revisité en 2020 en raison du contexte sanitaire et a pris la forme d'un webinaire en ligne ouvert au public, et structuré comme suit :

- la première session de l'atelier visait à débattre de la question de la sous-représentation dans la chaîne de valeur de la création audiovisuelle du point de vue du marché du travail, notamment de l'égalité des conditions d'emploi et des opportunités de formation pour les groupes minoritaires et sous-représentés ;
- la seconde session abordait la question de la diversité et de l'inclusion à l'écran, ainsi que des moyens de promouvoir l'inclusion et la non-discrimination à l'écran.



Session 1 – Diversité et inclusion hors écran

La première session de l'atelier était présidée par Maja Cappello, et introduite par Francisco Cabrera, analyste senior du département Informations juridiques de l'Observatoire.

La présentation introductive a commencé par citer plusieurs personnages historiques du secteur artistique qui ont été censurés, ignorés, enfermés et forcés de se convertir et de se conformer en raison des opinions discriminatoires de la société sur le sexe, la race, la religion, l'orientation sexuelle et les handicaps.

Les équipes créatives et techniques de l'industrie audiovisuelle actuelle vivent dans une société et un cadre juridique différents de ceux de ces personnages historiques. Au niveau européen, un important corpus législatif et jurisprudentiel, tel que la Convention européenne des droits de l'homme⁴, la Charte sociale européenne⁵ ou la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne⁶, interdit la discrimination fondée sur de nombreux motifs. En particulier, deux directives européennes combattent la discrimination fondée sur l'orientation sexuelle, la religion, les convictions, l'âge, le handicap, la race ou l'origine ethnique dans les domaines de l'emploi et de l'accès au système de protection sociale et à la sécurité sociale, ainsi qu'aux biens et aux services : la directive sur l'égalité en matière d'emploi⁷ et la directive sur l'égalité raciale⁸. Malgré cela, la législation antidiscrimination de l'UE présente encore des lacunes, car certains des motifs protégés ne le sont que dans le contexte de l'emploi. Une proposition de directive de la Commission européenne de 2008⁹ suggérait d'étendre la protection contre la discrimination par une approche horizontale, mais le projet de proposition est, jusqu'à présent, resté bloqué.

Au niveau national, les législateurs et les régulateurs fournissent des outils et des mécanismes pour promouvoir l'égalité et lutter contre la discrimination, par exemple en imposant des obligations aux radiodiffuseurs. Divers fonds d'aide cinématographiques subordonnent les aides publiques au respect de critères d'égalité et de diversité. L'industrie audiovisuelle européenne s'est également emparée du sujet en introduisant de nouvelles politiques visant à accroître la diversité et à promouvoir l'inclusion dans le secteur. Mais tous ces outils législatifs et autres initiatives ne sont pas suffisants, d'où la nécessité de poursuivre la discussion sur les questions de diversité et d'inclusion hors écran.

⁴ Convention européenne des droits de l'homme, https://www.echr.coe.int/documents/convention_fra.pdf

⁵ Charte sociale européenne, <https://www.coe.int/fr/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/035>

⁶ Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne, https://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_fr.pdf

⁷ Directive sur l'égalité de traitement en matière d'emploi (2000/78/CE), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=celex:32000L0078>

⁸ Directive sur l'égalité raciale (2000/43/CE), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:32000L0043>

⁹ Proposition de directive anti-discrimination de 2008, <https://www.europarl.europa.eu/legislative-train/theme-area-of-justice-and-fundamental-rights/file-anti-discrimination-directive>

1.1. Données sur la diversité au Royaume-Uni : méthodes et résultats

Amy Turton, cheffe du projet Diamond (*Creative Diversity Network*), a abordé la question de la collecte de données sur la diversité dans l'industrie télévisuelle britannique. Cette section résume sa présentation.

Le projet Diamond, mené par le *Creative Diversity Network*¹⁰, a été créé à la suite d'une initiative des principaux radiodiffuseurs britanniques (BBC, ITV, Channel 4, Channel 5 et Sky) qui souhaitent s'attaquer conjointement au problème du manque de données sur la diversité. Ils ont étendu l'utilisation d'une plateforme logicielle déjà partagée pour créer Diamond afin de collecter des données sur six caractéristiques de diversité concernant les acteurs et les équipes de tournage travaillant pour ces cinq grands radiodiffuseurs.

Le processus de collecte de données consiste en un formulaire que doivent compléter les parties prenantes concernées. Les données sont ensuite saisies dans la base de données et examinées par Diamond selon des critères spécifiques, afin de produire une analyse globale de l'industrie. Amy Turton a ensuite partagé quelques-unes des principales conclusions du dernier rapport de suivi sur la diversité dans l'industrie télévisuelle britannique¹¹ :

- les personnes handicapées sont parmi les plus sous-représentées dans l'industrie de la télévision : 7,8 % à l'écran et 5,2 % hors écran, mais 17 % de la population active ;
- la diversité est bien meilleure à l'écran, ce qui masque l'insuffisance de la diversité hors écran;
- aux postes de création clés, tels que ceux de réalisateur ou de scénariste, les femmes et les personnes BAME¹² ne sont pas aussi bien représentées qu'à d'autres postes : par exemple, alors que les femmes représentent 53,7 % de la main-d'œuvre hors écran, elles ne représentent que 26,2 % des réalisateurs.

Le processus de collecte de données sur la diversité comporte de nombreux aspects positifs, par exemple il encourage les organisations à être plus transparentes et responsables, et à fixer des objectifs en matière de diversité. Cependant, le suivi de la diversité pose des défis majeurs, comme l'obtention de ce type de données sur une base volontaire et continue, ou la prise en compte de la diversité au sens large, sans établir de hiérarchie entre les critères de diversité. En outre, il est nécessaire d'améliorer et d'élargir l'examen des initiatives d'amélioration de la diversité en cours, afin d'évaluer ce qui fonctionne et si cela peut être exporté et utilisé par d'autres organisations.

¹⁰ <https://creativediversitynetwork.com/diamond/>

¹¹ Diamond – *The Third Cut Report*, 2020, <https://creativediversitynetwork.com/diamond/diamond-reports/diamond-the-third-cut-report/>

¹² L'abréviation BAME (Black, Asian and minority ethnic - Noir, asiatique et issu d'une minorité ethnique) a évolué pour devenir un terme générique désignant les personnes de toutes origines ethniques sauf les blancs.

1.2. L'écart de rémunération entre les hommes et les femmes : de bonnes pratiques contre l'inégalité

Pauline Durand-Vialle, directrice générale de la Fédération européenne des réalisateurs de l'audiovisuel (FERA)¹³, s'est penchée sur la question de l'écart de rémunération entre les hommes et les femmes en partageant les résultats de sa récente étude sur la rémunération des auteurs de l'audiovisuel en Europe¹⁴. Cette section résume sa présentation.

L'étude commence par souligner que les femmes représentent environ 36 % des auteurs de l'audiovisuel en Europe (ce qui inclut les scénaristes, les réalisateurs, les compositeurs, les directeurs de la photographie et d'autres auteurs de l'audiovisuel). Elle révèle ensuite l'écart de rémunération existant en termes de revenus annuels médians¹⁵ :

- Pour les réalisateurs : 12 500 EUR pour les femmes contre 18 000 EUR pour les hommes
- Pour les scénaristes : 23 500 EUR pour les femmes contre 25 000 EUR pour les hommes
- Pour les autres auteurs de l'audiovisuel : 18 000 EUR pour les femmes contre 24 000 EUR pour les hommes

L'étude fournit également une illustration de l'effet du plafond de verre : bien que les données montrent que les femmes auteurs commencent leur carrière presque sur un pied d'égalité avec leurs homologues masculins, un écart net commence à apparaître lorsqu'elles atteignent l'âge de 50 ans, âge auquel le revenu médian d'une femme est de 20 750 EUR contre 29 009 EUR pour celui d'un homme.

Pour ce qui est des bonnes pratiques, bien qu'il existe plusieurs mesures et politiques d'égalité entre les femmes et les hommes en matière d'accès au financement, elles n'ont aucun impact sur la réduction de l'écart de rémunération entre les hommes et les femmes. Cela peut s'expliquer par le fait que les questions liées aux conditions de travail et aux revenus sont difficiles à traiter dans l'industrie audiovisuelle, pour les raisons suivantes :

- la proportion d'auteurs de l'audiovisuel travaillant en indépendant ;
- la question de l'amélioration de la représentation professionnelle et de la capacité de négociation collective est essentielle pour combler l'écart entre les hommes et les femmes, mais aussi pour aborder un plus large éventail de questions sociales ;
- l'effet de levier approprié dépend largement du cadre national du droit du travail.

¹³ <https://screendirectors.eu/>.

¹⁴ *Behind the screens: European survey on the remuneration of audiovisual authors*, FERA, 2019.
<https://screendirectors.eu/new-report-first-ever-eu-wide-study-finds-audiovisual-authors-struggling-to-make-ends-meet-and-to-maintain-sustainable-careers/>.

¹⁵ Le revenu médian est calculé sur le revenu total des personnes physiques après impôt en 2016 en Europe.

1.3. Faits saillants du « Manuel de bonnes pratiques »

Daphne Tepper, directrice à UNI-Europa¹⁶, a présenté le Manuel de bonnes pratiques¹⁷, qui a été préparé par les partenaires sociaux du Comité de dialogue social européen du secteur audiovisuel¹⁸. Cette section résume sa présentation.

Ce projet fait suite à l'adoption en 2011 par les organisations du Cadre d'actions européen sur l'égalité hommes-femmes dans le secteur audiovisuel¹⁹, qui présente des considérations et des recommandations pour des actions dans cinq domaines clés : la représentation des genres, l'égalité de rémunération, l'égalité dans la prise de décision, les rôles des hommes et des femmes sur le lieu de travail et la conciliation de la vie privée et de la vie professionnelle.

L'objectif du projet était d'évaluer les progrès réalisés depuis l'adoption du cadre d'actions en 2011, et d'essayer d'identifier et de promouvoir les bonnes pratiques. L'accent a été mis sur l'égalité entre femmes et hommes, mais la question plus large de la diversité a également été explorée. L'étude visait à en savoir plus sur les enjeux de la présence des femmes sur nos écrans mais aussi derrière les écrans européens, à savoir si le secteur est juste envers les femmes en termes de rémunération et d'opportunités, à savoir ce qui a été mis en place pour lutter contre cette discrimination, et ce qui fonctionne et ce qui manque encore. Le manuel présente les résultats de cette étude, en mettant en évidence certaines des données disponibles sur la présence des femmes dans le secteur de l'audiovisuel européen, ainsi qu'une série de bonnes pratiques et de leçons apprises, telles que :

- l'importance des données, des objectifs, du suivi et des rapports : les stratégies d'égalité entre femmes et hommes sans objectifs, ou les objectifs d'égalité entre femmes et hommes sans suivi se sont révélés inefficaces ;
- l'importance des aides publiques et le rôle des radiodiffuseurs publics et des instances de régulation de l'audiovisuel, qui peuvent encourager le secteur à transformer les modèles traditionnels qui conduisent à des déséquilibres ;
- la nécessité de continuer à sensibiliser et à organiser des formations, en engageant les personnes et les organisations à changer, et en rendant visible et compréhensible la discrimination structurelle qui persiste entre les hommes et les femmes ;
- changer la façon dont le secteur de l'audiovisuel fonctionne au quotidien, par exemple avec des politiques et des pratiques sur le lieu de travail sous la forme de

¹⁶ <https://www.uni-europa.org/>.

¹⁷ <https://www.equalitydiversityinavsector.eu/>.

¹⁸ Qui incluent : l'Association des télévisions commerciales en Europe (ACT), l'Association européenne des radios (AER), l'Union européenne de radio-télévision (UER), l'Association européenne de production audiovisuelle (CEPI), la Fédération européenne des journalistes (EFJ), la Fédération internationale des acteurs (FIA), la Fédération internationale des associations de producteurs de films (FIAPF), la Fédération internationale des musiciens (FIM) et UNI Europa – média, spectacles & arts (EURO-MEI).

¹⁹ <https://www.uniglobalunion.org/news/framework-actions-gender-equality-audiovisual-sector>.



bases de données de profils diversifiés, des structures de garde d'enfants, des solutions de travail flexibles, etc. ;

- faire de la création d'espaces sûrs une priorité et mettre en place des procédures devrait être un élément central de toute stratégie d'égalité entre femmes et hommes ;
- établir des synergies pertinentes entre les actions en faveur de l'égalité entre femmes et hommes et de la diversité.

1.4. Discussion

La discussion qui a suivi a abordé les questions de la collecte de données concernant la diversité et l'inclusion, en fournissant des exemples d'initiatives et de bonnes pratiques qui encouragent une plus grande diversité derrière la caméra, des défis et des obstacles rencontrés par les femmes et les groupes sous-représentés, et de la nécessité d'adopter des approches plus intersectionnelles de la diversité et de l'inclusion hors écran.

1.4.1. Collecte de données sur la diversité : méthodologie et obstacles

Les participants ont d'abord discuté du processus de collecte de données lui-même et des obstacles connexes auquel il peut être confronté. La collecte de données est souvent décrite comme une première étape cruciale permettant de révéler les déséquilibres avant la mise en place de toute initiative ou mesure concrète. Elle peut être utilisée pour tous les types de motifs de discrimination, mais certains peuvent être plus difficiles à mesurer que d'autres. Outre les déséquilibres, la collecte de données peut également être utile pour tenter d'identifier les obstacles existants ou perçus en matière de diversité et d'inclusion dans le secteur de l'audiovisuel et au-delà.

En ce qui concerne le processus de collecte des données lui-même, les participants ont identifié des obstacles communs, tels que les règles de sécurité et de confidentialité. La représentante du projet Diamond, par exemple, a indiqué que, lors de la rédaction du rapport, il avait fallu trouver l'équilibre entre la demande d'informations détaillées sur des programmes spécifiques et la nécessité de respecter les règles de sécurité et de confidentialité dont bénéficient les radiodiffuseurs.

Un autre obstacle fréquemment rencontré concerne la question de la collecte de données ethniques. Certains pays, comme la France, n'autorisent la collecte de ce type de données que dans des cas très précis²⁰. En revanche, dans d'autres pays, comme le

²⁰ Voir, par exemple, l'article 6 de la loi française n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000886460>.



Royaume-Uni, la collecte de données ethniques est en fait assez répandue, même dans d'autres domaines de la vie, et considérée comme normale. Certains participants ont également souligné qu'outre la difficulté liée à la possibilité de collecter de telles données, la diversité peut également varier d'un pays à l'autre, ce qui rend plus difficile la comparaison de ces données au niveau européen. Toutefois, certains participants ont souligné que, même lorsque la collecte de ces données est illégale, il est possible de prendre des initiatives susceptibles de contribuer à diversifier le processus de recrutement.

Certains participants se sont également interrogés sur la manière dont l'inclusion pourrait être mesurée parallèlement à la composante de diversité dans la composition de la main-d'œuvre, suggérant que la mesure du degré d'inclusion pourrait permettre de résoudre certains des problèmes existants relatifs à la mesure du niveau de diversité.

1.4.2. Partager les initiatives et les meilleures pratiques hors écran

Les participants à l'atelier et les membres du public qui sont intervenus par l'intermédiaire de la boîte de discussion en direct ont ensuite partagé quelques exemples d'initiatives et de bonnes pratiques améliorant le degré de diversité et d'inclusion hors écran. Nombre d'entre eux ont souligné le fait qu'un engagement fort était indispensable pour qu'un changement significatif puisse être apporté. En outre, l'établissement d'objectifs en matière de genre ou de diversité, souvent à la suite d'une étude ou d'une recherche qui a mis en évidence des déséquilibres, est un outil fréquemment discuté et apprécié pour son efficacité.

La représentante de l'UNIC, une association commerciale internationale représentant les exploitants de cinéma et leurs associations nationales en Europe, a présenté certaines des initiatives de l'association. Par exemple, l'UNIC a lancé un programme de mentorat en 2017, le « UNIC Women's Cinema Leadership programme », qui vise à soutenir un plus grand nombre de femmes entrant dans l'industrie en créant un solide réseau de professionnels²¹.

En ce qui concerne les plateformes de VOD, la représentante de Netflix a présenté le programme de mentorat que la plateforme a lancé en Espagne et dans le cadre duquel de jeunes réalisatrices suivent un réalisateur expérimenté pendant la saison complète d'une série et ont la possibilité de réaliser un épisode. En outre, Netflix a également contribué au rapport de l'Ofcom sur la diversité et a rédigé des lignes directrices concernant les meilleures pratiques pour garantir la diversité devant et derrière la caméra²². Netflix a également créé en 2018 un département Diversité et inclusion²³, qui vise à assurer l'inclusion et la diversité dans tous les aspects de ses activités.

²¹ <https://www.unic-cinemas.org/industry/mentoring-scheme/?L=0>.

²² https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0022/207229/2019-20-report-diversity-equal-opportunities-tv-and-radio.pdf.

²³ <https://jobs.netflix.com/inclusion>.



Du côté des instances de régulation, le CSA (Belgique) a expliqué qu'en plus de son baromètre sur la diversité qui mesure la diversité à l'écran, il a récemment mené une étude approfondie sur l'égalité des genres hors écran²⁴ en examinant les barrières et les mécanismes en place dans l'industrie audiovisuelle et leur impact sur la carrière des femmes.

En ce qui concerne les fonds d'aide cinématographiques, et pour ce qui est du rapport entre diversité et milieux socio-économiques, un membre du public a mentionné l'initiative « Foot in the Door » de *Ffilm Cymru Wales*²⁵, qui vise à trouver et à créer des opportunités locales pour apprendre et transférer des compétences précieuses, ainsi que des ressources utiles, pour les personnes intéressées à travailler dans l'industrie cinématographique galloise, quels que soient leurs antécédents, leurs moyens financiers ou leur expérience. Un autre membre de l'auditoire a donné l'exemple des normes de diversité du *British Film Institute*²⁶, qui constituent une exigence contractuelle pour tous les financements du BFI et une condition d'éligibilité pour certaines catégories des récompenses décernées par la BAFTA.

1.4.3. La diversité et l'inclusion hors écran: principaux défis et recommandations

Certains participants ont indiqué que, en dépit des initiatives et des mesures mises en place, les résultats de leurs études montrent que les progrès sur le front de l'égalité entre femmes et hommes ont été trop lents ces dernières années. Quelques chiffres du dernier rapport du CSA (Belgique)²⁷ illustrent les déséquilibres qui subsistent : dans l'industrie audiovisuelle de la Communauté française de Belgique, environ 35 % des employés sont des femmes et 65 % des hommes, et les hommes occupent environ 90 % des postes de cadres supérieurs et intermédiaires.

En ce qui concerne la question de la discrimination raciale, les représentants du Conseil de l'Europe ont souligné qu'ils avaient observé une tendance croissante à la rhétorique xénophobe et aux discours de haine. Ils ont mentionné la situation de la population rom, qui est l'une des minorités qui souffrent le plus de discrimination en Europe. Si le secteur de l'audiovisuel veut faire partie de la solution, les profils des personnes qu'il emploie doivent être diversifiés afin de refléter plus fidèlement la société. Certains membres de l'auditoire se sont également demandé s'il ne serait pas préférable d'utiliser l'expression « groupes ethniques sous-représentés » lorsque l'on parle de

²⁴ *Analyse de l'égalité de genre dans les métiers de l'audiovisuel et les ressources humaines des éditeurs de services de médias audiovisuels*, CSA (Belgique), 2020, https://www.csa.be/egalitediversite/wp-content/uploads/sites/2/2020/11/Egalite-dans-les-metiers-de-laudiovisuel_Rapport-FINAL.pdf.

²⁵ <http://ffilmcymruwales.com/funding-and-training/foot-door>.

²⁶ <https://www.bfi.org.uk/inclusion-film-industry/bfi-diversity-standards>.

²⁷ *Analyse de l'égalité de genre dans les métiers de l'audiovisuel et les ressources humaines des éditeurs de services de médias audiovisuels*, CSA (BE), 2020, https://www.csa.be/egalitediversite/wp-content/uploads/sites/2/2020/11/Egalite-dans-les-metiers-de-laudiovisuel_Rapport-FINAL.pdf.



discrimination raciale, au lieu de les appeler « minorités » ou « BAME », ce qui peut donner l'impression que ces personnes sont moins importantes que la « majorité au pouvoir ».

Un autre défi concerne la question de l'accessibilité des médias. Ce type d'inclusion signifie qu'il faut investir davantage dans des services tels que le sous-titrage pour les malentendants ou les descriptions pour les malvoyants. En effet, certains participants ont fait remarquer que le niveau d'accessibilité des médias n'est pas suffisamment équilibré en Europe et varie d'un pays à l'autre. Ce déséquilibre est même accentué lorsqu'il s'agit de l'accessibilité aux langues minoritaires, qui représentent en fait la majorité des langues en Europe.

Certains participants et membres du public ont suggéré que la discrimination qui peut être vécue derrière la caméra ou du point de vue de l'accessibilité des médias pourrait également être le résultat d'un manque de mesures horizontales soutenant la diversité et l'inclusion, et de l'absence d'une responsabilité générale et collective qui pourrait être apportée par la loi. En règle générale, tout changement visant à renforcer la diversité et l'inclusion hors écran nécessiterait des engagements plus radicaux à différents niveaux d'organisation et dans l'ensemble du secteur, car le *statu quo* n'est plus acceptable. De plus, le représentant de l'Organisation internationale du travail (OIT) a souligné que, dans le cadre de la préparation d'une future enquête, ils avaient effectué des recherches et constaté que l'industrie discutait beaucoup des questions de diversité et d'inclusion et prenait des engagements ; toutefois, ces discussions et engagements ne conduisaient pas nécessairement à une action globale.

1.4.4. Un appel pour des approches intersectionnelles derrière la caméra

Certains participants ont exprimé leur volonté d'étendre leurs mesures et initiatives actuelles à d'autres groupes de personnes, abordant ainsi la diversité dans son sens le plus large, et ont appelé à une action urgente pour traiter ces questions, dénonçant un secteur de l'audiovisuel trop uniforme et trop largement représenté par certains groupes, en particulier les hommes blancs de plus de 50 ans.

Dans le même ordre d'idées, ils ont mentionné la nécessité d'adopter une approche intersectionnelle²⁸ pour traiter les questions de diversité et d'inclusion, évitant ainsi toute forme de hiérarchie entre les différents motifs de discrimination.

Plusieurs participants ont exprimé leur intention de reproduire ou d'étendre ce qu'ils ont fait pour l'égalité entre femmes et hommes afin d'inclure d'autres groupes sous-représentés. D'autres, comme la représentante des cinémas, ont appelé à la création de

²⁸ Les approches intersectionnelles découlent du concept d'intersectionnalité, un cadre analytique qualitatif développé à la fin du XX^e siècle qui mesure la manière dont plusieurs formes de discrimination et d'oppression peuvent se combiner et se cumuler les unes avec les autres. Les approches intersectionnelles exigent donc de prendre en compte tous ces différents facteurs et motifs de discrimination ainsi que les relations existant entre eux lors de la promotion de l'équité sociale et politique.



synergies entre l'égalité entre femmes et hommes et la diversité, mais sans perdre le travail accompli du côté de l'égalité entre femmes et hommes, en particulier les objectifs dans ce domaine.



Session 2 – Diversité et inclusion à l'écran

La seconde session de l'atelier était présidée par Julio Talavera, analyste cinéma et audiovisuel, et introduite par Sophie Valais, analyste senior, tous deux du département Informations juridiques (Observatoire).

La question de la représentation à l'écran est sous les feux des projecteurs depuis quelques années. En 2015, la campagne sur les médias sociaux #OscarsSoWhite a été le point de départ d'une constellation de mouvements sociaux, de #WhiteWashedOUT pour la représentation asiatique à Time's Up pour la parité des sexes, concernant l'attention des médias sur le traitement par l'industrie du cinéma des groupes historiquement sous-représentés et mal représentés. Les studios ont commencé à améliorer la diversité derrière et devant la caméra, par exemple avec le film *Black Panther* de 2018 de Disney/Marvel Studios. Même si les personnages noirs sont légèrement surreprésentés dans les productions cinématographiques²⁹ et dans les émissions scénarisées diffusées³⁰, les personnages asiatiques sont légèrement sous-représentés dans les productions cinématographiques mais pas dans les émissions scénarisées diffusées, tandis que les Amérindiens et les Hispaniques restent clairement sous-représentés. De plus, les chiffres suggèrent des tendances similaires pour la représentation des sexes et des minorités, comme les LGBTQ³¹.

Il est important de parvenir à une plus grande diversité et inclusion à l'écran, car cela offre au public une représentation plus précise de la société elle-même. De plus, les images et les récits affectent la vision que nous avons de nous-mêmes et des autres. Dans le même ordre d'idées, les choses ont commencé à changer en Europe avec une série de nouvelles initiatives visant à mesurer et à encourager la diversité et l'inclusion à l'écran. Il peut s'agir de labels « égalité professionnelle » ou « diversité », de normes de l'industrie, d'observatoires pour évaluer la représentation, de plans d'action des fonds d'aide cinématographiques, etc.

²⁹ Hunt, D. et Ramón A.C., 2020. *Hollywood Diversity Report 2020*. Part 1: Film, UCLA College Social Sciences. <https://socialsciences.ucla.edu/wp-content/uploads/2020/02/UCLA-Hollywood-Diversity-Report-2020-Film-2-6-2020.pdf>.

³⁰ Hunt, D. et Ramón A.C., 2020. *Hollywood Diversity Report 2020*. Part 2: Television, UCLA College Social Sciences. <https://socialsciences.ucla.edu/wp-content/uploads/2020/10/UCLA-Hollywood-Diversity-Report-2020-Television-10-22-2020.pdf>.

³¹ GLAAD, 2020. *Studio Responsibility Index, 2020*, GlAAD Media Institute, <https://www.glaad.org/sites/default/files/GLAAD%202020%20Studio%20Responsibility%20Index.pdf>.



2.1. De l'égalité entre femmes et hommes à une plus grande diversité à l'écran : l'approche des fonds d'aide cinématographique

Anna Serner, directrice générale du *Swedish Film Institute* (SFI)³², a expliqué comment ce dernier est en train de passer d'un programme purement axé sur l'égalité entre femmes et hommes à un programme plus large englobant la diversité et l'inclusion dans son ensemble. Cette section résume sa présentation.

En 2013, le *Swedish Film Institute* a lancé en Suède l'initiative 50/50 qui visait à répartir les fonds de production de manière égale entre les hommes et les femmes dans un délai de quatre ans³³. Mais il a fallu attendre 2015 et les interventions de plusieurs célébrités qui ont contribué à sensibiliser le monde entier au problème du manque de diversité à l'écran pour que l'initiative attire l'attention des médias.

Jusqu'à une époque récente, l'accent était mis uniquement sur l'égalité entre femmes et hommes. C'est grâce à l'événement #OscarSoWhite et au travail d'autres organisations que cette prise de conscience s'est également étendue au problème du système structurellement raciste qui existe dans l'industrie cinématographique et dans le monde entier. À partir de ce moment, le SFI s'est engagé dans un processus d'autoréflexion et a commencé à évoluer vers une plus grande diversité, à commencer par la diversité ethnique.

Le SFI est soumis à l'obligation imposée par le gouvernement de faire de l'égalité entre femmes et hommes et de la diversité la grande cause de l'industrie cinématographique suédoise. Dans le cadre de la diversité, le SFI est passé à une approche plus intersectionnelle en se concentrant sur différents groupes. La nouvelle mission qui lui a été confiée par les autorités est d'assurer une meilleure représentation des langues minoritaires en Suède. Un autre exemple d'approche intersectionnelle est le rapport publié en 2020 intitulé « Which Women ? »³⁴, qui traite des femmes de couleur et des femmes d'un certain âge.

Anna Serner a ensuite mentionné l'EFAD (le groupe des directeurs des agences nationales du film en Europe) qu'elle préside actuellement³⁵ et dont le travail se concentre sur le genre et un groupe d'inclusion plus large en échangeant des expériences entre différents pays et en poussant le programme MEDIA à créer un programme spécifique pour aider les États membres à comprendre comment ils peuvent avoir une industrie plus inclusive.

³² <https://www.filminstitutet.se/en/>

³³ Cette initiative résulte de l'accord sur le cinéma de 2013. Plus d'informations disponibles sur : <https://www.filminstitutet.se/en/about-us/swedish-film-institute/gender-equality/>

³⁴ *Which Women ? Gender equality report 2019/2020*, *Swedish Film Institute*, 2020, https://www.filminstitutet.se/globalassets/4.-om-oss/svenska-filminstitutet/bilder-jamstalldhetsidan/jamstalldhetsrapport_hemsida_pdf_s1_201119.pdf

³⁵ Groupe de travail sur le genre et l'inclusion de l'EFAD (Directeurs des agences nationales du film en Europe) : <https://europeanfilmagencies.eu/members-partners/working-groups/gender-inclusion>

2.2. Promouvoir la diversité et l'inclusion à l'écran : une stratégie globale et à long terme

Miranda Wayland, Head of Creative Diversity à la BBC, a présenté les mesures prises par la BBC en matière de diversité à l'écran. Cette section résume sa présentation.

Les événements exceptionnels de l'année 2020, avec la pandémie et le meurtre de George Floyd, ont mis en évidence la nécessité d'une meilleure représentation du public dans les contenus diffusés à la télévision en proposant des histoires plus riches et plus authentiques qui ne sont plus basées sur des stéréotypes. À la lumière de ces événements, la BBC a entrepris de s'assurer que son contenu reflète la diversité de son public, tant à l'antenne qu'en dehors, en s'appuyant non seulement sur une représentation visuelle à l'écran, mais aussi sur des sujets, des récits, des présentateurs et des collaborateurs pour prouver que sa production est le reflet de la société.

Dans le même ordre d'idées, la BBC a mis en place le « 50:50 The Equality Project »³⁶ qui se penche sur l'égalité entre femmes et hommes en s'appuyant sur la collecte de données afin d'apporter des changements, de mesurer la contribution des femmes aux histoires de la BBC et de s'assurer que ces histoires sont authentiques, sans jamais faire de compromis sur la qualité. Au sein de la BBC, plus de 600 équipes sont maintenant impliquées dans le projet 50/50 et veillent à ce que le contenu qu'elles proposent reflète le point de vue des femmes. En conséquence, 39 % des personnes qui interagissent avec la BBC ont remarqué une évolution vers une plus grande représentation des femmes. La BBC a maintenant élargi le projet 50/50 à 75 partenaires dans 22 pays.

Dans l'ensemble, l'accent mis sur la diversité créative à la BBC vise à créer le changement par des actions concrètes et différentes initiatives qui cherchent à améliorer la représentation et l'inclusion. Ces initiatives comprennent, notamment :

- *Equality in Audio pact* : une initiative à l'échelle de l'industrie pour assurer une meilleure représentation dans le secteur audio, signée par BBC Radio & Music³⁷ ;
- *BBC Sounds Lab* : une nouvelle initiative de BBC Radio & Music qui donne aux créateurs audio en herbe le soutien dont ils ont besoin pour transformer une de leurs grandes idées en un podcast en dehors de la structure de commande existante ;
- *The creative Ally Track*³⁸ : un outil conçu par la BBC Academy et l'USC Institution pour aider les gens à être de meilleurs avocats et alliés. L'outil reprend le principe du jeu des privilèges dans un test en ligne, en donnant aux participants la possibilité de réfléchir à certains des avantages et des inconvénients auxquels ils peuvent être confrontés au sein de leur organisation, et en donnant des conseils sur les mesures à prendre pour équilibrer les choses afin de créer une plus grande inclusion ;

³⁶ <https://www.bbc.co.uk/5050>.

³⁷ <https://www.bbc.co.uk/blogs/aboutthebbc/entries/9b801ac9-2289-433c-9fcd-258bfca91927>.

³⁸ <https://www.bbc.co.uk/creativitydiversity/allyshipapp/#/>.



- Un guide linguistique pan-BBC pour tous les partageurs de contenu : un document évolutif qui servira à soutenir une utilisation et un style de langage cohérents dans toute l'organisation.

2.3. Évaluer la perception de la diversité à la télévision : le baromètre du CSA

Géraldine Van Hille, cheffe du département Cohésion sociale au CSA (France), a présenté le Baromètre de la diversité du CSA³⁹ et a expliqué comment cet outil peut aider les médias à améliorer leur niveau de diversité à l'écran. Cette section résume sa présentation, qui a commencé par l'explication de la méthodologie de l'outil, créé en 2009, qui comprend :

- une analyse de l'ensemble des programmes (hors publicité) de 18 chaînes de télévision, diffusés sur une période de deux semaines de 17:00 à 23:00. L'étude couvre plus de 1 200 heures de diffusion et 40 000 personnes qui se sont exprimées à l'antenne ;
- une classification des personnes qui s'expriment à l'antenne selon :
 - des critères quantitatifs : origine ethnique, sexe, catégorie socioprofessionnelle, handicap, âge, lieu de résidence, situation de précarité ;
 - critères qualitatifs : statut (héros, personnage principal, personnage secondaire), avec possibilité de croiser les critères ; une pondération est appliquée en fonction du rôle, de la durée du programme et de l'attitude (positive, négative, neutre) ;
- une comparaison des résultats avec la population française.

Le CSA a été confronté à plusieurs problèmes lors de l'élaboration de ces études. L'un des principaux obstacles est le fait que les statistiques ethniques sont interdites en France - sauf lorsque l'objectif est de lutter contre la discrimination dans un secteur spécifique. Il est donc impossible de connaître le niveau d'ethnicité de la population française.

Géraldine Van Hille a ensuite partagé les principaux résultats du Baromètre de la diversité 2019⁴⁰ :

- le niveau d'ethnicité à l'écran⁴¹ reste inférieur à 17 % et les personnages non-blancs qui s'expriment à l'antenne sont surtout des personnages secondaires ;

³⁹ <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Observatoire-de-la-diversite/>.

⁴⁰ <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Observatoire-de-la-diversite/Barometre-de-la-diversite-de-la-societe-francaise-resultats-de-la-vague-2019>.

⁴¹ Le niveau d'ethnicité mentionné ici a été recueilli en fonction des origines perçues des personnes apparaissant à l'écran : perçues comme « blanches », perçues comme « noires », perçues comme « arabes », perçues comme « asiatiques », « autres ». La collecte de données sur l'origine perçue n'est pas interdite par la loi française, contrairement aux données ethniques.



- les personnes de couleur sont plus susceptibles d'avoir un rôle positif et se retrouvent principalement dans la fiction ;
- les femmes sont toujours sous-représentées à la télévision, surtout lorsqu'on cumule deux critères de discrimination, et elles sont encore plus susceptibles d'être sous-représentées lorsqu'on cumule plusieurs critères de discrimination ;
- certains groupes existent à peine à la télévision française par rapport à la population générale : 0,7 % des personnes handicapées sont représentées, même si 20 % de la population française souffre d'une forme de handicap ; 0,8 % des personnes sont en situation de précarité à la télévision contre 20 % dans la population française.

Le CSA (France) prévoit ensuite une collaboration étroite avec les médias afin d'améliorer ces résultats. Seuls les résultats globaux sont publiés (pas de « *name and shame* »). Les résultats individuels, également disponibles, sont partagés avec les médias concernés qui peuvent prendre des engagements concrets et développer des stratégies spécifiques afin d'améliorer leurs résultats pour les années à venir. Ces engagements et stratégies sont discutés et convenus avec le CSA.

2.4. Discussion

Plusieurs participants ont affirmé leur engagement à progresser en matière de diversité et d'inclusion à l'écran en partageant leurs approches et les initiatives prises à cette fin. Ils ont également discuté des avantages d'une plus grande diversité et inclusion à l'écran et des principaux défis qui restent à relever.

2.4.1. Engagements et initiatives pour accroître la diversité et l'inclusion à l'écran

La représentante d'un radiodiffuseur a expliqué comment son groupe a commencé à rejeter les listes de distribution qui ne sont pas diversifiées, à s'assurer que ses plateaux sont ouverts aux acteurs handicapés et à fixer des objectifs de diversité qui sont ensuite rendus publics. La RTVE, par exemple, a également lancé un guide spécifique sur la façon d'utiliser le langage de manière non sexiste et d'intégrer une perspective de genre dans la production de contenus télévisés.

Du côté des instances de régulation, la représentante de la BAI (Irlande) a présenté certaines des initiatives mises en place par son organisme, telles que « Women stories »⁴², où l'idée est d'élargir les perspectives des programmes pour inclure davantage de femmes ;

⁴² <https://www.bai.ie/en/bai-focuses-on-womens-stories-under-sound-vision-scheme/>.



et « New Generation »⁴³, un partenariat transfrontalier multipartite en cours avec l'Irlande du Nord visant à former de jeunes professionnels, à l'écran et hors écran, à l'écriture, à la réalisation et au jeu en langue irlandaise.

Dans le secteur de la publicité, outre les codes qui interdisent la publicité discriminatoire, des parties prenantes défendent activement une représentation progressive et diversifiée de la société dans la publicité et la communication commerciale. Plusieurs marques telles que Gillette, Microsoft et L'Oréal ont mené des campagnes publicitaires plus inclusives sur les questions du transexualisme, du handicap et de l'âge – par exemple, la publicité « First Shave » de Gillette dans laquelle l'adolescent transgenre et défenseur des droits des trans, Samson Brown, se rase pour la première fois avec son père et parle de sa transition⁴⁴.

Certains participants ont mentionné des initiatives technologiques intéressantes, basées notamment sur l'intelligence artificielle. Aux États-Unis, le *Geena Davis Institute on Gender in Media* s'est associé aux ingénieurs en apprentissage automatique de Google pour développer un logiciel capable de mesurer avec précision la représentation visuelle et le temps de parole des femmes à l'écran⁴⁵. En France, l'INA a également utilisé une technologie similaire en 2018 pour analyser le contenu français sur une période de 20 ans, et a montré que les femmes sont encore largement sous-représentées (le temps de parole des femmes à la radio et à la télévision représente environ 30 % du temps de parole total), les déséquilibres étant restés stables au cours des 20 dernières années⁴⁶.

Sur le plan institutionnel, la Commission européenne s'est engagée à améliorer l'équilibre entre femmes et hommes en matière de représentation et d'inclusion, tant derrière que devant la caméra, en discutant de la manière d'introduire un critère horizontal dans le prochain programme MEDIA qui exigerait des candidats qu'ils fassent un effort minimal en matière de diversité et de parité hommes-femmes. Le fait d'être plus inclusif avec tous les talents et d'améliorer l'égalité d'accès au financement, la visibilité et l'égalité de participation aidera les sociétés européennes à se transformer ainsi qu'à bénéficier de la création avec une plus grande diversité de contenus et de formes de récits.

En ce qui concerne les aides publiques au niveau national, des membres du public ont mentionné un récent rapport canadien sur la parité hommes-femmes et la représentation de la diversité dans les projets audiovisuels financés par le secteur public⁴⁷. D'autres ont également souligné la nécessité pour le gouvernement de plaider en faveur de ces questions et d'obliger les fonds d'aide cinématographiques à donner la priorité aux questions de justice sociale.

⁴³ <https://www.bai.ie/en/gluin-nua-supports-emerging-directors-and-writers-to-create-short-form-content-in-the-irish-language/>.

⁴⁴ <https://www.theguardian.com/world/2019/may/28/gillette-ad-shaving-transgender-son-samson-bonkeabanut-brown>.

⁴⁵ https://about.google/intl/en_us/main/gender-equality-films/.

⁴⁶ <https://larevuedesmedias.ina.fr/la-radio-et-la-tele-les-femmes-parlent-deux-fois-moins-que-les-hommes>.

⁴⁷ Rapport *Women in View On Screen* 2019, <http://womeninview.ca/wp-content/uploads/WIVOS19-Full-Report.pdf>.



2.4.2. Les avantages d'une plus grande diversité et inclusion à l'écran

Plusieurs participants ont souligné les avantages d'une plus grande diversité et inclusion à l'écran, notamment par la contribution à une meilleure créativité et à une meilleure qualité de contenu. Le représentant d'un fonds d'aide cinématographique, par exemple, a fait remarquer que ne pas considérer toute la gamme des talents en étant discriminatoire entrave l'obtention de la meilleure qualité et la créativité, car la créativité est le résultat de l'intégration de différentes voix et perspectives.

Dans le même ordre d'idées, la représentante du secteur de la publicité a souligné que la diversité et l'inclusion sont profitables aux entreprises, non seulement en termes de fidélité des consommateurs et d'image de marque, mais aussi en termes d'efficacité publicitaire, notant que la publicité progressive et non stéréotypée tend à être 25 % plus efficace et à atteindre une intention d'achat supérieure de 18 %⁴⁸.

2.4.3. La diversité et l'inclusion à l'écran : principaux défis et recommandations

Après avoir partagé les meilleures pratiques, les participants ont discuté des défis qui subsistent et ont formulé plusieurs recommandations. La représentante de l'industrie de la publicité a fait remarquer qu'il reste du travail à faire dans son secteur, en donnant l'exemple de certaines publicités qui ont reçu des plaintes de consommateurs en raison de représentations négatives de l'immigration et des origines ethniques. Des plaintes ont également été reçues contre des publicités plus positives mettant en scène, par exemple, un couple homosexuel, mais elles ont été rejetées car ces publicités ne sont pas en contradiction avec les valeurs qui sont inscrites dans les codes d'autorégulation.

La représentante d'un radiodiffuseur a souligné le lien entre la diversité et l'inclusion à l'écran et hors écran: le fait que l'on ne compte pas beaucoup de personnes handicapées parmi les acteurs renvoie au manque de rôles pour les personnes handicapées à la télévision. En outre, certains ont mentionné le manque de données comparatives en matière de diversité et d'inclusion et l'absence d'approche commune au niveau européen.

Certains experts des médias ont noté l'urgence de mettre en place des outils de mesure technologiques efficaces et harmonisés – louant l'utilisation des outils d'IA – pour lever les obstacles actuels à la collecte de données, soulignant que l'objectivité de données complètes peut mettre la pression sur les dirigeants et les organisations et les responsabiliser davantage.

⁴⁸ UNILEVER, <https://www.unilever.com/sustainable-living/enhancing-livelihoods/opportunities-for-women/advancing-diversity-and-inclusion/>.



Comme lors de la session 1, des participants ont recommandé de privilégier l'adoption d'approches intersectionnelles⁴⁹ pour améliorer la diversité et l'égalité entre femmes et hommes. La représentante d'une instance de régulation a partagé son expérience sur la manière d'adopter une approche intersectionnelle pendant le processus de collecte des données en croisant les caractéristiques qui peuvent aider à montrer non seulement si différents groupes sont représentés à la télévision, mais aussi comment ils sont représentés. D'autres ont également fait remarquer que les programmes ou initiatives qui ont déjà fait leurs preuves pour soutenir l'égalité entre femmes et hommes pourraient être reproduits et servir de modèle pour d'autres objectifs plus large en matière de diversité et d'inclusion. En outre, les principaux acteurs de l'industrie ont été encouragés à se concentrer davantage sur l'engagement et la collaboration multipartites sur ces questions. Cependant, certains participants ont exprimé leur inquiétude quant au fait que la cause de l'égalité entre femmes et hommes dans les médias pourrait être remplacée par des mesures de diversité et ont rappelé que, en matière de représentation à l'écran, les femmes devraient être la priorité, car elles constituent environ la moitié de la population. À cet égard, des participants ont mentionné la dernière étude de Nordicom selon laquelle il faudra 70 ans pour atteindre la parité au sein des médias d'information si les choses continuent à évoluer au rythme actuel⁵⁰.

⁴⁹ Voir la définition des approches intersectionnelles au chapitre 1.4.4 « Un appel pour des approches intersectionnelles derrière la caméra ».

⁵⁰ <https://www.nordicom.gu.se/en/latest/news/news-media-wont-reach-gender-equality-another-70-years>



Clôture de l'atelier

Maja Cappello, responsable du département Informations juridiques (Observatoire), a remercié les participants et le public pour leurs présentations détaillées et leurs discussions stimulantes. Elle a conclu l'atelier en soulignant les trois points clés discutés au cours des deux sessions :

Le lien entre à l'écran et hors écran

L'approche en deux volets de l'atelier, couvrant les aspects liés à la diversité et à l'inclusion dans le secteur de l'audiovisuel à la fois à l'écran et hors écran, a montré très clairement comment la vitesse des développements en cours est influencée par des forces motrices, qu'il s'agisse de la législation ou des initiatives de l'industrie.

Le nombre relativement important de réglementations élaborées dans le domaine de l'environnement de travail au cours de plusieurs décennies a certainement contribué à faire avancer les choses pour ce qui est des problèmes rencontrés en matière de diversité et d'inclusion hors écran, tels que l'accès au marché du travail ou les conditions de travail. Néanmoins, les différences de salaires et de possibilité d'accès aux postes à responsabilité sont encore assez courantes, surtout si l'on considère les écarts entre hommes et femmes : le « blanc de plus de cinquante ans » est encore souvent le vainqueur qui emporte la mise.

La représentation à l'écran est un domaine dans lequel de nombreux progrès ont été accomplis ces dernières années, le secteur des médias ayant lui-même été à l'origine des initiatives prises. Ce qui est plus complexe, c'est de savoir comment mesurer les progrès réalisés dans ce domaine, car la représentation dépend souvent de la perception, et les représentations stéréotypées peuvent être plus difficiles à combattre que les écarts de rémunération quantitatifs.

Les échanges ont mis en lumière le lien très fort existant entre les progrès réalisés hors écran et leur impact sur la représentation à l'écran.

La complexité qui peut survenir lors de la collecte de données sur la diversité

Un point commun soulevé au cours de la discussion est le manque d'harmonisation des catégories de données et de la méthodologie de collecte. Cela traduit directement la difficulté de rassembler des ensembles de données significatifs pour les comparer entre différents pays, ce qui rend l'ensemble du processus d'évaluation très complexe.

Les pays ayant une expérience de premier plan dans la collecte de données jouent un rôle de précurseur dans la définition de méthodologies qui, en même temps, ne sont pas



toujours adaptées à l'environnement dans lequel elles sont exportées. La combinaison des différentes compositions des sociétés (résultant également de contextes historiques et de politiques d'immigration différents) et des législations souvent divergentes en ce qui concerne les ensembles de données qui peuvent être légitimement collectées, fait que chaque pays raconte sa propre histoire.

Il a été possible de conclure qu'il reste bien des choses à améliorer lorsqu'il s'agit d'harmoniser les méthodes de collecte, d'assemblage et d'analyse des données, dans le but de parvenir à une méthodologie unifiée dans toute l'Europe.

La nécessité d'approches intersectionnelles

Historiquement, les discussions sur la diversité et l'inclusion ont toujours commencé par les inégalités entre les hommes et les femmes. Au fil du temps, le tableau s'est nuancé et s'est enrichi de nouvelles catégories, soulevant la nouvelle question de savoir comment traiter les « intersections », c'est-à-dire les zones où les minorités ou les groupes sous-représentés se rencontrent.

Ce type d'action plus précis en est encore à ses débuts. Ce qui semble être un défi dans ce contexte est d'éviter que les progrès réalisés dans certains secteurs, tels que l'égalité entre femmes et hommes, ne soient éclipsés par le travail visant à inclure dans la conversation les catégories qui ont été jusqu'à présent moins explorées, telles que l'orientation sexuelle, l'origine ethnique et les handicaps.

En résumé, on peut dire que la diversité et l'inclusion vont de pair, la première étant le but, tandis que la seconde est l'action pour l'atteindre.

Une publication
de l'Observatoire européen de l'audiovisuel