

PANORAMA

La représentation
de la société française
dans les médias

Exercice 2022, Actions 2023

Rapport au Parlement

Juillet 2023

Sommaire

Sommaire	3
Synthèse.....	5
Introduction	8
I. Les actions de l'Arcom en matière de juste représentation de la société française	9
1. Le contrôle : interventions en matière de lutte contre les discriminations	9
2. La sensibilisation : contribution à différents travaux et événements en faveur de la juste représentation de la société	11
II. État de la représentation de la société française dans les programmes des services de télévision en 2022	19
1. Les constats principaux	19
2. Les actions des éditeurs	46
III. Les programmes les plus populaires sur les SMAD : un plébiscite de la diversité... américaine... ..	48

Synthèse



Chiffres clés sur la représentation de la société française sur les services de télévision :

- **Les personnes perçues comme « non-blanches »** ont été représentées à hauteur de **15 %*** à la télévision en 2022 (contre 14 %* en 2021). Leur présence sur les chaînes d'information en continu apparaît encore particulièrement faible (9%*) malgré les préconisations de l'Arcom formulées pour l'exercice 2021 ;
- La représentation qualitative des personnes vues comme « non-blanches » demeure inégale avec des rôles d'importance mais à connotation négative. En effet, si elles sont plus souvent vues dans des premiers rôles¹ (à hauteur de **8 %*** contre **5 %*** pour les personnes perçues comme blanches), elles sont surreprésentées dans les rôles à connotation négative (**20 %**) et sous-représentées dans les rôles à connotation positive (**10 %** soit une diminution de 26 points en 2 ans) ;
- **La part des femmes qui s'expriment à l'écran peine à augmenter sur les antennes au fil des années** (**39 %*** des personnes perçues comme s'exprimant à l'antenne). Leur proportion est plus importante sur les chaînes historiques (42 %*) ;
- **La sous-représentation des femmes est encore plus marquée lorsqu'elles cumulent plusieurs critères de discrimination.** Parmi les personnes perçues en situation de handicap sur les antennes, seulement 25 % sont des femmes par exemple ; parmi les 50-64 ans, elles représentent seulement 29% des personnes indexées.
- **La représentation du handicap atteint pour la première année la barre symbolique de 1 %***, une progression toutefois mineure en comparaison du nombre de personnes en situation de handicap en France. Le handicap est majoritairement représenté dans les fictions (**71 %***) ;
- En 2022, il peut être constaté **la poursuite d'une forte baisse de la présence des populations ultramarines à l'écran** (**1 %*** du total des personnes indexées). Leur présence est portée à 7 %* sur les chaînes de France Télévisions qui s'étaient engagées à ce sujet dans le cadre du pacte de visibilité des Outre-mer. Toutefois, elles sont surreprésentées parmi les rôles secondaires, à connotation négative ;
- **La télévision donne à voir une image très urbaine de la société** avec toutefois des déséquilibres au sein de cet ensemble : les habitants des **centres-villes historiques** y sont très largement représentés (**51 %***) contrairement à ceux des **banlieues** (**3%***). Les habitants des villages représentent **15 %*** des personnes à l'écran (avec une diminution de trois points par rapport à l'année 2021). Cette année marque une progression de la représentation des quartiers périphériques de pavillons et de petits immeubles (**30 %***) ;

¹ Un premier rôle équivaut au rôle de « héros ». Est considéré comme un héros tout personnage ayant un premier rôle, qu'il soit héros positif ou anti-héros et quel que soit le type de programme. Par ailleurs, l'attitude des personnes est également renseignée (connotation positive, négative, neutre du rôle) en fonction de la répercussion de leurs actions sur la société.

- **Le profil des personnes indexées diffère selon leur lieu de résidence** : les résidents des banlieues sont par exemple davantage perçus comme « non-blancs » (39 %), et les plus éloignés de l'emploi (36 % d'inactifs).
- **La sous-représentation des plus âgés et des plus jeunes persiste** en 2022 : les plus de 65 ans représentent **6%*** des personnes indexées alors même qu'ils constituent la tranche d'âge la plus importante en France (21%). Une telle sous-représentation s'accroît particulièrement dans les fictions où ils sont représentés à hauteur de **3 %***. Les plus jeunes sont seulement représentés à hauteur de **10 %*** (24% de la population française).
- Les catégories socioprofessionnelles représentées à l'écran ne sont toujours pas le reflet de la réalité : **les catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+)** **sont surreprésentées** (**74 %*** contre 28% de la population française), avec une forte présence dans les émissions d'information en plateau, au détriment des catégories inférieures (CSP-), représentées à hauteur de 11 %* (contre 27% de la population), et des inactifs (16 %* contre 45% de la population) ;
- **La représentation des personnes en situation de précarité s'améliore à la télévision avec 1,4 %* des personnes indexées** (0,8% en 2021). Parmi eux, les femmes sont surreprésentées, ainsi que les plus jeunes. Les personnes en situation de précarité occupent proportionnellement plus de rôles à connotation négative que l'ensemble des personnes indexées.



Focus sur les programmes populaires disponibles sur certains services de médias audiovisuels à la demande

- Pour la première fois, ont été indexés les séries et films disponibles sur les services de médias audiovisuels à la demande Netflix, Disney + et Prime vidéo apparaissant publiquement comme étant les plus visionnés de ces services pour l'année 2022.
- Dans ces programmes les plus populaires sur ces services, les personnes perçues comme « non-blanches » sont nombreuses (**43 %***) et ne sont pas assignées à des rôles à connotation négative (**37 %**). Il est à souligner que ces programmes sont exclusivement américains et sont à évaluer à la mesure de la composition de la société américaine. Les femmes sont représentées à hauteur de **44 %***, les personnes en situation de handicap à 1,8 %* et les personnes en situation de précarité à **8 %***.

* Résultats pondérés en fonction du rôle tenu par les locuteurs et de la durée du programme.

- En revanche, là encore on constate une représentation inégale des personnes par catégories d'âge (**4 %*** seulement de plus de 65 ans), par catégories socio-professionnelles (**31 %*** de cadres supérieurs).

En 2023-2024, **l'Arcom** s'emploiera notamment à :

- Développer un partenariat de recherche avec l'INA pour mettre en place des outils d'intelligence artificielle dans le cadre des prochains baromètres ;
- Accompagner les différents acteurs autour des sujets relatifs aux personnes LGBT+ ;
- Intégrer un nouveau critère au sein du baromètre relatif à la corpulence ;
- Mobiliser les acteurs de l'audiovisuel ainsi que les représentants des plateformes en ligne dans la perspective des Jeux Olympiques et Paralympiques 2024 pour encourager les initiatives en faveur des enjeux de cohésion sociale.



Préconisations :

[A l'attention des éditeurs de télévision] :

- Pour la seconde année consécutive, l'Arcom encourage les chaînes d'information en continu, au regard de leurs résultats quant à la représentation des origines et des femmes notamment, à se saisir davantage des enjeux d'une juste représentation de la société française dans sa diversité. L'information, qui est en prise avec la réalité de la société française, devrait donner à voir une plus juste représentation de celle-ci.
- S'agissant de l'ensemble des chaînes de télévision, l'Arcom encourage la prise d'engagements concrets et chiffrés sur les critères relatifs à la catégorie socio-professionnelle, la situation de précarité, l'âge, le lieu de résidence.

[A l'attention des télévisions, des radios et des SMAD] :

- Eu égard à la stagnation des résultats constatés dans le cadre du baromètre, à l'absence d'éléments déclaratifs des radios et dans un contexte de mutation profonde de l'offre audiovisuelle porté par un accès croissant aux œuvres à la demande et par voie délinéarisée (SMAD), il est préconisé aux différents acteurs de prendre des engagements concrets dans le cadre d'une refonte de la délibération du 10 novembre 2009 afin d'encourager une juste représentation de la société dans l'ensemble des contenus proposés.

Introduction

Conformément à l'article 3-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986, complété par la loi n° 2017-86 du 27 janvier 2017 relative à l'égalité et à la citoyenneté, l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom) doit rendre compte annuellement au Parlement des actions des éditeurs de services de télévision et de radio en matière de promotion de la diversité sociale et de lutte contre les discriminations ainsi que des actions qu'elle a menées.

Pour ce faire, l'Arcom établit annuellement, depuis 2009, un « *baromètre de la représentation de la société française* », outil de mesure qui propose, chaque année, une photographie à un instant donné de la représentation de cette diversité sur les écrans. Les résultats du baromètre permettent aussi aux éditeurs, à échéances régulières, d'avoir une idée précise de l'image qu'ils renvoient de la société et ainsi de mieux nourrir leurs antennes de personnes diverses et de programmes représentatifs de la diversité sociale, sans le faire de manière événementielle.

Parallèlement, une délibération du 10 novembre 2009 tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal+ a été adoptée par l'Arcom (anciennement CSA) (**annexe 1**). Cette dernière impose aux éditeurs de prendre chaque année auprès de l'Arcom des engagements en matière de diversité sociale et fixe les modalités de suivi de ces engagements. En fonction des éventuelles insuffisances constatées, et notamment au regard des résultats du baromètre de la représentation de la société française, les éditeurs sont susceptibles de renforcer leurs engagements.

Le présent rapport rappelle dans un premier temps l'action de l'Arcom au cours de l'année écoulée (I). Il fait ensuite état de la représentation de la société française à la télévision en 2022, en la mettant en perspective avec les engagements pris en la matière par les éditeurs (II). Enfin, et pour la première année, l'Arcom établit de premiers constats relatifs à la représentation de la société française sur des services de médias audiovisuels à la demande par abonnement (SMAD) (III).

I. Les actions de l'Arcom en matière de juste représentation de la société française

L'action de l'Arcom sur le sujet comporte deux dimensions :

- ❖ **Une action de contrôle** : si l'Autorité est avant tout garante de la liberté de communication, elle intervient auprès des chaînes de télévision et de radio qui ne respectent pas leurs obligations en matière de lutte contre les discriminations qui figurent dans la loi de 1986, dans leurs cahiers des missions et des charges pour les chaînes et radios publiques ou dans leurs conventions pour les chaînes et radios privées ;
- ❖ **Une action de sensibilisation** : elle dialogue avec les éditeurs et divers autres acteurs impliqués (notamment associatifs), élabore et signe des chartes.

1. Le contrôle : interventions en matière de lutte contre les discriminations

En 2022, l'Arcom a examiné **27** dossiers relatifs à des propos tenus à l'antenne susceptibles d'être considérés comme discriminatoires ou incitant à la haine en raison d'une prétendue race ou de l'origine, du sexe, de l'orientation sexuelle, de la religion, ou de la nationalité. Sur ces 27 dossiers instruits, seuls 2 d'entre eux ont donné lieu à une intervention de l'Arcom sur de tels fondements, l'une à l'encontre de Sud Radio et l'autre de KMT.

>> les manquements caractérisés pour motifs discriminatoires :

- **Séquence du journal télévisé de la chaîne locale martiniquaise KMT diffusée le 22 mars 2022 : Mise en demeure**

L'Arcom a été saisie des propos tenus lors de la rubrique « *sondage* », diffusée le 22 mars 2022 sur le service de télévision « KMT », au cours de laquelle plusieurs habitants de la Martinique ont été invités, dans le cadre d'un micro-trottoir, à répondre à la question d'actualité suivante : « *Bientôt les élections présidentielles. Selon vous que faut-il demander pour la Martinique au Président qui sera élu ?* ».

L'Arcom a examiné cette séquence lors de sa réunion plénière du 5 octobre 2022.

Lors du visionnage de l'émission du 22 mars 2022, il est apparu qu'ont été tenus des propos visant à exclure de certaines fonctions des personnes à raison de leur orientation sexuelle. Le caractère stigmatisant, dégradant et répété du vocabulaire employé traduit l'expression d'un vif sentiment de rejet à l'égard des homosexuels. De tels propos sont de nature à inciter à la haine envers eux. Ils caractérisent ainsi un manquement de l'éditeur aux dispositions des sixième et septième alinéas de l'article 15 la loi du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication.

Par ailleurs, la diffusion de cette séquence, qui n'a été accompagnée d'aucun commentaire, résulte d'un choix délibéré de l'éditeur dès lors qu'elle a nécessité des opérations de montage préalables à sa diffusion. Elle n'a également fait l'objet d'aucune réaction de la part de la présentatrice de l'émission en plateau. Ces éléments

caractérisent donc un défaut de maîtrise de l'antenne de l'éditeur, constitutif d'un manquement aux stipulations de l'article 2-2-1 de la convention conclue entre l'éditeur et l'Arcom.

L'Arcom a par conséquent décidé, du fait de la diffusion de cette séquence du 22 mars 2022, de mettre en demeure l'Association pour le développement des techniques modernes de la communication de se conformer à l'avenir, en ce qui concerne le service de télévision « KMT », d'une part, aux dispositions des sixième et septième alinéas de l'article 15 la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et, d'autre part, aux stipulations de l'article 2-2-1 de la convention du 28 juillet 2015.

- **Séquence consacrée à Renaud Camus diffusée sur Sud Radio et Sud Radio +, le 18 mars 2022, dans l'émission « Bercoff dans tous ses états » : mise en demeure**

L'Arcom a été saisie à la suite de la diffusion sur Sud Radio, le 18 mars 2022, dans l'émission Bercoff dans tous ses états, d'une séquence consacrée à Renaud Camus.

Réunie en collège le 23 janvier 2023, l'Arcom en a délibéré.

L'Arcom a relevé la diffusion de propos tenus par Renaud Camus, faisant état d'une colonisation Sud-Nord actuelle beaucoup plus grave et profonde que la colonisation Nord-Sud jadis, d'un « *grand remplacement* » qu'il compare au nazisme, d'un « *génocide par substitution* » et mentionnant une « *sorte de nettoyage ethnique* » dans les quartiers populaires. Ces déclarations peuvent s'analyser en un encouragement à des comportements discriminatoires et une incitation à la haine ou à la violence fondée sur des motifs raciaux ou ethniques.

De surcroît, l'Arcom a constaté que le présentateur a ouvert l'antenne du service pendant plus d'une demi-heure à une personne dont les idées sont connues, sans lui apporter de contradiction et en approuvant une partie des propos tenus, ce qui caractérise un défaut de maîtrise de l'antenne, constitutif d'un manquement aux stipulations de l'article 2-10 de la convention du 20 janvier 2021.

En conséquence, l'Autorité a mis en demeure les responsables de la station de se conformer à l'avenir aux dispositions de l'article 15 de la loi du 30 septembre 1986 ainsi qu'aux stipulations des articles 2-4 et 2-10 de sa convention.

>> L'Arcom veille également à la rigueur de propos tenus à l'antenne, et ce particulièrement lorsqu'ils sont susceptibles de renforcer des stéréotypes discriminants

- **Séquence de l'émission « L'Heure des pros 2 » diffusée le 1^{er} février 2022 sur la chaîne CNews : mise en demeure**

L'attention de l'Arcom a été appelée au sujet de propos tenus lors de l'émission « L'Heure des pros 2 » diffusée le 1^{er} février 2022 sur la chaîne CNews par Ivan Rioufol qui énonce que « *quand le ghetto de Varsovie a été créé en 1940 c'était un lieu de contaminés, c'était d'abord un lieu hygiéniste [...] qui était fait pour préserver du typhus* ». Lors de sa séance du 10 mai 2022, l'Autorité a examiné cette séquence au regard des obligations de la chaîne.

En l'espèce, l'Arcom a relevé que les propos selon lesquels le ghetto de Varsovie aurait été d'abord créé pour préserver du typhus relèvent de la rhétorique employée par le régime nazi afin de présenter la « solution finale » comme une nécessaire pratique biomédicale d'éradication sanitaire. Cette affirmation, qui n'a suscité aucune réaction

de la part des personnes présentent en plateau, traduit un manque de maîtrise de l'antenne et constitue un manquement aux exigences de l'article 2-3-7 (nécessité de rigueur de l'information) de la convention du service.

L'Arcom a mis en demeure la chaîne CNews de se conformer à l'avenir aux articles précités.

>> Les appels à la vigilance des éditeurs

L'Arcom privilégie le dialogue avec les éditeurs en matière de lutte contre les discriminations afin que ces derniers se saisissent pleinement du sujet et ce, même si aucun manquement à leurs obligations légales et conventionnelles n'est caractérisé.

- Séquence de l'émission ***Le grand forum*** diffusée le 3 mai 2022 sur la radio France Maghreb 2 : lettre ferme

L'attention de l'Arcom a été appelée au sujet de propos tenus lors de l'émission *Le grand forum* diffusée le 3 mai 2022 sur France Maghreb 2 par lesquels un lien est réalisé entre une défaite sportive et un prétendu « lobby juif ».

Lors de sa séance du 14 décembre 2022, l'Arcom a examiné cette séquence au regard des obligations du service.

L'Autorité a écrit à l'éditeur afin de lui rappeler fermement, d'une part, l'importance que revêt la lutte contre les stéréotypes antisémites, notamment au service de thèses complotistes, et, d'autre part, l'importance de traiter avec mesure des conflits afin notamment de ne pas attiser les suspicions et tensions entre communautés.

2. La sensibilisation : contribution à différents travaux et événements en faveur de la juste représentation de la société

>> En tant qu'entité œuvrant en faveur d'une plus juste représentation de la société, l'Autorité est en lien avec de nombreux acteurs travaillant sur le sujet.

En premier lieu, les échanges avec **les associations** s'avèrent toujours riches dans la mesure où ils permettent de réellement appréhender les difficultés rencontrées quotidiennement par certaines composantes de la population française. Les retours d'expériences peuvent ainsi être mis en perspective avec les données issues des études de l'Arcom, notamment celles du baromètre.

Plusieurs associations ont ainsi été reçues par l'Arcom, c'est le cas de **l'association « Femmes Journalistes de Sport »**, auditionnée le 11 octobre 2022, qui œuvre pour l'inclusion des femmes dans la profession du journalisme sportif. Ces professionnels du secteur ont notamment dénoncé une « *fausse visibilité des femmes* » dans les programmes traitant du sport, affirmant que les femmes à l'écran, pourtant déjà en minorité, masquent une chronique sous-représentation des femmes derrière la caméra, donnant ainsi une impression erronée de mixité des rédactions. **L'Association des Personnes de Petite Taille (APPT)** reçue quant à elle le 24 mai 2022, a présenté les difficultés rencontrées par les personnes de petite taille notamment liées à une méconnaissance de ce handicap, un espace public non adapté, des images et des traitements dégradants du nanisme dans les différentes sphères de communication. De plus, l'Arcom se tient également à disposition des associations pour présenter son action et témoigner de son engagement dans la lutte contre les discriminations, comme elle a notamment pu le faire au cours de la table ronde « **Table ronde SOS RACISME Le**

racisme dans les médias : réalité du phénomène, ses acteurs et les régulations » en septembre 2022 ou encore auprès de la conférence du **GESTE** « Médias & Sustainability », association réunissant des éditeurs de contenus et services en ligne pour les accompagner à l'évolution de leurs modèles économiques.

En outre, l'Arcom dialogue quotidiennement avec **les éditeurs** afin qu'ils puissent renforcer leurs engagements en matière de lutte contre les discriminations en leur fournissant notamment des données individuelles issues du baromètre leur permettant d'identifier des axes d'amélioration, ou encore en les formant sur les méthodes d'évaluation de la représentation de la société française sur les antennes afin qu'ils puissent développer de tels outils en interne (Groupe Canal, Présentation le 9 septembre 2022).

Enfin, l'Arcom échange et développe des partenariats avec **des institutions** travaillant sur les sujets sociétaux.

Depuis de nombreuses années, elle participe au rapport élaboré par **la Commission nationale consultative des droits de l'homme (CNCDH)** sur la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la xénophobie. Ce rapport a une triple fonction de veille, d'observation et de proposition. Il s'appuie sur de multiples auditions auprès d'associations, de chercheurs, d'organisations syndicales, de représentants des cultes mais aussi sur des statistiques et des contributions écrites. De la même manière, l'Arcom transmet chaque année **au Conseil national des villes (CNV)** des données chiffrées sur la représentation des territoires et plus particulièrement des données sur la représentation des personnes vivant dans les grands ensembles de banlieues populaires, issues du Baromètre de la représentation de la société française. L'année 2022 a également été marquée par la participation de l'Arcom aux travaux de la Délégation Interministérielle à la Lutte Contre le Racisme, l'Antisémitisme et la Haine anti-LGBT (DILCRAH) relatifs à la préparation du **plan national de lutte contre le racisme, l'antisémitisme et les discriminations liées à l'origine 2023-2026** ainsi que du **plan national d'actions pour l'égalité contre la haine et les discriminations anti-LGBT+ 2020-2023**.

Témoignage



Agnès Saal, Haut fonctionnaire à l'égalité, la diversité et la prévention des discriminations du ministère de la Culture

Dans le cadre du Plan national de lutte contre le racisme, l'antisémitisme et les discriminations liées à l'origine 2023-2026, le ministère de la Culture a proposé des mesures structurantes visant à une plus juste représentation de la société française dans le secteur culturel et artistique.

L'une des actions structurantes de ce plan consiste ainsi à développer des outils d'analyse et d'évaluation de la diversité dans le cinéma et le spectacle vivant (théâtre,

danse, musique) afin de dresser un état des lieux apte à inciter les acteurs du champ culturel à s'améliorer. Le ministère de la Culture a d'ores et déjà engagé, en lien avec ses partenaires, son travail sur le développement de l'observation dans les différents secteurs visés.

En premier lieu, un baromètre diversité dans les entreprises audiovisuelles va être lancé à l'automne 2023 à l'initiative de l'association *Pour les femmes dans les médias* (PFDM), avec le soutien d'Audiens, de la DILCRAH et du ministère de l'Égalité, en s'appuyant sur la mesure de la perception des discriminations au sein des entreprises audiovisuelles, sur la base d'un questionnaire élaboré et administré par BVA et Mozaïk RH. L'outil sera ensuite mis à la disposition de toutes les entreprises volontaires du secteur cinématographique et audiovisuel.

Dans le secteur du spectacle vivant, la Direction générale de la création artistique (DGCA) du ministère de la Culture a ouvert plusieurs chantiers sur le volet de l'observation dans le cadre de son groupe de travail sur la diversité : une étude confiée à Maxime Cervulle, intitulée « Casting et diversité : l'origine perçue dans la distribution artistique » est en cours, et des pistes d'observation et de comptage autour des enjeux de diversité sont envisagées au niveau des structures labellisées du spectacle vivant, des compagnies conventionnées et des parcours d'artistes.

Enfin, le Centre national de la musique (CNM) réfléchit aussi à la mesure des inégalités et des discriminations ethno-raciales dans la filière musicale, à la fois parmi les artistes et les professionnels, dans le cadre de l'élaboration de sa feuille de route pour la diversité.

L'Arcom présente également ses actions et les enjeux d'une juste représentation auprès d'organismes privés. À titre d'exemple, l'Autorité a participé au forum « *la diversité et l'inclusion dans les médias et la production de contenus* » le 5 juillet 2022, organisée par Mixity, entreprise spécialisée pour le développement des actions relatives à « *la diversité, l'équité et l'inclusion* » dans les ressources humaines.

>> Le volet éducation aux médias

L'Arcom intervient régulièrement pour **présenter son action** en matière de lutte contre les discriminations et **sensibiliser** différents publics à ce sujet. Ces formations s'appuient sur les modules pédagogiques disponibles sur l'espace EMI du site de l'Arcom². Ces modules ont été enrichis avec la publication en novembre 2021 de deux scénarios pédagogiques dans le module « *Représentation de la société française et lutte contre les discriminations* » : ils permettent de mieux appréhender l'outil que constitue le baromètre de la représentation de la société française. Le premier scénario vise en premier lieu à sensibiliser les élèves à ce que l'on entend par « *diversité de la société* », avec notamment la présentation des critères définis par la loi interdisant les discriminations³. Un quiz afin de déterminer si le public formé a acquis les bases du baromètre de la diversité est également disponible. Le deuxième scénario propose de

² <https://www.arcom.fr/nos-ressources/education-et-citoyennete-numerique>

³ L'âge, le sexe, l'origine, l'appartenance ou la non appartenance, vraie ou supposée à une ethnie, une nation ou une prétendue race, la grossesse, l'état de santé, le handicap, les caractéristiques génétiques, l'orientation sexuelle, l'identité de genre, les opinions politiques, les activités syndicales, les opinions philosophiques, les croyances ou appartenance ou non-appartenance, vraie ou supposée, à une religion déterminée, la situation de famille, l'apparence physique, le nom, les mœurs, le lieu de résidence, la perte d'autonomie, la particulière vulnérabilité résultant de la situation économique, la capacité à s'exprimer dans une langue autre que le français, la domiciliation bancaire.

tirer les enseignements des constats posés par les résultats du baromètre en imaginant la construction d'un journal télévisé volontairement inclusif.

En matière de lutte contre les discriminations, l'Arcom a sensibilisé en 2022 à la fois des professeurs (5 avril 2022, professeurs de l'Académie de Créteil), et des élèves en journalisme et en communication (ex : Master Information-communication de l'Institut français de Presse de l'Université Panthéon -Assas le 28 octobre 2022 ; Décembre 2022, formation auprès des élèves du CELSA).

Des données plus détaillées peuvent être retrouvées dans [le rapport de l'Arcom sur l'éducation aux médias et à l'information \(2021-2022\)](#)⁴.

>>La diffusion d'un spot à l'occasion du 14 juillet de promotion de la diversité de la société française et de la cohésion sociale

Comme chaque année, l'Arcom a mobilisé les éditeurs audiovisuels pour diffuser, sur leurs antennes, un spot promouvant la diversité de la société française à l'occasion du 14 juillet. Ce spot est réalisé par les opérateurs audiovisuels et diffusé, à leurs frais, pendant une semaine depuis 2013 (cette pratique est d'ailleurs formalisée systématiquement dans les conventions des chaînes, à l'occasion des éventuelles renégociations conventionnelles).

Actions à venir et préconisations

Outre la poursuite des échanges avec les associations, les éditeurs et les institutions, l'Arcom prend, en 2023, de nouvelles initiatives afin de poursuivre son action en faveur d'une plus juste représentation de la société française dans les médias.

>> Sensibiliser les acteurs autour des questions LGBT+

L'Arcom constate depuis fin 2022, une multiplication des saisines relatives à l'identité de genre. Les plaignants dénoncent notamment des séquences transphobes en ce qu'elles véhiculeraient des stéréotypes, encourageraient à des comportements discriminatoires et inciteraient à la haine en raison de l'identité de genre.

Si l'Arcom n'a pour l'heure constaté aucun manquement des éditeurs au regard de leurs obligations conventionnelles, elle regrette une polarisation des échanges sur ce thème susceptible de heurter une fraction de la population.

Face à ces constats, l'Arcom a réuni les associations LGBT+ le 14 mars 2023 afin, dans un premier temps, qu'elles puissent exposer à l'Arcom les problématiques récurrentes qu'elles constatent dans les séquences audiovisuelles abordant notamment la transidentité et, dans un second temps, que le cadre juridique dans lequel intervient l'Arcom leur soit présenté. Cette réunion a permis de préciser comment mieux appréhender le sujet de la transidentité et de nourrir les réflexions de l'Arcom quant à la façon dont elle pourrait sensibiliser les éditeurs en la matière. D'autres actions de sensibilisation seront menées dans les mois à venir sur le sujet, auxquelles seront associés les éditeurs volontaires. Enfin, afin d'enrichir les échanges, l'Arcom établira une étude sur la représentation LGBT + dans les médias.

⁴ <https://www.arcom.fr/nos-ressources/etudes-et-donnees/mediatheque/rapport-sur-leducation-aux-medias-et-linformation-exercice-2021-2022>

>> Travailler à une refonte de la délibération tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal+ adoptée par l'Arcom le 10 novembre 2009, afin notamment d'y **associer les services de plateformes en ligne et de médias audiovisuels à la demande (SMAD)** ;

>> Intégrer le critère de la corpulence dans le baromètre de la représentation de la société française.

En effet, selon le baromètre de l'OIT et du Défenseur des droits de 2016⁵, l'apparence physique est le 2^e critère cité (29 % pour les femmes et 20 % pour les hommes) parmi les discriminations perçues par les demandeurs d'emploi interrogés. L'obésité et le surpoids figurent parmi les premières causes de discrimination sur ce critère.

En France, près de 15 % de la population adulte est obèse et 46,5 % en surpoids⁶. Il apparaît également que la fréquence de l'obésité est inversement proportionnelle au niveau d'instruction et aux revenus du foyer⁷.

Par ailleurs, le bilan à mi-parcours du PNNS propose d'intégrer un nouveau critère relatif à l'image corporelle dans le baromètre de la représentation de la société française de l'Arcom, afin de disposer d'éléments factuels sur les représentations stigmatisantes véhiculées dans les médias télévisuels.

Enfin, l'Arcom participe au groupe de travail national « promotion de la variété des images corporelles afin d'améliorer la prévention et la prise en charge de l'obésité » organisé par le Collectif National des Associations d'Obèses.

Ainsi, l'intégration du critère de la corpulence, dans le baromètre de la représentation de la société française s'impose comme une nécessité.

>> Mobiliser les acteurs de l'audiovisuel et les représentants des plateformes en ligne dans la perspective des Jeux Olympiques et Paralympiques 2024 :

Dans la perspective des Jeux de 2024, organisés à Paris pour la première fois depuis cent ans, l'Arcom a réuni le lundi 5 juin 2023 les acteurs du secteur audiovisuel et les représentants des plateformes en ligne, afin de les inviter à poursuivre leur engagement en faveur d'une pratique sportive inclusive, éthique et mobilisée contre toutes les formes de discriminations.

Les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris représentent une opportunité exceptionnelle de montrer que le sport, source d'inspiration pour tous et notamment les plus jeunes, concerne tous les publics.

Le régulateur sait ainsi pouvoir compter sur les éditeurs pour valoriser, dans le cadre de ces Jeux - paritaires pour la première fois -, le sport féminin, encore insuffisamment présent sur les antennes. Il souhaite également que ce rendez-vous historique donne

⁵ La 9^{ème} édition (2016) concernait la question de l'apparence physique lors de l'embauche et s'intitulait « le physique de l'emploi ».

⁶ Haute autorité de santé, Surpoids et obésité : repérer plus tôt et mieux prendre en charge, 2012 ; https://www.has-sante.fr/portail/jcms/c_1102600/fr/surpoids-et-obesite-reperer-plus-tot-et-mieux-prendre-en-charge

⁷ L'obésité touche 22 % des ménages dont le revenu est inférieur à 900 euros mensuels, contre 6% des ménages ayant un revenu supérieur à 5 300 euros par mois. Paris est le département le moins touché par l'obésité (10,7 %), tandis que le Nord (25,6 %) et la Meurthe et Moselle (22,9 %) sont les départements les plus concernés ; Étude ObEpi 2009, TNS Sofres et laboratoires Roche, http://www.roche.fr/portail/eipf/france/roche/fr/institutionnel/obepi_roche_2009 ;

une meilleure visibilité au parasport et soit l'occasion d'efforts renforcés en faveur de l'accessibilité des programmes couvrant la compétition.

Par ailleurs, afin que ces Jeux illustrent les valeurs de respect, de tolérance et de cohésion sociale portées par le sport, l'Arcom a appelé les médias audiovisuels et les plateformes en ligne à poursuivre leurs actions contre toutes les formes de discriminations et les messages de haine, notamment à l'égard des sportifs.

Enfin, trente ans après la loi « Toubon », l'Arcom rappelle que les Jeux seront une formidable occasion de mettre à l'honneur le français, langue olympique.



Préconisations :

[A l'attention des éditeurs de télévision] :

- Pour la seconde année consécutive, l'Arcom encourage les chaînes d'information en continu, au regard de leurs résultats quant à la représentation des origines et des femmes notamment, à se saisir davantage des enjeux d'une juste représentation de la société française dans sa diversité. L'information, qui est en prise avec la réalité de la société française, devrait donner à voir une plus juste représentation de celle-ci.
- S'agissant de l'ensemble des chaînes de télévision, l'Arcom encourage la prise d'engagements concrets et chiffrés sur les critères relatifs à la catégorie socio-professionnelle, la situation de précarité, l'âge, le lieu de résidence.

[A l'attention des télévisions, des radios et des SMAD] :

- Eu égard à la stagnation des résultats constatés dans le cadre du baromètre, à l'absence d'éléments déclaratifs des radios et dans un contexte de mutation profonde de l'offre audiovisuelle porté par un accès croissant aux œuvres à la demande et par voie délinéarisée (SMAD), il est préconisé aux différents acteurs de prendre des engagements concrets dans le cadre d'une refonte de la délibération du 10 novembre 2009 afin d'encourager une juste représentation de la société dans l'ensemble des contenus proposés.

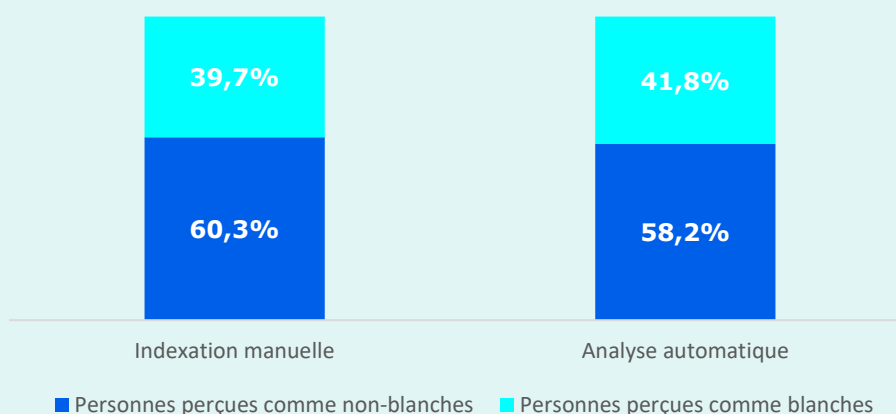
>> Le recours à l'intelligence artificielle dans le cadre du baromètre : vers une automatisation des décomptes ?

Les progrès récents de l'intelligence artificielle ont permis le développement d'algorithmes permettant d'analyser automatiquement des quantités massives de contenus audiovisuels. Les travaux menés par le service de la Recherche de l'Institut national de l'audiovisuel (INA) ont donné lieu à de nombreuses innovations méthodologiques permettant d'automatiser - totalement ou partiellement - l'analyse des programmes diffusés à la télévision ou à la radio : décompte du temps de parole [Dou18], des visages [Dou19], analyse des incrustations texte [Dou20]. Si ces outils permettent d'analyser des quantités de programmes plus importantes - ils produisent des indicateurs de nature différente à ceux pouvant être obtenus via des processus d'analyse manuelle.

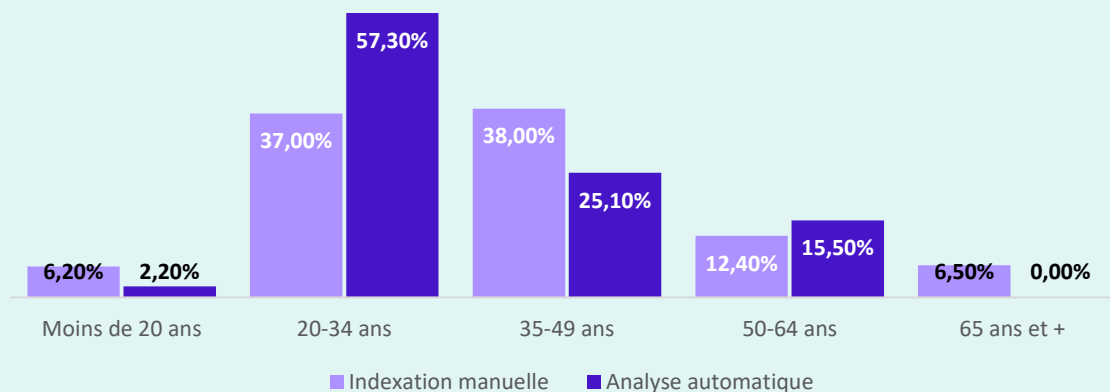
La collaboration initiée depuis 2020 avec l'INA dans le cadre du projet Gender Equality Monitor, financé par l'Agence Nationale de la Recherche (ANR-19-CE38-0012), a permis d'intégrer au rapport sur "la représentation des femmes à la télévision et à la radio" un certain nombre d'indicateurs automatiques. L'analyse des relations existantes entre les mesures obtenues à l'aide de processus d'analyse manuelle (décompte des personnes en plateau) et les mesures obtenues automatiquement (temps de parole et nombre de visages des femmes et des hommes) a permis de mieux documenter la nécessaire complémentarité de ces deux approches.

Dans la continuité de ces travaux, de premières réflexions impliquant le Dr. David Doukhan, chercheur à l'INA, ont été initiées en vue d'évaluer la pertinence de méthodes d'analyse automatique des visages pour enrichir les indexations du baromètre de la diversité : sexe, âge et origine perçue des personnes. Les résultats agrégés obtenus à l'aide des algorithmes ont été comparés, pour un échantillon réduit de programmes présentant un taux élevé de diversité, aux indexations réalisées manuellement dans le cadre du baromètre.

Représentation de l'origine perçue



Estimation de l'âge des personnes apparaissant à l'écran



Ces premières évaluations sont encourageantes et représentent des perspectives d'études prometteuses pour la communauté scientifique comme pour le régulateur. Toutefois, la mise au point d'algorithmes pertinents pour représenter la diversité française dans les contenus audiovisuels comprend des enjeux éthiques, juridiques et technologiques majeurs qui nécessiteront d'importants efforts de recherche.

Les algorithmes jusqu'alors déployés sont entraînés à l'aide de bases de visages accessibles librement à des fins de recherche (Fairface [Kar21]) dont les propriétés sont très différentes des contenus audiovisuels (éclairage, maquillage). Ces différences ont notamment pour conséquence une sous-estimation de l'âge des femmes sur les contenus audiovisuels. Sur l'origine, si les résultats de l'analyse automatisée sont comparables à ceux obtenus par indexation manuelle, une autre limitation est due à l'origine des bases utilisées par les communautés de recherche en reconnaissance du visage. Ces bases sont en effet généralement conçues aux États-Unis - à l'aide de catégories qui sont peu représentatives de la population française.

[Dou18] Doukhan, D., Poels, G., Rezgui, Z., & Carrive, J. (2018). Describing gender equality in french audiovisual streams with a deep learning approach. *VIEW Journal of European Television History and Culture*, 7(14), 103-122.

[Dou19] Doukhan, D., Rezgui, Z., Poels, G., & Carrive, J. (2019). Estimer automatiquement les différences de représentation existant entre les femmes et les hommes dans les médias. In *journée DAHLIA: "Informatique et Humanités numériques: quelles problématiques pour quels domaines?"*.

[Dou20] Doukhan, D., Méadel, C., & Coulomb-Gully, M. (2020). En période de coronavirus, la parole d'autorité dans l'info télé reste largement masculine. *La revue des médias*.

[Kar21] Karkkainen, K., & Joo, J. (2021). Fairface: Face attribute dataset for balanced race, gender, and age for bias measurement and mitigation. In *Proceedings of the IEEE/CVF Winter Conference on Applications of Computer Vision* (pp. 1548-1558).

II. État de la représentation de la société française dans les programmes des services de télévision en 2022

>> Périmètre de l'étude <<

Le baromètre 2022 a été réalisé à partir du visionnage :

- de **19 chaînes** de la TNT (TF1 ; TMC ; TFX ; France 2 ; France 3 ; France 4 ; France 5 ; France info ; ; M6 ; W9 ; Canal+ ; C8 ; CStar ; CNews ; BFM TV ; LCI ; NRJ 12 ; Gulli ; RMC Story) ;
- de **2 semaines** de programmes: du 14 au 20 mars 2022 (premier semestre) et du 10 au 16 octobre 2022 (second semestre)
- sur les tranches horaires de **17 h à 23 h** (toute émission dont plus de 50 % de la durée prend place entre 17 h et 23 h étant indexée dans sa totalité) ;
- des programmes d'information de mi-journée des chaînes qui en diffusent (TF1, France 2, France 3, M6, C8) ;
- selon 7 critères : l'origine, le sexe, le handicap, la situation de précarité, la catégorie professionnelle, l'âge, le lieu de résidence.

Ce travail d'indexation a concerné :

- **Plus de 2700 programmes** (environ 1 600 heures) dont 888 fictions (plus de 418 heures), 776 programmes d'information (près de 425 heures), 589 magazines/documentaires (près de 350 heures), 437 divertissements (environ 312h) et 83 retransmissions sportives (plus de 47 heures)
- **plus de 47 000 personnes.**

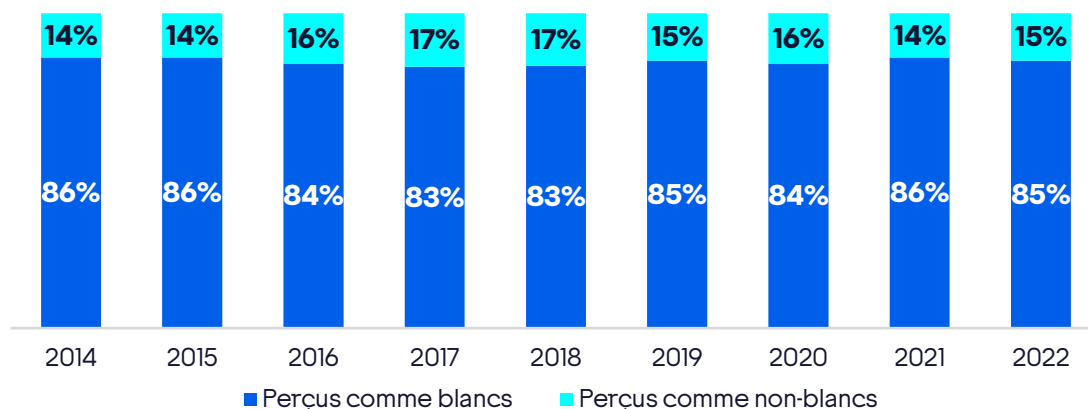
La méthodologie plus détaillée de l'étude se trouve en annexe 2.

1. Les constats principaux

>> La présence des personnes perçues comme « non blanches » stagne à la télévision et reste particulièrement basse sur les chaînes d'information en continu

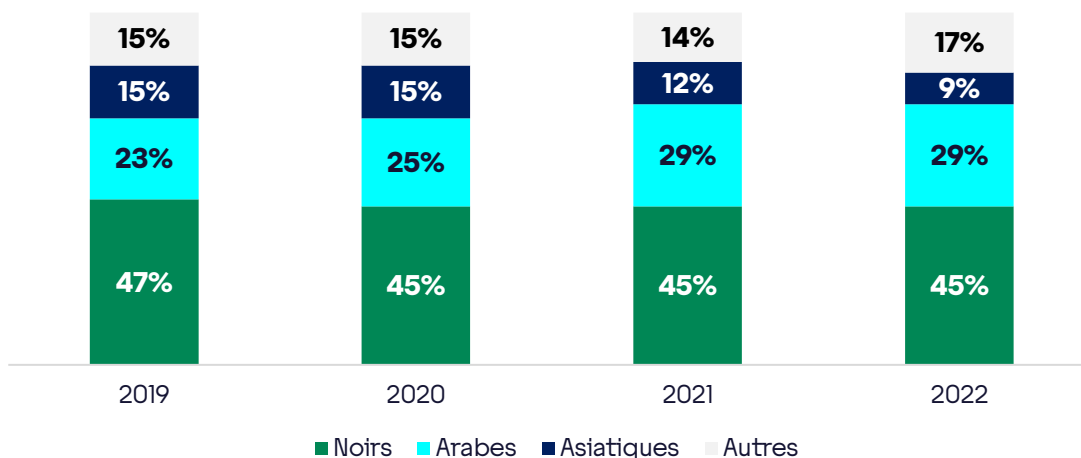
En 2022, la part des personnes perçues comme « non-blanches » à la télévision augmente d'un point par rapport à la vague précédente, pour atteindre **15 %*** des personnes indexées.

Résultats des dernières vagues du Baromètre 2014 - 2022



Au sein de cette catégorie, les personnes perçues comme « noires » sont toujours très majoritairement représentées, à hauteur de **45 %***, suivies des personnes vues comme « arabes » dont le taux d'indexation est une nouvelle fois de **29 %***. La représentation des personnes perçues comme « asiatiques » poursuit en revanche sa diminution avec **9 %*** représentées parmi les personnes perçues comme « non-blanches » (-6 points par rapport à 2019).

Répartition des personnes « perçues comme non-blanches »



* Résultats pondérés en fonction du rôle tenu par les locuteurs et de la durée du programme.

* Résultats pondérés en fonction du rôle tenu par les locuteurs et de la durée du programme.

Le saviez-vous ?

Etude INSEE, Edition 2023, Immigrés et descendants d'immigrés

Selon le rapport de l'INSEE, les personnes immigrées⁸ représentent 10,3 % de la population française totale en 2021, les descendants d'immigrés 10,8 %⁹. Leur pays d'origine est renseigné comme suit :

► 1. Nombre d'immigrés et descendants d'immigrés vivant en France selon le pays d'origine

en milliers

	Immigrés				Descendants d'immigrés		
	1968	1990	2011	2021	2005	2011	2021
Ensemble	3 235	4 222	5 605	6 964	4 275	6 558	7 349
Afrique	642	1 501	2 411	3 310	1 641	2 598	3 333
Maghreb	597	1 221	1 663	2 038	1 302	1 962	2 445
Algérie	378	556	737	887	624	1 001	1 118
Maroc, Tunisie	219	665	926	1 151	678	961	1 327
Afrique guinéenne ou centrale	nd	nd	326	506	135	242	339
Afrique sahélienne	nd	nd	203	342	113	220	289
Autres pays d'Afrique	44	280	218	424	91	175	260
Asie	81	478	773	945	451	568	816
Turquie	43	168	247	251	172	231	320
Chine	3	18	93	110	10	29	52
Asie du Sud-Est	18	156	162	163	122	142	178
Autres pays d'Asie	18	136	271	421	147	166	266
Europe	2 483	2 143	2 112	2 304	2 105	3 234	2 855
Europe du Sud	1 737	1 482	1 135	1 130	1 420	2 100	1 809
Espagne, Italie	1 456	882	543	531	981	1 449	1 185
Portugal	282	600	592	599	439	651	625
Autres pays d'Europe, dont :	745	662	977	1 175	685	1 135	1 046
Pays de l'UE27	nd	nd	547	613	540	864	735
Amérique, Océanie	30	100	311	404	78	157	345
Population totale	49 655	58 078	64 933	67 626	62 731	64 933	67 626

nd : non disponible.

Notes : changement de nomenclature géographique en 2006, les pays d'Afrique sahélienne et guinéenne sont classés avec les autres pays d'Afrique jusqu'en 1999. Les questions relatives au pays et à la nationalité de naissance des parents ont été introduites en 2005 dans l'enquête Emploi.

Lecture : en 2021, 3 310 000 immigrés vivant en France sont originaires d'Afrique.

Champ : France métropolitaine de 1968 à 1990, France hors Mayotte de 1999 à 2013, France depuis 2014 pour les personnes immigrées ; France hors Mayotte, personnes vivant en logement ordinaire pour les descendants d'immigrés.

Sources : Insee, base Saphir (1968 à 1999), recensements de la population (2006 et 2010) et estimations de population (2021) pour les immigrés ; Insee, enquêtes Emploi 2005, 2011 et 2021 pour les descendants d'immigrés.

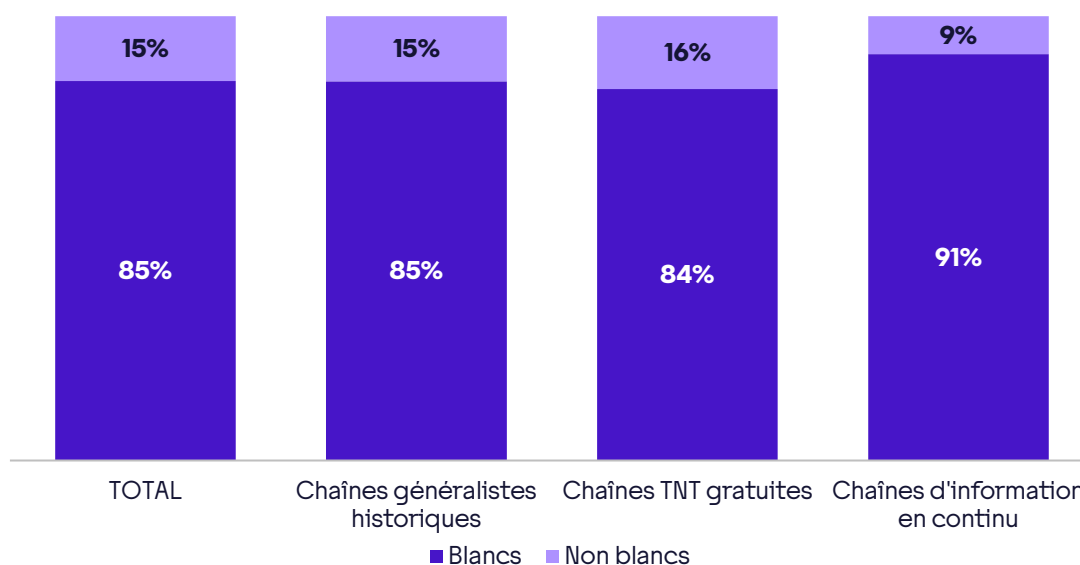
Ainsi, en 2021, les personnes originaires du Maghreb représentent 29 % des personnes immigrées et 33,2 % des descendants d'immigrés ; les personnes d'origine africaine (hors Maghreb) représentent 18,7 % des immigrés et 12 % des descendants d'immigrés ; les personnes d'origine asiatique (hors Turquie) représentent 10 % des immigrés et 6,8 % des descendants d'immigrés.

⁸ « Un immigré est une personne née étrangère à l'étranger et résidant en France. Les personnes nées Françaises à l'étranger et vivant en France ne sont donc pas des immigrés. Certains immigrés ont pu devenir Français, les autres restant étrangers. Un individu continue à être immigré même s'il acquiert la nationalité française » Page 7, Rapport INSEE.

⁹ Le rapport considère comme descendant d'immigré, la personne ayant un parent immigré (deuxième génération) ou dès lors qu'elle a des grands-parents d'origine différente (troisième génération). Page 7.

La diversité de la société française est davantage portée à l'écran sur les chaînes historiques¹⁰ et celles de la TNT gratuite¹¹ où, respectivement, **15 %*** et **16 %*** des personnes sont perçues comme « non-blanches », soit une représentation identique à l'exercice précédent, que sur les chaînes d'information en continu. Sur celles-ci, les personnes perçues comme « non-blanches » voient leur représentation diminuer de 1 point, avec **9 %*** de locuteurs (vs. 10 %* en 2021).

Représentation des origines perçues selon les chaînes

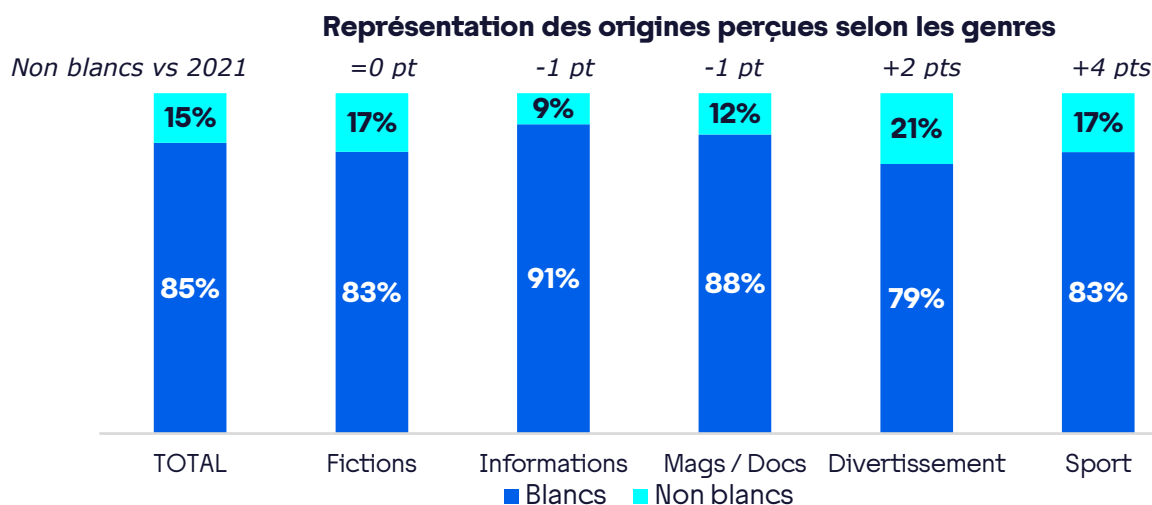


Cette différence entre les catégories de chaîne est notamment liée à la différence de la présence des personnes vues comme « non-blanches » selon le genre de programme. Si elles sont représentées à hauteur de **17 %*** dans les fictions et **21 %*** dans les divertissements (+2 points), elles sont *a contrario* très peu présentes dans les programmes d'information (**9 %*** soit une diminution d'un point par rapport à 2021) ainsi que dans les magazines/documentaires (**12 %***, soit moins 1 point par rapport à 2021). Toutefois, à la veille des Jeux de Paris 2024, l'augmentation de la représentation de la diversité dans les programmes sportifs – **17 %*** soit une augmentation de 4 points – est particulièrement encourageante. Elle a notamment été portée par la diffusion, au cours des semaines d'indexation, du Tournoi des Six nations et du championnats du monde de cyclisme sur piste.

¹⁰ TF1, France 2, France 3, France 5, Canal+, M6

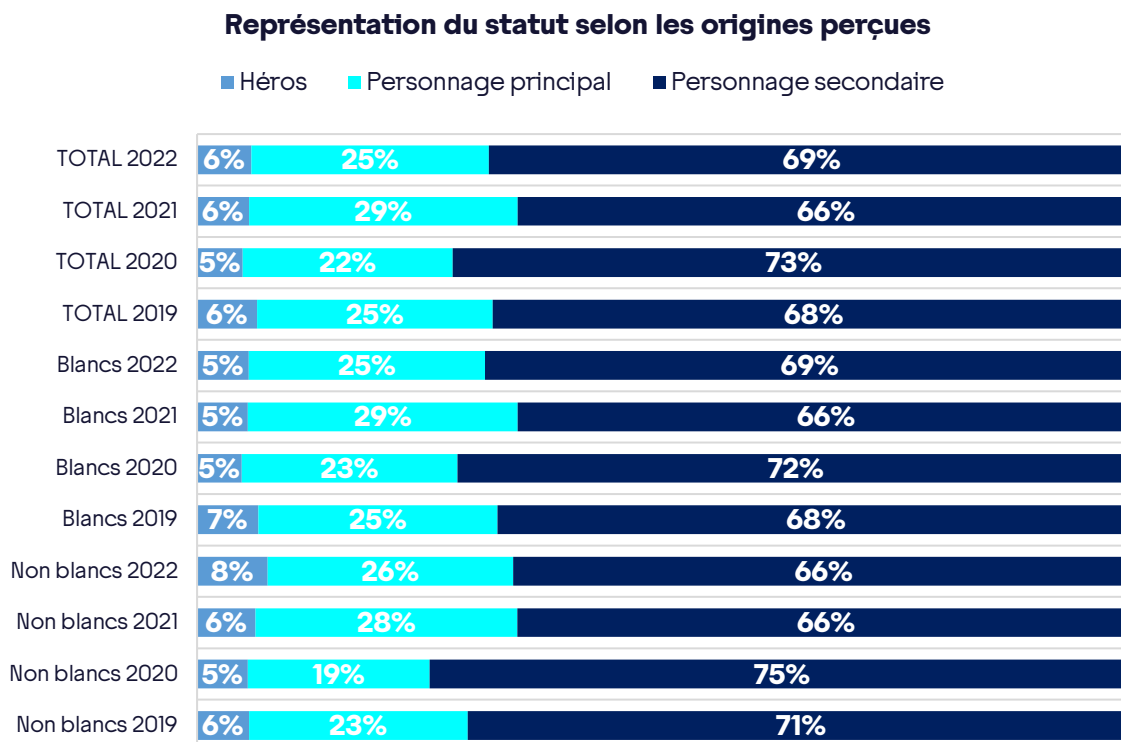
¹¹ C8, TMC, W9, TFX, NRJ12, France 4, Gulli, RMC Story, CSTAR

* Résultats pondérés en fonction du rôle tenu par les locuteurs et de la durée du programme.



>> La représentation qualitative des personnes vues comme « non-blanches » demeure inégale avec des rôles d'importance mais à connotation négative

Pour la seconde année consécutive, la proportion de héros¹² perçus comme « non-blancs » est plus importante que celle des héros vus comme « blancs », avec des taux respectifs de **8 %*** et **5 %***. Les proportions des personnages principaux et secondaires perçus comme « non-blancs » et des personnages principaux et secondaires perçus comme « blancs » demeurent, quant à elles, à peu près équivalentes au sein de leurs catégories respectives.

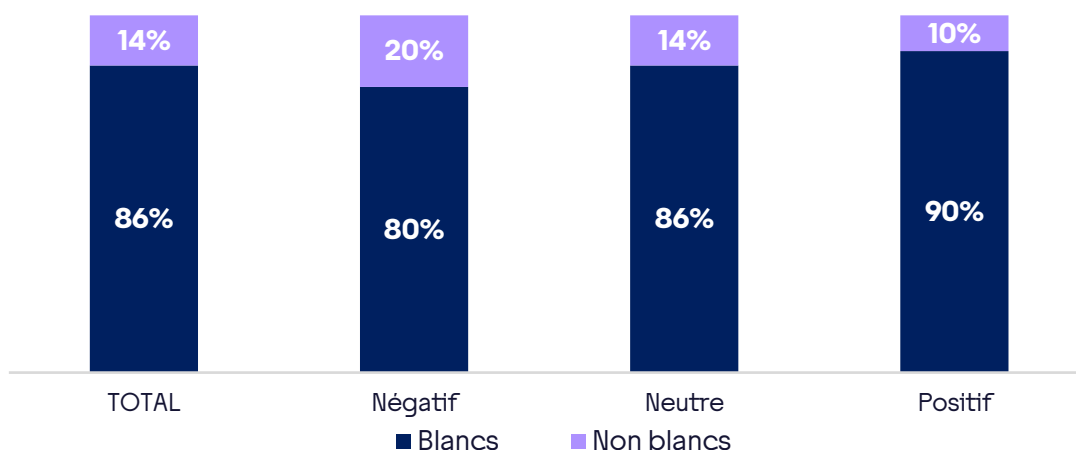


¹² Un premier rôle équivaut au rôle de « héros ». Est considéré comme un héros tout personnage ayant un premier rôle, qu'il soit héros positif ou anti-héros et quel que soit le type de programme.

* Résultats pondérés en fonction du rôle tenu par les locuteurs et de la durée du programme.

La proportion des personnes vues comme « non-blanches » au sein des personnes ayant une attitude négative¹³ poursuit sa diminution. À titre de comparaison, en 2015, l'une des premières années d'indexation du critère de l'attitude, les personnes perçues comme « non-blanches » étaient largement surreprésentées comme ayant une attitude négative puisqu'elles constituaient 29 % de cet ensemble alors qu'elles représentaient au total seulement 14 % des personnes indexées. En 2022, les personnes perçues comme « non-blanches » sont représentées à hauteur de **20 %** parmi les individus ayant une attitude négative (22 % en 2020 et 2021). En revanche, alors qu'auparavant un tel constat pouvait être tempéré par la surreprésentation constatée des personnes perçues comme « non-blanches » dans des rôles positifs (ex : **36 % en 2020**, 18 % en 2021), sur l'année 2022, elles sont sous-représentées dans des rôles à connotation positive (**10 % soit une diminution de 26 points sur 2 ans**).

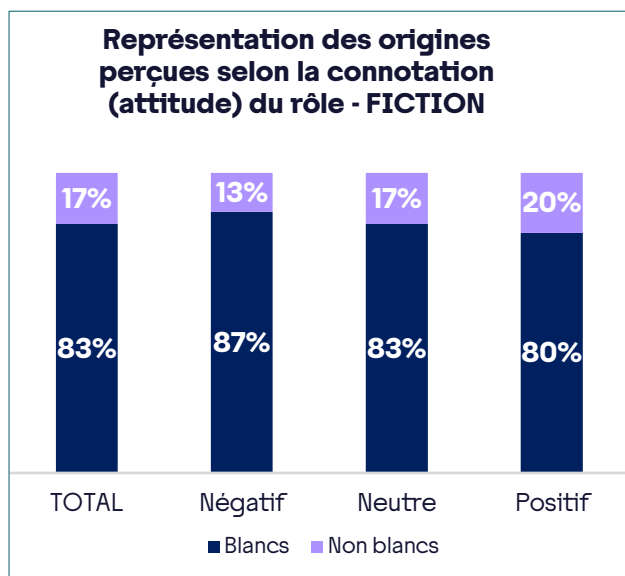
**Représentation des origines perçues selon la connotation
(attitude) du rôle (données non pondérées)**



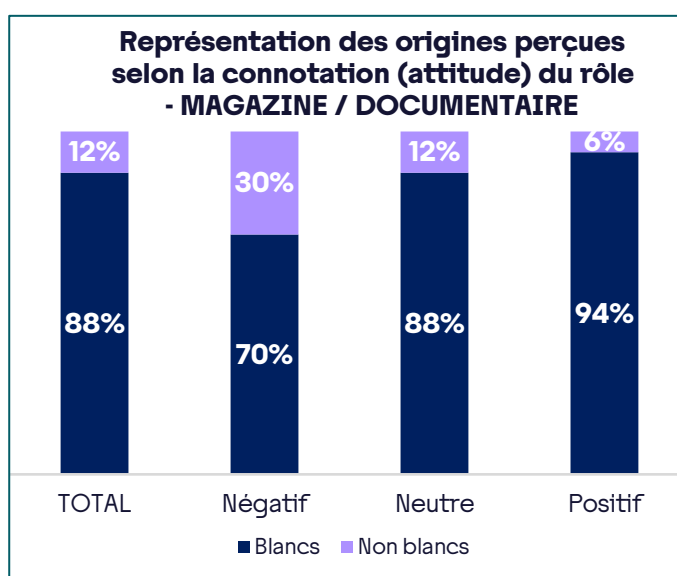
¹³ L'attitude des personnes est renseignée comme telle « connotation positive, négative, neutre du rôle » en fonction de la répercussion des actions des personnages sur la société.

Si l'on affine l'observation, il est à souligner que les rôles positifs tenus par les personnes « perçues comme non-blanches » le sont principalement dans les divertissements avec **29 %** des personnes indexées au sein de cette catégorie et les fictions **20 %** (40 % en 2020 ; 24 % en 2021). Cette année, les personnes perçues comme « non-blanches » sont présentées comme ayant très largement une attitude négative au sein des magazines et documentaires (**30 %**) ; en revanche, elles le sont moins que sur l'exercice précédent dans les programmes d'information avec **23 %** contre 43 % auparavant.

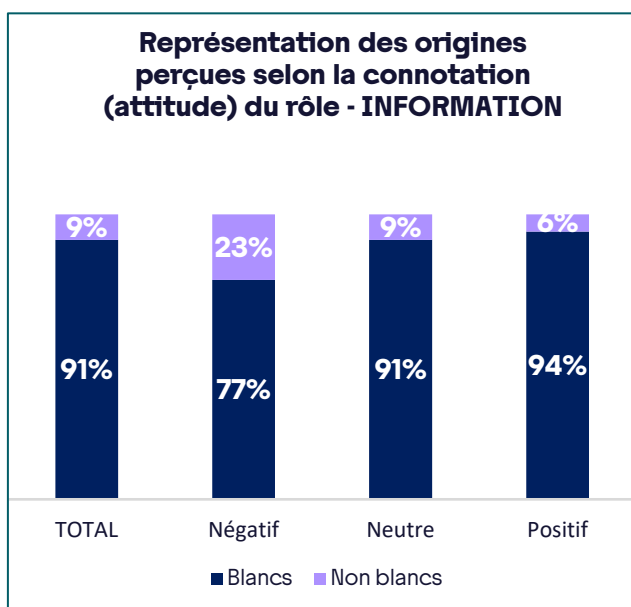
Représentation des origines perçues selon la connotation (attitude) du rôle - FICTION



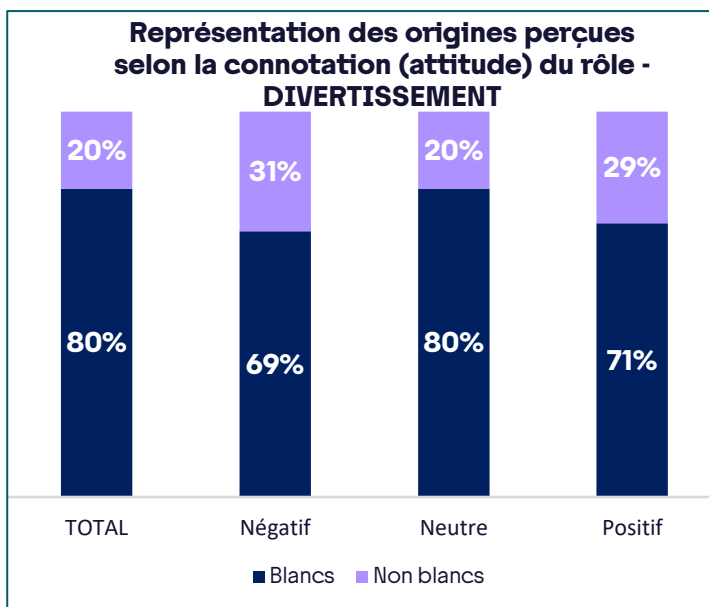
Représentation des origines perçues selon la connotation (attitude) du rôle - MAGAZINE / DOCUMENTAIRE



Représentation des origines perçues selon la connotation (attitude) du rôle - INFORMATION

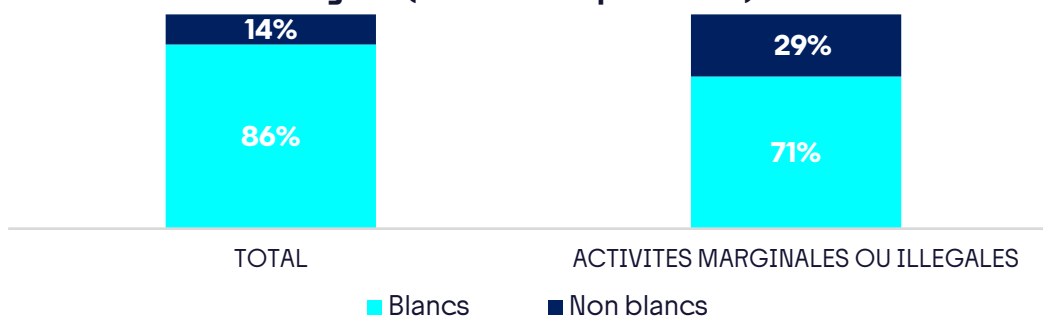


Représentation des origines perçues selon la connotation (attitude) du rôle - DIVERTISSEMENT



Par ailleurs, les personnes perçues comme « non-blanches » sont encore surreprésentées dans les activités marginales ou illégales (**29 %**), soit une augmentation de 2 points par rapport à l'exercice précédent qui marquait pourtant une diminution significative encourageante (43 % en 2020 ; 27 % en 2021).

Répartition des origines perçues au sein des activités marginales ou illégales (données non pondérées)



Baromètre CNCDH 2022 sur les préjugés racistes, antisémites et xénophobes

Chaque année, depuis 1990, le *Rapport sur la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la xénophobie* de la CNCDH inclut les résultats d'une enquête barométrique « visant à évaluer les perceptions et les attitudes vis-à-vis du racisme, à analyser les opinions des Français à l'égard de l'Autre, et à essayer de comprendre les logiques sous-jacentes à l'apparition et à la prégnance de certains préjugés »¹⁴. Les analyses des chercheurs qui suivent l'évolution de ce baromètre soulignent souvent que le cadrage politique et médiatique de certains événements peut influencer la façon dont on considère les minorités. Les résultats du dernier Baromètre CNCDH montrent en particulier que certains préjugés vis-à-vis des immigrés semblent s'être renforcés au cours de l'année 2022, marquée par « plusieurs périodes électorales où la question de la place des immigrés et les enjeux sécuritaires ont souvent été associés dans les débats »¹⁵. Fin 2022, **60 %** des Français interrogés sont ainsi d'accord avec le préjugé qui veut que « de nombreux immigrés viennent en France uniquement pour profiter de la protection sociale » (+ 8 points par rapport au sondage précédent) et **42 %** avec l'idée que « l'immigration est la principale cause de l'insécurité » (+ 7 points).

Si, globalement, l'indice longitudinale mesuré par les chercheurs indique que l'adhésion à des préjugés intolérants vis-à-vis des différentes minorités a eu tendance à baisser depuis 10 ans, certains préjugés restent particulièrement forts. C'est le cas notamment **des préjugés stigmatisants vis-à-vis des Roms et des Gens du voyage**, encore partagés par une majorité des répondants. La CNCDH appelle, dans son rapport, à engager une vraie réflexion sur la façon dont ces minorités sont représentés dans la sphère publique et médiatique, alors qu'ils sont encore, dans les médias, « largement associés à des crimes et délits, ce qui renforce la diffusion de stéréotypes et préjugés discriminatoires »¹⁶.

¹⁴ CNCDH, *Rapport sur la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la xénophobie 2022*, 04 juillet 2023, p. 120 ; accessible en ligne sur le site www.cncdh.fr.

¹⁵ CNCDH, « Les Essentiels du Rapport 2022 sur la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la xénophobie », 04 juillet 2023, p. 8, accessible en ligne sur le site www.cncdh.fr.

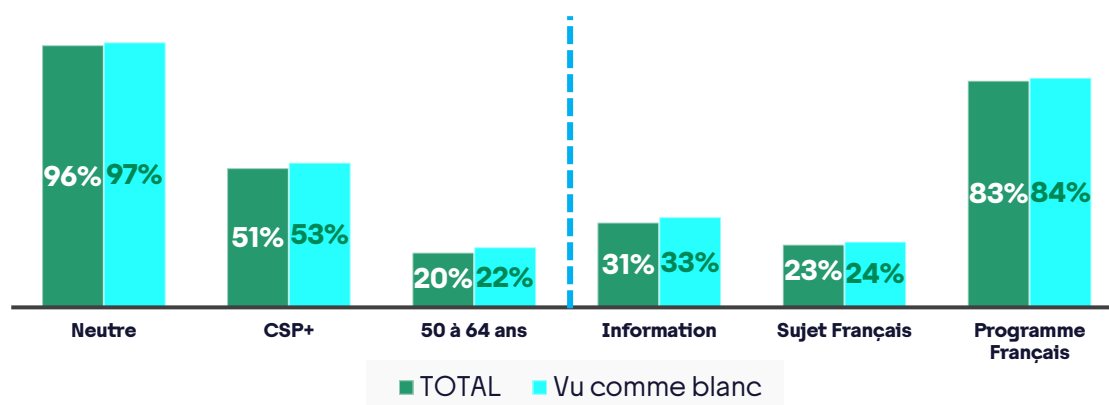
¹⁶ CNCDH, *Rapport sur la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la xénophobie 2022*, 04 juillet 2023, p. 133 ; accessible en ligne sur le site www.cncdh.fr.



Portrait

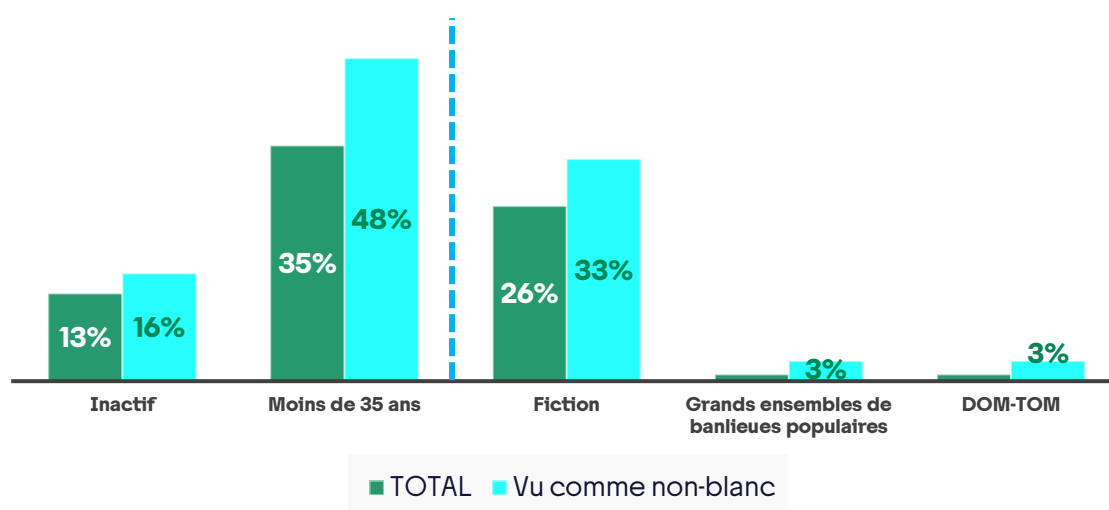
Les personnes perçues comme « blanches » ont plus de 50 ans, sont issues d'une catégorie socioprofessionnelle supérieure et sont principalement vues dans des programmes français d'information.

Portrait type des personnes perçues comme blanches



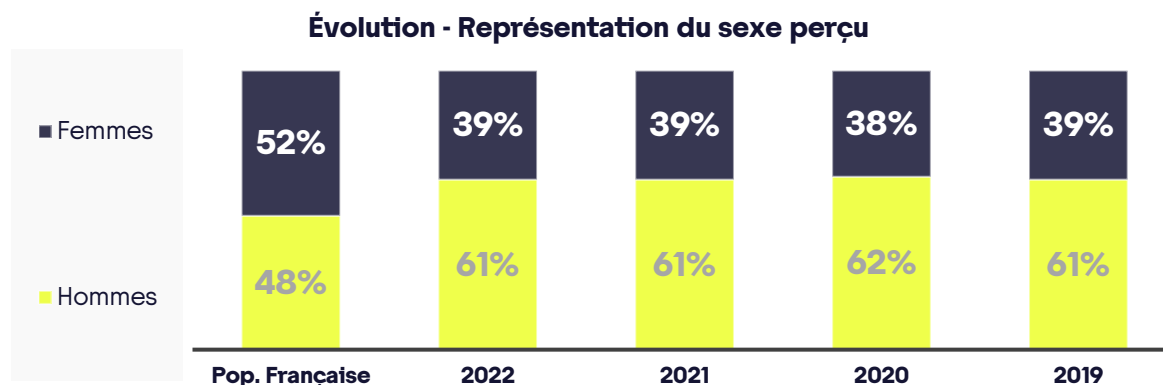
Les personnes perçues comme « non-blanches » ont, quant à elles, moins de 35 ans, sont inactives, vivent dans les banlieues ou les territoires ultramarins, et sont principalement vues dans des fictions.

Portrait type des personnes perçues comme non blanches



>> La présence des femmes locutrices à la télévision peine à augmenter depuis quelques années, après avoir fortement progressé notamment dans des rôles d'importance à l'antenne

En 2022, la **proportion de femmes qui s'expriment à l'antenne parmi les personnes indexées se maintient à 39 %**¹⁷ alors qu'elles représentent 52 % de la population française selon l'INSEE. Ce taux, relativement stable depuis 2018, témoigne des difficultés pour les femmes à prendre la parole dans les programmes télévisuels¹⁸.



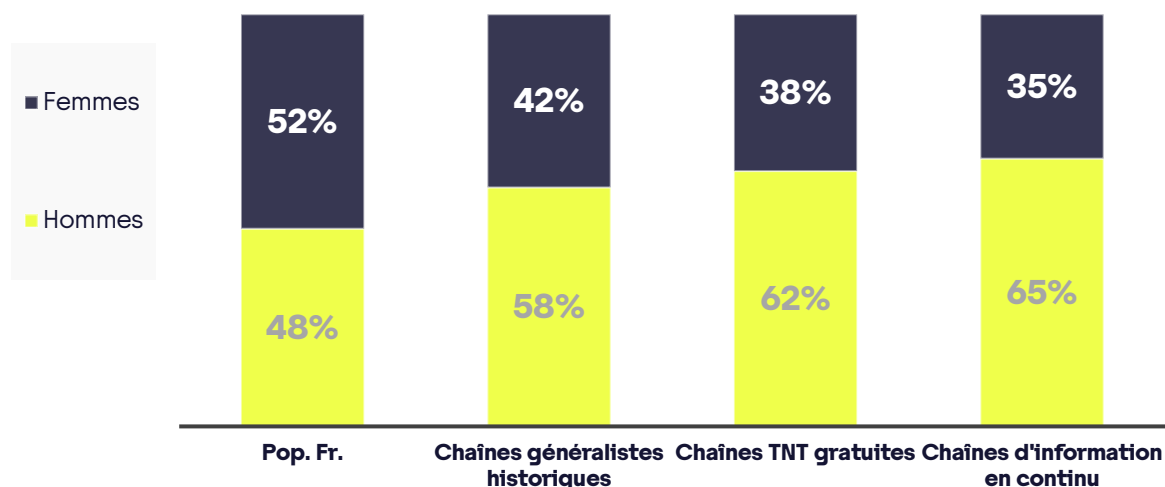
Il est intéressant de noter que la présence des femmes à l'antenne est plus importante sur les chaînes généralistes historiques rassemblant le plus d'audience – TF1, France 2, France 3, France 5, Canal, M6 (**42 %***). Ces résultats sont notamment portés par ceux de la chaîne M6 (**48,4 %***). L'engagement du groupe TF1 sur ce critère est également visible : TFX est la seule chaîne où les femmes locutrices sont majoritaires : **52,4 %***.

¹⁷ - Résultats pondérés en fonction du rôle tenu par les locuteurs et de la durée du programme.
- Le rapport 2022 de l'Arcom sur la représentation des femmes dans les médias audiovisuels fait état de 46 % de femmes présentes à la TV. Leur temps de parole, mesuré automatiquement par l'INA, est de 36 %. Cette différence de résultats s'explique par le fait que les deux études ont des méthodologies et des corpus d'analyse différents.

¹⁸ Seuls les locuteurs sont indexés dans le baromètre de la représentation de la société française. Dans le rapport de l'Arcom sur la représentation des femmes à la télévision et à la radio, il est également constaté une progression de la présence des femmes sur les antennes (38 % en 2016, 41 % en 2019, 44 % en 2022) mais une stagnation en temps de parole (36 % depuis 2019).

* Résultats pondérés en fonction du rôle tenu par les locuteurs et de la durée du programme.

Vague 2022 - Représentation du sexe perçu par groupes de chaînes

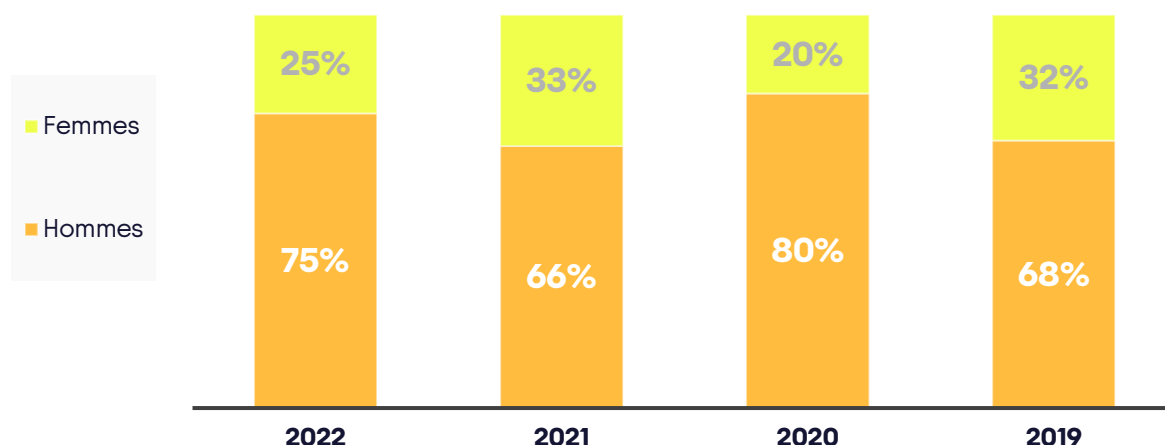


>> La sous-représentation des femmes est encore plus marquée lorsqu'elles cumulent plusieurs critères de discrimination

Si la part des femmes perçues comme « non-blanches » sur l'ensemble des femmes indexées est quasiment identique à celle des « non-blancs » sur l'ensemble des individus indexés (**14 %** de femmes perçues comme non blanches), le cumul de plusieurs critères de discrimination est pourtant globalement à leur désavantage.

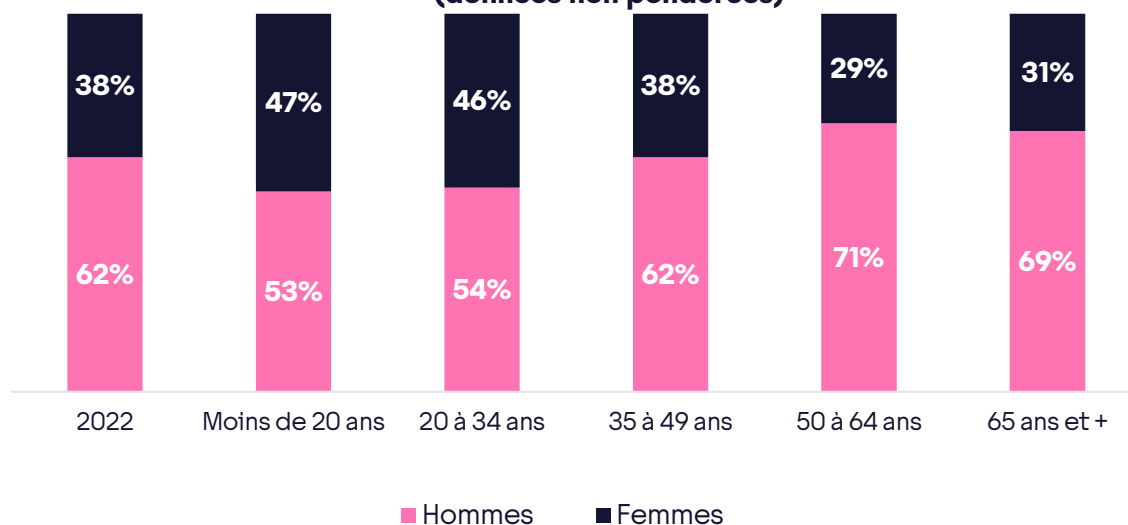
S'agissant des femmes en situation de handicap, elles sont très peu visibles à l'écran avec une représentation portée à **25 %**, en diminution de 8 points par rapport à l'année 2021 (33 %).

Évolution - Représentation du sexe perçu par situation de handicap



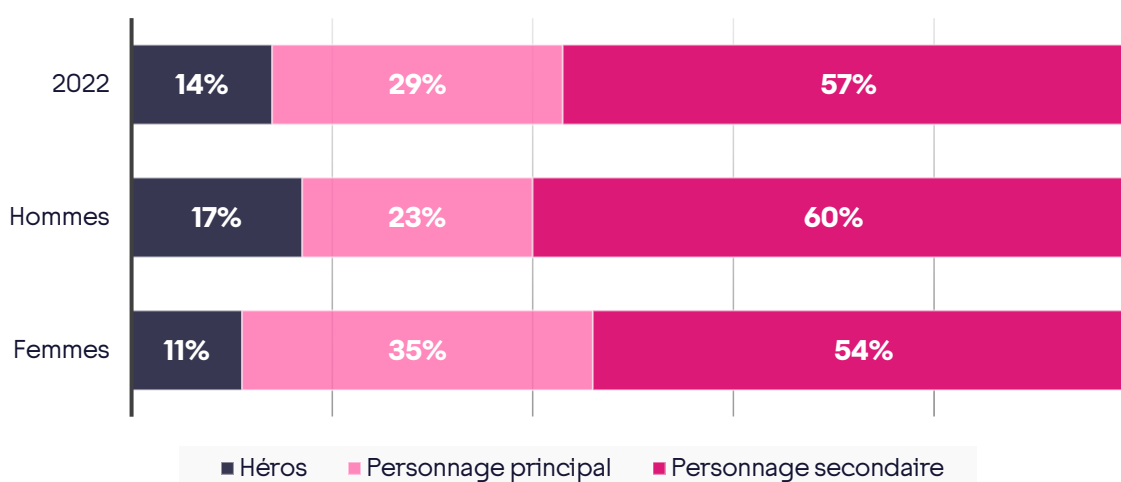
Les femmes sont de moins en moins visibles avec l'âge : alors qu'elles représentent **47 %** des personnes de moins de 20 ans indexées, elles ne sont plus que **29 %** sur l'ensemble des personnes perçues entre 50 à 64 ans.

**Vague 2022 - Repartition par sexe perçu selon les catégories d'âge
(données non pondérées)**

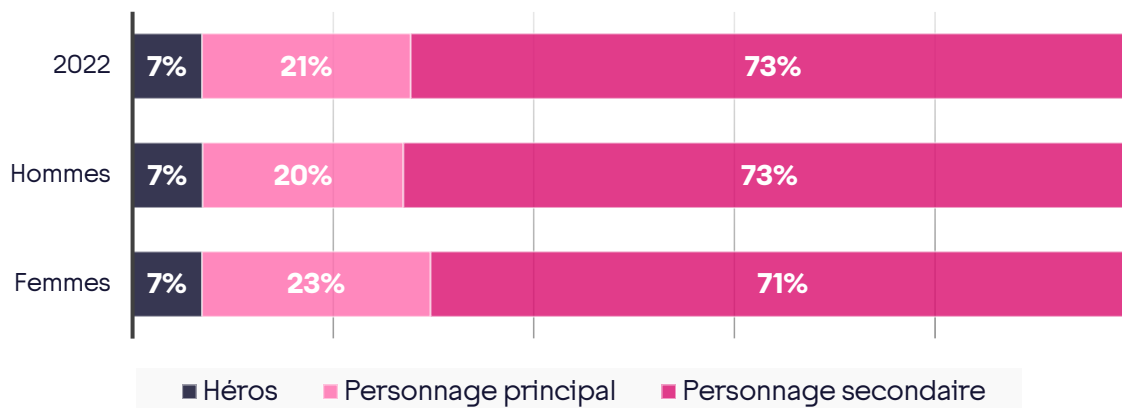


D'un point de vue qualitatif, il peut notamment être constaté que les jeunes femmes auront davantage de rôle de héros (**11 %**) ou de personnages principaux (**35 %**) que leurs homologues de plus de 50 ans (**7 %** dans des rôles de héros ; **23 %** de personnages principaux).

**Représentation du statut par genre chez les moins de 20 ans -
Fictions**



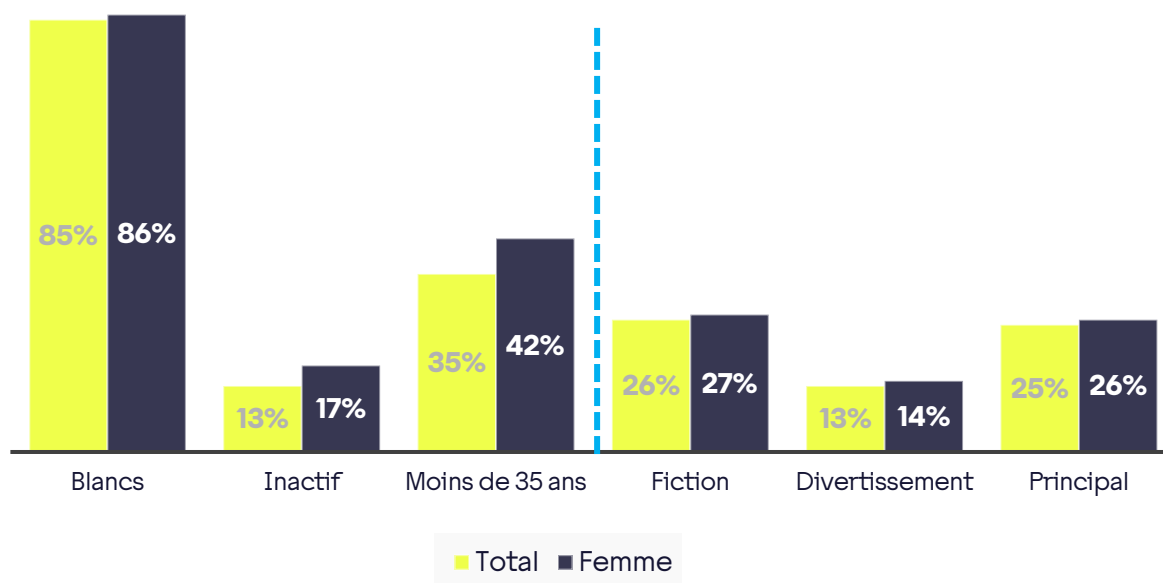
Représentation du statut par genre chez les 50 ans et plus - Fictions



Portrait

En 2022, les femmes à l'écran sont légèrement surreprésentées chez les personnes perçues comme blanches. Les personnes de moins de 35 ans et les inactifs apparaissent surreprésentés parmi les femmes au regard de la part de ces deux catégories dans le total des personnes indexées. Enfin, elles sont davantage susceptibles d'apparaître dans les fictions et les divertissements en personnage principal.

Vague 2022 - Représentation des Femmes

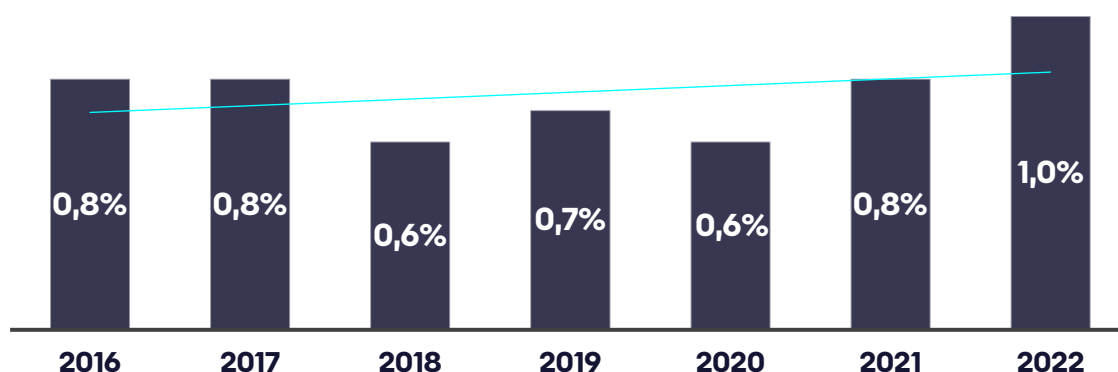


>> La représentation du handicap¹⁹ est en très légère progression : 1 %* du total des individus indexés est perçu comme étant en situation de handicap.

Pour la première année, la proportion de handicap visible atteint la barre symbolique des **1 %***, une progression mineure en comparaison des dernières données en la matière qui estiment environ à 13 % la part des personnes en situation de handicap chez les 15 ans et plus en France.²⁰ Toutefois, les résultats du baromètre doivent être appréhendés en conscience des limites inhérentes à la méthodologie du baromètre de la diversité, qui ne permet d'indexer que le handicap visible ou le handicap induit ou déclaré par la personne qui s'exprime à l'écran.



Évolution du taux de handicap



¹⁹ La loi du 11 février 2005 considère que constitue : « un handicap, au sens de la présente loi, toute limitation d'activité ou restriction de participation à la vie en société subie dans son environnement par une personne en raison d'une altération substantielle, durable ou définitive d'une ou plusieurs fonctions physiques, sensorielles, mentales, cognitives ou psychiques, d'un polyhandicap ou d'un trouble de santé invalidant ».

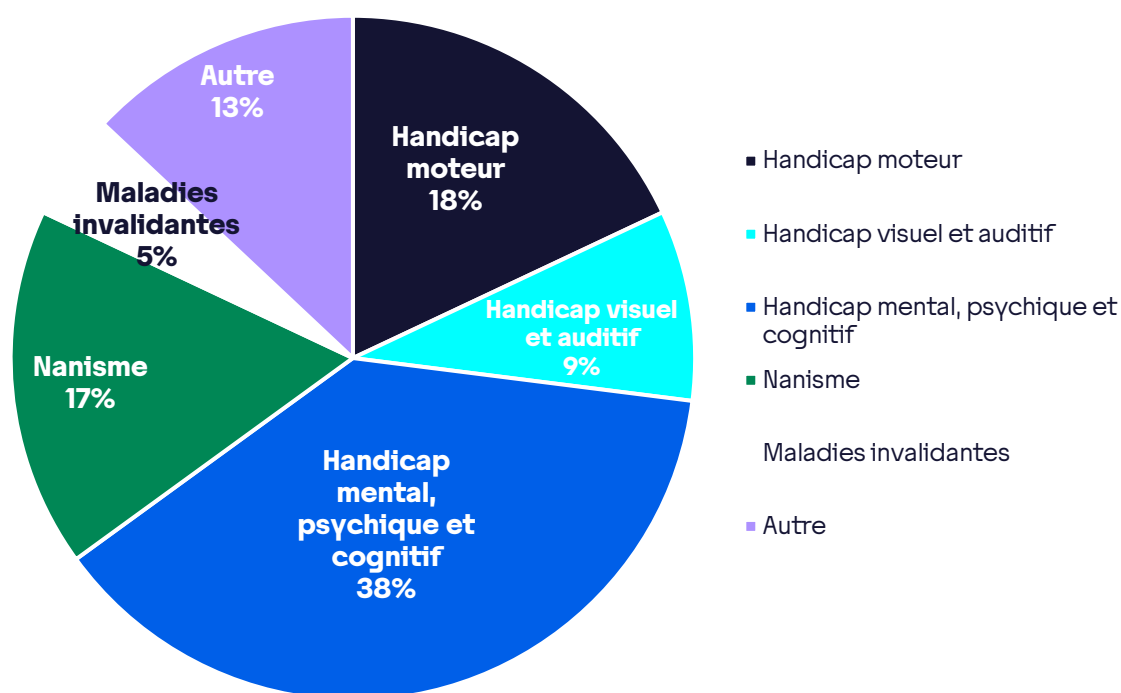
* Résultats pondérés en fonction du rôle tenu par les locuteurs et de la durée du programme.

²⁰ Extrait données Ministère de la santé : « **Quel est le nombre de personnes handicapées en France ?** En 2021, 6,8 millions (13 %) de personnes de 15 ans ou plus vivant à leur domicile déclarent avoir au moins une limitation sévère dans une fonction physique, sensorielle ou cognitive et 3,4 millions (6 %) déclarent être fortement restreintes dans des activités habituelles, en raison d'un problème de santé. Selon la définition retenue, de la plus stricte qui impose de cumuler ces deux critères, ou la plus large qui prend en compte l'ensemble des limitations et restrictions, on compte entre 2,6 millions et 7,6 millions de personnes handicapées ou dépendantes de 15 ans ou plus vivant en logement ordinaire. Sur les seules personnes de 15 à 60 ans, ce chiffre varie de 0,9 à 3,3 millions. S'y ajoutent plus de 140 000 personnes de 16 ans ou plus hébergées en établissement spécialisé dans la prise en charge du handicap ». <https://drees.solidarites-sante.gouv.fr/publications-communique-de-presse/panoramas-de-la-drees/le-handicap-en-chiffres-edition-2023>

Parmi les chaînes généralistes historiques, la chaîne TF1 porte davantage le sujet, avec 1 %* de personnes en situation de handicap sur ses antennes ; s'agissant des chaînes de la TNT gratuite, NRJ 12 atteint 5 %* d'individus en situation de handicap en raison d'une fiction quotidiennement diffusée sur ses antennes ; parmi les chaînes d'information en continu BFM TV représente les personnes en situation de handicap à hauteur de 1,7 %*.

S'agissant de la diversité des handicaps portés à l'écran, le handicap moteur représente, en 2022, **18 %*** des handicaps perçus (18 % en 2021, 12 % en 2020 et 54 % en 2019). Les personnes en situation de handicap visuel et/ou auditif ont, quant à elles, été perçues à hauteur de **9 %*** (14 % en 2021). La visibilité des handicaps mentaux, psychiques et cognitifs²¹ s'élève à **38 %*** (35 % en 2021). La représentation du nanisme s'élève à **17 %*** (2 % en 2021). Les personnes souffrant de maladies invalidantes sont représentées à hauteur de **1 %***.

Représentation du handicap



* Résultats pondérés en fonction du rôle tenu par les locuteurs et de la durée du programme.

²¹ Selon le Ministère des sports (handicaps.sports.gouv.fr) : *Le handicap mental est la conséquence d'une déficience intellectuelle. Il se traduit par des difficultés plus ou moins importantes de réflexion, de conceptualisation, de communication et de prise de décision. Le handicap psychique est, quant à lui, la conséquence d'une maladie mentale ou de troubles du développement mental. La personne souffre de déséquilibres d'origines diverses qui entachent son mode de comportement d'une façon momentanée ou durable et inégalement grave. Il n'affecte donc pas directement les capacités intellectuelles mais plutôt leur mise en œuvre ».*

Point d'information sur le nanisme, handicap trop souvent raillé

Des chiffres issus du baromètre :

En 2022, les personnes de petite taille ont été quasi exclusivement représentées dans les fictions (98 % ; 1 % dans les magazines et 1 % dans les divertissements). 90 % des personnes indexées en situation de nanisme le sont dans un programme de genre fantastique.

74 % des personnes de petite tailles indexées étaient des hommes ; 93 % d'entre-elles ont été perçues comme blanches (7 % ont été vues comme asiatiques) ; 97 % comme résidant dans des quartiers périphériques de pavillons et de petits immeubles.

Témoignage



Présidente

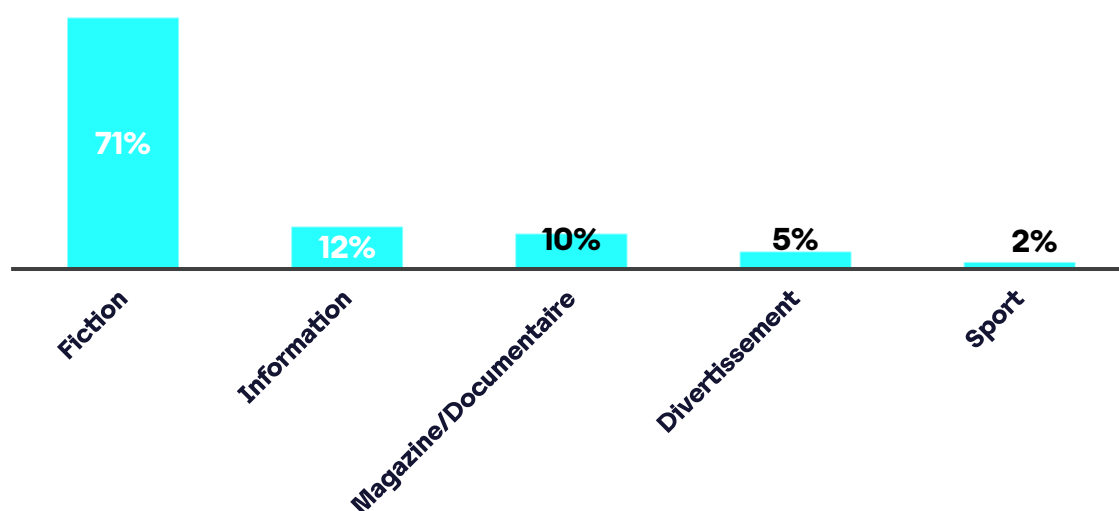
Violette Viannay, Présidente, Association des Personnes de Petite Taille - APPT

« L'intégration sociale de cette condition physique relativement « marquée » dépend aussi de la manière dont les producteurs – et diffuseurs – la mette en scène et se l'approprié. Lors de la signature de la Charte du 3 décembre 2019, j'avais partagé mes attentes quant à la juste représentation des personnes de petite taille dans le paysage audiovisuel. Ces dernières sont, en effet, trop souvent visibles et représentées dans du divertissement – dont les animations télévisées notamment – ou des fictions qui rendent ces personnes « irréelles ». Ce fait encourage fortement les stéréotypes et la stigmatisation.

Or une représentation trompée de la différence a de réelles conséquences sur la manière dont elle est comprise et perçue par autrui. Les « photos prises à la volée » dont sont sujets les personnes atteintes de nanisme en est une conséquence. Derrière cette véritable problématique, c'est bien de la pleine intégration et représentation du « handicap » dont il est question. Si les personnes de petite taille étaient mises en avant via des rôles ou des postures que tout un chacun peut prétendre, la différence pourrait, à termes, être banalisée. Les médias ont un réel rôle à jouer, non seulement en termes d'information, mais aussi en termes de sensibilisation, puisqu'indirectement, ils permettent d'éduquer le fameux 'regard de l'autre' ».

En 2022, le handicap était essentiellement visible dans les fictions mises à l'antenne par les chaînes : **71 %*** des personnes perçues comme étant en situation de handicap le sont dans les fictions (+ 11 points par rapport à 2021). Une telle donnée peut notamment s'expliquer par la diffusion par les éditeurs de fictions originales autour du handicap dans le cadre de leurs engagements relatifs à la diversité (cf. infra,I.2). De surcroît, le genre « fiction » est celui où la part des personnes en situation de handicap est la plus élevée (2 %* dans cette catégorie). Pour le reste des programmes, les personnes handicapées ont été davantage perçues dans les programmes d'information, à hauteur de 12 %* (-11 points par rapport à 2021). Elles restent peu visibles dans les divertissements (5 %*). Enfin, on relèvera que, si seulement 2 %* des personnes en situation de handicap s'expriment dans des programmes sportifs, celles-ci représentent 1 %* des personnes apparaissant dans ce genre de programme. Ainsi, les programmes sportifs sont, après les fictions, le genre où la part de personnes en situation de handicap est la plus élevée.

Vague 2022 - Répartition des personnes handicapées par genre de programme

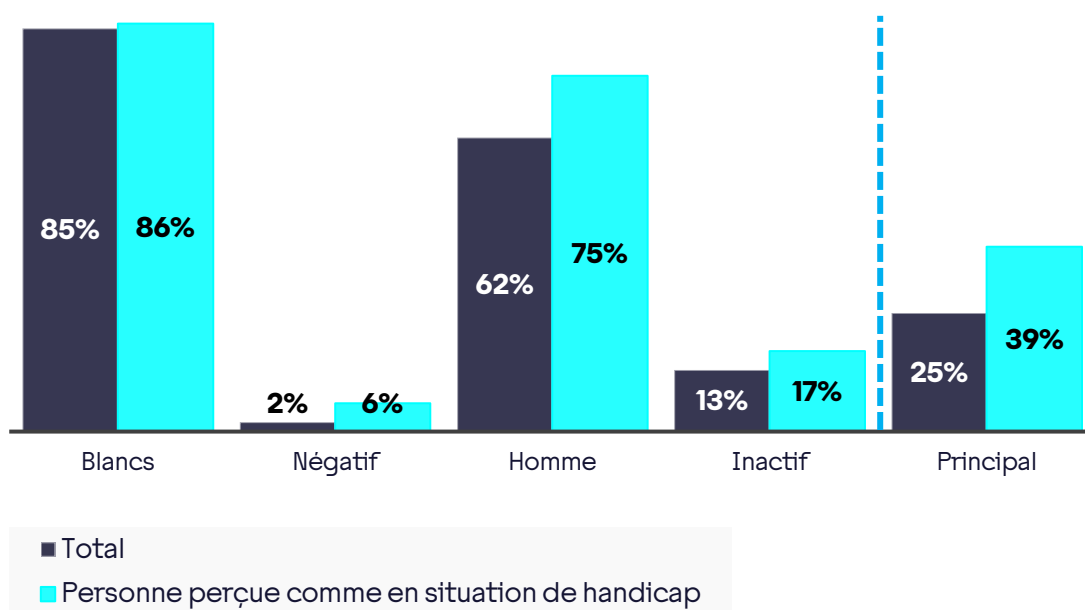




Portrait

Les personnes handicapées sont majoritairement des hommes perçus comme « blancs », inactifs, dans des rôles principaux, à connotation négative.

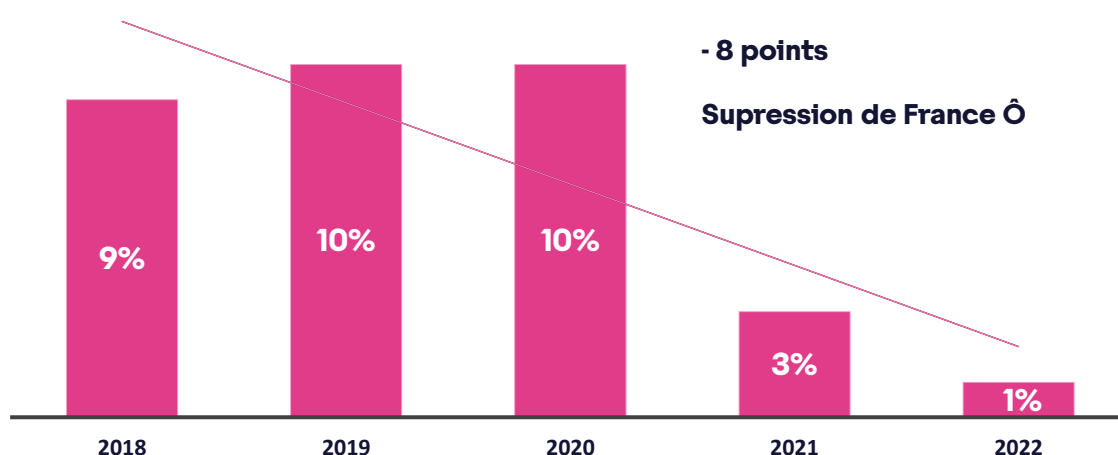
Profil type de la personne vue comme en situation de handicap



>>La présence des populations ultramarines à l'écran continue de baisser au global mais s'améliore sur les chaînes du service public

En 2022, alors que les personnes résidant dans les territoires d'Outre-mer représentent seulement **1 %**²² du total des personnes indexées, soit un taux de présence qui continue sa chute depuis la cessation d'émettre de France Ô en août 2020, la représentation des populations ultramarines repart à la hausse sur les chaînes du service public avec 7 % de présence sur France 2, France 3, France 4, France 5 et France info :. Cette hausse est notamment le fait d'une programmation spécifique tournée vers les territoires ultramarins tel que « Outre-mer express » sur France info :.

Évolution du taux de représentation des Outre-Mer



2021
Indexation toutes chaînes du
groupe France Télévisions

2022
Indexation toutes chaînes du
groupe France Télévisions



Outre-mer
6,5 %



Outre-mer
7 %

Ainsi, 78,4 % des personnes indexées comme résidant dans des territoires ultramarins, l'ont été sur des chaînes du service public.

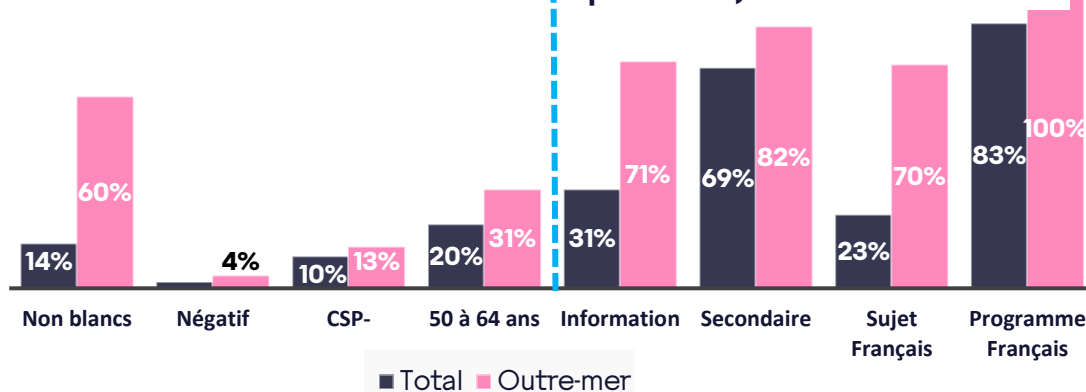
D'un point de vue qualitatif, les personnes résidant dans les territoires d'Outre-mer sont davantage représentées dans des rôles secondaires, à connotation négative, au sein des programmes d'information.

²² - Résultats pondérés en fonction du rôle tenu par les locuteurs et de la durée du programme.
- L'INSEE estime que la population ultramarine représente 3,26 % de la population française totale.



Portrait

Vague 2022 - Représentation des Outre-Mer (données non pondérées)



>> Les personnes habitant dans des ensembles urbains sont les plus représentées à l'écran avec toutefois une forte progression des habitants des quartiers périphériques de pavillons et de petits immeubles

En 2020, l'INSEE constatait un nombre toujours plus important d'habitants dans les unités urbaines constituées par un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu. En 2016, l'institut relevait que 38 % de la population française vit dans une commune densément peuplée²³. Cette représentation urbaine est largement portée à l'écran avec toutefois des différences selon les unités composant ces ensembles urbains : les habitants des grands ensembles de banlieue sont peu représentés (**3 %***), contrairement aux centres-villes historiques très largement représentés (**51 %***). Toutefois, cette année est marquée par une forte progression de la représentation des quartiers périphériques de pavillons et de petits immeubles (+12 points) qui s'élève à **30 %***. Les habitants des villages ont été également davantage représentés à l'écran sur les semaines indexées (**15 %***).



**Centre-ville
(historique)**

51 %



**Grands
ensembles
de banlieues
populaires**

3 %



**Quartiers
périphériques
de pavillons
et de petits
immeubles**

30 %



Villages

15 %

Evol.

vs 2021 -14 pts

+1 pt

+12 pts

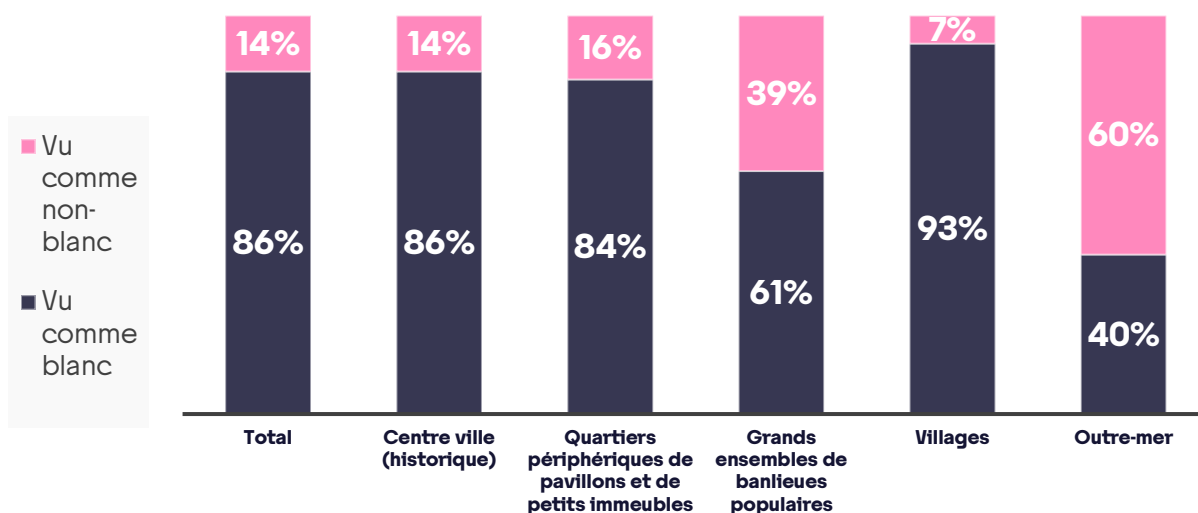
+2 pts

²³ <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4806684> ; <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4252859>

>> Le profil de personnes indexées diffère selon leur lieu de résidence

Les personnes vues comme « non-blanches » sont toujours davantage représentées dans les grands ensembles de banlieues populaires (**39 %**) (+5 points) et dans les territoires ultramarins (**60 %**) (+ 6 points). En revanche, ils sont faiblement représentés dans les villages (**7 %**).

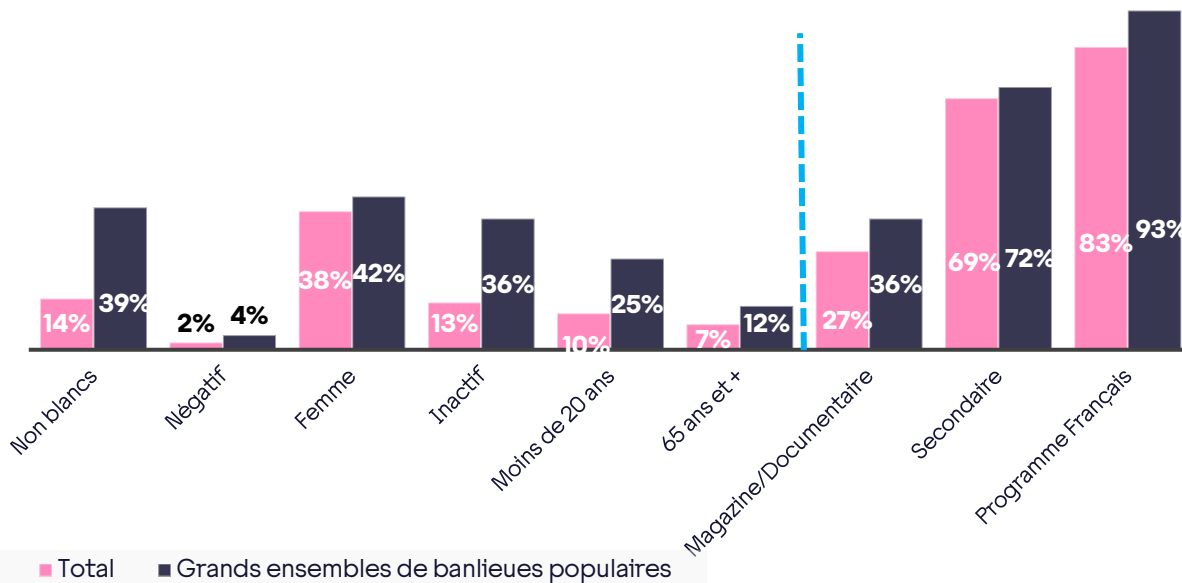
Vague 2022 - Origine par lieu de résidence (données non pondérées)



Portraits

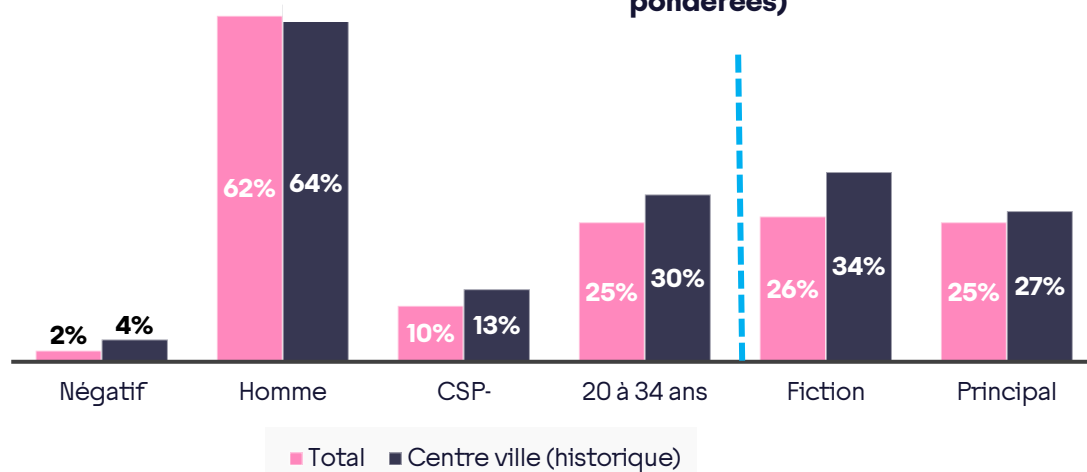
À la télévision, les résidents des banlieues sont plutôt des femmes perçues comme « *non-blanches* », inactives (ayant moins de 20 ans ou plus de 65 ans), se retrouvant davantage dans les programmes français, et les magazines/documentaires. Partant, ils constituent une part importante des personnes les plus éloignées de l'emploi.

Vague 2022 - Représentation des Banlieues (données non pondérées)



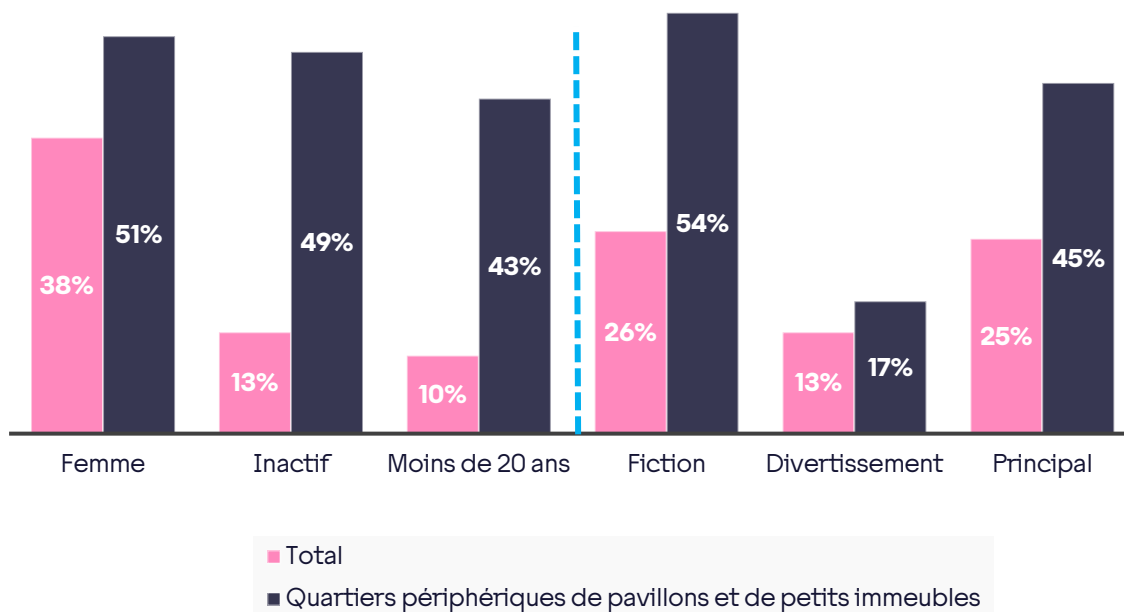
Les personnes perçues comme résidant en centre-ville apparaissent proportionnellement plus nombreuses chez les hommes, ayant une attitude négative, et appartenant aux catégories socioprofessionnelles inférieures et à la catégorie d'âge des 20 à 34 ans. Elles sont plus souvent représentées dans les fictions, en tant que personnage principal, en comparaison des données d'ensemble de ces deux catégories.

Vague 2022 - Représentation des Centres villes (données non pondérées)



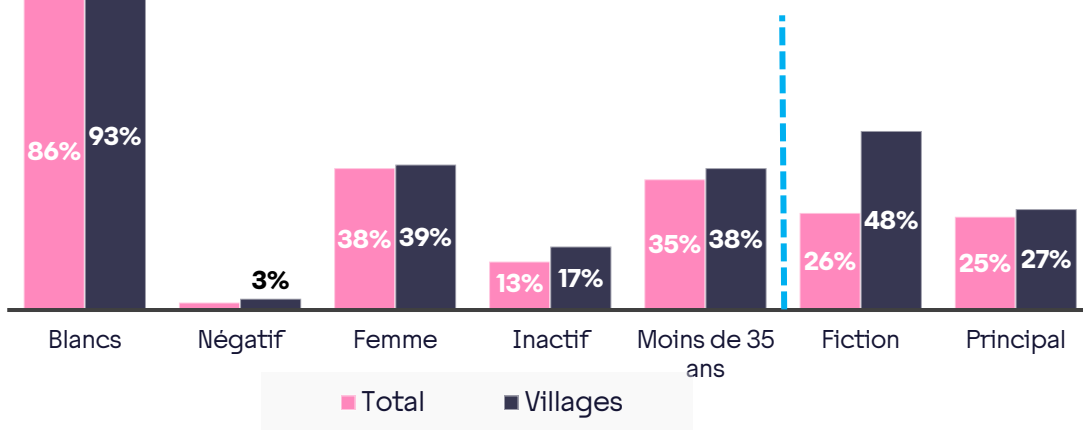
Les personnes perçues comme résidant dans des quartiers périphériques de pavillons et petits immeubles sont davantage des femmes (51 %), des personnes jeunes (moins de 20 ans à 43 %), inactives. Elles sont particulièrement représentées dans le genre « fiction » ou « divertissement ».

Vague 2022 - Représentation des Quartiers périphériques de pavillons et petits immeubles (données non pondérées)



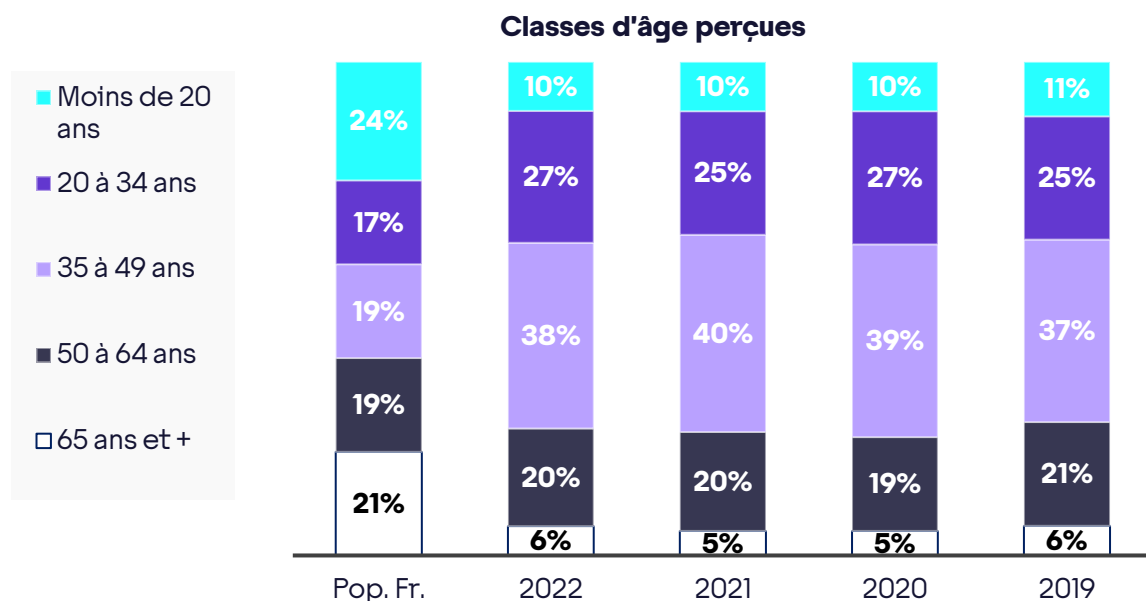
Enfin, les personnes perçues comme résidant dans des villages sont le plus souvent perçues comme blanches. Elles apparaissent davantage représentées que le total des personnes indexées parmi les inactifs, les moins de 35 ans ainsi que dans les fictions.

Vague 2022 - Représentation des Villages (données non pondérées)

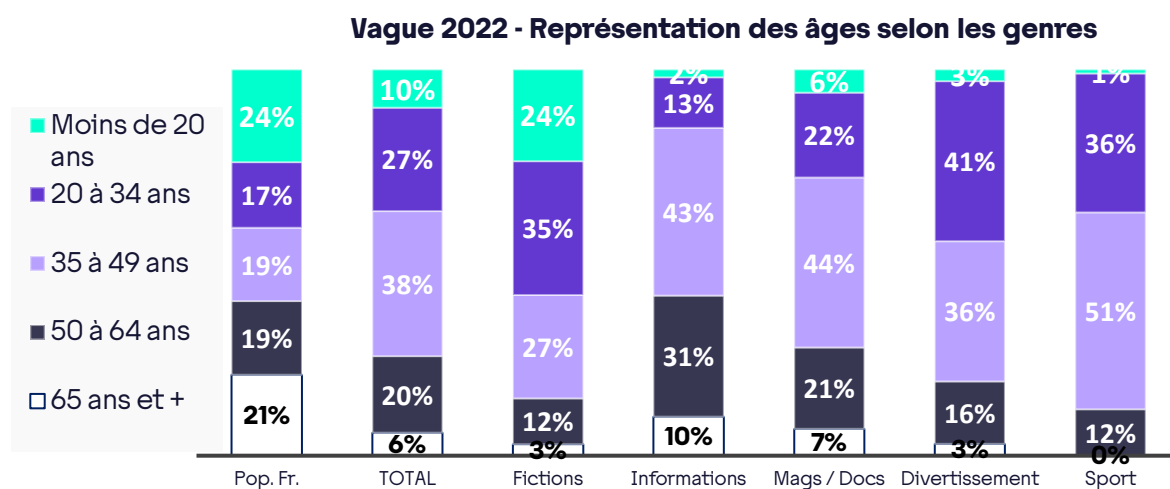


>> La persistance d'une sous-représentation importante des moins de 20 ans et des plus de 65 ans

Les personnes qui composent majoritairement la société française ne sont pas suffisamment représentées à l'écran : les plus de 65 ans ne sont représentés qu'à hauteur de **6 %*** alors même qu'ils constitueraient selon l'INSEE 21 % de la population et les moins de 25 ans le sont à hauteur de **10 %*** (contre 24 % dans la population française).



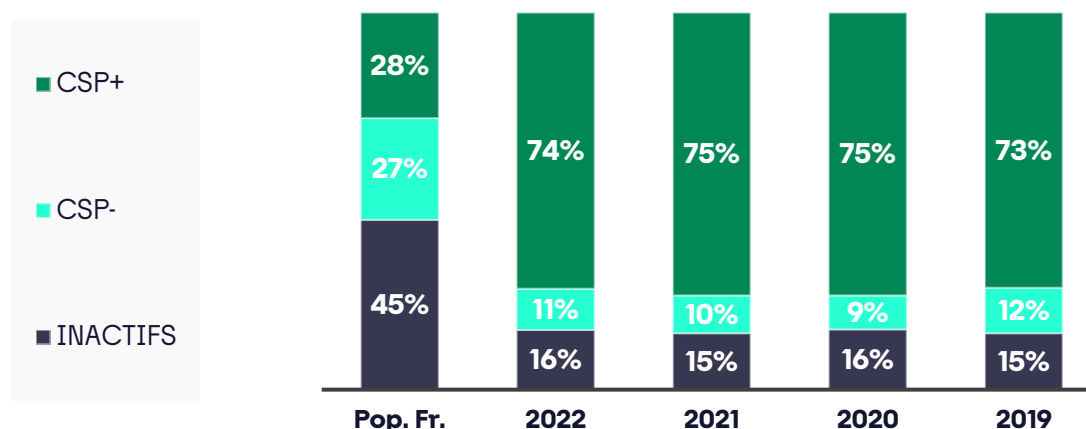
Pour les plus de 65 ans ce constat s'accroît dans les fictions où ils ne sont représentés qu'à hauteur de **3 %***. La surreprésentation des 35-49 ans est particulièrement visible dans les magazines/documentaires (**44 %***), les programmes d'information (**43 %***) -qui par ailleurs mettent moins en avant les inactifs-, et dans les programmes sportifs (**51 %***).



>> La sous-représentation des catégories socioprofessionnelles inférieures (11 %*) se maintient toujours

Les **catégories socioprofessionnelles** représentées à l'écran ne sont pas le reflet de la réalité professionnelle française : **les catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+)** sont **surreprésentées (74 %*)** au détriment des catégories socioprofessionnelles inférieures (CSP-), représentées à hauteur de **11 %*** et des inactifs (**16 %***). Cette surreprésentation s'explique notamment par la forte présence des CSP + sur les émissions de plateau d'information diffusées majoritairement sur les chaînes d'information en continu (98,2 %* de CSP+ sur CNews, 93,3 % sur LCI, 93 %* sur Franceinfo, et 90,6 %* sur BFM TV).

CSP regroupées (résultats hors activités marginales et illégales)



Le détail des CSP permet de constater une très forte surreprésentation des cadres : **61 %*** des personnes indexées le sont alors qu'elles représentent seulement 10 % de la population française. *A contrario*, les retraités sont particulièrement sous-représentés **3 %*** (33 % de la population), comme le démontre le faible nombre de plus de 65 ans sur les antennes.

CSP détaillées (résultats hors activités marginales et illégales)



Portrait

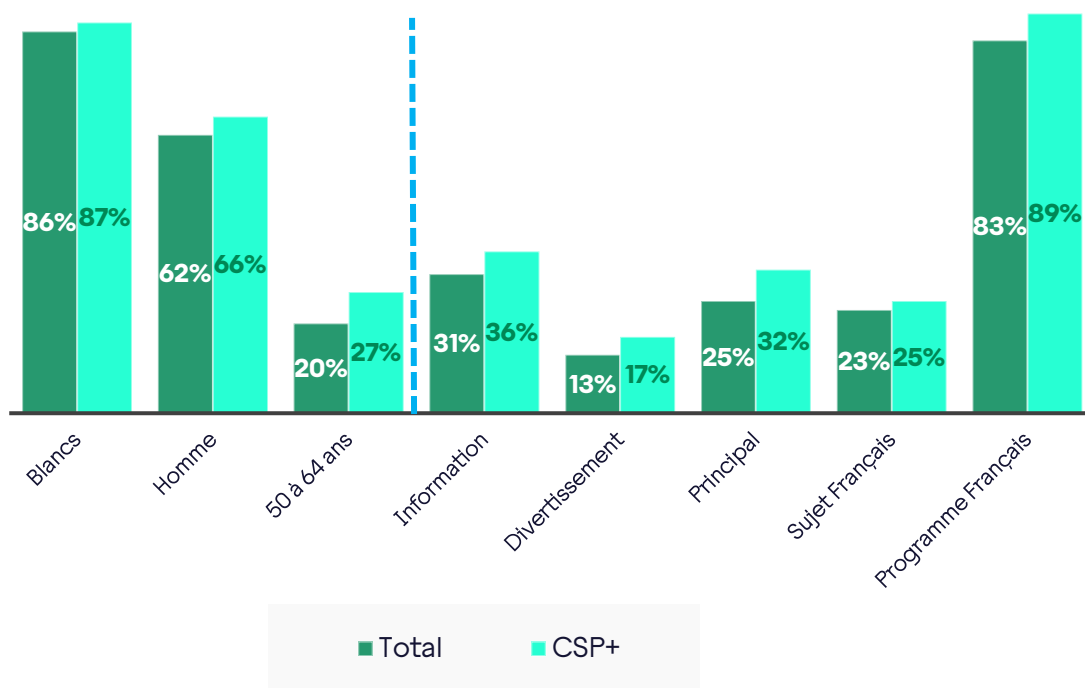
À l'écran, les CSP- sont plutôt des hommes perçus comme « non-blancs », ayant entre 20 et 34 ans, se retrouvant davantage dans des rôles secondaires et dans les fictions.

Vague 2022 - Représentation des CSP- (données non pondérées)



À l'inverse, les CSP + sont des hommes perçus comme « blancs », ayant entre 50 et 64 ans, se retrouvant davantage dans des rôles principaux et dans des programmes d'information.

Vague 2022 - Représentation des CSP+ (données non pondérées)



>> La représentation des personnes en situation de précarité s'améliore

Alors que l'année 2021 était marquée par une très faible représentation de la précarité à l'antenne (0,8 % en 2021 et 1 % en 2020), la barre symbolique des 1 % est désormais atteinte et dépassée. **1,4 %*** des personnes indexées en 2022 sont perçues comme étant en situation précaire. Une telle augmentation est bienvenue dans un contexte d'inflation où, selon la dernière étude du CREDOC, 16 % des Français déclarent être dans une grande précarité alimentaire²⁴.



1,4 %* (+0,6 pts par rapport à 2021)

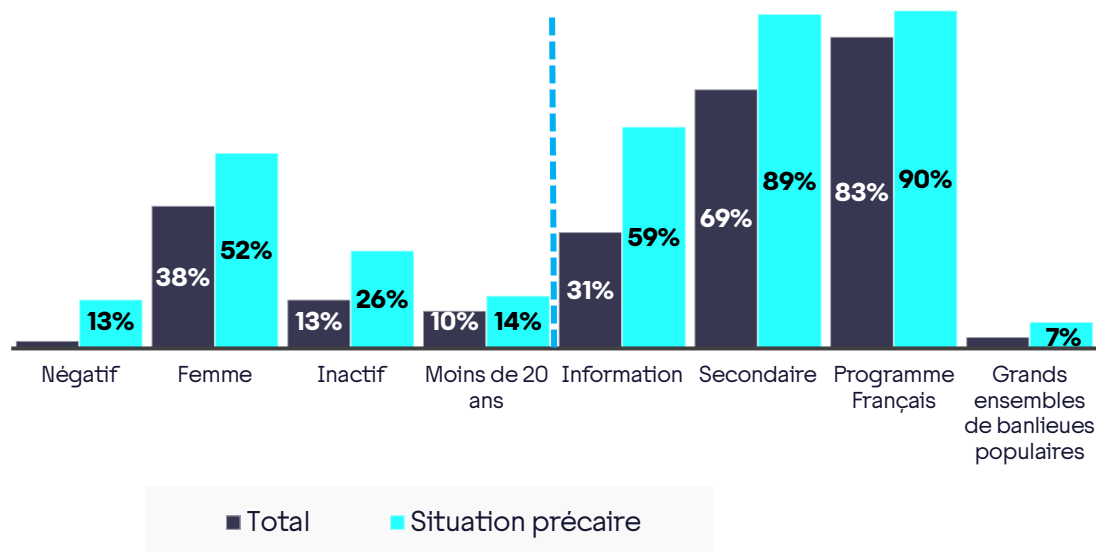
²⁴ En collaboration avec l'INRAE et l'université de Bordeaux, le CRÉDOC a inséré un module sur la précarité alimentaire dans le cadre de l'enquête Conditions de vie et aspirations des Français. Les résultats montrent que la hausse de la précarité alimentaire s'est accélérée au second semestre 2022 et concerne désormais 16 % des Français déclarant ne pas manger assez. <https://www.credoc.fr/publications/en-forte-hausse-la-precarite-alimentaire-sajoute-a-dautres-fragilites>

Les personnes précaires représentées à l'antenne sont majoritairement des femmes, occupant des rôles négatifs, et inactives. Les personnes ayant moins de 20 ans seront davantage perçues comme en situation de précarité ainsi que résidant dans les grands ensembles de banlieues populaires. Les personnes en précarité sont davantage représentées dans des programmes français, d'information, et dans des rôles secondaires.



Portrait

Vague 2022 - Représentation des Situations précaires



2. Les actions des éditeurs

En application de [la délibération tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal+ adoptée par l'Arcom le 10 novembre 2009](#), l'éditeur envoie à l'Autorité, au plus tard au 30 novembre de l'année, une lettre d'engagement sur les actions qui seront menées en matière de représentation de la diversité l'année suivante. Cette délibération a été modifiée en [2015](#) afin, notamment, d'étendre son périmètre aux radios volontaires.

L'Autorité est susceptible de demander à l'éditeur de modifier ses propositions lorsqu'elle les estime insuffisantes ou inappropriées. Ce dernier dispose alors d'un délai d'un mois pour transmettre des propositions modifiées répondant davantage aux enjeux de cohésion sociale.

Dans le cadre de la délibération de 2009, **plusieurs types d'engagements**, listés dans ce texte, sont pris chaque année par les éditeurs de services : des engagements relatifs à la programmation incluant notamment les aspects relatifs à la commande et à la mise en production des programmes et des engagements relatifs aux ressources humaines.

Fin 2022, seuls les services de télévision ont transmis à l'Arcom leurs engagements, dont la liste exhaustive est à retrouver en annexe 3, pour l'année 2023. Ainsi, comme cela avait été le cas l'année dernière, les radios n'ont pas souhaité s'engager volontairement dans le dispositif. Ceci est d'autant plus regrettable que l'Autorité, dans son précédent rapport sur la juste représentation de la société française dans les médias audiovisuels, avait préconisé une implication des radios en la matière.

En ce qui concerne les chaînes de télévision, prenant en considération les remarques de l'Arcom et les résultats du baromètre, elles s'efforcent, d'année en année, de proposer des engagements se voulant plus adaptés et enrichis par rapport à ceux qui avaient été pris jusqu'alors.

Parmi l'ensemble des engagements (cf. annexe 3), il peut notamment être constaté que :

- **Sur le critère de l'origine**

Ce critère est celui pour lequel les éditeurs déclarent le plus d'engagements. Ceux-ci diffusent notamment massivement des spots en faveur de la diversité le 14 juillet, conformément à leurs obligations conventionnelles, intègrent des clauses en ce sens dans leur contrat de production de programmes. Par ces engagements, les chaînes contribuent à ce que tout un chacun puisse se voir représenter sur les antennes au quotidien (ex : pour TF1, 100 % des épisodes produits - 103 épisodes en 2022 - comportent au moins un personnage « perçu comme non-blanc ». En outre, 96 % des épisodes de séries produits en 2022 comportent au moins un personnage « vu comme non-blanc » apparaissant de façon régulière ; sur M6, 45 heures de fictions audiovisuelles commandées en 2022 contenaient au moins 1 rôle tenu par une personne perçue comme non-blanche, ce qui représente 78 % des commandes passées cette année, 100% des fictions de première partie de soirée comprennent en outre des rôles tenus par des personnes issues de la diversité, etc.).

- **Sur le critère du handicap**

Les éditeurs tendent à se saisir davantage de ce critère en proposant des programmes intégrant des personnes en situation de handicap (ex : le groupe TF1 propose la fiction Handigang où des lycéens créent un gang pour dénoncer le manque d'accessibilité et de considération qu'ils subissent au quotidien ; un candidat de Pékin express sur M6 était en situation de handicap moteur ; etc.).

Toutefois, l'Arcom encourage les éditeurs à renforcer leurs engagements sur ce critère pour favoriser l'expression des personnes handicapées sur tous les sujets, au-delà du handicap, dans les programmes d'information et de connaissance (JT, magazines, documentaires), en qualité de témoin, de citoyen ou d'expert, dans la même optique que la charte relative à la représentation des personnes handicapées et du handicap dans les médias audiovisuels signée le 3 décembre 2019. Il peut en ce sens être salué l'engagement du groupe France Télévisions qui a lancé la plateforme « Hagissants », annuaire digital de personnalités en situation de handicap expertes sur de multiples sujets (projet porté par Florence Alix-Graellier vice-présidente de la Fédération française de tennis et Michael Jeremiasz, ancien champion du monde de tennis en fauteuil) ou encore le programme « *les rencontres du Papotin* ».

- **Sur le critère du sexe**

Les chaînes s'engagent également sur le critère du sexe avec une programmation riche mettant en avant les femmes conduisant notamment à une amélioration significative de leur représentation sur les antennes et ce depuis quelques années, comme constaté dans [le rapport de l'Arcom sur la représentation des femmes à l'antenne](#)²⁵.

- **Sur les catégories socio-professionnelles, la situation de précarité, l'âge, le lieu de résidence**

L'annexe 3 montre une faible quantité d'engagements relatifs à la programmation pour porter à l'écran les catégories les plus faiblement représentées.

En revanche, les initiatives sont plus nombreuses en termes de ressources humaines avec notamment des partenariats ouvrant le monde des médias aux personnes résidant dans des quartiers d'éducation prioritaire par exemple.

III. Les programmes les plus populaires sur les SMAD : un plébiscite de la diversité... américaine...

Depuis plusieurs années, l'Arcom n'a cessé d'encourager une juste représentation à l'écran des différentes composantes de la société, considérant qu'elle favorise le « vivre-ensemble » et la déconstruction des stéréotypes au sein de la société. Par ailleurs, elle semble être source d'une attractivité renforcée du public. C'est ce que l'Arcom a voulu vérifier en analysant des programmes populaires. Le parti pris de l'Arcom a été de prendre des programmes disponibles sur différents services de vidéos à la demande par abonnement (VàDa) car, chaque année, ces mêmes services communiquent sur leurs programmes les plus populaires de l'année. Les constats abondent en effet en ce sens : ces programmes donnent à voir une grande diversité.

>> Périmètre de l'étude <<

Les constats ci-après ont été réalisés à partir du visionnage :

- De programmes disponibles sur des services de médias audiovisuels à la demande (SMAD) tels que définis à l'article 2 de la loi du 30 septembre 1986. Ont été étudiés les services autres que ceux relevant de la catégorie des services de télévision de rattrapage (TVR) telle que définie dans le décret n° 2021-793, qui ont pu faire l'objet d'une convention avec l'Autorité et/ou d'une notification de leurs obligations par l'Autorité. Dans le cadre de cette étude, eu égard aux données d'usages (cf. données de l'observatoire de la vidéo à la demande du CNC janvier 2023²⁶) et de leur poids économique, les trois services suivants disponibles en France ont été choisis : Netflix, Disney + et Amazon Prime vidéo VàDA.

²⁵ <https://www.arcom.fr/nos-ressources/etudes-et-donnees/mediatheque/la-representation-des-femmes-la-television-et-la-radio-rapport-sur-l'exercice-2022>

²⁶ : Source : CNC-Vertigo - 65.7% des internautes de 3 ans et plus ont utilisé Netflix au cours des 30 derniers jours (période janvier-septembre 2022), 47.5% pour Amazon prime vidéo et 34.6% pour Disney+, soient les trois premiers services de VàDA du classement en termes d'usages.

- Chaque année, certains SMAD déclarent publiquement ²⁷les programmes ayant été les plus populaires auprès de leurs abonnés au cours de l'année écoulée. Il a été choisi de visionner parmi eux les 5 premiers films et les 5 premières séries déclarés. Pour les séries avec une saison inédite mise à disposition en 2022, le premier épisode de la saison inédite a été visionné ou, pour les séries sans inédit mis à disposition en 2022, le premier épisode toutes saisons confondues. L'Arcom a privilégié le succès d'un programme à son origine : l'ensemble du contenu étudié est américain et tend ainsi à représenter davantage les réalités sociétales des États-Unis.

- Ainsi, ont été visionnés :

Netflix	Disney +	Prime vidéo
Films		
The Gray Man	Vaiana : La Légende du bout du monde	Hôtel Transylvania 4 : Transformania
The Adam Project	Alerte Rouge	Samaritan
Purple Hearts	La Reine des Neiges II	Eaux profondes (Deep Water)
The Hustle	Avengers : Endgame	Thirteen Lives
The Tinder Swindler	Raya et le Dernier Dragon	Memory
Séries		
Stranger Things - Saison 4, Episode 1	Les Simpson - Saison 33, Episode 1	The Boys, Saison 1, Episode 1
Mercredi- Saison 1, Episode 1	Grey's Anatomy - Saison 17 - Episode 1	The underground railroad Saison 1, Episode 1
Dahmer - Saison 1, Episode 1	Desperate Housewives - Saison 1, Episode 1	Le seigneur des anneaux – les anneaux du pouvoir, Saison 1, Episode 1
Bridgerton - Saison 2, Episode 1	Malcolm - Saison 1, Episode 1	La fabuleuse Mme Maisel Saison 4, Episode 1
Inventing Anna - Saison 1, Episode 1	Ma Famille d'abord - Saison 1, Episode 1	Une équipe hors du commun, Saison 1, Episode 1

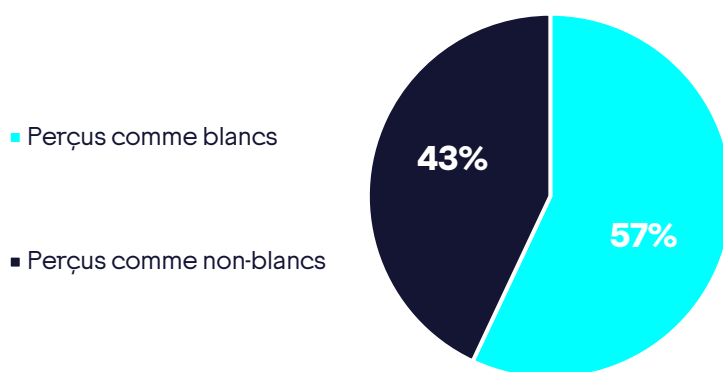
- Les locuteurs identifiés (environ 840) ont été indexés selon la même méthodologie que le baromètre (cf. annexe 2) et au regard des critères suivants : l'origine, le sexe, le handicap, la situation de précarité, la catégorie professionnelle, l'âge, le lieu de résidence.

²⁷ Source : Sites spécialisés et divers articles de journaux

>> Une forte présence des personnes perçues comme « non-blanches »

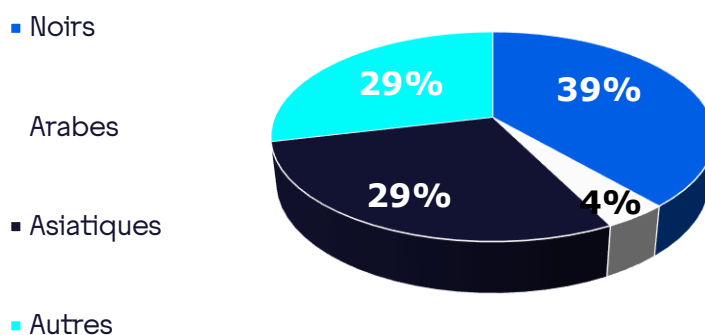
Sur les programmes visionnés, la part des personnes perçues comme « non-blanches » atteint **43 %*** des personnes indexées.

Répartition des personnes selon l'origine perçue



Au sein de cette catégorie, les personnes perçues comme « noires » sont les plus représentées, à hauteur de **39 %***. Il peut être constaté une forte présence des personnes perçues comme « autres », représentées à **29 %***, qui s'explique notamment par l'origine américaine des programmes visionnés. Ils représentent ainsi davantage la société étasunienne marquée notamment par un flux migratoire plus important qu'en France de personnes issues de pays hispanophones. Consécutivement, la présence des personnes perçues comme « arabes » apparaît faible avec **4 %*** des personnes indexées. Les personnes asiatiques ont été vues à hauteur de **29 %***.

Répartition des personnes perçues comme "non-blanches"

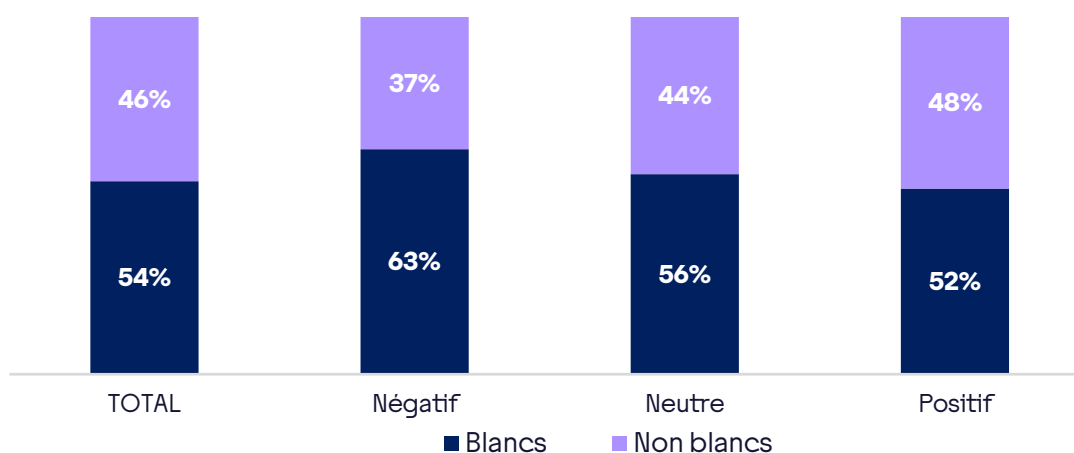


* Résultats pondérés en fonction du rôle tenu par les locuteurs et de la durée du programme.

>> Les personnes perçues comme « non-blanches » ne sont pas assignées à des rôles à la connotation négative

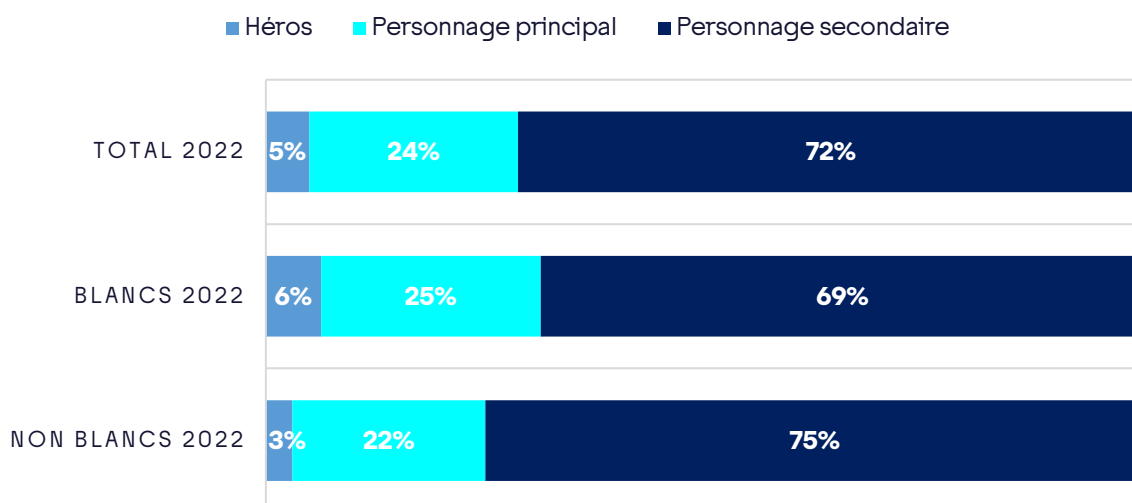
Les personnes sont réparties équitablement en fonction de leur représentation totale entre les rôles à connotation neutre et positive. Les personnes perçues comme « non-blanches » qui représentent, sans pondération, 46 % des locuteurs, obtiennent **44 %** des rôles neutres et **48 %** des rôles positifs. Elles sont moins représentées dans des rôles à connotation négative (**37 %**).

Représentation des origines selon la connotation (attitude) du rôle



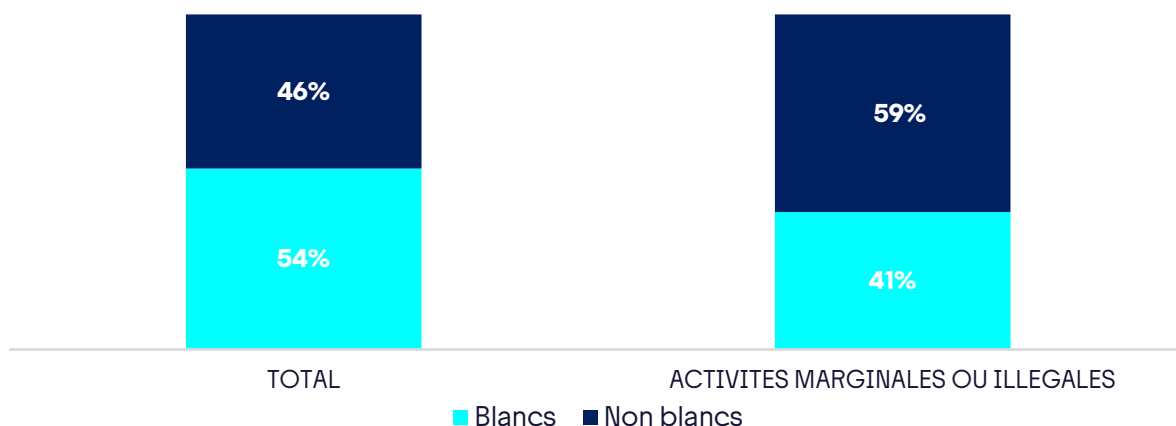
En revanche, les personnes perçues comme « non-blanches » se retrouvent davantage dans des rôles secondaires, ce qui explique que leur présence est moindre lorsque les résultats sont pondérés (46 % de présence lorsque le rôle tenu n'est pas pris en compte ; 43 % lorsqu'il est pris en compte).

Représentation du statut selon les origines



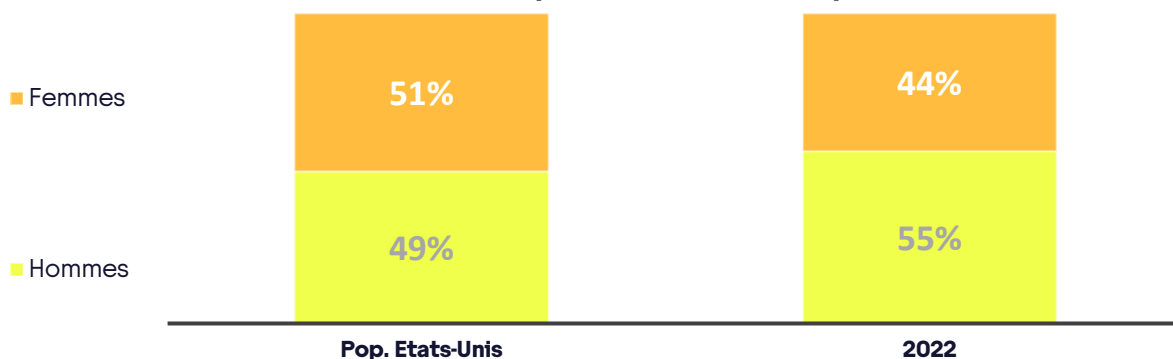
Par ailleurs, elles sont surreprésentées parmi celles ayant une activité marginale ou illégale (**59 %**).

Répartition des origines au sein des activités marginales ou illégales



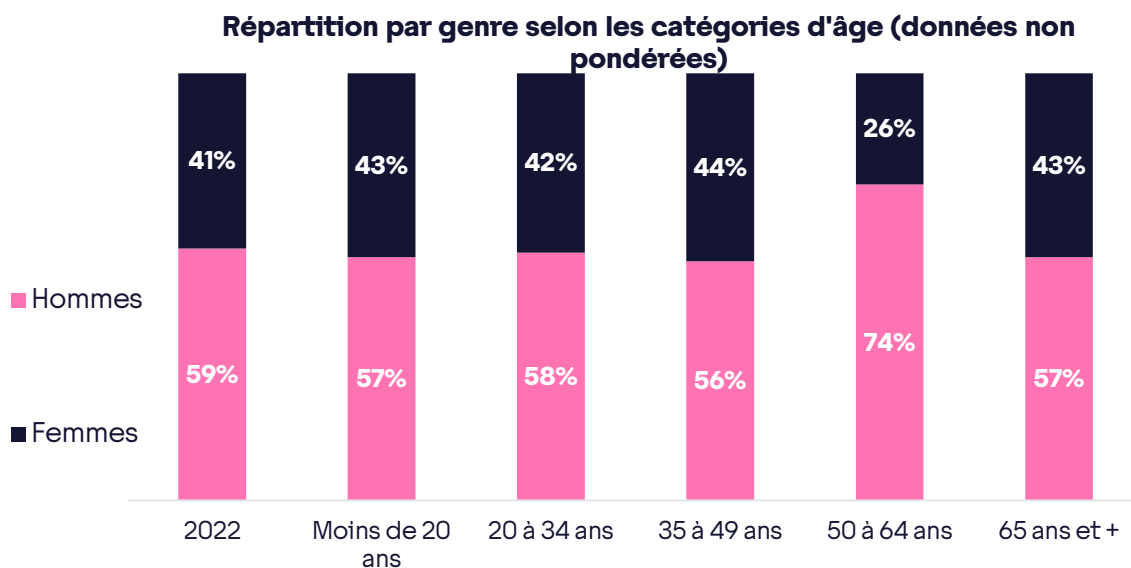
>> Les femmes s'exprimant à l'écran sont présentes à hauteur de **44 %* dans les programmes populaires**

Évolution - Représentation du sexe perçu



Les femmes sont représentées dans une proportion similaire entre les différentes catégories d'âge. Ainsi, les femmes de moins de 20 ans et les femmes de plus de 65 ans sont vues respectivement à hauteur de **43 %** (41 % du total des personnes indexées sans pondération). Seule la catégorie d'âge des 50 à 64 ans révèle une sous-représentation des femmes : **26 %**.

* Résultats pondérés en fonction du rôle tenu par les locuteurs et de la durée du programme.



>> Les programmes populaires donnent à voir des composantes de la population souvent peu représentées



La proportion de handicap visible est de **1,8 %***. Parmi eux, une majorité de personnes sont perçues avec une maladie invalidante et un handicap moteur.



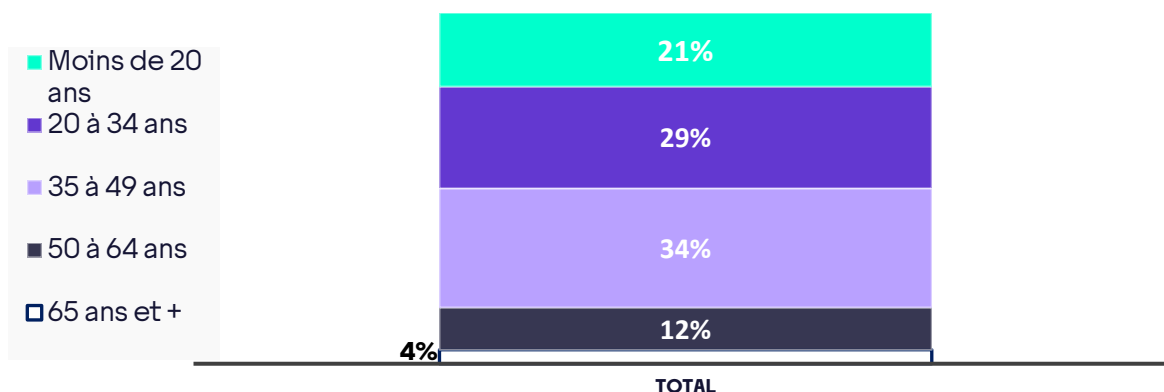
8 %* des personnes indexées dans les programmes populaires sont perçues comme étant en situation précaire.

* Résultats pondérés en fonction du rôle tenu par les locuteurs et de la durée du programme.

>> Une répartition des personnages entre les différentes catégories d'âge et les CSP déséquilibrée par rapport à la réalité sociale

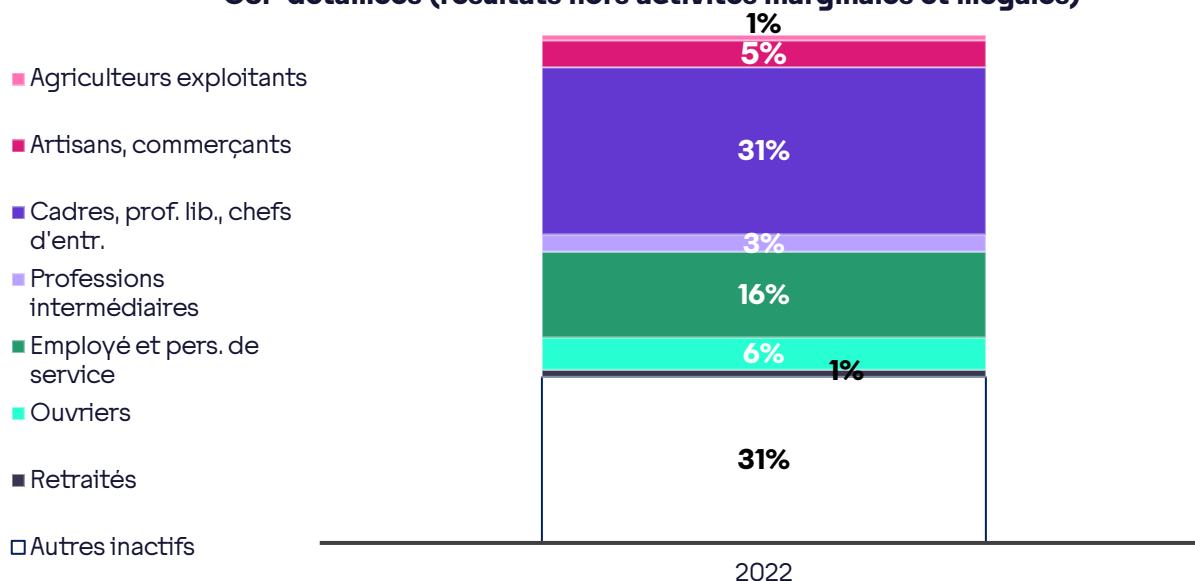
Sur les SMAD étudiés, les plus de 65 ans sont faiblement représentés, à hauteur de **4 %*** (environ 17 % dans l'ensemble de la population des États-Unis). En revanche, la présence des moins de 20 ans est forte (**21 %*** contre 19% de la population totale), ce qui peut notamment s'expliquer par l'indexation de programmes présents sur la plateforme Disney +.

Vague 2022 - Représentation des âges



Les personnes indexées sont majoritairement des cadres (**31 %***) et des inactifs (**31 %***). Ce dernier constat s'explique une nouvelle fois par la présence importante de moins de 20 ans, sans activité professionnelle, sur la plateforme Disney +.

CSP détaillées (résultats hors activités marginales et illégales)



Annexe 1

Délibération n° 2009-85 du 10 novembre 2009 tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal+

21 novembre 2009

JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Texte 79 sur 140

Conseil supérieur de l'audiovisuel

Délibération n° 2009-85 du 10 novembre 2009 tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal+

NOR : CSAC0927261X

L'article 3-1 modifié de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, issu de la loi du 31 mars 2006 pour l'égalité des chances, attribue au Conseil supérieur de l'audiovisuel la mission, d'une part, de contribuer aux actions en faveur de la cohésion sociale et à la lutte contre les discriminations dans le domaine de la communication audiovisuelle et, d'autre part, de veiller, notamment auprès des éditeurs de communication audiovisuelle, compte tenu de la nature de leurs programmes, à ce que la programmation reflète la diversité de la société française.

La loi du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision renforce le rôle du conseil quant à la représentation de la diversité de la société française et souligne les attentes du législateur à l'égard des éditeurs, en particulier de France Télévisions. Le conseil doit désormais rendre compte chaque année au Parlement des actions des éditeurs en faveur d'une programmation reflétant la diversité de la société française et proposer les mesures adaptées pour améliorer la représentation de cette diversité dans tous les genres de programmes.

Avant même la publication de cette loi, le conseil est intervenu activement dans ce domaine essentiel à la cohésion sociale. Dès 2000, après avoir fait réaliser une étude quantitative sur la perception de la diversité de la société française à la télévision, il a introduit dans les conventions des télévisions privées un engagement de prendre en considération à l'antenne la diversité des origines et des cultures de la population française. En janvier 2007, afin d'exercer pleinement ses nouvelles compétences, il a créé un groupe de travail relatif à la diversité. Le 11 mars 2008, il a institué l'Observatoire de la diversité dans les médias audiovisuels afin de suivre les actions mises en œuvre par les télévisions s'agissant de la diversité prise dans toutes ses composantes (origine, âge, sexe, handicap...) et de guider les travaux du conseil et des chercheurs qui lui sont associés.

Le conseil a fait réaliser en 2008 une étude sur la perception de la diversité de la société française à l'antenne des chaînes nationales gratuites de la télévision numérique terrestre, ainsi que de Canal+, selon les catégories socioprofessionnelles, le sexe et l'origine supposée en distinguant les personnes vues comme blanches ou comme non blanches, parmi lesquelles les personnes vues comme noires, comme arabes, comme asiatiques ou autres.

Après la publication des résultats de cette étude le 12 novembre 2008, le conseil a invité chaque éditeur à participer, en décembre 2008, à une réunion de travail afin d'examiner les résultats de l'enquête le concernant et d'évoquer, dans le cadre d'une collaboration constructive, des objectifs concrets et précis d'amélioration de la représentation de la diversité sur son antenne. Il a ensuite décidé de publier, pendant trois ans au moins, un baromètre semestriel destiné à évaluer la perception de la diversité de la société française à la télévision.

Les résultats de l'étude ont été confirmés par le premier baromètre établi en 2009 : les femmes, de même que certaines catégories socioprofessionnelles, en particulier les ouvriers et les employés, sont sous-représentées au regard de leur place dans la société française ; la diversité des origines, thème de société largement traité par les médias, a très peu progressé ; plus les programmes sont supposés s'approcher de la réalité de la société française, moins la diversité est perceptible, en particulier dans les fictions françaises, les sujets des journaux télévisés traitant de l'actualité française et les divertissements. Le baromètre a également montré la quasi-inexistence des personnes handicapées à l'antenne.

Ce constat préoccupant appelle une évolution rapide et massive des pratiques des éditeurs dont la programmation doit offrir aux téléspectateurs un visage fidèle de la société française, conforme à la richesse de ses nombreuses et différentes composantes. Le conseil entend donc inscrire la représentation de la diversité au cœur des priorités des télévisions en incitant chaque éditeur, tout en tenant compte de sa situation, à favoriser l'expression de cette diversité.

Dans cette perspective, il y a lieu, d'une part, d'établir, dans le respect de la ligne éditoriale et de la liberté de la création audiovisuelle, le cadre des engagements que chaque éditeur doit prendre auprès du conseil et, d'autre part, de fixer les modalités du suivi exercé par le conseil.

Tel est l'objet de la présente délibération prise sur le fondement de l'article 3-1 modifié de la loi du 30 septembre 1986 qui s'applique aux engagements pris au titre des années 2010 et suivantes par les télévisions hertziennes nationales gratuites et par Canal+, dès lors que ces services, qui utilisent une ressource hertzienne rare, recueillent l'audience la plus élevée et fédèrent le plus large public.

I. – Les engagements de l'éditeur

A. – Contenu des engagements

L'éditeur s'engage, au regard des caractéristiques de sa programmation, à améliorer significativement la représentation de la diversité de la société française sur son antenne.

La diversité de la société française s'entend dans son acception la plus large. Elle concerne notamment les catégories socioprofessionnelles, le sexe, l'origine et le handicap.

L'éditeur propose au conseil, chaque année, en fonction des spécificités de sa programmation et des insuffisances relevées par les baromètres de la diversité à la télévision, des engagements, qui peuvent être concertés avec d'autres éditeurs, sur les points suivants.

1. Lors de la commande et de la mise en production des programmes

L'éditeur fait ses meilleurs efforts pour faire figurer dans ses contrats de commande de programmes et, le cas échéant, dans les conditions générales des contrats qui y sont annexées, une clause prévoyant que les parties s'assurent de la représentation de la diversité de la société française dans les programmes qui sont l'objet de ces contrats.

Dans ce but, l'éditeur fait en sorte que, pour les fictions commandées, une proportion significative des rôles soit interprétée par des comédiens perçus comme contribuant à la représentation de la diversité de la société française, dans le respect des contextes historiques et littéraires.

2. A l'antenne

Compte tenu de la nature de sa programmation, l'éditeur s'engage à ce que la diversité de la société française soit représentée dans tous les genres de programmes mis à l'antenne. Il apporte une attention particulière à trois types de programmes : l'actualité française dans les journaux télévisés, les divertissements et les fictions inédites françaises. Il s'engage à faire progresser la représentation de la diversité sur ces trois types de programmes.

Ses engagements visent à améliorer les résultats sur un ou plusieurs de ces genres par rapport aux résultats obtenus lors des baromètres précédents.

3.auprès des responsables de l'information et des programmes

Afin de mieux contribuer aux actions en faveur de la cohésion sociale et de la lutte contre les discriminations, l'éditeur s'engage à sensibiliser de manière régulière sa rédaction et ses responsables de la programmation sur la nécessité d'améliorer la représentation de la diversité de la société française dans les programmes mis à l'antenne.

Chaque année, il fait part au conseil des modalités concrètes de mise en œuvre de ces actions.

B. – Modalités de souscription des engagements

1. Conclusion d'un avenant fixant le principe des engagements annuels

Un avenant à la convention de chaque éditeur privé prévoit que celui-ci prend par courrier des engagements annuels en application du A du I pour l'année à venir.

2. Lettre annuelle d'engagement

L'éditeur propose au conseil par courrier, au plus tard le 30 novembre de chaque année, les engagements qu'il prend pour l'année suivante en application du A du I.

Ces dispositions s'appliquent à la société France Télévisions, qui, conformément à l'article 37 de son cahier des charges fixé par le décret du 23 juin 2009, met en œuvre, dans le cadre des recommandations, les actions permettant d'améliorer la représentation de la diversité de la société française. A ce titre, elle propose au conseil des engagements en application du A du I.

Les engagements au titre de l'année 2010 doivent être transmis au conseil au plus tard le 15 décembre 2009.

3. Acceptation des engagements par le conseil

Le conseil peut demander à l'éditeur de modifier ses propositions lorsqu'il les estime insuffisantes ou inappropriées. L'éditeur dispose d'un délai d'un mois pour transmettre des propositions modifiées conformément à la demande du conseil.

Dès leur acceptation par le conseil, les propositions de l'éditeur valent engagements au sens de la présente délibération.

II. – *Le suivi par le conseil*

Le conseil veille au respect des engagements pris par l'éditeur en application du I de la présente délibération, en se fondant notamment sur les résultats des baromètres.

A. – Le baromètre de la diversité à la télévision établi par le conseil

Chaque semestre, le conseil publie les résultats du baromètre de la perception de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes hertziennes nationales gratuites et de Canal+. Ce baromètre est établi selon une méthodologie définie par le conseil.

Le baromètre indique, pour chacun des éditeurs concernés, l'état de la perception de la diversité de la société française sur son antenne.

Les outils méthodologiques utilisés pour établir le baromètre sont transmis par le conseil à l'éditeur.

Le conseil communique à l'éditeur les résultats du baromètre le concernant et recueille ses observations.

B. – Le compte rendu au conseil de la mise en œuvre des engagements par l'éditeur

L'éditeur communique au conseil chaque année, avant le 31 mars, les éléments permettant d'apprécier le respect des engagements pris au titre de l'année précédente en application du A du I.

C. – Les informations complémentaires communiquées par l'éditeur

L'éditeur peut fournir au conseil chaque année avant le 31 mars tout élément complémentaire d'évaluation du respect des engagements pris en application de la présente délibération.

Il peut faire part au conseil des autres initiatives qu'il a prises en faveur de la représentation de la diversité dans ses programmes ou dans son entreprise.

S'il souhaite étendre la période ou la tranche horaire sur lesquelles porte le baromètre établi par le conseil, il utilise la méthodologie définie par ce dernier.

D. – La communication des engagements et des résultats

Les engagements pris par les éditeurs en application de la présente délibération ainsi que l'appréciation de leur réalisation sont rendus publics par le conseil dans le rapport qu'il établit chaque année en application de l'article 3-1 modifiée de la loi du 30 septembre 1986.

La présente délibération sera publiée au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 10 novembre 2009.

Pour le Conseil supérieur de l'audiovisuel :

Le président,

M. BOYON

Annexe 2

Méthodologie générale du baromètre de la représentation de la société française

La périodicité de l'étude est annuelle.

Les sept critères actuellement indexés sont :

- l'origine perçue (perçu comme « blanc », perçu comme « noir », perçu comme « arabe », perçu comme « asiatique », « autre ») ;
- le sexe (« masculin », « féminin ») ;
- la catégorie socioprofessionnelle (« CSP+ », « CSP- », « inactifs » et « activités marginales ou illégales ») ;
- le handicap (« oui », « non ») ;
- l'âge (« - de 20 ans », « 20 - 34 ans », « 35 - 49 ans », « 50 - 64 ans » et « 65 ans et + ») ;
- la situation de précarité²⁸ (« oui », « non ») ;
- le lieu de résidence²⁹ (« centre-ville », « quartiers périphériques de pavillon et de petits immeubles », « grands ensembles de banlieues populaires », « villages », « DOM-TOM »).

Le rôle de l'intervenant (« positif », « négatif » ou « neutre »³⁰) est également indexé dans le baromètre.

La méthode repose sur l'observation des programmes et l'indexation des personnes qui s'expriment à l'antenne. Elle est réalisée par personne et par émission. En conséquence, une personne est indexée une fois, et une fois seulement, dès lors qu'elle prend la parole.

L'indexation de chaque critère est réalisée en tenant compte des catégories de sens commun supposées, c'est-à-dire, selon la perception qu'en aurait la plupart des téléspectateurs. Cette perception se constitue tout au long du programme, en fonction de nombreux éléments qui peuvent être visibles à l'écran, dits, écrits ou même induits.

²⁸ Conformément à un arrêté de 1992 qui donne une définition officielle des catégories de personnes qui sont en situation de précarité, sont indexés en situation de précarité les personnages suivants : chômeurs ; bénéficiaires du RMI ; titulaires d'un contrat emploi solidarité ; personnes sans domicile fixe ; jeunes âgés de 16 à 25 ans exclus du milieu scolaire et engagés dans un processus d'insertion professionnelle.

²⁹ L'indexation du lieu de résidence se fait pour chaque intervenant d'une émission en choisissant entre les options indiquées ci-dessus. Dans une autre colonne, la catégorie centre-ville est complétée par les options suivantes :

- « métropole » (ex : Paris/Marseille) ;
- « grande ville » (ex : Lyon, Toulouse, Nice, Bordeaux, Nantes, Rennes, Strasbourg, Montpellier, Lille) ;
- « ville moyenne ou petite ville ».

Dans une troisième colonne « commentaires », est précisé :

- pour les quartiers périphériques pavillonnaires, la ville dont le quartier est la périphérie ;
- pour les quartiers de grands ensembles de banlieues populaires, le nom de la ville ;
- pour les DOM-TOM, le territoire.

³⁰ Dans les journaux d'information ou les magazines, les rôles sont positifs lorsque l'action du personnage a des retombées positives physiques ou morales sur une autre personne (aide, soutien, défense, protection etc.) ou plus généralement sur la société. Les rôles sont négatifs lorsque l'action du personnage est « hors-la-loi » ou à des retombées négatives physiques ou morales sur une autre personne (blessure, peur, contrainte, pression, intimidation, mauvaises mœurs) ou plus généralement sur la société ou lorsque la situation ou le contexte dans lequel se trouve le personnage est négatif. Dans les fictions, l'indexation du rôle se rattache au bien ou au mal. Ainsi, les rôles positifs sont : un personnage qui fait le bien, un personnage exemplaire ou encore le héros. Les rôles négatifs sont : un personnage qui fait le mal, un personnage qui a une mauvaise conduite ou un « méchant ».

Des coefficients de 1 à 6 sont attribués aux locuteurs selon la nature du rôle qu'il tient (héros, personnage principal ou personnage secondaire) et selon la durée du programme dans lesquels il intervient (programme court ou programme long)³¹.

A noter que les résultats relevés dans l'étude sont des résultats pondérés lorsqu'ils portent sur des données globales (ex : données sur l'origine perçue), en revanche, ils ne sont pas pondérés lorsqu'ils font l'objet d'un croisement entre deux critères, qualitatifs ou quantitatifs (ex : données sur le rôle positif des personnes non blanches).

Corpus

Sont exclus du recensement :

- les membres des publics et des foules ;
- les figurants ;
- les personnes dont on parle mais dont on ne sait rien ;
- les personnes / personnages qui n'ont pas de traits humains réalistes (cas de certaines œuvres d'animation).
- Les publicités, les bandes annonces.

³¹ Pour les programmes longs, un coefficient 6 est attribué aux héros, 4 aux personnages principaux et 1 aux personnages secondaires. Pour les programmes courts, un coefficient 5 est attribué aux héros, 3 aux personnages principaux et 1 aux personnages secondaires.

Annexe 3

Bilan des engagements diversité par les éditeurs

Chaîne	Types d'engagement	Détails de l'engagement pris fin 2022	Réalisation selon l'éditeur	Commentaires
TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI	Programmation	TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films et LCI s'engagent à diffuser le 14 Juillet leur clip sur la représentation de la diversité de la société française en 2022.	OUI	Les chaînes TF1, TMC, TFX et LCI se sont conformées à leur engagement en diffusant le 14 juillet 2022 un clip célébrant la diversité de la société française. Afin d'offrir la meilleure exposition à ce spot, les antennes de TF1, TMC, TFX et LCI l'ont programmé à des horaires de fortes audiences, comme détaillées ci-après : TF1: 6h28/14h28/23h04 TMC: 21h04 TFX: 20h49 LCI: 06h23/20h09

Groupe TF1	Programmation	Sensibiliser à nouveau, par l'envoi d'un courrier, les sociétés de production d'émissions de magazines, jeux, divertissements et télé réalité produites pour les chaînes du groupe TF1 sur la nécessité d'offrir une meilleure représentation de la diversité au sein de ces émissions en 2022.	OUI	Les courriers de sensibilisation sur la nécessité d'offrir une meilleure représentation de la diversité au sein des émissions du groupe TF1 ont été adressés aux sociétés de production suivantes : DMLS TV, ELEPHANT & Cie, Endemol SHINE France, SATISFACTION, ALP, ITV, WARNER TV STUDIOS France, TF1 PRODUCTIONS, NEWEN, AH PRODUCTIONS, BANGUMI, BBC, HUBERT PRODUCTION, R&G, COYOTE.
TF1	Programmation	Continuer d'offrir aux personnes handicapées une visibilité au sein des programmes de TF1, en particulier entre 17h et 23h en 2022.	OUI	TF1 a continué d'offrir aux personnes en situation de handicap une visibilité au sein de ses programmes, en particulier entre 17h et 23h, notamment dans ses programmes d'information, ses fictions françaises, internationales et ses feuilletons quotidiens. Côté fictions françaises, l'ambition du Groupe TF1 en matière de représentation des personnes en situation de handicap s'est poursuivie avec la fiction événement Handigang, un film unitaire avec Théo Curin (acteur, sportif, amputé des bras et des jambes) diffusé en mai 2022 qui met en avant de nombreux lycéens en situation de handicap. Ensemble, ces lycéens créent un gang pour dénoncer le manque d'accessibilité et de considération qu'ils subissent au quotidien. La diffusion du téléfilm était suivie du documentaire Théo Curin : ma différence, ma force. En parallèle, deux feuilletons quotidiens, Demain nous appartient et Ici tout commence, suivis chaque jour par plus de 3 millions de téléspectateurs, permettent d'aborder avec justesse la question du handicap. En 2022, dans

				Ici tout commence, les téléspectateurs ont pu suivre le personnage de Solal, un jeune épileptique qui aborde son expérience de cette maladie. En parallèle, dans Demain nous appartient, ils ont notamment pu suivre au quotidien l'histoire de Timothée, un jeune atteint d'autisme, étudiant en classe préparatoire, qui cherche à dépasser sa maladie pour aller vers les autres (première histoire d'amour, séances de psychothérapie, etc.). Du côté des téléfilms et des fictions internationales de première partie de soirée, cet engagement de visibilité s'est poursuivi en 2022 avec la diffusion de la nouvelle saison de Good Doctor, une série dans laquelle le personnage principal est atteint du syndrome d'Asperger, de la série Doc, dont le héros est amnésique, ou encore de téléfilms comme Noël avec le Prince de mes Rêves ou encore L'enfant secret dont les personnages principaux sont en situation de handicap. Du côté des longs-métrages, TF1 a diffusé en octobre 2022 le film événement Hors Normes, réalisé par Eric Toledano et Olivier Nakache, qui suit deux responsables d'une association venant en aide aux enfants et adolescents autistes, et participe fortement à la visibilité des personnes en situation de handicap. Par ailleurs, TF1 a continué d'offrir aux personnes en situation de handicap une visibilité au sein des programmes de flux comme Les 12 coups de midi où la thématique du handicap est régulièrement abordée dans l'émission, ainsi
--	--	--	--	--

				qu'à l'occasion des divertissements événementiels de prime time comme The Voice et The Voice Kids, avec, par exemple des candidats en situation de handicap moteur et cognitif. L'émission Familles nombreuses : la vie en XXL, diffusée quotidiennement sur TF1, aborde également la thématique du handicap, et suit plusieurs familles ayant des enfants atteints d'autisme et de trisomie. Enfin, le sujet du handicap est largement traité dans les éditions quotidiennes du 13H et du 20H et dans le magazine Sept à Huit sous différents angles : emploi des personnes en situation de handicap, éducation, solidarité, parasport. TF1 a aussi participé pour la troisième année consécutive à l'évènement Duoday les 16 et 17 novembre 2022, en proposant notamment la coanimation du Tirage du Loto et de la météo avant le JT de 20H à des personnes en situation de handicap.
TF1	Programmation	Continuer de porter une attention particulière dans les programmes de TF1 à la représentation des agriculteurs, employés et ouvriers en 2022.	OUI	En 2022, le groupe TF1 a continué de porter une attention particulière à la représentation des agriculteurs, employés et ouvriers, notamment dans les programmes d'information de TF1 et sur LCI. Dans les JT de 13H et 20H, plus de 110 sujets ont spécifiquement traité des agriculteurs, avec des thématiques diverses telles que l'explosion des coûts, les relations avec la grande distribution, ou les dégâts liés aux intempéries. L'attention particulière donnée à la représentation de ces catégories socio-professionnelles s'est également déclinée au sein de la fiction. Dans la série policière HPI, dont la 2ème saison était diffusée en 2022 sur TF1, la

				protagoniste Morgane Alvaro, est une agent d'entretien à haut potentiel intellectuel. En septembre 2022, TF1 a programmé en première partie de soirée le téléfilm Champion où Kendji Girac incarne Zack, un artisan de 24 ans, qui cherche à surmonter son illettrisme. En 2022, TF1 a par ailleurs diffusé la sixième saison de Sam, où la professeur éponyme part enseigner dans un petit village rural et se trouve confrontée aux nombreuses problématiques des agriculteurs. Nos émissions de divertissements, comme Koh Lanta, The Voice ou encore Ninja Warrior participent elles aussi à mettre en valeur des candidats venant de milieux sociaux diversifiés. L'émission Familles nombreuses : la vie en XXL, diffusée quotidiennement sur TF1, participe pour sa part à la représentation des employés, avec de nombreux parents issus de cette profession et catégorie socio-professionnelle.
TF1	Programmation	100% des conventions de développement « de textes » des fictions françaises signées par TF1 en 2022 intégreront une clause au sein de laquelle, en cas de mise en production, le producteur s'engage à proposer au diffuseur un casting comportant notamment des comédiens représentant la diversité de la population française.	OUI	Une clause, dont la rédaction a été transmise à l'Arcom, est intégrée dans toutes les conventions de développement de texte des fictions françaises signées par TF1 en 2022.

TF1 SF	Programmation	100% des conventions de préachat et de coproduction des fictions françaises inédites signées par TF1 SF en 2022 intégreront une clause par laquelle le producteur s'engage à proposer à TF1 SF un casting comportant notamment des comédiens représentant la diversité de la population française.	OUI	En 2022, les conventions de préachat signées par TF1 Séries Films ont intégré une clause par laquelle le producteur s'engage à proposer à TF1 Séries Films un casting comportant notamment des comédiens représentant la diversité de la population française.
TF1	Programmation	60% de tous les épisodes de fiction française de TF1, destinés à être diffusés en première partie de soirée, mis en production en 2022 comporteront au moins un personnage « vu comme non blanc » . TF1 continuera à porter une attention particulière à la nature et l'importance du rôle tenu par les personnages récurrents « perçus comme non blancs » dans lesdits épisodes.	OUI	En 2022, TF1 a dépassé cet engagement puisque 100% des épisodes produits (103 épisodes en 2022) comportent au moins un personnage "perçu comme non-blanc" . En outre, 96% des épisodes de séries produits en 2022 comportent au moins un personnage "vu comme non blanc" apparaissant de façon régulière.

TF1	Programmation	100% des formats de fiction française de TF1 mettant en scène des personnages récurrents dont la durée est inférieure à 10 minutes, mis en production en 2022 comporteront un rôle « vu comme non blanc ».	/	En 2022, TF1 n'a mis en production aucun format de fiction française dont la durée est inférieure à 10 minutes.
TF1	Programmation	100% des conventions de développement « de textes » des fictions françaises signées par TF1 en 2022 intégreront une clause au sein de laquelle, TF1 rappelle son engagement en faveur de la parité et invite le Producteur, en cas de mise en production, à faire ses meilleurs efforts pour contribuer à l'atteinte de cet objectif de parité sur l'ensemble du processus de création des Téléfilms par le choix des différents intervenants sur le projet, en ce compris les métiers de plateau et en particulier les postes à forte responsabilité tel que la réalisation.	OUI	L'ensemble des conventions de développement "de textes" des fictions françaises signées par TF1 en 2022 comportaient effectivement une clause au sein de laquelle TF1 rappelle son engagement en faveur de la diversité et invite le Producteur, en cas de mise en production, à faire ses meilleurs efforts pour contribuer à l'atteinte de cet objectif sur l'ensemble du processus de création des Téléfilms par le choix des différents intervenants sur le projet, en ce compris les métiers de plateau et en particulier les postes à forte responsabilité tels que la réalisation.

TF1	Programmation	Par ailleurs, TF1 continuera en 2022 à faire ses meilleurs efforts pour faire appel, dans ses fictions du réel, à des comédiens représentant la diversité de la population française.	OUI	En 2022, TF1 a continué de mettre en avant, dans ses fictions du réel, des comédiens représentant la diversité de la population française.
TF1	Programmation	TF1 s'engage à continuer en 2022 à promouvoir la diversité sur les réseaux sociaux du groupe. En effet, les comptes Facebook et Twitter du Groupe (+ de 60 millions d'abonnements) sont mis à contribution pour relayer très largement des productions originales de TF1 pour l'acceptation de la différence. Les messages des associations y sont également fortement relayés.	OUI	En 2022, le groupe TF1 a promu la diversité de la société française sur les réseaux sociaux du Groupe. Ainsi, les comptes Facebook et Twitter du Groupe ont permis de relayer très largement des productions originales de TF1 traitant de cette thématique. Les messages des associations y sont également fortement relayés.

Groupe TF1	Ressources humaines	Le groupe TF1 regroupe ses actions d'engagement sociétal sous une marque ombrelle « TF1 Initiatives ». L'objectif général de cette démarche est de créer une cohérence dans l'engagement du Groupe, entre les Antennes, l'Entreprise et la Fondation, au service du Vivre Ensemble. La diversité en est le pilier central. Plusieurs partenariats pluriannuels ont été mis en place.	OUI	L'inclusion reste au cœur des préoccupations du groupe TF1 en 2022. Pour développer une culture inclusive, le groupe multiplie les actions qui permettent de faciliter l'accès à la formation et à l'emploi de jeunes talents (scénaristes, réalisateurs, comédiens, journalistes, etc.) issus de la diversité. On compte parmi les actions les plus emblématiques l'organisation du Grand Prix Patrick Bourrat, qui récompense quatre élèves d'école de journalisme d'un CDD au sein des rédactions du Groupe, ou encore du Grand Prix TF1 de l'Alternance qui permet de récompenser un étudiant journaliste en contrat d'alternance d'un contrat CDD d'un an au sein de la Rédaction de TF1. La Fondation d'entreprise de TF1 recrute chaque année une promotion de jeunes âgés de 18 à 30 ans habitant dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville. Les candidats sont sélectionnés par un jury de professionnels et se voient proposer une insertion de deux ans dans le groupe TF1 en contrat d'alternance, avec l'accompagnement d'un tuteur et d'un parrain qui apporteront à la fois la possibilité de développer du réseau, mais aussi un apprentissage des codes de l'entreprise et une formation reconnue dans le milieu professionnel. Le dispositif concerne plus de 25 métiers, liés au journalisme, à la production audiovisuelle et aux métiers du tertiaire de l'entreprise. En 2022, la Fondation TF1 a accueilli sa 15e promotion avec 12 candidats sélectionnés. Depuis sa création, la Fondation a accompagné 165 jeunes qui investissent ensuite l'ensemble des filières métiers du Groupe telle que la comptabilité, l'infographie, la communication externe, le marketing et dont certains sont aujourd'hui des journalistes reconnus sur nos antennes.
------------	---------------------	--	-----	---

Groupe TF1	Ressources humaines	En 2022, le groupe TF1 inscrit ses actions d'engagement sociétal dans le cadre de sa démarche RSE.	OUI	En 2022, le groupe TF1 a poursuivi le plan d'actions issu de l'analyse de matérialité conduite en 2021.
Groupe TF1	Ressources humaines	Renouvellement en 2022 de 3 partenariats pour soutenir les actions liées à la diversité et l'insertion professionnelle des jeunes : - Avec Sport Dans la Ville qui accompagne les jeunes issus des quartiers prioritaires de la ville pour participer activement à leur insertion sociale et professionnelle par le sport. Le partenariat se traduit par le parrainage de jeunes par des cadres du groupe TF1, et un soutien financier axé sur le programme transversal L dans la ville qui cible l'insertion professionnelle des jeunes filles. - avec l'association Moteur !, qui, à travers un concours, incite des jeunes âgés de 14 à 22 ans de tous horizons à réaliser un film d'1'30" sur une personne qui les inspire. Cette démarche vise à donner envie à ces jeunes de progresser et grandir à travers l'exemplarité de modèles inspirants et ainsi favoriser l'égalité des chances et l'insertion	OUI	Soucieux de répondre aux problématiques liées à l'insertion professionnelle des jeunes issus de la diversité, le groupe TF1 soutient depuis plusieurs années les trois associations suivantes : • Moteur !, qui à travers un concours, incite des jeunes âgés de 14 à 22 ans de tous horizons à réaliser un film de 1'30" sur une personne qui les inspire. Cette démarche vise à donner envie à ces jeunes de progresser et grandir à travers l'exemplarité de modèles inspirants et ainsi favoriser l'égalité des chances et l'insertion professionnelle des jeunes grâce à ce concours et au programme d'accompagnement qui vient compléter le dispositif. Ce partenariat se traduit par un soutien financier de TF1, le relai des temps fort du concours et la production de minutes d'inspiration par des personnalités du groupe TF1. En outre, le prix TF1 Initiatives est marrainé depuis 2020 par Anaïs Grangerac, animatrice du groupe TF1, qui a mis en lumière les réalisations des lauréats dont les thèmes font écho aux grandes causes et valeurs soutenues par TF1. Les gagnants des précédents concours (2020 et 2021) ont enfin pu profiter de leur journée de découverte à TF1 et se familiariser ainsi avec les métiers de l'audiovisuel. Les deux lauréates du concours de 2022 ont profité d'une récompense individualisée en résonance avec le thème de leur film ; • Sport dans la ville qui accompagne les jeunes issus des quartiers prioritaires de la politique de la ville pour participer activement à leur insertion sociale et

		professionnelle des jeunes grâce au concours et au programme d'accompagnement qui vient compléter le dispositif. Avec l'association « La Chance pour la diversité dans les médias » qui œuvre en faveur de la réussite des étudiants boursiers aux concours des écoles de journalisme.	professionnelle par le sport. Cet accompagnement vise à permettre à chaque jeune d'acquérir de la confiance en soi et des valeurs indispensables à son avenir et lui donner les mêmes chances de réussite que les autres. Le soutien financier du groupe TF1 est principalement dédié à l'insertion professionnelle des jeunes filles. En 2022, un groupe de jeunes filles et garçons ont pu découvrir en avant-première le documentaire Les Incorrectes : Alice Milliat et le début du sport féminin. Un tournoi de tennis solidaire organisé par Sport dans la ville a également été proposé aux collaborateurs du groupe TF1 en 2022 pour faire connaître les actions de l'association plus largement en interne. • La Chance pour la diversité dans les médias. Le groupe TF1 soutient la Chance pour la diversité dans les médias qui oeuvre en faveur de la réussite des étudiants boursiers aux concours des écoles de journalisme. Ce partenariat se traduit par un soutien financier et un accompagnement des équipes de l'information via des visites de la rédaction pour les étudiants, du mentorat et une participation aux formations. La Direction de l'Information du groupe TF1 continue de soutenir « La Chance pour la diversité dans les médias » en attribuant une bourse à deux jeunes ayant choisi une spécialisation télévision ou radio plus un autre jeune intégrant une classe préparatoire. Ces trois étudiants sélectionnés sur dossier sont accompagnés par un journaliste/tuteur qui leur donne accès aux rédactions de TF1 et LCI (visites, suivi de conférences de rédaction, suivi de JT, etc.) et les accompagne dans leur parcours universitaire.
--	--	--	--

Groupe TF1	Ressources humaines	En 2022, TF1 organisera une nouvelle promotion "Expertes à la Une" destinée à 15 femmes issues de secteurs dans lesquels les femmes sont sous-représentées. Elles profiteront d'un accompagnement en 2022 sur plusieurs mois, avec mentoring par un journaliste dédiée, une immersion d'une journée à la rédaction ainsi que du média training, du social & personal branding et des rencontres inspirantes.	OUI	Le programme d'accompagnement des femmes expertes : "Expertes à la Une" 2022 a marqué un nouveau tournant dans la prise en main du sujet de la représentation des femmes par la Direction de l'Information, avec le lancement de la nouvelle version du programme Expertes à la Une. Les études menées par le groupe TF1 avaient en effet démontré la nécessité : • de sensibiliser la rédaction, qui a bénéficié de formations dès 2017 pour mieux appréhender le sujet de la représentation des femmes dans l'information ; • d'accompagner les femmes expertes pour les former aux besoins des rédactions. La quatrième édition d'Expertes à la Une, lancée officiellement le 8 mars 2022 via une émission spéciale diffusée sur le digital et sur LCI, s'est étalée sur neuf mois. Le programme, qui a de nouveau réuni 15 expertes issues de secteurs tels que la santé, la recherche médicale, la défense, la justice, la police ou encore l'économie, vise à renforcer, dans les journaux télévisés de TF1 et LCI, la part des femmes expertes dans des domaines où elles sont aujourd'hui moins présentes. La promotion 2022, marrainée par la judoka Clarisse Agbegnenou, a bénéficié du parrainage ou marrainage de collaborateurs des rédactions de TF1 et LCI incluant Anne-Claire Coudray et Gilles Bouleau, d'un programme de coaching, de media training ainsi que de rencontres inspirantes. Certaines d'entre elles ont déjà été invitées sur les plateaux de TF1 ou LCI. Le dispositif a été primé dans la catégorie Égalité Femmes-Hommes au Grand Prix Diversité et Inclusion 2022. Une nouvelle édition d'Expertes à la Une sera
------------	---------------------	--	-----	---

				proposée en 2023. Le podcast Expertes à la Une Depuis septembre 2020, la marque « Expertes à la Une » a également été déclinée sous forme de podcasts produits par la rédaction de TF1/TF1Info.fr avec des entretiens d'environ 45 minutes. Déjà 30 femmes ont été interviewées, dont en 2022 l'économiste et entrepreneure Eva Sadoun, et Françoise Mabilie, la première femme sapeur-pompier volontaire de France.
--	--	--	--	---

Groupe TF1	Ressources humaines	Poursuite en 2022 des engagements pris aux termes de la charte LGBT signée le 27 octobre 2015 destinée à lutter contre les discriminations liées à l'orientation et l'identité sexuelle.	OUI	Depuis 2015, le groupe TF1 est signataire de la Charte « <i>L'Autre Cercle</i> », l'association de référence pour l'inclusion des personnes LGBT+ au travail en France. Dans ce cadre, un ou plusieurs rôles modèles annuels au sein du groupe TF1 a été désigné par « <i>L'Autre Cercle</i> » ces quatre dernières années en tant qu'allié ou rôle modèle LGBT+. La désignation de rôle modèle donne lieu à une communication large au sein de l'entreprise permettant ainsi à chaque collaborateur de se sentir libre d'évoquer s'il le souhaite son orientation sexuelle dans le cadre du travail. Les collaborateurs de l'ensemble du groupe TF1 ont été sollicités en 2022 pour répondre au troisième Baromètre LGBT+ <i>L'Autre Cercle</i> – Ifop pour mesurer la situation des personnes LGBT+ au travail en France. Cette consultation a pour but d'identifier des axes de progrès pour favoriser un environnement de travail inclusif pour les personnes LGBT+. Enfin, en 2022, le groupe TF1 a résigné la Charte « <i>L'Autre Cercle</i> » et est devenu adhérent de l'association. À cette occasion, le Groupe a pris de nombreux engagements parmi lesquels : • Continuer à refléter la diversité de la société et lutter contre les stéréotypes liés au genre dans ses programmes ; • Organiser de nouveaux événements internes sur l'inclusion des personnes LGBT ; • Communiquer en interne sur les rôles modèles <i>L'autre cercle</i> et les engagements du groupe TF1 en matière d'inclusion des personnes LGBT ; • Développer les passerelles entre le réseau Fifty-Fifty et les réseaux Pride des entreprises partenaires du groupe TF1.
------------	---------------------	--	-----	--

TF1 et LCI	Ressources humaines	TF1/ LCI/Au féminin continuent leur engagement de co-financer pour 3 ans (2021-2022-2023) la plateforme expertes.fr d'Egae pour permettre l'enrichissement de la base d'expertes auxquelles les journalistes pourront faire appel.	OUI	Les rédactions de TF1 et TF1 Info ont renouvelé leur soutien à la plateforme expertes.fr de la société Egaé qui recense des femmes expertes appelées à intervenir dans les médias. Ce soutien financier permet de contribuer à l'enrichissement de la base d'expertes auxquelles les rédactions ont accès et ainsi améliorer la représentation de l'expertise féminine dans les éditions.
------------	---------------------	--	-----	---

Groupe TF1	Ressources humaines	Le Groupe poursuit en 2022 le déploiement de ses engagements, notamment en termes de formation : - Une formation « Recruter sans discriminer » est systématiquement mise en place pour tout nouveau collaborateur des équipes des Ressources Humaines (cellule recrutement et RH opérationnel). - Une formation "Tous Egaux face aux stéréotypes" est systématiquement proposée à nos élus et sur volontariat à tous nos collaborateurs. - Un module sensibilisation sur le Handicap est déployé auprès de tous nos nouveaux managers et un module avec des heures de coaching individuel est proposé aux managers ayant des TH dans leur équipe.	OUI	Conformément à nos engagements dans notre accord 2020-2022, nous avons mis en place les formations à destination des nouveaux managers et des managers encadrant des collaborateurs en situation de handicap. Il en est de même pour les formations pour nos RH opérationnels et notre cellule de recrutement ainsi que pour nos élus. Pour aller plus loin, nous sensibilisons nos futurs tuteurs sur les critères de discrimination avant notre talent dating alternance/stage et nous formons au handicap les tuteurs ayant recruté un alternant en situation de handicap.
------------	---------------------	--	-----	---

Groupe TF1	Ressources humaines	Dans le cadre de son cinquième accord handicap (2020-2022), le Groupe poursuit sa démarche volontariste en matière de lutte contre toute forme de discrimination envers les personnes handicapées, tant dans l'accès au monde professionnel que dans le maintien dans l'emploi. Le groupe mène de nombreuses actions pour atteindre des objectifs : - Afin de faciliter l'accueil et l'intégration d'un collaborateur en situation de handicap, des actions de formation et de sensibilisation sont proposées et mises en place auprès des équipes, si besoin ainsi que l'organisation d'un rdv systématique avec la mission handicap pour le suivi des aménagements organisationnels et matériels validés par le médecin du travail. - La Mission Handicap accompagne tous les collaborateurs qui le souhaitent dans leur démarche de la Reconnaissance de Qualité de	OUI	Dans le cadre de son cinquième accord handicap (2020-2022), le Groupe poursuit sa démarche en faveur du handicap. Fin 2022, nous avons réalisé 72 recrutements (tous contrats) versus 24 prévisionnels dans le cadre de l'accord. Notre taux d'emploi direct est passé de 3,01 % à fin 2019 à 4,74 % à fin 2021 (en cours de calcul pour 2022). Depuis 2021, nous avons particulièrement porté nos efforts sur le recrutement des alternants en situation de handicap afin de pallier le déficit de profils qualifiés correspondant à nos métiers et ainsi participer à leur montée en compétence (14 alternants recrutés en 2021 et 17 en 2022). Depuis 2020, la Mission Handicap intervient régulièrement dans les écoles auprès des étudiants dans le cadre du programme TF1 Campus afin de sensibiliser les étudiants au handicap, au travers de conférences, table ronde ou challenges. Nous avons reconduit notre partenariat avec l'association Act'Pro pour la troisième année consécutive ou encore l'opération Duoday lors de la SEEPH. En 2022, en plus des duos où des opérationnels ont accueilli des personnes en situation de handicap lors d'une journée, nos antennes se sont associées dans différents programmes comme la météo de TF1, LCI ou encore le 20H vous répond en incluant des questions sur le handicap et des vidéos sur TikTok. En termes de maintien dans l'emploi, la Mission Handicap a poursuivi ses actions : elle est à disposition des collaborateurs en situation de handicap sur demande et à minima un entretien est prévu tous les deux ans. Une cellule de maintien dans l'emploi se réunit pour accompagner au mieux les collaborateurs en fonction des besoins et un comité de carrière pour veiller à la non-discrimination des travailleurs handicapés a lieu chaque année.
------------	---------------------	---	-----	--

		Travailleur Handicapé. - Une cellule de maintien dans l'emploi est mise en place pour toute demande et un comité carrière TH a lieu chaque année pour veiller à la non-discrimination.		Concernant le secteur adapté, notre direction des achats a notamment inclus dans chacun des appels d'offres une clause sociale afin d'impliquer tous nos prestataires dans notre démarche d'inclusion.
--	--	--	--	---

Groupe TF1	Ressources humaines	Application en 2022 des engagements pris dans le cadre de l'obtention du renouvellement du « Label Diversité » le 11 juillet 2017.	OUI	Les engagements pris dans le cadre de l'obtention du renouvellement du « Label Diversité » le 11 juillet 2017 ont bien été respectés par le Groupe TF1 en 2022.
Groupe TF1	Ressources humaines	Poursuite du dispositif d'écoute, externalisé auprès du site « Allodiscrim », destiné à traiter les éventuelles situations de discrimination et d'inégalité de traitement.	OUI	Le Groupe TF1 est signataire de #StopE, l'acte d'engagement contre le sexisme dit ordinaire en entreprise et de la Charte contre le Harcèlement sexuel & les agissements sexistes de l'association Pour les Femmes dans les Médias. Nous sommes dotés d'un dispositif d'alerte spécifique, et avons formé des référents harcèlement; par ailleurs sur ces questions, ceux qui le souhaitent peuvent être accompagnés par une cellule psychologique dédiée. Nous sensibilisons également régulièrement les collaborateurs sur la prévention du sexisme (Conférences, formations, Elearning, articles, etc.) Pour accélérer la prise de conscience de nos collaborateurs et managers sur la problématique des stéréotypes, nous proposons des formations sur le management inclusif, autour du décodage des stéréotypes et des actions de prévention des microagressions. En complément, le dispositif d'écoute externalisé « Allodiscrim », destiné à traiter les éventuelles situations de discrimination et d'inégalité de traitement, est maintenu.

Groupe TF1	Ressources humaines	Le Groupe poursuivra en 2022 le plan d'actions « Mixité femmes / hommes et performance » validé et déployé par la direction générale. Dans ce cadre, le groupe TF1 a mis en place un programme de mentoring interne et 2 programmes de mentoring croisé avec Bouygues Telecom, Cisco, Microsoft /Sodexo et le Groupe Bougues. Des formations "leadership au féminin" continueront également à être proposées.	OUI	En 2022, tous les programmes de mentoring ont été reconduits ainsi que les formations Leadership au féminin. Le Groupe poursuivra sur 2023 ces différents programmes. En complément sur nos antennes, une 3ème promotion d'Expertes à la Une a été lancée, permettant à une quinzaine de femmes de bénéficier d'un média training pour favoriser la représentation des femmes sur nos antennes.
------------	---------------------	--	-----	--

Groupe TF1	Ressources humaines	Création en septembre 2015 de Fifty-Fifty, le premier réseau mixte en France dans le secteur des médias. Ce réseau propose à ses membres des ateliers autour de thématiques liées au développement personnel et professionnel. Le réseau Mixte Fifty-Fifty poursuit en 2022 un plan d'action avec les objectifs suivants : - développer l'assertivité des femmes ; - sensibiliser aux opportunités présentées par la mixité pour les managers hommes et femmes ; - échanger sur le lien entre mixité et performance ; - proposer des leviers d'action mixité permettant d'améliorer la performance de l'entreprise.	OUI	Le réseau Fifty-Fifty a élargi ses activités au sein du Groupe TF1 aux équipes de Newen, permettant ainsi un rayonnement plus large du réseau. En 2022, le réseau a continué de mener des actions de sensibilisation et de communication ayant pour objectif de travailler sur : - L'assertivité des femmes ; - La mise en lumière de parcours inspirants ; - La mise en relation entre membres du réseau.
------------	---------------------	--	-----	---

Groupe TF1	Ressources humaines	Poursuite en 2022 de nos engagements en matière de handicap, notamment au travers la signature du Manifeste pour l'inclusion des personnes en situation de handicap dans le monde professionnel, signée le 13/11/2019 par Gilles Pélisson en présence de Sophie Cluzel .	OUI	Nous poursuivons nos engagements pris lors de la signature du manifeste qui ont été inclus dans notre accord handicap 2020-2022.
Groupe TF1	Ressources humaines	En 2022, le Groupe adhère à l'association pilotant le Manifeste pour l'inclusion.	OUI	En 2022, le Groupe TF1 a renouvelé son adhésion à l'association pilotant le Manifeste pour l'inclusion.
Groupe TF1	Ressources humaines	Intégration en 2022 de la 15ème promotion de la Fondation, soit une dizaine de jeunes sur tous les métiers du groupe. Au travers de ces promotions, la Fondation TF1 a pour ambition d'intégrer socialement des jeunes issus de zones sensibles.	OUI	12 jeunes ont intégré la 15ème promotion de la Fondation (soit 21 jeunes au total si on compte également la promotion 14), répartis au sein du Groupe et de ses différentes filiales, afin de donner une dimension globale au projet. Le programme mobilise directement 21 parrains et tuteurs salariés du Groupe et indirectement 80 salariés au total.

Groupe TF1	Ressources humaines	Le groupe TF1 continuera en 2022 sa participation aux visites et Forums métiers au sein de collèges, lycées, facultés et école sup. Conférences / prises de parole autour de la problématique de l'insertion professionnelle des jeunes.	OUI	Le Groupe TF1 a poursuivi ses visites et Forums métiers au sein des écoles, et ce d'autant plus que le contexte favorable du développement du télétravail nous a permis de multiplier les actions menées dans le cadre de ce programme avec 45 interventions, qui ont touché plus de 4 600 jeunes.
Groupe TF1	Ressources humaines	En 2022, le Groupe TF1 sera présent au sein d'établissements de quartiers prioritaires de la ville sur l'ensemble du territoire national. Les équipes de l'info s'impliqueront en présentiel pour aller à la rencontre de ces étudiants avec la Fondation TF1.	OUI	En 2022, les équipes de l'info du Groupe TF1, en partenariat avec la Fondation, ont organisé 25 rencontres au sein d'établissements de quartiers prioritaires de la politique de la ville sur l'ensemble du territoire national, soit 1 500 élèves bénéficiaires au total, qui nous ont ainsi permis d'aborder différents sujets liés à l'information.

Groupe TF1	Ressources humaines	Mise en place du projet liberté d'expression, projet porté par le Fondation TF1 et monté en collaboration avec des journalistes de TF1. Il a pour objet de rencontrer des jeunes collégiens et lycéens afin d'échanger avec eux sur la liberté d'expression. L'objectif est d'effectuer plusieurs interventions durant l'année avec les mêmes collégiens afin de créer un échange constructif avec les équipes pédagogiques, les élèves et nos journalistes. En 2022, le Groupe TF1 continuera à développer ces rencontres sur le thème de la Liberté d'expression avec les journalistes TF1 et LCI. Projet porté avec notamment la Fondation TF1 et les équipes d'Antoine Guelaud.	OUI	En 2022, dans le cadre du projet liberté d'expression, la Fondation TF1 et les équipes d'Antoine Guelaud, en partenariat avec les journalistes de TF1 et LCI, ont organisé 20 interventions, qui ont permis à 1 500 jeunes d'échanger régulièrement avec des professionnels sur des sujets tels que l'éducation à l'image et plus généralement sur la liberté d'expression.
------------	---------------------	--	-----	---

Groupe TF1	Ressources humaines	Dans le cadre de la semaine nationale de la presse et des médias 2022, le Groupe TF1 s'est engagé avec le CLEMI à parler de ses métiers auprès de jeunes collégiens de la France entière. 20 établissements ont donc été choisis sur l'ensemble du territoire et des outre-mer. Ont eu lieu des visites et accueil de classes au sein de TF1, des rencontres au sein de collèges, des visios entre journalistes et étudiants...	OUI	La semaine de la presse et des médias dans l'école a donné lieu en 2022 à plus de 15 échanges en visioconférence avec des journalistes de la rédaction, des JRI, des correspondants en région et à l'étranger, des présentateurs de TF1 et LCI et des journalistes sportifs. Interventions dans les collèges de certains journalistes de TF1 et de LCI durant cette semaine dans des établissements de la Seine Saint Denis, dans le cadre de notre partenariat avec le département « dispositif AGORA ». Un accueil de 150 jeunes collégiens à TF1 durant une journée, des élèves venus de Paris, région parisienne et régions de France. Matin : • Rencontres de l'info à l'auditorium sur deux thématiques : la campagne électorale et la guerre en Ukraine (échanges de 2 heures entre les collégiens et les journalistes de nos deux rédactions). Après-midi consacré aux ateliers pratiques : • Atelier vidéo mobile pour expliquer aux collégiens la manière dont on envoie un sujet quand on est sur le terrain. • Atelier caméra du service reportages pour expliquer le maniement des outils de reportages. • Atelier magasin pour montrer les équipements de protection des reporters de guerre. • Atelier Météo avec les présentateurs de la chaîne.
------------	---------------------	---	-----	--

				• Visite guidée dans les rédaction de TF1 et de LCI au cours d'un live proposé à tous les établissements scolaires sur Facebook, l'occasion d'échanger et d'écouter les présentateurs et animateurs de la chaîne, ce Facebook live était animé par Christophe Beaugrand. Participation d'élèves à des émissions en direct en plateau sur LCI.
--	--	--	--	--

Groupe TF1	Ressources humaines	Des collaborateurs du groupe TF1 en partenariat avec l'association CREO poursuivront leur accompagnement, pendant toute l'année 2022 avec le nouveau programme de CREO ACADEMY, des jeunes entrepreneurs issus des quartiers populaires afin de les coacher dans leurs projets professionnels. Renforcement de nos actions sur l'entrepreneuriat avec les associations 100 jours pour entreprendre et Boxer Inside.	OUI	Les collaborateurs du Groupe TF1 ont poursuivi leur accompagnement de l'association CREO sur le nouveau programme de CREO ACADEMY, qui permet à des jeunes entrepreneurs issus des quartiers prioritaires de la politique de la ville d'être conseillés et accompagnés sur leurs projets professionnels. Le Groupe TF1 a renforcé ses actions sur l'entrepreneuriat avec les associations 100 jours pour entreprendre et Boxer Inside, et envisage d'organiser en plus des masterclass.
------------	---------------------	--	-----	---

Groupe TF1	Ressources humaines	Sous l'impulsion de la fondation TF1, création de l'association « Tous en stage ». Cette association réunit un réseau d'entreprises et met en place une plateforme numérique pour permettre aux jeunes collégiens de zones d'éducation prioritaire de trouver leur stage de découverte dans les entreprises inscrites. Ce projet sera poursuivi en 2022 sur le plan national avec une triple entrée (digital, présentiel et hybride) pour atteindre les 200 partenaires et 5000 stagiaires/année 2022. Projet national touchant également les DROM TOM. Ouverture à l'international envisagée notamment sur le continent Africain.	OUI	Les différents objectifs fixés sur l'année 2022 par le Groupe ont été atteints, ce programme connaissant une forte popularité à la fois auprès des entreprises qui sont de plus en plus nombreuses à intégrer le dispositif mais également du nombre d'établissements scolaires qui exprime leur intérêt pour le rejoindre.
Groupe TF1	Ressources humaines	En 2022, TF1 organise et programme un projet TED X sous l'angle de la réussite et témoignages de jeunes provenant de quartiers populaires. Le Groupe s'occupe de la programmation, des auditions, de l'accueil.	NON	En raison de l'instabilité de la situation sanitaire liée au covid-19 en 2022 et donc, de l'absence de lieux disponibles pour accueillir l'évènement, il n'a pas été possible d'organiser le programme de TED X. L'organisation du programme sera reporté à une date ultérieure.

Groupe TF1	Ressources humaines	La Fondation TF1, Google France et Oreegami, ont créé un Bootcamp Numérique proposant une formation « Expert Marketing Digital », un parcours complet et multi-plateformes qui s'adresse aux jeunes chercheurs d'emploi désireux d'acquérir des compétences digitales et aux TPE, PME et ETI souhaitant bénéficier de l'accompagnement des apprenants pour activer leur présence en ligne. En 2021, 2 promotions avec 50 étudiants formés et 30 entrepreneurs ont été formés sur Paris et Montpellier.	OUI	En 2022, le Bootcamp Numérique proposant une formation "Expert Marketing Digital" en partenariat avec Google France et Oreegami, a poursuivi son développement, permettant aux jeunes chercheurs d'emploi d'acquérir des compétences digitales précieuses et aux TPE, PME et ETI volontaires d'en bénéficier.
Groupe TF1	Ressources humaines	En 2022, développement de promotions d'étudiants formés, objectifs : toucher encore plus d'entrepreneurs bénéficiaires et s'ouvrir à de nouvelles villes sur le territoire national.	OUI	En 2022, la Fondation TF1 a poursuivi son développement de promotions d'étudiants formés afin de toucher davantage d'entrepreneurs bénéficiaires et de s'ouvrir à de nouvelles villes sur le territoire national.

Groupe TF1	Ressources humaines	Reconduction sur 2022 d'un été et hiver solidaire. Besoin de développer encore plus les dons extérieurs de futures entreprises partenaires surtout suite aux deux dernières années socialement catastrophiques.	OUI	La reconduction du projet en 2022 a été un véritable succès à la fois auprès des collaborateurs mais surtout auprès des bénéficiaires. Dans le cadre de l'organisation de cette édition 2022, la Fondation TF1 a innové en travaillant avec un établissement scolaire qui avait mobilisé ses éco-délégués sur ce projet. Les élèves ont ainsi pu participer directement à la collecte au sein des locaux du Groupe pour organiser, avec leurs professeurs, une distribution auprès des familles et des associations dans le besoin.
Groupe TF1	Ressources humaines	Association Le Silence des Justes. Reconduction et développement en 2022 des stages découverte au sein de TF1 pour de jeunes adultes au sein de cette association qui sont à la fois autistes et venant de quartiers populaires.	OUI	En 2022, le dispositif a été reconduit et continue de se développer afin de permettre aux jeunes adultes, à la fois autiste et venant de quartiers populaires, de bénéficier de stages de découverte au sein du Groupe. Ces stages ont également pu se dérouler auprès d'autres entreprises partenaires à la suite de l'extension du dispositif en 2022.

Groupe TF1	Ressources humaines	La Fondation du Groupe TF1 met en place un projet « Etudes et Mémoire de la Shoah ». Ce projet est destinés à des classes de 3ème de Collèges toujours situés en quartiers politique de la ville, il est sur l'année scolaire avec 4 axes :une sensibilisation, 10 ateliers pédagogiques, une semaine événementielle et un voyage mémoriel. L'idée est d'y incorporer des journalistes du Groupe TF1 sur le travail en amont afin de leur expliquer le rôle de l'information sur l'histoire. Comment l'a raconter, éviter les fakesnews, continuer à la faire vivre...	NON	Pour des raisons indépendantes de notre volonté, le projet "Etudes et Mémoire de la Shoah" n'a pas pu se dérouler en 2022. L'organisation de ce projet sera donc reportée à une date ultérieure.
------------	---------------------	--	-----	--

Groupe TF1	Ressources humaines	La Fondation du Groupe TF1 met en place un projet coupe du monde Qatar 2022. Le but : emmener des enfants de quartiers populaires avec d'autres autistes de l'association du Silence des Justes vivent ensemble cet évènement international. Les sensibiliser à l'image, le rôle des médias, l'insertion professionnelle et les métiers essentiels à cet évènement... Rendre ce séjour inclusif	OUI	Le projet Coupe du Monde Qatar 2022 a permis à 90 jeunes d'être sensibilisé à l'image, au rôle des médias, du sport et de l'insertion professionnelle, tout en parvenant à y intégrer la question de l'inclusion grâce à la présence parmi les bénéficiaires d'enfants autistes de l'association du Silence des Justes.
------------	---------------------	---	-----	---

Groupe TF1	Ressources humaines	En 2022, le groupe TF1 continuera et renforcera les actions de Stopillettrisme (dispositif innovant de tutorat ayant comme objectif d'accompagner des salariés illettrés ou analphabètes engagés dans des formations professionnelles) en poursuivant notamment son développement international commencé en 2019 au Maroc sous l'impulsion notamment d'un partenariat avec L'OREAL. Ces formations, axées sur l'acquisition des compétences de base, (écriture, lecture, calcul) à appliquer en milieu professionnel, sont dispensées par des formateurs certifiés. Les salariés bénéficiaires peuvent être des salariés des entreprises en question mais également des personnels de leurs partenaires. - 230 salariés bénéficiaires ont suivi le programme, - 510 tuteurs bénévoles se sont investis à leurs côtés.	OUI	En 2022, le Groupe TF1 a poursuivi le développement de ses actions dans le cadre de l'association Stopillettrisme, permettant ainsi à 230 salariés de bénéficier de formations leur permettant d'acquérir les compétences de bases (écriture, lecture, calcul) indispensables en milieu professionnel, et à 510 tuteurs bénévoles de s'investir à leurs côtés.
------------	---------------------	--	-----	--

Groupe TF1	Ressources humaines	En 2022, le Groupe TF1, à travers la collaboration entre PLAY TWO et sa Fondation, soutient le projet Unité. Son objectif est de sensibiliser le public et de collecter des fonds pour les reverser à des associations locales. Le projet Unité est un album multi-artistes réunissant les têtes d'affiches de la scène urbaine actuelle. Sous l'égide de la Fondation TF1, ces associations de proximité mènent des actions directement sur le terrain afin d'être au plus proche des besoins des bénéficiaires. Le but en 2022 est d'améliorer les conditions de vie et de recréer du tissu social au sein des quartiers des quatre coins de la France métropolitaine et d'Outre-mer. Les villes bénéficiaires de cette première édition sont : Deuil-La-Barre (95), Grenoble, Le Havre, La Martinique, Lyon, Mantes la jolie (78), Marseille, Nancy et Vichy.	OUI	En 2022, le Groupe TF1, à travers la collaboration entre PLAY TWO et sa Fondation, soutient le projet Unité. L'objectif de sensibiliser le public et de collecter des fonds pour les reverser à des associations locales a été atteint puisque ces associations, sous l'égide de la Fondation TF1, ont effectivement mené des actions sur le terrain, contribuant ainsi à améliorer les conditions de vies et à recréer du tissu social au sein des quartiers identifiés au sein des villes bénéficiaires pour cette première édition.
		Actions supplémentaires	OUI	

Groupe TF1	Ressources humaines	En 2022, la Fondation TF1 s'est associée à l'association STUDYTRACKS sur un projet permettant aux élèves de créer des chansons pédagogiques reprenant les programmes de l'Education Nationale, afin de lutter contre le décrochage scolaire. Le groupe TF1 est ainsi partenaire de la 1ère édition des STUDYTRACKS AWARDS. Le principe de cette compétition : différents établissements scolaires de France (primaires et collèges) sont invités à participer à des challenges de création de chansons pédagogiques. Dans ce cadre, le groupe TF1 a accueilli au sein de ses locaux la finale de cette compétition. Les élèves des huit meilleures écoles ont pu être départagés par un jury prestigieux (Denis Brogniart, Elsa Bois, Fianso et Michou), qui a récompensé les 2 meilleures compositions.	OUI	Fort du succès de cette première édition, ce programme a été reconduit pour l'année prochaine, la finale prévisionnelle devant avoir lieu à la Seine Musicale en juin 2023.
------------	---------------------	---	-----	---

Groupe France Télévisions	Programmation	Après le pacte pour la visibilité des Outre-mer en 2019, signature d'un pacte pour la Jeunesse avec le ministère de la Culture et de l'Outre-Mer : Améliorer la visibilité et la distribution des contenus et des services ultra-marins et favoriser leur présence dans les programmes et leur conception. En 2022 puis en 2023, les signataires de ces 2 pactes devront rendre compte de la mise en œuvre des engagements qui y figurent; Ce nouveau pacte pour la jeunesse doit permettre d'enrichir l'offre audiovisuel public à destination des jeunes.	oui	La représentation des Outre-mer : 19 sujets identifiés « cœur outre-mer» entre le 7 et le 19 novembre 2022 et 48 si on élargit à tous les sujets ultramarins diffusés entre le 7 novembre et le 19 novembre 2022. Sur FranceInfo, diffusion quotidienne des modules d'actualité « outre-mer express», version midi et version soir + le journal des outre-mer tous les jours à 13h50. Chronique outre-mer tous les vendredi à 11h45; Concernant l'élargissement à la jeunesse : exemple avec le numérique qui est investi par la jeunesse ultramarine : " Raconte-moi ta République" : 20 jeunes se filment avec leur smartphones et sont mis en ligne sur les 1eres et sur les réseaux sociaux ou encore "La république c'est toi" diffusé sur les compte TikTok de francetvslash, franceinfo et Outre-mer La 1ere
Le pôle Outre-mer de France Télévisions	Ressources humaines	- Lancement du concours des scénaristes d'outre-mer, en partenariat du projet ATOM (Auteurs Talents Outre-mer) initié par le Conservatoire européen d'écriture audiovisuelle (CEEA) et la productrice France Zobda (Eloa Prod). : Accompagnement à l'initiation à l'écriture pour intégrer gratuitement le CEEA pour une formation professionnalisante de deux ans. (convention passée avec le CEEA)	oui	L'accès au projet ATOM, entièrement gratuit pour les candidats au concours, a permis d'intégrer les 4 lauréats (sur 12 finalistes) au CEEA pour 2 ans.

Groupe FTV	Ressources humaines	Pour la jeunesse : '-Création d'un centre de compagnonnage permettant aux aspirants scénaristes d'intégrer des équipes d'écriture pendant 6 mois (Convention passée avec la Cité européenne des scénaristes et les associations Kourtrjame, 1000 visages...) ; - Renouveaulement du prix « Jeunes talents » en partenariat avec le Commission Images de la diversité du CNC et France télévisions afin de permettre à un jeune auteur et un jeune réalisateur de court métrage de financer leurs projets suivants qui seront diffusés sur les antennes de FTV (Concours interrompu en 2021 pour cause de crise sanitaire) ; - Encourager les projets de jeunes entrepreneurs grâce au concours Talents des cités et Renouveaulement de l'émission spéciale « Talents des cités » sur toutes les antennes régionales et ultramarines du groupe : - Portraits des 6 lauréats nationaux diffusés sur les antennes nationales ;	oui	Renouveaulement de tous ces partenariats ou conventions en 2022 (Jeunes talents, Talents des cités...). On peut citer pour exemple : Le Partenariat média de Talents des cités, France Télévisions 2022 qui a décerné, le jeudi 24 novembre, son prix à Mamadou Wadou pour son Académie IFC de Cecifoot, qui vise à mettre à la disposition des passionnés de football déficients visuels une salle de foot dotée de technologies permettant d'exercer ce sport.
------------	---------------------	---	-----	--

		- Mise en place de jurys régionaux grâce aux réseaux France 3 et La 1ere.		
--	--	---	--	--

Groupe FTV -	Programmation	Dans les jeux et divertissements : ' Les candidats, le public et les artistes diffèrent les uns des autres par leur origine géographique, socio-culturel, leur âge, leur orientation sexuelle, leur sexe, En 2022, parmi les différentes émissions jeux et divertissements on peut citer : Pour les divertissements : Sur France TV Slash : Drag Race France (baseline française à venir) ; Sur France 2 : Basique en quotidien ou en concert (Concert de Tayc en 2022), La fête de la chanson française, Les Victoires de la musique, Eurovision (junior, « Eurovision France c'est vous qui décidez »); Les jeux donnent l'occasion de diversifier les profils des candidats : Ex. « Le quizz des champions » ; le champion Dominique Bréard de « tout le monde veut prendre sa place » ; Sur France 3 : le grand concours ; quelle sera la meilleure danse folklorique de France, 300 chœurs, la boîte à secrets, le Village préféré	oui	Une offre de programmes à l'image de la société. La volonté du groupe d'exprimer ses valeurs s'incarne dans tous les secteurs et programmes, comme dans les jeux et divertissements pour avoir des candidats venants d'horizon divers, âge, sexe... Pour exemple on peut citer le programme "Drag Race France" (Saison 1) diffusé sur france2 et francetv slash : Plan publicitaire massif dans toutes les grandes villes de France (Bordeaux, Marseille...) 60% des affichages hors de la région parisienne, plan média en annexes, façade de France Télévisions, déploiement par la direction du marketing et de la communication de nombreuses actions et séquences de communication reposant à la fois sur des leviers classiques et des initiatives nouvelles et impactantes touchant tous les publics. Des retombées presse unanimes pour souligner à la fois le succès de cette émission événement et son impact dans la société
-----------------	---------------	--	-----	---

		des Français. Ainsi que tous les jeux comme Slam...		
--	--	---	--	--

Les antennes numériques et les rendez-vous d'information franceinfo-canal 27	Programmation	Poursuivre notre engagement de progression pour 100% accessibilité de nos programmes Visibilité des personnes en situation de Handicap à travers des partenariats avec le CNC PH ou encore le CIO avec : - Mise en place du sous-titrage et de la langue des signes pour l'ensemble de la couverture des événements de la campagne présidentielle ainsi que breaking news ; - Poursuite du déploiement de l'application Francetv AD pour l'audio description ; - Mise en place des dispositifs recommandés par la charte signée avec le CSA pour améliorer la visibilité du handicap (renforcement du Duo day sur les antennes du groupe, des journées en faveur de la sensibilisation sur l'autisme, la maladie d'Alzheimer... ; - Accès des personnes handicapées aux émissions de jeu ;	oui	Accessibilité : Offre de programmes largement sous-titrée en 2022 : 100% des programmes ; une offre de programmes France info X4 en 2 ans ; 2099 programmes audio-décrits ; 2 éditions de France info en langues des signes (195H), une édition sur France 2 + le magazine « L'œil et la main ». Nos antennes numériques Francetv Slah, Lumni et France.tv 100% accessibles 300H de programmes prévus pour les jeux paralympiques de Paris. La valorisation du handicap sur nos antennes grâce à des programmes innovants : le Papotin ; extraordinaires ; « Handicops » ou Echapées belles au Mont blanc uniquement animé par Théo Curin. Soutien de nos antennes aux entrepreneurs en situation de handicap grâce au prix FTV de Talents des cités ou la célébration de la 5e édition du DUO day sur nos antennes (JT de 20H ; magazines...) Enfin le téléthon s'est soldé par une récolte de dons record (78 M). - Collaboration et dialogue constant avec le CNC PH pour valoriser les acteurs en situation de handicap ; - Lancement de la plateforme « Hagissants » annuaire digital des personnalités en situation de handicap (Projet porté par Florence Alix-Graellier vice-présidente de la Fédération française de tennis et Michael Jeremiasz, ancien champion du monde de tennis en fauteuil) ; - Le tournoi de Roland Garros a également accueilli le consultant Mickael
--	---------------	---	-----	---

		- Collaboration avec le CNC PH pour valoriser les acteurs en situation de handicap ; - Lancement de la plateforme « Hagissants » annuaire digital des personnalités en situation de handicap (Projet porté par Florence Alix-Graellier vice-présidente de la Fédération française de tennis et Michael Jeremiasz, ancien champion du monde de tennis en fauteuil) ; - Programmation de master class sur les droits de l'enfant en primaire (REP) et sur l'acceptation et la compréhension du handicap auprès des classes de primaires ; - Présentation d'un projet complet pour l'appel d'offre du CIO sur la couverture des jeux paralympiques.		Jeremiasz. Pour la 1ère fois, l'intégralité des épreuves captées et diffusées en direct pour la couverture 24h/24 des Jeux paralympiques pour une dynamique d'inclusion
Groupe FTV	Programmation	Renforcer la présence des cultures urbaines, ultramarines et du monde sur nos antennes en s'adressant en particulier aux jeunes adultes 'Captations de concerts, émissions, opérations spéciales ou encore de concours... : - Hyper Festival - Soirée dédiée au hip hop	oui	La présence de la culture urbaine, ultramarines et du monde sur nos antennes ont bien eu lieu en 2022 ;

		féminin, avec Radio France - Batiment B (émission présentée par Oxomo Puccino, qui recevra Imany, Soprano, Cut Killer...) - Captation des concerts de : Kerry James à la Philharmonie ; Médine ; Ben Mazué ; Little Simz ; Tiitof ; - Organisation de l'opération spéciale Fianso /Capuçon : concert conjoint aux 4000 à La Courneuve ; - Reggae box ; - Concours des voix des Outre-Mer. Cultures urbaines : - Sur le fil (nouveau rendez-vous dédié à l'éloquence, offrant une large place aux jeunes issus des territoires et de la diversité) ; - La ruée vers l'art (nouveau magazine dédié aux arts de la rue) ; - Festival des cultures urbaines à Roubaix (captation en juin) ; - battle de breakdance (captation de l'événement au Théâtre du Chatelet) ; - 30 ans de Suresnes cite danse (captation de		
--	--	--	--	--

		2 soirées) ; - Street art Outre-Mer (diffusion des modules courts réalisés par Outre-Mer 1ère) ; Humour : - L'accent est mis sur les jeunes talents de tous milieux sociaux, géographiques et ethniques ; - Paname Comedy Club ; - Génération Paname - La relève du rire ; Cultures des religions : Chaque dimanche, diffusion de programmes consacrés aux différentes religions (Sagesses bouddhistes, Identité juive, Chrétiens orientaux, Présence protestante) et organisation d'une grande émission spéciale intitulée La nuit du ramadan.		
--	--	--	--	--

Groupe FTV	Programmation	Renforcer la mise en valeur de toutes les diversités dans la fiction : Des nouvelles saisons de séries qui mettent en avant toutes les diversités : Diversités de territoires : - sur France 2 : « Tropiques Criminels » et « Meurtres au Paradis » (Antilles) ; - France 3 continue son exploration de tous les territoires qui font la France avec « Meurtres à » ; « OPJ » saison 3 après le succès du lancement de la saison 2 en prime à la Réunion sur France 3 et sur la 1ere. Diversité des profils et des sujets : - « Astrid et Raphaëlle » (autisme) sur France 2 ; - « Plus belle la vie »(F3) et « Un si grand soleil »(F2) qui mettent en avant toutes les diversités de notre société ; - « Vestiaires » (F2) saison 11 ; - Les séries éducatives de France 2 avec : « L'école de la vie », « La faute à Rousseau » valorisant les diversités ; - « Le code » saison 2 (F2) avec un 1er rôle pour un acteur noir (Daniel Njo Lobé) ;	oui	Tous ces engagements et programmes ont bien été diffusé sur nos antennes en 2022.
------------	---------------	--	-----	---

		- La collection « Le crime lui va si bien » avec Claudia Tagbo en 1er rôle (F2).		
--	--	--	--	--

Groupe FTV	Programmation	Reprise des engagements 2021 : - Déploiement de la V3 du book de casting « 1000 talents » pour en faciliter l'accès aux producteurs, conseillers de programmes et journalistes et l'enrichir de nouveaux profils avec le concours de nos partenaires - Lancement d'un annuaire des experts outre-mer avec le Pole outre-mer de FTV ; - Lancement du nouveau portail La 1ere ; - Mise en place de nouveaux baromètres permettant de faire un état des lieux de nos antennes et d'en définir les objectifs avec chaque unité de programme (la représentation du handicap, du territoire, de la catégorie-socio-professionnelle...) ; - Renouvellement de prix France télévisions pour le concours « Talents en court » et « Cinébanlieue » avec préachats pour diffusion au sein des émissions « Infracourts » (France 2) et « librecourt » (France 3) ; - Poursuite du partenariat avec le Jamel Comedy Club sur l'opération « Filme l'avenir » : Tournée du Comedy club dans 18 villes (QPV)	oui	Tous les engagements antennes ont été réalisés. De nouveaux outils ont été mis en place : Nouvelle version du book de casting qui sera mise à disposition des conseillers de programmes début avril(facilité de recherche, sélection des profils ; amplification du nombre des comédiens animateurs et chroniqueurs disponibles) Mise en place d'un répertoire d'experts en lien avec le Club 21e Siècle à disposition des antennes ; Mise à disposition d'un carnet culturel et calendrier prospectif à disposition des antennes. Réalisation de la 3e édition du concours « filme l'avenir » en partenariat avec le Jamel Comedy Club qui a mobilisé 637 jeunes dans 20 villes de France dont 4 en Martinique et Guadeloupe (QPV) et produit 80 courts métrages diffusés sur France tv Slash. Le prix Jeunes talents a été relancé sous la présidence cette année de ABD EL Malik et permis de récompenser eu jeunes réalisateurs-scénaristes dont les œuvres ont été diffusées sur France 2 et France 3. Le concours ATOM Lancé par le CEEA FTV et Eloa Prod visant à permettre aux jeunes apprentis scénaristes d'outre-mer de bénéficier gratuitement d'une
------------	---------------	---	-----	---

		de France, y compris outre-mer pour initier les 16/24 ans à la réalisation ; - Diffusion de tous les courts métrages réalisés sur Francetv Slash (83 courts métrages en 2021) et diffusion d'une sélection des meilleurs courts métrages sur « Librecourt », suivi de la tournée par les antennes régionales de France 3 et de la 1ere. Renforcer la présence des réalisatrices sur nos antennes : FTV s'engage à faire appel à au moins 30% de réalisatrices sur ses antennes (Convention passée avec le collectif 50/50) et en particulier dans les émissions de flux. Pour ce faire, Le Collectif 50/50 et France télévisions associés au groupe 25 images, l'association PFDM, la SACD et le SPI créent une « Bible 50/50 », un répertoire de référence des réalisatrices pour accroître leur visibilité). - Renforcement du sport féminin et du handisport sur nos antennes		formation professionnalisante de deux ans, a été lancé en janvier 2022. Ce concours a permis l'entrée de 4 scénaristes de Martinique, Guadeloupe, Guyane et réunion au CEEA après deux épreuves (écriture de court métrages, long métrage puis grand oral). Enfin l'engagement de faire appel à plus de 30% de réalisatrices a été largement atteint avec 42% de nos fictions en prime réalisées par des femmes.
--	--	---	--	---

Canal +	Programmation	1/ Canal+ s'engage à poursuivre sa politique de formation et de sensibilisation des responsables de programmes sur le besoin constant d'améliorer la représentation de la diversité de la société française dans tous les genres de programmes mis à l'antenne, en mettant un accent particulier sur le handicap. Le documentaire de 90' sur le handicap et le sport de Michael Jeremiasz sera diffusé en prime sur Canal+ en 2022 et M. Jeremiasz est toujours consultant sport du groupe.	OUI	Films mettant en lumière les diversités : <i>Presque, On est fait pour s'entendre, The Bunker Game, The Father, Les Eternels...</i> Documentaires sport : - <i>We are people</i> (Michael Jérémiasz) diffusé notamment en prime le 26/06/2022, et en clair à 18h35 le 10/12/2022 - <i>Onze de légende</i>, dont la thématique est l'autisme. La série documentaire <i>L'Epopée joyeuse</i>, retraçant la création des entreprises solidaires de restauration "Café Joyeux", a été diffusée en deuxième partie de soirée puis a fait l'objet d'une soirée spéciale en prime et en clair sur CANAL+ le 30/11/2022. Un épisode d'<i>En aparté</i> avec Olivier Nakache et Eric Toledano est revenu en access sur la genèse du documentaire et plus généralement sur l'engagement des deux réalisateurs sur les sujets de sensibilisation au handicap. La deuxième partie de soirée était l'occasion de proposer une rediffusion de <i>Onze de Légende</i>.
----------------	---------------	---	-----	--

Canal +	Programmation	2/ Canal+ poursuivra son engagement de maintenir le niveau de représentation à l'antenne des personnes "perçues comme non blanches" et à veiller à la nature et à l'importance de leurs rôles. Cet engagement est appliqué à toutes les productions et plus particulièrement aux Créations Originales de Canal+, mais aussi dans la programmation de séries en prime time avec des rôles principaux tenus par des personnes "perçues comme non blanches". Rediffusion de <i>Validé</i> saison 2 avec le premier rôle tenu par une femme issue de la diversité, production de <i>Narvalo 2</i> (se déroulant dans les quartiers "sensibles"). Canal+ continuera de mettre à l'antenne des consultants sport "perçus comme non blancs" : Didier Drogba, Samir Nasri et Eric Abidal, ainsi que Olivier Dacourt ou encore Habib Beye.	OUI	Créations originales : <i>Validé</i> saison 2, <i>Narvalo 2</i>, <i>9 mecs</i>, <i>Le Flambeau</i>, <i>Infiniti</i>. Séries étrangères : <i>Tokyo Vice</i>, <i>Killing Eve</i>, <i>Conversation with friends</i>, <i>Trigger Point</i>, <i>This is going to hurt</i>, <i>Yellowjackets</i>, <i>The Tower</i>, <i>The responder</i>. Plusieurs Consultants sport (liste transmise à l'Arcom)
---------	---------------	--	-----	--

Canal +	Programmation	3/ Canal+ s'engage à représenter la diversité au sein de ses différentes émissions notamment en clair à travers ses incarnations, ses invités,... (<i>Clique, En Aparté, Canal Football Club</i> et toutes les émissions sport, programmes courts avec des personnes perçues comme non blanches à l'instar de Hakim Jemili, Redouane Bougheraba).	OUI	<i>En aparté</i> : une vingtaine d'invités en 2022 perçus comme "personnes non blanches" (liste transmise à l'Arcom). <i>Clique</i> incarnation jeune/diversité (liste transmise à l'arcom) Format court <i>La super vie d'Hakim Jemili</i>.
---------	---------------	--	-----	---

Canal +	Programmation	4/ Canal+ s'engage également à traiter la diversité au travers des sujets de ses programmes cryptés (Sport, docs, fiction...). Avec notamment des documentaires engagés comme l'un relatif à l'anniversaire de la dépénalisation de l'homosexualité ou encore un autre sur des joueuses de football aux Etats Unis qui réclament une égalité des salaires. Dans la case <i>Les nouveaux explorateurs</i> Nadia Mechaheb emmènera les téléspectateurs à la découverte d'une ville par la culture de la rue, le hip-hop, le graff, le skate, le Rap, le slam, le break dance, le beat boxing, ou encore le street basket...un voyage au cœur d'un vivier de disciplines créatives et culturelles qui se renouvellent sans cesse. Dans un autre numéro Fatou Ndiaye, jeune femme sénégalaise, parlera de l'influence des cultures traditionnelles dans la mode. Par ailleurs, la chaîne diffusera une série (produite par Olivier Nakache et Eric Tolédano, les producteurs du film <i>Hors Norme</i>) de 4X52' sur les Café Joyeux, une	OUI	Participation à l'exposition du sport féminin avec la diffusion de l'Euro de football féminin en intégralité sur les antennes Canal+ et particulièrement mis en valeur sur Canal+ avec 10 matchs diffusés en prime time. Nouveaux explorateurs : <i>Fatou en mode</i> - Mexique <i>Culture et Street</i> - New York. Documentaires tout au long de l'année : <i>L'Etat du Texas contre Melissa</i> <i>We are People</i> (Michael Jeremiasz) <i>Ukraine, des femmes dans la guerre</i> <i>LFG</i> (joueuses de football aux Etats Unis qui réclament une égalité des salaires) <i>Prolongations</i> (sur la basketteuse Céline Dumerc) <i>Le réveil des éléphants</i> (équipe de rugby Ivoirienne) <i>Haut et fortes !</i> (joueuses de D1 arkema) <i>L'épopée joyeuse</i> (sur les Cafés Joyeux) <i>Onze de légende</i> (équipe de football qui mélange des enfants neurotypiques et autistes).
---------	---------------	---	-----	---

		expérience unique qui permet à des jeunes adultes handicapés d'intégrer un café pour y travailler et signer pour la plupart d'entre eux leur premier CDI.		
--	--	---	--	--

Canal +	Programmation	5/ Canal+ s'engage à porter une attention particulière à une meilleure représentation des plus jeunes et des plus âgés dans ses émissions, docs, séries, ... A titre d'exemple citons pour 2022, la nouvelle saison de <i>Narvalo</i> , <i>Groland</i> , <i>Broute</i> A noter également un projet d'émission qui favorisera le dialogue intergénérationnel à l'occasion des élections présidentielles 2022 sur Canal+.	OUI	Création Originale : <i>Narvalo</i> (jeunes) <i>Hot Ones</i> : invités jeunes comme Léna Situations, Panayotis Pascot L'émission <i>Groland</i> avec un prime anniversaire événement Format court : <i>Broute</i> . Série étrangère : <i>Conversation with friends</i> , <i>Ridley road</i> , <i>Yellowjackets</i> , <i>Mood</i> , <i>L'Amie prodigieuse</i> . Cinéma : <i>The Father</i> , <i>Tout s'est bien passé</i> , <i>Supernova</i> , <i>Abuela</i> , <i>Mamie Sitter</i> , <i>Nomadland</i> , <i>Un tour chez ma fille</i> (aînés), <i>Teddy</i> , <i>Grave</i> , <i>Ibrahim</i> , <i>Voyagers</i> , <i>Fragile</i> , <i>Kandisha</i> , <i>Rosy</i> , <i>Licorice Pizza</i> , <i>Rouge</i> , <i>Gagarine</i> (jeunes).
Canal +	Programmation	6) Canal+ s'engage à porter une attention particulière au phénomène d'intersectionnalité afin de favoriser que les personnes qui sont à l'intersection de plusieurs groupes - pouvant subir de fait davantage de discriminations - soient également justement représentées sur les antennes.	OUI	Séries qui mettent en valeur des femmes issues de la diversité et LGBT : <i>Yellowjackets</i> , <i>Conversation with friends</i> , <i>Mood</i> . Un épisode d' <i>En aparté</i> revient sur le parcours de Bilal Hassani.
Canal +	Programmation	7/ Canal+ s'engage à diffuser un spot diversité sur son antenne en juillet 2022.	OUI	Spots diversité diffusés le 14 juillet 2022 avec Laurie Cholewa (22 diffusions) - Michaël Jérémiasz (13 diffusions).

Canal +	Programmation	8/ Canal+ s'engage à continuer de relayer les tendances sociétales et internationales autour de la diversité (#Metoo, Black Revolution, nuit Gay, corner LGBT "HELLO" sur myCANAL...), Canal Sport Club s'attachera encore plus en 2022 à traiter des sujets de société dans ses magazines. Citons également <i>En Aparté</i> dont le format favorise la parole libre avec des invités représentant toute la diversité de société. Canal+ programmera également en 2022 de nombreux films traitant de la diversité au sens large, que ce soit par exemple avec <i>The Father</i> ou <i>Tout s'est bien passé</i>, autour de thèmes liés à nos anciens, ou encore <i>Les Héroïques</i> ou <i>Nomadland</i> sur la réinsertion, <i>Ibrahim</i> ou <i>Bonne mère</i>, sur la diversité des origines, <i>Haut et Fort</i> et <i>Rosy</i> sur le handicap, parmi tant d'autres films prévus pour 2022. Citons la série des éclaireurs qui explorent des territoires non explorés <i>Les éclaireurs de l'eau</i> - <i>Les écrireurs du soin</i> - ou encore un	OUI	<i>En aparté</i> : (liste invitée transmise à l'Arcom) Cinéma : <i>Un triomphe</i>, <i>Nomadland</i> (réinsertion) <i>Tout s'est bien passé</i>, <i>The Father</i> (personnes âgées), <i>Promising Young Woman</i>, <i>Call Jane</i> (droits des femmes), <i>Les Olympiades</i>, <i>Gagarine</i>, <i>Onoda 10 000 nuits dans la jungle</i>, <i>West side story</i>, <i>Fragile</i>, <i>Haut et fort</i>, <i>D'où l'on vient</i>, <i>Mes frères et moi</i>, <i>Ibrahim</i>, <i>Une histoire d'amour et de désir</i> (diversité/racisme). Documentaires : <i>Haut et fortes !</i> (joueuses de D1 arkema) <i>Les éclaireurs de l'eau</i> <i>Les éclaireurs de l'énergie</i>. Corner Hello (contenus liés aux sujets LGBT) mis en avant sur la plateforme <i>MyCanal</i> + la série <i>All you need</i> (svod), le documentaire <i>Bambi : une nouvelle femme...</i> Le Canal Sport Club présente très régulièrement des reportages sur des sujets de société, quelques exemples : - <i>Iliana Rupert l'as de Vegas</i> L'une des rares basketteuses françaises à faire carrière aux Etats-Unis, à seulement 21 ans. Elle participe à la finale WNBA, première fois que cette compétition féminine est retransmise en direct sur une chaîne publique aux Etats-Unis.
---------	---------------	--	-----	--

		documentaire sur des femmes qui pratiquent le football et qui bénéficient d'une formation sur l'éloquence avec le documentaire <i>Paroles de Joueuses</i> .		- <i>Clarisse Agbegnenou, baby-boom</i> 2x championne olympique, 7x championne du monde judo, 5x championne d'Europe et maman depuis 2022 Modèle rare de mère en pleine carrière, parle des enjeux physiques d'une grossesse, l'accompagnement différent des sportives selon les fédérations - Invité plateau principal : Arnaud Assoumani 5 médailles paralympiques en saut en longueur Promotion de la 1ère journée paralympique au monde le 8 octobre à Paris avec l'objectif de changer le regard sur le handicap - Xavier Jourson, <i>objectif Norseman</i> l'un des premiers triathlète noirs. Promeut la présence de personnes de couleur dans certaines disciplines.
--	--	---	--	---

Canal +	Programmation	9/ Canal+ s'engage à favoriser l'émergence de projets permettant la valorisation de la diversité en suivant notamment la charte de la <i>Création Originale</i> et <i>Création décalée</i> , remises à tous les producteurs de la chaîne. Cette charte a été généralisée aux émissions de flux et à StudioCanal également.	OUI	Le groupe remet une charte Mixité – Diversité à ses partenaires de production pour contribuer à une meilleure représentativité de la mixité et des diversités tant au sein des équipes de production qu'au sein des programmes.
---------	---------------	--	-----	---

C8	Programmation	1/ C8 s'engage à poursuivre sa politique de formation et de sensibilisation des responsables de programmes sur le besoin constant d'améliorer la représentation de la diversité de la société française dans tous les genres de programmes mis à l'antenne. A titre d'exemples : Mise en avant de la diversité dans : - les émissions "phare" de divertissement telles que <i>TPMP</i>, <i>William A Midi</i>, <i>le Mag Qui Fait du Bien</i> - les émissions engagées telles que <i>1 Jeune 1 Solution</i>, <i>Envie d'Agir</i>, <i>J.O.B. (Jeunes Objectif Boulot)</i>, - les spectacles vivants à l'instar de <i>60' saison 2</i> avec de nombreux artistes issus de la diversité Et aussi : - <i>Les animaux de la 8</i> à la découverte des populations rurales souvent CSP- - <i>Les fées de la nuit</i>, un programme mettant en avant des nourrices issues de la diversité - <i>Voyage jusqu'au bout de la nuit</i> avec des incarnations issues de la diversité comme	OUI	Les émissions « phare » de divertissement telles que <i>TPMP</i>, <i>William A Midi</i>, <i>le Mag Qui Fait du Bien</i> mettent en lumière, tant par leurs incarnations (animateurs, chroniqueurs), que par leurs invités, la diversité de la société française. L'émission citoyenne <i>Envie d'Agir</i> incarnée par Jaleh Bradea, d'origine iranienne, donne de la visibilité à des personnes qui agissent pour un monde meilleur. Cette France plurielle et diverse qui s'engage est mise à l'honneur chaque semaine dans l'émission. De nombreux numéros mettent en lumière les diversités (origines, quartiers défavorisés, ruralité, handicap, intergénération, mais aussi droits des femmes, etc.). L'émission <i>JOB</i>, quant à elle, est présentée par Albert Batihe, issu de la diversité. <i>JOB</i>, dédié à la recherche d'emploi, a représenté une grande diversité intergénérationnelle et des origines. <i>Voyage au bout de la nuit</i> incarné majoritairement par des femmes dont certaines issues de la diversité, à l'instar de Sonia Imbert. Des diffusions de spectacles vivants réunissant de nombreux artistes issus de la diversité comme "Dadju, en direct du Parc des Princes" ou le "RFM music show" avec Amel Bent ou Black M.
----	---------------	--	-----	---

		Sonia Imbert, Nesrine Abdat - <i>Gym direct</i> avec Mohamed Hachani, Naela Sevidan, Kevon Coique...		
--	--	---	--	--

C8	Programmation	2/ C8 s'engage à poursuivre la valorisation de la diversité avec l'insertion d'une clause dédiée dans les commandes de programmes de la chaîne. A titre d'exemples : - les programmes <i>TPMP</i>, <i>Balance ton post</i>, etc. composés d'animateurs et de chroniqueurs femmes et hommes dont certains sont issus de la diversité, qui accueillent des invités et du public de toutes origines. En outre, C8 continue son engagement en faveur du handicap : - un ou plusieurs chroniqueurs en situation de handicap sont régulièrement présents dans <i>TPMP ouvert à tous</i> - soutien du PSYCHODON pour la déstigmatisation des troubles et maladies psychiques avec notamment la diffusion en prime de la soirée caritative du Psychodon qui aura lieu à l'Olympia et la programmation tout au long de l'année de <i>#Le Post Positif</i> présenté par le fondateur du Psychodon, ainsi que des spots de sensibilisation à la cause.	OUI	Chaque Vendredi, de 18h à 21h15, C8 met en avant un chroniqueur porteur de handicap dans les émissions <i>Le 6à7</i> et <i>TPMP WEEKEND</i>. Exemples de chroniqueurs récurrents de l'émission : Sabine Di, Pierro et Ludivine Rétory, tous issus de la diversité. Le programme <i>Ouvert à tous</i> de <i>TPMP</i> et <i>Balance Ton Post!</i> ont aussi fait participer des chroniqueurs éditorialistes et invités issus de la diversité comme Malek Délégue ou Rokhaya Diallo. Reconduction du partenariat avec le <i>Psychodon</i> avec notamment la diffusion d'un concert caritatif pour sensibiliser aux maladies psychiques.
----	---------------	---	-----	---

C8	Programmation	3/ C8 s'engage à poursuivre la valorisation de la diversité dans la conception de ses productions internes en lui assurant une juste représentation. A titre d'exemple : - GYM DIRECT alternant animateurs femmes et hommes majoritairement issus de la diversité (ex. Mohamed Hachani, Naela Sevidan, Kevon Coique) - Poursuite du <i>Mag qui fait du bien</i> présenté par Karine Arsen - <i>Envie d'Agir</i> présentée par Jaleh Bradea - <i>J.O.B. Jeune Objectif Boulot</i> présenté par Albert Batihe.	OUI	<i>Gym direct</i> alterne animateurs et animatrices majoritairement issus de la diversité. A noter que 6 des émissions en 2022 ont reçu des personnes en situation de handicap coachées à l'antenne par Kevin. Par ailleurs certaines émissions spéciales ont été tournées depuis la Martinique mettant en lumière l'Outremer. <i>Le Mag qui fait du Bien</i> est incarnée par Karine Arsen, représentante de la diversité. <i>Envie d'Agir</i> accueille sur son plateau des personnes issues de la diversité et notamment des femmes et des hommes se battant pour la non-discrimination et l'inclusion des personnes en situation de handicap dans la société (Ex. le fondateur des Cafés Joyeux accompagné d'un équipier joyeux en situation de handicap ; La présidente de la Nuit du Handicap et un bénévole non-voyant, etc.). Le présentateur de <i>JOB</i>, Albert Batihe est issu de la diversité. L'émission a reçu de nombreux jeunes issus de la diversité.
C8	Programmation	4/ Comme chaque année, C8 diffusera le spot diversité sur son antenne en juillet 2022.	OUI	Pour le 14 juillet, C8 a diffusé un spot pour promouvoir la diversité (4 diffusions).

CSTAR	Programmation	1/ CSTAR s'engage à poursuivre la prise en compte de la diversité de la société française au sein des programmes composant l'offre musicale de CSTAR : vidéomusiques, concerts, tops, etc.. La majorité des vidéomusiques et tops qui seront diffusés reflèteront cette diversité.	OUI	CSTAR continue d'offrir les <i>programmes musicaux</i> variés tels que Top CSTAR, TOP France, TOP ALBUMS, TOP STREAMING, TOP CLIP au sein desquels on retrouve des artistes issus de la diversité comme Lizzo, Aya Nakamura, Dadju, Yannick Noah, Gims, Naps, Mentisa. Cstar diffuse également des concerts tels que celui de James BKS.
CSTAR	Programmation	2/ CSTAR s'engage à poursuivre la valorisation de la diversité au travers d'une programmation musicale diversifiée, notamment aux heures de grande écoute.	OUI	Aux heures de grande écoute CSTAR diffuse majoritairement des <i>clips</i> aux seins du Top France, du Top clip, du top album et du Top streaming des artistes telles que Camila Cabello, Doja Cat ou encore Rihanna ont pu être mises à l'honneur.

CSTAR	Programmation	3/ CSTAR s'engage à poursuivre la valorisation de la diversité dans la conception de ses productions internes et à demander l'insertion d'une clause dédiée à ce sujet dans les contrats de commande. A titre d'exemples : - les <i>Tops Streaming</i> et <i>Top Albums</i> et <i>Top Quotidien</i> produits par la chaîne et présentés par T-MISS et Fatia - les programmes tels que <i>La Story de</i> et les thématiques <i>Nuit</i> dont les diffusions sont en principe prévues en 2022.	OUI	Fatia a continué d'incarner le Top Quotidien cette année. Des inédits des Tops streaming et des Tops album ont également été diffusés tous les vendredis tout au long de l'année. Les téléspectateurs ont pu ainsi découvrir ou redécouvrir des artistes tels que Zola, Gambi, Disiz etc...
CSTAR	Programmation	4/ CSTAR diffusera comme chaque année le spot diversité sur son antenne en juillet 2022.	OUI	Comme chaque année, CSTAR a diffusé le 14 juillet le spot diversité incarné par T Miss (7 diffusions).
CNEWS	Programmation	1/ CNEWS s'engage à représenter la diversité de la société française sur ses différents plateaux. La diversité sera incarnée sur les plateaux par la présence d'animateurs et de chroniqueurs issus de la diversité, mais aussi par la présence d'invités issus de la diversité.		Présence d'animateurs, de chroniqueurs, journalistes et invités issus de la diversité (liste transmise à l'arcom)

CNEWS	Programmation	2/ CNEWS s'engage à diffuser un spots diversité sur son antenne courant 2022.		Pour le 14 juillet, CNEWS a diffusé un spot de sensibilisation afin de promouvoir la diversité dans la société française (7 diffusions)
CNEWS	Programmation	3/ CNEWS s'engage également à refléter la diversité de la société française dans ses reportages. En 2022, CNEWS consacrera plusieurs sujets sur son antenne liés à la diversité dans toutes ses composantes. La chaîne s'appuiera encore davantage sur ses correspondants en régions afin de laisser une place réelle aux régions et zones éloignées des grandes villes, avec l'objectif d'être au plus proche des citoyennes et citoyens.	OUI	Diffusion de nombreux reportages consacrés à toutes les composantes de la diversité. Cette diversité se traduit aussi bien par une représentation des minorités visibles que ce soit dans nos reportages ou sur les plateaux, ou par la représentation des différentes strates sociales. Elle vise aussi à partager la diversité générationnelle, des genres, des personnes LGBTQIA+ ou encore la diversité religieuse ou la diversité socio- professionnelle. Enfin CNEWS accorde une grande importance à privilégier la parité au sein de sa chaîne ou dans des reportages liés à ce sujet.
CNEWS	Programmation	4/ L'émission <i>Envie d'agir</i> est dorénavant diffusée sur C8 de façon hebdomadaire (voir engagements C8). Cette ligne sera retirée dès l'année prochaine	OUI	Voir C8
CNEWS	Programmation	5/ CNEWS fera intervenir de façon régulière des invités issus de la diversité dans des émissions phare comme <i>Repères</i> , <i>Morandini Live</i> , <i>L'hebd de l'éco...</i>	OUI	Les 12 dernières minutes de l'émission <i>Morandini Live</i> , mais plus encore l'émission elle-même ont accueilli de nombreux invités issus de la diversité. Elle s'est d'ailleurs à plusieurs reprises déclinées en « <i>Face à la rue</i> », tournée à l'extérieur et parfois en régions, un format propice au respect de cet objectif de représentation de la diversité de la société.

Groupe Canal	Ressources humaines	> Poursuivre l'animation de la politique inclusion / diversité autour de 5 piliers d'engagement, bénéficiant chacun d'un plan d'action dédié, visant à l'exemplarité de nos process RH, la sensibilisation des collaborateurs et managers tout en favorisant l'engagements des collaborateurs sur ces piliers vis-à-vis de partenaires externes (associations, etc.) : 1) Egalité femmes - hommes (mesure fine des écarts de rémunération injustifiés, actions de sensibilisation sur le sexisme ordinaire, la lutte contre le harcèlement ; formation des CODIR et du COMAN : déploiement ds formations à l'international, négociation du nouvel accord d'égalité professionnelle). 2) Diversité des origines (égalité des chances, mixité des origines socio-culturelles, géographiques...) 3) Handicap (déploiement et mise en oeuvre	OUI	Poursuite de la politique Inclusion autour des 5 piliers. Ega Pro et Handicap : négociation de l'accord signé par les OS, déploiement du plan d'actions. Poursuite de l'ensemble des plans d'actions liés aux différents thèmes.
--------------	---------------------	---	-----	---

		des mesures du nouvel accord handicap de l'UES pour 2020-2022) dont expérimentation du don de jours. 4) LGBT+ (poursuite des actions de sensibilisation, diffusion d'un guide des bonnes pratiques à l'attention des managers). 5) Mixité générationnelle > Retour sur expérience des actions 2021 et reprise des actions efficaces > Enrichissement du plan d'actions et multiplication des initiatives > Déploiement des actions de revitalisation 92 s'appuyant notamment sur les piliers Egalité Femme/Homme et Diversité des Origines > Accent mis sur l'entrepreneuriat et la reconversion professionnelle notamment		
--	--	---	--	--

		auprès des publics Femme et QPV (Quartiers Politique de la Ville).		
--	--	--	--	--

Groupe M6	Programmation	Veiller à une juste représentation de la diversité des origines, selon les thématiques de ses chaînes, au sein des émissions ponctuelles ou régulières, dans les castings des participants ou présentateurs et célébrités pour les émissions de divertissements.	OUI	Les animateurs des chaînes du groupe M6 sont représentatifs de la diversité, notamment sur des émissions régulières et fortement exposées : <i>L'amour est dans le pré</i> ; <i>Un Jour un Doc</i> ; <i>La France a un incroyable talent</i> ; <i>le 12.45</i> ; <i>Nouveau look pour une nouvelle vie</i> ; <i>Les Reines du Shopping</i> ; <i>La Robe de ma vie</i> ; <i>Les 100 vidéo</i> ; <i>Le Marrakech du rire</i> ; <i>On ne répond plus de rien sur Paris Première...</i> Documentaires & Magazines d'information : 2022, <i>La Bataille des jeunes militants</i> (W9) ; 12 artistes qui ont marqué 2022 (W9) ; <i>Le château de mes rêves</i> (M6) ; <i>Un jour un doc</i> ; <i>Zone Interdite</i> ; <i>66 Minutes</i> ; <i>Enquête exclusive</i> Magazines : <i>L'amour est dans le pré</i> (M6) ; <i>On ne répond plus de rien</i> (Paris Première) ; <i>Qu'est ce qu'on mijote ?</i> Participants aux Divertissements : Le meilleur des vidéos qui nous ont fait rire en l'an 2000 (W9) ; <i>Top Chef</i> (M6) ; <i>Pékin Express</i> (M6) ; <i>Pékin Express Duo de choc</i> (M6) ; <i>Les Traîtres</i> (M6) ; ; <i>Les 100 vidéos qui ont fait rire le monde entier</i> (différentes déclinaisons) ; <i>"La France a un incroyable Talent</i> (M6) ; <i>Qui veut être mon associé</i> (M6) ; <i>Piquantes !</i> (Téva) ; <i>Meilleur pâtissier</i> (M6) ; <i>Les reines du shopping</i> (M6) ; <i>Robe de ma vie</i> (6ter) ; <i>Patron Incognito</i> (M6) ; <i>Vous avez un colis</i> (6ter) ; <i>Incroyables transformations</i> aucun look ne leur résiste (M6) ; <i>Norbert commis d'office</i> (6ter) ; <i>Chefs à domicile, livraison exceptionnelle</i> (M6)
------------------	---------------	--	-----	--

				Spectacles : Le Meilleur du Marrakech du Rire (M6); Le Marrakech du Rire 2022 (M6) ; Les 10 ans du Marrakech du Rire (M6) ; Tous ensemble à Agadir, le plus grand concert de l'année (M6) ; Téva Comedy Show (Téva) ; W9 Urban Area (W9) Musique : des centaines d'heures de vidéomusiques de tous les genres et tous les horizons musicaux, dont beaucoup sont interprétées par des artistes perçus comme « non blancs », représentatifs de la diversité de notre pays. Fictions : Le Flic de Beverly Hills ; Mauvaises Herbes ; Abdel et la comtesse ; C'est tout pour moi ; De l'autre côté du périph ; La vérité si je mens (1-2-3) ; Bad Boys ; Bad Boys for Life ; Rasta Rockett ; Vaiana ; Les mondes de Ralph ; Ghost ; Premier de la classe (film produit par M6) Séries : Scènes de ménages (M6) ; La petite histoire de France (W9 et 6ter) ; Elementary (6ter) ; Scorpions (W9) ; The Rookie, le flic de Los Angeles (M6) ; The Good Fight (Téva) ; Quatre Mariages et un enterrement (6ter) ; #Shame (W9) ; The Equalizer (M6) ; NCIS : Nouvelle Orléans (Paris Première) ; Hawaiï 5-0 (Paris Première)
--	--	--	--	--

Groupe M6	Programmation	Maintenir sur les antennes et les plateformes 6play l'exposition d'un clip dédié le 14 juillet sur la diversité et la cohésion sociale Pour Gulli, diffusion d'une programmation bien ciblée et adaptée le 14 juillet ou d'un clip spécifiquement destiné au jeune public.	OUI	Le 14 juillet 2022, toutes les chaînes du Groupe M6 et leurs services SMAD ont diffusé, tout au long de la journée le clip « <i>Nous sommes la France</i> » qui représente l'image de la France plurielle pour le Groupe. 72 diffusions du clip sur les chaînes TV : M6, W9, 6ter, Paris Première, Téva, MCM, MCM Top, RFM TV, Gulli, Tiji et Canal J l'on diffusé 5 fois chacune. En radio, Fun Radio a diffusé des spots dédiés 5 fois tout au long de la journée, RTL et RTL2 ont diffusé chacune à un spot à 6 reprises. Les chaînes jeunesses et particulièrement Gulli ont également proposé une journée thématique le 14 juillet et diffusé également avec un clip intégrant des personnages d'animations diffusées régulièrement sur les chaînes concernées
-----------	---------------	---	-----	--

Groupe M6	Programmation	M6 s'engage à proposer des reportages d'information ou sujets luttant spécifiquement contre les discriminations ou de la précarité, pour une meilleure représentation à l'antenne des personnes issues des milieux les plus modestes des CSP- notamment	OUI	<i>Enquête exclusive : Minorités, genres, racisme : la nouvelle révolution américaine / Bahrein : l'archipel de la fête au coeur du golfe persique / Bangladesh waterworld ou le pays englouti / Royaume-Uni, les oubliés de la couronne / Blasphème au Pakistan : Les guerriers de la terreur / Etats Unis : être pauvre dans le pays le plus riche du monde...</i> <i>66 minutes : Le surendettement : comment s'en sortir / Pouvoir d'achat : le combat des parents solo / Coach en pouvoir d'achat...</i> <i>Capital (1ère partie de soirée M6) : Prix en folie, pouvoir d'achat au tapis : qui peut réduire les facture des français / Chauffage, essence, électricité : comment résister à la flambée des prix ? / Comment les zones commerciales cassent-ils les prix ?/ Vacances pas chères : les nouveaux bons plans...</i> <i>Zone Interdite (1ère partie de soirée M6) : Expulsions, saisies, ventes aux enchères : les huissiers en première ligne / Petits salaires et grandes inégalités, la chute des classes moyennes / Familles d'accueil, hôtels sociaux : le nouveau scandale des enfants placés...</i> <i>Un jour un doc : Face à la crise, chacun son bon plan / Familles nombreuses : la vie à l'économie / Le discount au secours des français / Rentrée scolaire, bonnes affaires / Promotions mon chariot moins cher / Comment résister à la flambée des prix ?</i>
-----------	---------------	---	-----	--

M6	Programmation	Les antennes du Groupe veilleront davantage à une représentation à l'antenne des personnes issues de milieux plus modestes, de CSP- notamment.	OUI	<i>Enquête d'action (1ère partie de soirée W9) : Urgence de campagne : au secours des victimes en détresse / Familles mortelles / Les héros du nettoyage / Bienvenue chez les Bodin's (film) / Une hirondelle a fait le printemps (film) / A bras ouverts (film) / Qui c'est les plus forts ? (film) / Une femme (série) / L'Amour est dans le pré / On a échangé nos maisons (6ter) / Ca peut vous arriver : Elle vit dans un appartement insalubre infesté de blattes avec ses quatre enfants ; Une femme est à la retraite depuis 5 ans et n'a toujours pas touché d'indemnité ; La banque ne surveille pas une femme sous tutelle qui signe 68 chèques pour 7600 euros ; malgré le froid, une femme vit sans chauffage et ses propriétaires ne font rien ; Une femme atteinte d'un cancer a fait des sacrifices pour s'acheter une perruque qui ne lui a jamais été délivrée ; Une femme handicapée subit la mauvaise qualité des travaux réalisés chez elle ; Une femme s'insuiète pour sa famille à cause de l'installation électrique défectueuse de son domicile ; Des personnes âgées vivent dans une résidence sans eau chaude / Patron Incognito / Une femme, une fiction diffusée sur 6ter qui permet de découvrir l'histoire d'une jeune femme qui se retrouve seule avec ses enfants à la suite de l'accident mortel de son mari et qui peine à leur offrir des conditions de vie décentes.</i> Sur les antennes jeunesse du Groupe spécifiquement : <i>Didier/ Hooten and The Lady : Chasseurs de trésors/Jack Hunter/Jurassic World: La colo du crétacé/La Tour Montparnasse infernale/ Le Meilleur Pâtissier - Saison 6/ Le meilleur pâtissier Célébrités/ Loup - S2/ Mon animal fait la loi/ Tad et le Secret du roi Midas/"Tiny Paradise: Mini-maisons de rêve "</i>
----	---------------	--	-----	---

Groupe M6	Programmation	Maintenir au minimum un rôle tenu par une personne perçue comme non blanche dans au moins 60% des fictions produites.	OUI	45 heures de fictions audiovisuelles commandées en 2022 contenaient au moins 1 rôle tenu par une personne perçue comme non-blanche, ce qui représente 78 % des commandes passées cette année. Il s'agit de : - La saison 12 de la série En famille, diffusée en semaine tout l'été à 20h25 ; - La saison 14 de Scènes de ménage, diffusée chaque jour à 13h30 heures et 20h25 lundi au sam. - Les mini-séries et fictions de première partie de soirée : Le souffle du dragon ; Année zéro ; Caméra café les 20 ans ; En famille au château ; Scènes de ménage en Corse. <u>À noter également :</u> - 100% des fictions de première partie de soirée comprennent des rôles tenus par des personnes issues de la diversité. - Les fictions courtes destinées aux débuts de soirée, à l'heure de très forte audience, sont diffusées dans des modules contenant plusieurs épisodes chacun. Au final, en diffusion, donc en perception par le public, les comédiens « issus de la diversité » sont présents sur M6 tous les soirs du lundi au samedi pendant une très grande partie de l'année. - <i>Jumeaux mais pas trop</i> : un film sorti le 28 novembre 2022, produit par SND. 33 ans après leur naissance, deux frères jumeaux découvrent soudainement
-----------	---------------	---	-----	--

				l'existence l'un de l'autre...Pour Grégoire et Anthony, la surprise est d'autant plus grande que l'un est blanc et l'autre noir ! Il y avait une chance sur un million que ce phénomène génétique survienne. Mais leur couleur de peau est loin d'être la seule chose qui les différencie ! En faisant connaissance, aucun des deux n'a l'impression d'avoir tiré le gros lot...
--	--	--	--	---

Groupe M6	Programmation	Poursuivre nos actions pour améliorer la perception des « personnes perçues comme non blanches » particulièrement à destination du jeune public, notamment dans les préachats de séries d'animations originales inédites ou rediffusées comme par exemple <i>Ninja Express</i> , <i>Junior une idée en or</i> (nouvelle saison) sur Gulli	OUI	<i>Gulli et ses séries d'animation: Bande de sportifs! saison 3/ Barbie- A deux c'est mieux/ Baskup Tony Parker saison 2/ Bienvenue chez les Loud saison 5/ Boy, Girl, Etc/ CoComelon/ Jurassic World: la colo du crétacé/ L'Agence Galactique/ Petronix, les défenseurs des animaux/ Polly Pocket saison 4/ Rainbow High/ Spidey et ses Amis Extraordinaires/ Tara Duncan</i> <i>Zone Interdite (M6) : tout plaquer pour lancer son propre commerce, ils osent l'aventure : avec Nafyssatou, une jeune femme française, d'origine africaine, qui se lance dans la création d'une pâtisserie-salon de thé « afro » avec une incroyable énergie : grande vague de sympathie pour elle sur les réseaux sociaux au lendemain de la diffusion.</i>
-----------	---------------	---	-----	--

Groupe M6	Programmation	Soutenir au moins 15 associations caritatives au sein d'émissions ou par la diffusion à titre gracieux de campagnes associatives.	OUI	<u>Au sein des émissions</u> : La Croix Rouge dans Top Chef ; La banque alimentaire de Bordeaux et de la Gironde dans OTC ; Elise Care et Herve Solidarité dans la nouvelle émission Mélococo ; « Enfance et Cancer » dans Turbo du 4.9 ; dans Les traîtres, les candidats concourent chacun pour une association à qui sera reversé l'argent gagné par les vainqueurs, tout comme Stéphane Plaza dans Chasseurs d'appart ; WWf et Secours catholique dans Tous en cuisine... <u>Des campagnes diffusées gracieusement</u> : Solidarité Femme sur M6 ; Fraternité Banlieue sur W9 ; Le refuge ; Fondation de France ; Action contre la faim ; Association Entourage ; Fédération Cheer Up ; Fondation des femmes - violences faites aux femmes ; Octobre rose - Le cancer du sein parlons en ; Wings For Life ; Autisme info service ; Croix rouge française ; <u>Soutien exceptionnel à l'Ukraine</u> : dès le 1er jour de la guerre, M6 W9 et 6ter ont diffusé le drapeau ukrainien accompagné du message "Soutien aux Ukrainiens". Une collecte au sein des locaux de produits de première nécessité, transférés à la frontière ukrainienne en partenariat avec une association locale. Des appels aux dons ont été faits et le spot de la Fondation de France a été diffusé. En mars 2022 : des associations ont bénéficié d'espaces gracieux pour leur message de soutien à l'Ukraine : Alliance urgence du 12 au 16 mars sur RTL; SOS Villages d'enfants du 20 au 27 mars sur RTL2 et W9, 6ter ; Unicef du 20
-----------	---------------	---	-----	---

				au 27 mars sur RTL2 et M6. Le 5 avril 2022, une soirée spéciale consacrée à l'Ukraine a été diffusée sur M6 : en partenariat avec l'Unicef diffusée sur W9 "Ce soir on chante pour l'Unicef - Urgence Ukraine". Le spot "Break poverty" a été diffusé jusqu'au 22 mai sur W9/6ter. Sur Gulli : mise à disposition d'une offre de séries d'animation de plus de 100 heures, traduites en ukrainien, afin d'offrir gratuitement aux enfants accueillis sur notre territoire quelques moments de divertissement. Cette offre sélectionnée par les équipes éditoriales a permis aux enfants de retrouver des héros qu'ils connaissaient déjà, d'en découvrir de nouveaux au sein des séries d'animation française et de créer aussi du lien avec les enfants français. Avec l'aide de la coordinatrice désignée par la cellule de crise interministérielle, Gulli a pu relayer cette information et les modalités d'accès auprès du réseau des associations franco-ukrainiennes et groupes Facebook des ukrainiens en France, au sein du consulat d'Ukraine en France, dans les lieux d'accueil et les écoles référentes (Paris, Nice, Cannes). 2500 flyers ont été distribués sur le terrain. <u>Autres opérations sur les antennes :</u> Certaines opérations ou causes ont reçu du groupe M6 un soutien particulier,
--	--	--	--	--

				par des diffusions gratuites de spots, relais éditoriaux et appels aux dons : Alzheimer / Octobre rose / Parkinson <u>En dehors des antennes</u>, à l'occasion de la Semaine Green : Des enfants et des arbres
--	--	--	--	--

Groupe M6	Programmation	Relayer des initiatives et des contenus autour de la semaine du handicap	OUI	<u>Semaine européenne de l'Emploi des Personnes Handicapées</u> : les chaînes du Groupe M6 se sont mobilisées pour proposer une éditorialisation spécifique. Par exemple, le programme Différents et alors?! réalisé par l'association Jaris a été diffusé à plusieurs reprises sur les antennes. <u>Journée mondiale des sourds le 24 septembre 2022</u> Sur les chaînes Jeunesse, à l'aide d'une identification spécifique toute la journée, le clip de la chanson « La Politesse » a été diffusé (Canal J, Tiji et Gulli) un programme musical court de vulgarisation de la LSF. Sur M6, un sujet relatif à la langue des signes enseignée aux bébés a été diffusée dans le JT. Tout comme le portrait d'une jeune femme implantée qui peut désormais entendre : elle dédramatise et donne espoir aux enfants sourds.
-----------	---------------	--	-----	--

Groupe M6	Programmation	Diffuser des contenus comportant une approche du handicap qualitative et inclusive, participant ainsi à changer le regard de la société sur le handicap dans des genres de programmes variés, par la diffusion de contenus comportant une expression du « Handicap » en phase avec l'approche souhaitée par la Charte de décembre 2019	OUI	Le handicap est de plus en plus largement intégré aux programmes des chaînes du groupe M6, notamment dans les programmes de soirée, aux heures fortement exposées <u>dans les divertissements</u> : Incroyables transformations (un enfant trisomique a participé avec sa maman) ; Mariés au premier Regard (un candidat a une fille atteinte du syndrome de West) ; Pékin Express (candidat amputé des 4 membres) ; La France a un incroyable talent ; Les Mamans (un enfant est atteint de Trisomie 21) ; <u>dans les fictions</u> : J'irai au bout de mes rêves ; Apprendre à t'aimer ; Pour te retrouver ; Un homme à la hauteur ; Rain Man ; Nos étoiles contraires ; This Crazy Heart ; La maison d'en face (3 soirs) ; Que faisaient les femmes pendant que les hommes marchaient sur la lune ; Malcom (sur Gulli) <u>au sein des magazines</u> : Zone Interdite "Alzheimer : cette maladie qui nous touche tous" ; 66 Minutes sur le manque de sens de l'orientation, un handicap pour 10% de la population française ; Ecrire sa liberté ; 1 jour 1 doc : différents et heureux ; sur Gulli un jeu magazine Mission Gulliverse, un magazine documentaire Parents, un jeu d'enfant et Wazup. <u>Dans des séries d'animation</u>: Bande de Sportifs! <u>Journées nationales du handisport</u>, du 13 au 16 avril 2022 ont été relayées
-----------	---------------	--	-----	--

				sur les antennes du Groupe M6. A la fois sur les chaînes jeunesse, mais aussi à la radio sur RTL avec un sujet spécial RTL a proposé un sujet spécial qui concernait les disciplines paralympiques que Paris 2024 souhaite mettre à l'honneur. À cette occasion, Florent Manaudou, champion olympique de natation a pu essayer plusieurs disciplines des jeux paralympiques. <u>Opération Jouons ensemble du 14 au 20 novembre 2022 :</u> En 2022, la thématique retenue était L'accessibilité de la pratique sportive en club aux personnes en situation de handicap. Ainsi, les chaînes du Groupe M6 ont proposé une éditorialisation spéciale notamment dans le JT sur M6 avec un sujet sur la pratique du skate en fauteuil roulant. Gulli a proposé une diffusion spécifique dans Bande de sportifs à l'occasion de cette semaine.
--	--	--	--	---

Groupe M6	Programmation	Proposer sur les antennes ou tranches jeunesse des programmes sensibilisant le jeune public au handicap	OUI	6ter a proposé en 1ère partie de soirée le film "This crazy heart": Lenny, un riche trentenaire, doit s'occuper de David, 15 ans, qui souffre d'une maladie cardiaque ; c'est le début d'une folle aventure où Lenny se plie en 4 pour réaliser tous les souhaits de son jeune ami. Gulli, Canal J et Tiji ont proposé une nouvelle saison de Mes Tubes en signes ainsi que T'choupi interactif en LSF. Gulli et Canal J, émission LSF C'est bon signe. Sur Gulli, diffusion d'émissions régulières WAZUP sensibilisant le jeune public au handicap.
-----------	---------------	---	-----	---

Groupe M6	Programmation	Offrir au public de nouveaux programmes sous-titrés et audiodécrits avec des niveaux importants : ☞ de sous-titrages des programmes pour Paris Première (45% au moins), pour Gulli (au-delà de 35%), en complément des émissions dédiées, en LSF pour les enfants d'une part, et par la régularité du programme d'information Le 10 Minutes sur 6Play d'autre part pour améliorer l'offre numérique disponible ☞ d'audiodescription, avec un minimum 25 programmes inédits sur la chaîne pour W9, 2 pour Paris-Première et au moins 5 pour Gulli en particulier aux heures de grande écoute	OUI	Les données sur l'accessibilité des programmes diffusés en 2022 sur les chaînes du Groupe M6 seront transmises à l'Autorité ultérieurement et de manière détaillée, au sein des rapports annuels des chaînes et/ou dans les rapports spécifiques dans le cadre de la campagne n°66.
Groupe M6	Programmation	Poursuivre des développements techniques pour rendre accessible plus de contenus de 6play (sous-titrage ou audiodescription et en élargissant le périmètre à toutes les offres du Groupe).	OUI	Les données sur l'accessibilité des programmes diffusés en 2022 sur les chaînes du Groupe M6 seront transmises à l'Autorité ultérieurement et de manière détaillée, au sein des rapports spécifiques dans le cadre de la campagne n°68

Groupe M6	Programmation	Veiller à l'exposition de la parité et à l'image des femmes, à la lutte contre les violences faites aux femmes et à la lutte contre les stéréotypes dans leurs programmes : ☞ diffusion de programmes qui participent à la sensibilisation des violences faites aux femmes, en particulier dans nos contenus d'information ou en relayant les campagnes spécifiques du Ministère de l'Égalité entre les femmes et les hommes ; ☞ dans les contenus jeunesse, exposer des séries dont les personnages principaux luttent contre les stéréotypes ☞ tendre vers la parité dans les programmes tant pour les animateurs/trices, pour les journalistes, que pour les différents intervenants au sein des émissions.	OUI	☞ diffusion de programmes qui participent à la sensibilisation des violences à l'égard des femmes, en particulier dans nos contenus d'information ou en relayant les campagnes spécifiques du Ministère de l'Égalité entre les femmes et les hommes ; <u>Contre les violences faites aux femmes</u> : Enquêtes criminelles (Samantha : les funestes secrets de la jeune disparue ; Fin de soirée tragique : qui pouvait en vouloir à Maud Maréchal ? ; Meutre de Stéphanie Fauviaux ; L'affaire Jubillar) ; Enquête exclusive (Bangladesh ; Sexe et amour en Afrique de l'Ouest - au Pakistan - au Bangladesh) ; 66 Minutes (Le loup blanc : une tribu sous emprise ; Harcèlement de rue ; Violences conjugales les gendarmes à l'écoute) ; Gone Baby Gone (film) ; L'île aux mystères, la femme qui en savait trop (film) ; Appel à témoins ; Elle m'a sauvée (film + doc) ; Laura, au nom des femmes (documentaire) ; Halte aux féminicides : l'histoire de Julie, la numéro 30 (doc) ; Violences conjugales, ce fléau qui tue (doc) ; Contraception masculine, la révolution du caleçon (doc) ; Good girl (série) ; L'affaire Drancourt, jamais sans ma fille (doc) ; Stand up, Tou.te.s concerné.e.s (contre le harcèlement - du 7 au 25 nov) ; Un jour un doc : Violences conjugales, ce fléau qui tue... <u>M6 a consacré à ce sujet 4 soirées spéciales</u> : - le 29 mars, avec le téléfilm Elle m'a sauvée, suivi d'un plateau, et 2 documentaires : Laura au nom des femmes + Halte aux féminicides, l'histoire de la n°30 de l'année + n° 3919
-----------	---------------	---	-----	--

				- le 6 sept. une soirée spéciale composée de fictions françaises "A la folie" suivies de 2 documentaires : Amours sous emprise + Amours toxiques, comment survivre à un manipulateur narcissique ? + affichage du n° 3919 - le 6 oct : Transidentité : documentaire "Trans : uniques en leur genre", suivi d'un plateau Enfant trans, que faire ? puis d'un documentaire "Bo, Jonas et William, leur incroyable transformation" - le 24 nov : avec la fiction L'homme de nos vies + 2 documentaires Arnacœurs et Pervers narcissiques <u>Contre les stéréotypes</u> : Devenir Femme : chronique d'une transition ; Florence Foresti & Friends ; Les 20 chanteuses préférées des français ; Les 20 chansons de Céline Dion préférées des Français ; Extravagantes ; Les reines du chantier (série doc) ; La pâtisserie, les femmes au pouvoir (66 minutes) ; Les reines du ring ; Libres et à poils ; Une femme (série) ; Why women kill (série) ; The wife (film) ; Libres et à poils (doc) ; Téva comedy show (émission) ; Piquantes ! (émission) ; Féministe pour homme (spectacle) ; Grosses, le poids de la réussite (doc) ; 🌀 dans les contenus jeunesse, exposer des séries dont les personnages principaux luttent contre les stéréotypes "Bande de sportifs! Saison 3", Barbie - À deux c'est mieux, Baskup Tony Parker saison 2 , Bienvenue chez les Loud S5 , Boy, Girl, Etc... S2 ,Didier,Domino Challenge, Domino Challenge - La folie continue, Dragons : les
--	--	--	--	---

				gardiens du ciel - le retour des héros, Inazuma Eleven Go, Issa dans tous ses états, Jurassic World: La colo du crétacé, La Grande Vidéo Party, La Tour Montparnasse infernale, L'Agence Galactique, Le Meilleur Pâtissier - Saison 6, Le destin des tortues ninjas, Le meilleur pâtissier Célébrités, Les nouvelles maisons préférées des français, Les sisters, Les Thunderman saison 4, Loup - S2, Madagascar : La savane en délire, Mages et Sorciers : les contes d'Arcadia, Malcolm, Mission Gulliverse, Mon animal fait la loi, Nella Princesse Chevalier, Oum le dauphin blanc -S2, Papa a un plan saison 2, Petronix, les défenseurs des animaux, Parents un jeu d'enfant, Polly Pocket - S4 ,Power Rangers : Dino Fury saison 2, Quand on crie au loup,Rénovation surprise, du changement à la maison, Tad et le Secret du roi Midas,Tara Duncan,"Tiny Paradise: Mini-maisons de rêve" 🌀 tendre vers la parité dans les programmes tant pour les animateurs/trices, pour les journalistes, que pour les différents intervenants au sein des émissions. Sur les <u>chaînes de télévision</u>, le nombre de femmes à l'écran en 2022 a globalement augmenté par rapport à 2021 au sein du Groupe M6, les plaçant toutes à parité voire au-delà. En effet, sur la chaîne 6ter, en 2022, 78% des personnes présentes à l'écran étaient des femmes, lorsqu'elles étaient 57% en 2021. Les présentatrices sont de plus en plus présentes sur M6, où elles représentaient en 2022 58% du nombre total de présentateurs. La parité est
--	--	--	--	--

				atteinte sur W9, où les femmes représentent 62% des personnes présentes à l'écran. S'agissant de Gulli, la parité entre les femmes et les hommes est respectée ; par exemple, en septembre 2022, 53% de la totalité des animateurs/trices sur Gulli étaient des femmes, ce qui la maintient toujours sur une présentation équilibrée. Concernant les autres intervenants sur Gulli, 48% étaient des femmes et 52% des hommes. <u>A la radio</u>, par exemple sur RTL, 2022 marque une féminisation de toutes les tranches d'information : à la rentrée 2022, tous les grands carrefours de l'Information sont mixtes et à parité !
--	--	--	--	---

Groupe M6	Ressources humaines	Poursuivre les actions de sensibilisation en interne aux enjeux du handicap, par l'accompagnement des managers et des salariés dans le cadre de la SEEPH et/ou d'actions ponctuelles à d'autres moments de l'année. Ainsi, M6 systématise son module « Mission Inclusive » (expérience digitale) dans son programme d'intégration des nouveaux collaborateurs pour sensibiliser et informer systématiquement les collaborateurs dès leur arrivée au sein du Groupe	OUI	La Mission Handicap : propose aux collaborateurs du Groupe différents formats de sensibilisation (atelier de réalité virtuelle, activité de composition d'un terrarium avec une personne en situation de handicap, nombreuses communications sur les journées spéciales liées au handicap comme la journée mondiale de la polyarthrite humatoïde, Blender, etc...). La Mission Handicap accompagne les collaborateurs du groupe dans leur vie professionnelle quand ils se sentent ou sont en difficulté pour réaliser leur travail, et met en œuvre des actions en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap.
Groupe M6	Ressources humaines	Poursuivre la mise en œuvre de nos actions autour de la charte en faveur de la formation et l'insertion professionnelle des étudiants handicapés dans le secteur de l'audiovisuel, en recrutant sur la période 2020-2021-2022 couverte par l'accord signé par le Groupe M6 au moins 25 personnes en situation de handicap, dont au moins 5 en CDI.	OUI	C'est la dernière année du second Accord Handicap (2020 – 2022). Grâce au travail collectif mis en œuvre par les équipes, les objectifs chiffrés ont été atteints et même largement dépassés : - 29 recrutements dont 7 CDI réalisés, - 13 collaborateurs ont sollicité le concours de la Mission Handicap pour partager leur situation de handicap et examiner les solutions d'accompagnement à mettre en œuvre, - 17 collaborateurs ont bénéficié des dispositifs de l'accord pour un montant de 45K€ La permanence handicap est maintenue au sein du Groupe. Les collaborateurs peuvent la solliciter à tout moment via un numéro vert.

Groupe M6	Ressources humaines	Poursuivre les partenariats avec les cabinets de recrutement spécialisés, les écoles engagées et les associations, comme l'association Jaris, ainsi que les rencontres de « job-dating » et l'accueil des étudiants pour leur présenter les métiers audiovisuels du Groupe notamment avec le Duo-day.	OUI	Le Groupe M6 a participé le 17 novembre 2022 au Duo Day en formant 18 binômes, dont 6 sur les antennes (présentation de la météo sur M6 et RTL, immersion à la rédaction et préparation des flashs info et de l'émission On défait le monde de RTL, préparation de l'émission puis passage à l'antenne dans Le Studio sur Fun Radio) et d'autres qui ont permis de découvrir l'univers de la production, du journalisme, de la finance et du commerce. Des partenariats performants sont noués par la Mission Handicap du Groupe avec Aktisea, un cabinet spécialisé dans le recrutement de personnes handicapées, mais aussi avec Jaris.
Groupe M6	Ressources humaines	Poursuivre les moyens permettant de favoriser l'employabilité des collaborateurs en situation de handicap, aménager leurs postes, et assurer leur maintien dans l'emploi	OUI	Tous les aménagements de postes nécessaires ont été réalisés avec l'aide du cabinet médical et des équipes des services généraux afin de permettre aux collaborateurs de réaliser leurs missions dans les meilleures conditions. Au-delà des aménagements de postes, les collaborateurs en situation de handicap bénéficient de certaines compensations telles que le financement complémentaire d'appareillages, des conventions de transports pour les trajets domicile- travail, un forfait santé, 5 jours d'absence spécifique ou encore 8 jours de télétravail supplémentaires. Ces dispositifs sont très appréciés des collaborateurs concernés car ils visent à faciliter leur vie professionnelle.

Groupe M6	Ressources humaines	Développer le recours au secteur protégé	OUI	L'action de la Mission Handicap permet de systématiser le recours au secteur protégé et adapté. Le Groupe M6 s'est engagé dans chacun de ses accords à consacrer un volume de chiffre d'affaires minimal. Les ESAT et EA sont des établissements du secteur protégé et adapté (ESAT, EA et TIH) qui emploient plus de 80% de personnes en situation de handicap dans leurs effectifs. Ainsi, sur 2022 ce sont près de 180 000 € de chiffres d'affaires qui ont été confiés au secteur protégé et adapté soit, sur la durée totale de l'accord 2020 – 2022, près de 450 000€ (contre les 135 000€ fixés comme objectif dans l'accord handicap du Groupe). Les missions effectuées par ces prestataires sont très diverses : recrutement, goodies, restauration, numérisation de documents, fleuristerie, accessibilité des vidéos, mise à disposition de personnel... Organisation d'un marché de Noël dans lequel les produits de l'ESAT sont vendus ;
Groupe M6	Ressources humaines	Dans le cadre du suivi de la Charte PDFM qui lutte contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes, le Groupe s'attache à développer la formation et à sensibiliser les équipes en interne	OUI	Opération de mentorat féminin : processus d'accompagnement individuel d'une collaboratrice, une mentorée, par une personne expérimentée durant 9 mois, dans un climat de bienveillance, de confiance et de confidentialité. Atelier du Manager spécifique pour "Agir contre les agissements sexistes et le harcèlement sexuel". Aussi, désignation de deux référents "harcèlement sexuel et comportements sexistes".

Groupe M6	Ressources humaines	Accompagner plusieurs personnes incarcérées dans leur parcours de réinsertion sociale et d'intégration par l'action de la Fondation du Groupe M6 qui lutte contre la récidive	OUI	En 2022, la Fondation du Groupe M6 a mis en œuvre la « journée de découverte de l'entreprise » pour la deuxième année consécutive. Cela a permis d'accueillir dans l'entreprise des personnes ayant connu l'univers carcéral et qui entreprennent une action de réinsertion professionnelle afin de les sensibiliser aux attentes et codes de l'entreprise et leur donner des conseils pratiques sur leurs candidatures. De plus, 20 associations ont été accompagnées dans la mise en œuvre de leurs projets en faveur de la réinsertion socio-professionnelle des personnes placées sous-main de justice, en 2022. Pour changer le regard sur la prison et les personnes détenues, en s'adressant au plus grand nombre, la Fondation M6 a participé en 2022 dans le cadre du plaidoyer sur le rôle de la prison, à l'exposition de Grégoire Korganow au Mémorial national de la prison de Montluc à Lyon du 9 septembre au 10 décembre 2022. Cette action est une façon de réinsérer socialement les personnes incarcérées.
-----------	---------------------	---	-----	---

NRJ12 / CHERIE25	Programmation	Engagement à faire nos meilleurs efforts pour maintenir la clause type relative à la diversité incluse dans les contrats de préachat des programmes inédits que nous concluons avec les producteurs.	OUI	Les contrats de commande de programmes inédits comportent la clause figurant dans nos engagements pris au titre de l'exercice 2022 et communiquée à titre confidentiel au Conseil. Comme indiqué, cette clause rappelle aux producteurs que le programme et l'ensemble des éléments le composant sont respectueux de la représentation de la diversité de la société française dans le choix des intervenants Chaque contrat fait référence aux engagements figurant dans les conventions de NRJ 12 et Chérie 25 concernant les « Obligations déontologiques » qui s'imposent aux chaînes.
-----------------------------	---------------	--	-----	---

NRJ12 / CHERIE25	Programmation	Engagement de sensibiliser nos producteurs de magazines et d'émissions de divertissements aux questions relatives à la diversité au sein des programmes qu'ils produisent pour nos chaînes. D'une manière générale, dès la conclusion d'un deal memo ou d'une lettre d'engagements, les principes de la délibération de 2009 et la clause type susvisée seront rappelés aux Producteurs.	OUI	Les contrats de commande signés avec les producteurs rappellent toutes les obligations déontologiques s'appliquant aux éditeurs de services et que les producteurs s'engagent à respecter. Sont spécifiquement visées les obligations en matière de représentation de la diversité de la société française dans toutes ses composantes, mais également celles concernant la représentation des femmes. Lors de la mise en production des programmes, ces questions font l'objet d'échanges régulier entre les producteurs et les chaînes.
---------------------	---------------	--	-----	--

NRJ12 / CHERIE25	Programmation	Engagement de relayer sur les antennes de NRJ 12 et Chérie 25 " <i>Les journées mondiales contre l'obésité</i> " en mars, en diffusant un message de sensibilisation au minimum trois fois dans la journée sur chacune des antennes dont une diffusion intervenant entre 17h et minuit	OUI	A l'occasion des " Journées mondiales de l'obésité" qui se sont déroulées du 3 au 5 mars 2022, NRJ 12 et Chérie 25 ont diffusé un entretien de la Présidente du Collectif national des associations d'obèses (CNAO), Mme Anne-Sophie Joly, ainsi qu'un message de sensibilisation à l'obésité réalisé par le collectif, tous deux relayés sur les réseaux sociaux des chaînes (compte twitter, Instagram et Facebook). Voici les horaires de diffusion de ces messages : - NRJ 12 => <u>message du CNAO</u> - le 3 mars à 12h07 & 21h03 - le 4 mars à 02h35 & 14h56 - le 5 mars à 14h21 & 19h03 => <u>entretien avec Anne-Sophie Joly</u> - le 3 mars à 9h15 - le 4 mars à 12h20 & 21h01 - le 5 mars à 9h15 - Chérie 25: => <u>message du CNAO</u> - le 3 mars à 21h00 - le 4 mars à 11h26 & 23h08
---------------------	---------------	--	-----	--

				le 5 mars à 19h23 => <u>entretien avec Anne-Sophie Joly</u> le 3 mars à 8h59 le 4 mars à 01h23 & 20h58 le 5 mars à 8h50 le 6 mars à 00h44
--	--	--	--	--

NRJ12 / CHERIE25	Programmation	Engagement de relayer sur les antennes de NRJ 12 et Chérie 25 " <i>La journée mondiale du travail social</i> " le 15 mars, en diffusant un message de sensibilisation au minimum trois fois dans la journée sur chacune des antennes dont une diffusion intervenant entre 17h et minuit	OUI	La journée mondiale du travail social célèbre chaque année dans le monde entier les travailleurs sociaux et les solidarités. A cette occasion, NRJ 12 et Chérie 25 ont proposé un entretien de Christophe Anché, administrateur de l'Association Nationale des assistants de service social (ANAS). Cet entretien a été diffusé le 15 mars : sur NRJ 12 à 9h35, 12h31 et 21h00 sur Chérie 25 à 9h02, 11h52 & 21h00. Les réseaux sociaux des chaînes se sont associés à cette journée en diffusant l'entretien.
---------------------	---------------	---	-----	---

NRJ12 / CHERIE25	Programmation	Engagement de relayer sur les antennes de NRJ 12 et Chérie 25 la " <i>Journée internationale pour l'élimination de la discrimination raciale</i> " le 21 mars en diffusant un message de sensibilisation au minimum trois fois dans la journée sur chacune des antennes dont une diffusion intervenant entre 17h et minuit	OUI	A l'occasion de la "Journée internationale pour l'élimination de la discrimination raciale" le 21 mars, NRJ 12 et Chérie 25 ont diffusé un entretien des deux fondateurs de l'association <i>Diversidays</i>, Mounira Hamdi et Anthony Babkine. Cette association œuvre pour l'égalité des chances dans les carrières et la diversité des profils dans les métiers du numérique. Voici les horaires de diffusion de ce message le 21 mars : NRJ 12 - 9h30, 21h01 & 02h35 (le 22 mars) Chérie 25 - 8h54, 11h42 & 20h59 Les réseaux sociaux des deux chaînes ont relayé le message diffusé à l'antenne en postant la vidéo sur chacun des comptes.
NRJ12 / CHERIE25	Programmation	Engagement de relayer sur les antennes de NRJ 12 et Chérie 25 " <i>La journée mondiale de sensibilisation à l'autisme</i> " le 2 avril, en diffusant un message de sensibilisation au minimum trois fois dans la journée sur chacune des antennes dont une diffusion intervenant entre 17h et minuit	OUI	NRJ 12 et Chérie 25 ont diffusé à l'occasion de la "Journée mondiale de sensibilisation à l'autisme", un entretien avec la Présidente de l'association francophone des femmes autistes, Marie Rabatel. Cet entretien a été diffusé aux horaires suivants le 2 avril : NRJ 12 : 6h10, 9h15, 19h28 & 1h59 (le 3 avril) Chérie 25 : 9h02, 19h06 & 23h04 Les comptes Facebook, Instagram et twitter des chaînes ont relayé l'entretien accordé par Marie Rabatel.

NRJ12 / CHERIE25	Programmation	Engagement de relayer sur les antennes de NRJ 12 et Chérie 25 " <i>La Journée européenne de la solidarité et de la coopération entre les générations</i> " le 29 avril en diffusant un message de sensibilisation au minimum trois fois dans la journée sur chacune des antennes dont une diffusion intervenant entre 17h et minuit	OUI	A l'occasion de "<i>La Journée européenne de solidarité et de la coopération entre les générations</i>" le 29 avril, NRJ 12 et Chérie 25 ont donné la parole à Hervé Jegouzo, membre du comité de rédaction de la newsletter "Alphonse". Ce site internet a pour vocation de créer un lien entre les générations et donner des informations et des solutions concrètes aux retraités. Cet entretien a été diffusé sur les deux chaînes aux horaires suivants : NRJ 12 - 9h27, 21h00 & 02h53 (le 30 avril) Chérie 25 - 11h40, 18h23 & 00h46 (le 30 avril) Les comptes twitter et Facebook des deux chaînes ont relayé le message diffusé sur les antennes télé.
---------------------	---------------	---	-----	---

NRJ12 / CHERIE25	Programmation	Engagement de relayer sur les antennes de NRJ 12 et Chérie 25 la " <i>Journée internationale du vivre ensemble en paix</i> " organisée par les Nations Unies le 16 mai, en diffusant un message de sensibilisation au minimum trois fois dans la journée sur chacune des antennes dont une diffusion intervenant entre 17h et minuit	OUI	« <i>La journée internationale du vivre ensemble en paix</i> », créée par les Nations Unies en 2017, se déroule le 16 mai et est un moyen de se mobiliser chaque année en faveur de la paix, de la tolérance, de l'inclusion, de la compréhension et de la solidarité. NRJ 12 et Chérie 25 ont donné la parole à Madame Emmanuelle Dupuis, membre de l'association Jolokia, créée en 2012 avec comme volonté de contribuer à rendre la société plus inclusive. Cet entretien a été diffusé sur les deux chaînes aux horaires suivants : NRJ 12 - 9h35, 22h59 & 2h43 (le 17 mai) Chérie 25 - 9h01, 20h58 & 5h01 (le 17 mai) Les réseaux sociaux de deux chaînes se sont également mobilisés en proposant aux internautes de visionner l'entretien.
---------------------	---------------	--	-----	--

NRJ12 / CHERIE25	Programmation	Engagement de relayer sur les antennes de NRJ 12 et Chérie 25 la " <i>Journée internationale contre l'homophobie et la transphobie</i> " le 17 mai, en diffusant un message de sensibilisation au minimum trois fois dans la journée sur chacune des antennes dont une diffusion intervenant entre 17h et minuit	OUI	NRJ 12 et Chérie 25 ont diffusé à l'occasion de la "<i>Journée internationale contre l'homophobie et la transphobie</i>" un entretien avec Francis Carrier, fondateur et président de l'association "Grey Pride". Cette association lutte contre toutes les discriminations dont peuvent souffrir les seniors LGBT+ et propose des actions de soutien à destination de cette population peut médiatisée. La journée internationale contre l'homophobie et la transphobie commémore la décision de l'Organisation Mondiale de la Santé de retirer l'homosexualité de la liste des troubles du comportement, le 17 mai 1990. L'entretien réalisé a été diffusé aux horaires suivants : NRJ 12 - 9h16, 21h01 & 2h47 (le 18 mai) Chérie 25 - 8h58, 20h58 & 4h34 (le 18 mai) Les réseaux sociaux des chaînes se sont fait l'écho de ce message de sensibilisation contre l'homophobie et la transphobie.
---------------------	---------------	--	-----	--

NRJ12 / CHERIE25	Programmation	Engagement de relayer sur les antennes de NRJ 12 et Chérie 25 l'opération " <i>Jouons ensemble</i> " organisée par le CSA en mai en diffusant des portraits de sportives et sportifs parasports.	OUI	La seconde édition de l'opération "<i>Jouons ensemble</i>" s'est déroulée du 14 au 20 novembre 2022. Organisée par l'Arcom en partenariat avec le ministère chargé des sports, le secrétariat d'Etat chargé des Personnes handicapées et le Comité Paralympique et sportif français, cette opération avait pour thématique "l'accessibilité de la pratique sportive en club aux personnes en situation de handicap". A cette occasion, NRJ 12 et Chérie 25 ont diffusé des entretiens de para sportifs tout au long de la semaine, les réseaux sociaux des chaînes s'associant à cette opération. Portrait de sportif – Vladimi Vinchon – champion de France de para dressage NRJ 12 - 19/11/2022 à 09h30 Chérie 25 - 18/11/2022 à 08h51 Portrait de sportif – Hakim Arezki – champion d'Europe de cécifoot, médaillé d'argent aux Jeux Paralympiques de Londres NRJ 12 - 17/11/2022 à 13h34 Chérie 25 - 16/11/2022 à 11h51 Portrait de sportive – Lucile Razet – vice-championne de France de 400m para athlétisme NRJ 12 - 15/11/2022 à 13h29 Chérie 25 - 14/11/2022 à 18h30
---------------------	---------------	--	-----	--

				Portrait de sportif – Ryad Sallem – multi champion de France et d’Europe en para natation, para basket et rugby fauteuil NRJ 12 - 20/11/2022 à 00h31 Chérie 25 - 20/11/2022 à 13h20 Portrait de sportive – Cécile Hernandez – médaillée d’or aux Jeux Paralympiques de Pékin en snowboard cross LL1 NRJ 12 - 20/11/2022 à 09h24 Chérie 25 - 19/11/2022 à 09h19
--	--	--	--	--

NRJ12 / CHERIE25	Programmation	Engagement de diffuser à l'occasion du 14 juillet un message de cohésion sociale et de promotion de la diversité sur NRJ 12 et Chérie 25. Avec un minimum de trois passages par jour sur une période s'étendant du 7 au 14 juillet inclus, en en garantissant une diffusion en première partie de soirée (entre 17h et minuit). Nous assurerons une exposition de ce message sur nos sites internet durant la même période et prolongerons la diffusion jusqu'au 21 juillet afin de permettre au Conseil de bénéficier sur la page dédiée de son site internet d'un lien renvoyant vers ce message.	OUI	NRJ 12 et Chérie 25 ont diffusé à l'occasion du 14 juillet un message de cohésion sociale, la diffusion s'étant déroulée du 7 au 14 juillet inclus. Les réseaux sociaux ont également participé à cette opération en proposant le message le 14 juillet. Sur NRJ 12 - 24 diffusions du message dont 2 diffusions à 19h55 et 6 diffusions à 21h00 Sur Chérie 25 - 24 diffusions du message dont 3 diffusions à 18h30, 1 diffusion à 19h15, 2 diffusions à 21h00, 1 diffusion à 22h55 et 1 diffusion à 23h25 Ce message était également disponible sur les sites internet de NRJ 12 et Chérie 25. La radio NRJ s'est également associée à cette journée en proposant un message de cohésion sociale à 5 reprises le 4 juillet.
---------------------	---------------	--	-----	---

NRJ12 / CHERIE25	Programmation	Engagement de relayer sur les antennes de NRJ 12 et Chérie 25 " <i>La journée internationale des langues des signes</i> " le 23 septembre, en diffusant un message de sensibilisation au minimum trois fois dans la journée sur chacune des antennes dont une diffusion intervenant entre 17h et minuit	OUI	Instaurée depuis 2018 par les Nations Unies le 23 septembre, à l'occasion de la Semaine internationale des sourds, la "<i>Journée internationale des langues des signes</i>" a pour objectif de promouvoir l'identité linguistique de la communauté sourde et de sensibiliser l'opinion publique. A cette occasion, NRJ 12 et Chérie 25 ont diffusé un entretien de la directrice de l'association Académie de langues des signes française, Mme Ronit Laquerrière-Leven. Cette association a pour objectif de promouvoir la langue des signes et de participer à son développement. Cet entretien a été diffusé aux horaires suivants : NRJ 12 - 9h15, 21h01 & 3h26 (le 24 septembre) Chérie 25 - 8h46, 20h58 & 2h46 (le 24 septembre) Les réseaux sociaux de NRJ 12 et Chérie 25 ont participé à cette journée en diffusant l'entretien réalisé.
---------------------	---------------	---	-----	---

NRJ12 / CHERIE25	Programmation	Engagement de relayer sur les antennes de NRJ 12 et Chérie 25 " <i>La journée internationale des personnes âgées</i> " instituée chaque 1er octobre par l'Assemblée Nationale des Nations Unies, en diffusant un message de sensibilisation au minimum trois fois dans la journée sur chacune des antennes dont une diffusion intervenant entre 17h et minuit	OUI	La journée internationale des personnes âgées, instaurée par l'ONU chaque 1er octobre, a pour but de porter une réflexion sur l'intégration des personnes âgées dans la société. A l'occasion de cette journée, NRJ 12 et Chérie 25 ont diffusé un entretien du Président de l'Union française des retraités (UFR). Christian Bourreau, relayé sur les réseaux sociaux des chaînes (comptes twitter, Instagram et Facebook) qui a exposé les actions de sa fédération Cet entretien a été diffusé aux horaires suivants : NRJ 12 - 9h17, 23h47 & 00h41 (le 2 octobre) Chérie 25 - 9h17, 19h14 & 02h30 (le 2 octobre)
---------------------	---------------	---	-----	--

NRJ12 / CHERIE25	Programmation	Engagement de relayer sur les antennes de NRJ 12 et Chérie 25 " <i>La Journée nationale des aidants</i> " le 6 octobre, en diffusant un message de sensibilisation au minimum trois fois dans la journée sur chacune des antennes dont une diffusion intervenant entre 17h et minuit	OUI	Depuis 2010, <i>la Journée nationale des aidants</i> met en lumière l'action de personnes qui, au quotidien, viennent en aide à un proche, un parent, un enfant, handicapé, malade ou en perte d'autonomie. A cette occasion, NRJ 12 et Chérie 25 ont reçu pour un entretien la déléguée générale du collectif <i>Je t'aide</i>, Morgane Hiron, qui au sein de cette structure, apporte de l'aide aux aidants., pour faire avancer leurs droits et les rendre plus visible. Ce message de sensibilisation a été diffusé aux horaires suivants sur NRJ 12 et Chérie 25 : NRJ 12 - 9h24, 22h47 & 3h00 (le 7 octobre) Chérie 25 - 11h44, 20h58 & 1h22 (le 7 octobre) Les réseaux sociaux de NRJ 12 et Chérie 25 ont relayé cette journée en diffusant l'entretien de Morgane Hiron.
---------------------	---------------	--	-----	---

NRJ12 / CHERIE25	Programmation	Engagement de relayer sur les antennes de NRJ 12 et Chérie 25 la `` <i>Journée internationale pour l'élimination de la pauvreté</i> '' le 17 octobre, en diffusant un message de sensibilisation au minimum trois fois dans la journée sur chacune des antennes dont une diffusion intervenant entre 17h et minuit	OUI	Le 22 décembre 1992, l'Assemblée générale des Nations Unies a désigné le 17 octobre comme étant la « <i>Journée internationale pour l'élimination de la pauvreté</i> ». NRJ 12 et Chérie 25 ont, à cette occasion, diffusé un entretien avec le responsable communication et mobilisation de l'association ATD Quart Monde France, M Geoffrey Renimel. Ce message a été diffusé aux horaires suivants : NRJ 12 - 9h23, 21h00 & 00h47 (le 18 octobre) Chérie 25 - 9h02, 18h28 & 02h33 (le 18 octobre) Les réseaux sociaux des deux chaînes se sont fait le relais de cette journée en postant l'entretien de Paul Maréchal.
---------------------	---------------	--	-----	---

NRJ12 / CHERIE25	Programmation	Engagement de promouvoir sur les antennes de NRJ 12 et Chérie 25 " <i>la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées</i> " en novembre 2022, en diffusant un message de sensibilisation à plusieurs reprises au cours de la semaine et en assurant au minimum une diffusion du message entre 17h et minuit sur l'une des antennes chaque jour.	OUI	A l'occasion de cette semaine dédiée à l'emploi des personnes handicapées qui s'est déroulée du 4 au 20 novembre, NRJ 12 et Chérie 25 ont diffusé à plusieurs reprises un programme court tourné par des adhérents de l'Esat Moskowa. Ce module donne à voir certains des adhérents de l'Esat dans leur quotidien professionnel. NRJ 12 a proposé 4 diffusions de ce module dont 3 diffusions à 21h00 et une diffusion à 19h40 Chérie 25 a proposé également 4 diffusions dont 2 diffusion à 18h25, une diffusion à 12h00 et une diffusion à 23h15 Les réseaux sociaux des chaîne se sont associés à cette opération en proposant également de retrouver le programme court.
---------------------	---------------	---	-----	--

NRJ12 / CHERIE25	Programmation	Engagement de relayer sur les antennes de NRJ 12 et Chérie 25 la <i>''Journée internationale des personnes handicapées''</i> le 3 décembre, en diffusant un message de sensibilisation au minimum trois fois dans la journée sur chacune des antennes dont une diffusion intervenant entre 17h et minuit	OUI	Depuis 1992, la journée internationale des personnes handicapées est célébrée à travers le monde le 3 décembre. Cette journée vise à promouvoir les droits et le bien-être des personnes handicapées. A cette occasion, NRJ 12 et Chérie 25 ont diffusé des entretiens de para-sportifs dont le parcours est un exemple pour chacun. Les diffusions sont intervenues sur NRJ 12 à 12h50, 14h20 & 23h55. Elles sont intervenues sur Chérie 25 à 8h45, 20h55 & 23h10
NRJ12 / CHERIE25	Programmation	Engagement de relayer sur les réseaux sociaux de NRJ 12 et Chérie 25 les messages produits à l'occasion des journées de sensibilisation à la cohésion sociale.	OUI	Comme indiqué précédemment, chacun des messages produits à l'occasion des journées de sensibilisation à la cohésion sociale ont été proposés sur les différents comptes des réseaux sociaux des chaînes (twitter, Facebook ou Instagram). Et de manière plus générale, les réseaux sociaux soutiennent les opérations avec un relais antenne comme la semaine de la langue française et de la francophonie, le mois sans tabac, la semaine de la presse et des médias dans l'Ecole...

NRJ12 / CHERIE25	Ressources humaines	Engagement de maintenir et d'enrichir au cours de l'année 2022 de tout document répondant à ces questions, le dispositif intranet du Groupe qui permet à tous les collaborateurs d'être informés sur les engagements et initiatives du Groupe en matière de lutte contre les discriminations, de promotion de la diversité et d'action en matière de cohésion sociale.	OUI	L'intranet du Groupe propose depuis plus de 8 ans, dans la partie dédiée aux Ressources humaines, différents documents traitant des engagements et initiatives sur les questions comme l'égalité professionnelle avec la Charte d'éthique du Groupe, le harcèlement sexuel et les agissements sexistes avec le Charte PDFM, mais aussi la question du handicap avec le Charte visant à favoriser la formation et l'insertion professionnelle des personnes en situation de handicap dans le secteur de la communication audiovisuelle ou encore la Charte relative à la représentation des personnes handicapées et du handicap dans les médias audiovisuels.
NRJ12 / CHERIE25	Ressources humaines	Engagement de soutenir en 2022 (<i>en fonction de la situation sanitaire</i>) => l'opération « <i>Un jour, un métier en action</i> » en partenariat avec l'Agefiph en mettant tout en œuvre afin d'accueillir les participants. => l'opération Duo Day permettant le temps d'une journée, la mise en place de duos entre les collaborateurs volontaires et des personnes en situation de handicap.	OUI	L'opération " <i>Un jour un métier en action</i> " n'a pu se dérouler au sein du Groupe en 2022 faute de candidat. Cette opération sera reproposée en 2023. L'opération DuoDay s'est déroulée le 17 novembre 2022 et a rencontré un large succès puisque le Groupe NRJ a accueilli 8 personnes en situation de handicap qui ont pu à cette occasion découvrir les différents métiers du groupe.

NRJ12 / CHERIE25	Ressources humaines	Engagement de proposer nos offres d'emploi sur les sites de L'AGEFIPH	OUI	Sur l'année 2022, le groupe NRJ a poursuivi la diffusion de ses offres d'emploi sur le site de L'AGEFIPH, dans la partie dédiée https://espace-emploi.agefiph.fr/. Par ailleurs, l'ensemble des annonces de recrutement diffusées précisent que le groupe s'engage en faveur de l'insertion des personnes en situation de handicap et que nous accordons la plus grande importance aux compétences et aux motivations de chacun.
NRJ12 / CHERIE25	Ressources humaines	Engagement de sensibiliser les collaborateurs à la question du handicap en entreprise par le biais de mail d'information et d'affiches informatives, et ce, notamment à l'occasion de la Semaine Européenne du handicap.	OUI	Tout au long de la <i>Semaine européenne de l'emploi pour les personnes handicapées</i>, qui s'est déroulée du 14 au 20 novembre 2022, les collaborateurs du Groupe ont été quotidiennement sensibilisés aux questions du handicap par le biais de communications et d'informations transmises par la direction des ressources humaines. Chaque jour, une thématique était abordée : - les différentes typologies de handicap et quelques chiffres clés - le handicap psychique - le handicap sensoriel - la RQTH - l'accueil de personnes en situation de handicap lors du Duoday - les maladies invalidantes et le handicap moteur - le handicap cognitif - le handicap mental

NRJ12 / CHERIE25	Ressources humaines	Engagement de maintenir et de promouvoir sur 2022 la " <i>ligne d'information service sur le handicap</i> " à destination de l'ensemble des collaborateurs du groupe, à travers laquelle des experts répondent de manière confidentielle et anonyme à leurs questions sur le handicap, les aides existantes, les bonnes pratiques pour intégrer un collaborateur en situation de handicap et les démarches RQTH.	OUI	La Ligne d'Information service sur le handicap a été reconduite sur l'année 2022 (service gratuit). Elle permet aux collaborateurs du Groupe de poser des questions à des experts en toute confidentialité et de manière anonyme avec comme objectif de répondre aux différentes questions sur le handicap, notamment sur les aides existantes et les modalités de reconnaissance de la RQTH. Les coordonnées de la ligne Infoservice sont disponibles et accessibles facilement sur l'intranet du Groupe dans un espace dédié aux questions sur le handicap.
---------------------	------------------------	--	-----	---

NRJ12 / CHERIE25	Ressources humaines	Engagement de maintenir l'accompagnement de nos collaborateurs en situation de handicap ou des collaborateurs souhaitant obtenir la reconnaissance via les deux référents handicap nommés au sein du Groupe NRJ qui ont pour missions de : - répondre de manière confidentielle et anonyme aux questions des collaborateurs sur le handicap, - communiquer sur les aides existantes, - échanger sur les bonnes pratiques pour intégrer une personne en situation de handicap au sein d'une équipe, - accompagner ceux qui le souhaitent à la démarche de reconnaissance et de renouvellement de la RQTH, - coordonner les aménagements de poste nécessaires en lien avec le Cap Emploi et/ou l'AGEFIPH	OUI	Les deux interlocuteurs sur la thématique du handicap désignés par le Groupe ont poursuivi en 2022 leur accompagnement de manière confidentielle et anonyme de l'ensemble des collaborateurs souhaitant obtenir des renseignements sur les aides existantes ou sur la démarche de reconnaissance et de renouvellement de la RQTH. Les interlocuteurs dédiés ont également accompagné les collaborateurs dans l'intégration d'une personne en situation de handicap mais également les collaborateurs souhaitant bénéficier d'un aménagement de poste.
---------------------	------------------------	---	-----	---

NRJ12 / CHERIE25	Ressources humaines	Engagement de participer à un salon de recrutement à destination d'un public en situation de handicap (<i>salon qui pourra se tenir en virtuel en fonction de la situation sanitaire</i>)	OUI	Le Groupe NRJ a participé en octobre 2022 au salon de recrutement " <i>Carrefour pour l'emploi, village handicap</i> ".
NRJ12 / CHERIE25	Ressources humaines	Engagement de rechercher des partenariats avec des ESAT, EA ou associations dans l'optique de recruter des personnes en situation de handicap ou en difficulté d'insertion professionnelle	OUI	Le Groupe a poursuivi sa collaboration en 2022 avec des organismes favorisant l'insertion des personnes en situation de handicap, l'association Avisea, l'Esat Weeza, et le cabinet Ideuzo
NRJ12 / CHERIE25	Ressources humaines	Engagement de sensibiliser les managers au management de salariés en situation de handicap	OUI	La mise en place de ces sessions de formation a été reportée à 2023. Elles prendront la forme de modules de formation qui seront dispensés soit en interne, soit par une association spécialisée
NRJ12 / CHERIE25	Ressources humaines	Engagement de sensibiliser les managers au problème de discrimination à l'embauche	OUI	Les managers du Groupe sont sensibilisés aux problématiques de discrimination à l'embauche au travers de l'organisation de sessions de formations mensuelles dispensées par les équipes RH du Groupe
		Actions supplémentaires éventuelles	OUI	

NRJ12 / CHERIE25	Programmation			Durant l'année 2022, NRJ 12 et Chérie 25 ont diffusé des programmes, des fictions, des magazines liés aux questions de diversité et de cohésion sociale intégrant la diversité visible ou non visible. A titre d'exemples de programmes répondant à ces thématiques: => NRJ 12 a proposé en 2022 de nombreuses fictions qui mettent en scène des personnages incarnant la diversité dans toutes ses composantes, toutes diffusées soit le week-end (après-midi et soirée), soit en semaine en fin d'après-midi. On peut citer par exemple <i>The Big Bang theory</i> et <i>Young Sheldon</i> (série dérivée de la première et narrant la jeunesse du héros) qui met en scène un jeune homme présentant les caractéristique du syndrome d'Asperger. La série <i>The Middle</i> présente le quotidien d'une famille dont l'un des enfants est atteint de palilalie, l'acteur incarnant étant par ailleurs lui-même atteint de la maladie des os de verre. D'autres séries diffusées sur NRJ 12 présentent une large diversité de personnage que ce soit d'origine, d'orientation sexuelle, en situation de handicap, d'âges variés, de catégories socio-professionnelles multiples.
---------------------	---------------	--	--	---

				Par exemple la série comique <i>Modern Family</i> qui présente le quotidien de trois familles différentes - famille multiculturelle, famille recomposée et famille homoparentale. Ou bien encore la série intitulée <i>Superstore</i> relate le quotidien d'employés cosmopolites d'un supermarché. L'un des héros est un acteur incarnant une personne en fauteuil roulant, membre de l'équipe du supermarché.
--	--	--	--	---

NRJ12 / CHERIE25	Programmation			<i>Le Prince de Bel Air</i> est également une série où toutes les diversités sont présentes. Diffusée chaque après-midi entre octobre et décembre, cette série met en scène un adolescent quittant son milieu modeste pour s'installer chez sa tante et son oncle au train de vie aisé. Sur un ton drôle et humoristique, cette série met en évidence les conflits de classes sociales. NRJ 12 a également diffusé en janvier et février 2022, la série <i>Caïn</i>, dans laquelle le héros, est un capitaine de police en fauteuil roulant depuis un accident de moto. Ou bien encore le téléfilm d'action <i>La terre et le Sang</i>, dans lequel un propriétaire d'une scierie dans laquelle tous les employés sont d'anciens détenus et des jeunes en réinsertion va se retrouver confronter à des trafiquants de drogue. On peut également citer le film <i>Slumdog Millionaire</i>, qui met en scène un jeune indien issu des bidonvilles, finaliste d'un jeu télévisé
---------------------	---------------	--	--	--

NRJ12 / CHERIE25	Programmation			Chérie 25 a également mis à l'antenne des films, séries et fictions unitaires traitant des questions relatives à la cohésion sociale et exposant toutes les formes de diversité - la mini-série <i>La vengeance aux yeux clairs</i> diffusée en première partie de soirée en août met en scène une jeune enfant sourde et muette. - la série <i>Atlantic crossing</i>, diffusée en première partie de soirée fin juin, début juillet, met en scène notamment un acteur incarnant le Président des Etats-Unis, Franklin D.Roosevelt, paralysé des membres inférieurs. -le film <i>Avant toi</i>, réalisé par Thea Sharrock, met en scène un héros qui se retrouve paralysé à la suite d'un accident. - le film <i>En équilibre</i>, réalisé par Denis Dercourt, dans lequel Albert Dupontel incarne un cascadeur équestre victime d'un accident sur un tournage qui lui fait perdre l'usage de ses jambes. - le film <i>Mon roi</i>, réalisé par Maïwenn, dans lequel une femme, admise dans un centre de rééducation après une grave chute de ski, se trouve dépendante du personnel médical. - dans le film <i>L'instant présent</i> de Florian Hessique, un homme, victime d'un coma profond après une chute de cheval, va tenter de retrouver sa mémoire
---------------------	---------------	--	--	---

				- <i>Bone collector</i>, réalisé par Phillip Noyce, met en scène un criminologue paralysé à la suite d'un accident, aidé dans une enquête par une jeune femme. - <i>De rouille et d'os</i>, réalisé par Jacques Audiard, film dans lequel Marion Cotillard incarne une jeune femme en fauteuil roulant, après un accident dans l'exercice de son métier de dresseuse d'orques.
--	--	--	--	--

NRJ12 / CHERIE25	Programmation			NRJ 12 et Chérie 25 ont poursuivi en 2022 la diffusion de portraits de para sportives en complément de l'opération "Jouons ensemble" en novembre. A titre d'exemple le nom de para sportives et para sportifs interviewés et quelques horaires de diffusion => Sur NRJ 12 - Florence Alix-Gravelier, joueuse de para tennis - le 16 février à 11h57, le 18 février à 6h12, le 20 février à 6h11 & 21h00 - Mandy François-Elie, championne paralympique d'athlétisme - le 23 mai à 6h22 & 9h24, le 4 août à 9h14 et le 26 septembre à 9h15 - Cécile Hernandez, championne paralympique de snowboard - le 24 mai à 6h28 & 9h33, le 2 août à 9h18, et le 20 novembre à 9h24 - Céline Gerny, cavalière de l'équipe de France de para dressage - le 25 mai à 6h28 & 9h32 et le 3 août à 9h16 - Nélia Barbosa, championne paralympique de canoë-kayak - le 26 mai à 6h19 & 9h24, le 5 août à 9h16 et le 29 septembre à 9h17 - Alexandra Saint Pierre, para pongiste - le 27 mai à 6h26 & 9h30, le 1 août à 9h18 et le 30 septembre à 9h16 => Sur Chérie 25 - Alexandra Saint Pierre, para pongiste - le 23 mai à 6h00 & 9h03, le 7 juin à 5h49, le 5 août à 9h08 et le 26 septembre à 8h51 - Nélia Barbosa, championne paralympique de canoë-kayak - le 24 mai à 6h04 & 9h08, le 7 juin à 5h51, le 4 août à 9h05 et le 27 septembre à 9h02
---------------------	---------------	--	--	--

				- Céline Gerny, cavalière de l'équipe de France de para dressage - le 26 mai à 6h03 & 9h09, le 7 juin à 5h54, le 3 août à 9h09 et le 28 septembre à 9h05 - Cécile Hernandez, championne paralympique de snowboard - le 27 mai à 9h04, le 7 juin à 5h57, le 2 août +F35à 9h14, le 29 septembre à 8h55 et le 19 novembre à 9h19 - Mandy François-Elie, championne paralympique d'athlétisme - le 25 mai à 6h00 & 9h04, le 8 août à 9h11 et le 30 septembre à 8h45 - Florence Alix-Gravelier, joueuse de para tennis - le 15 février à 18h24, le 16 février à 8h54 & le 18 février à 5h43 - Lucie Hautière, para pongiste - le 16 avril à 9h01 & le 17 avril à 6h07 - Marie Patouillet, para cycliste - le 15 février à 11h51, le 28 mai à 6h09, le 28 mai 9h15 - Nantenin Keita, para athlète - le 15 janvier à 17h57 et le 17 septembre à 9h16
NRJ12 / CHERIE25	Programmation			De nombreuses associations et/ou opérations ont bénéficié d'une exposition en 2022 tant sur NRJ 12 que Chérie 25, œuvrant toutes en faveur de la cohésion sociale avec la diffusion de modules de sensibilisation aux causes portées par l'association On peut citer le Sidaction en mars, le Pasteurdon en octobre, ou bien encore l'opération Ruban Vert sur la sensibilisation au don d'organes en juin ou bien encore le message de l'association Le Refuge en décembre qui vient en aide aux jeunes homosexuels rejettes par leur famille.

				A l'occasion du concert privé Chérie FM Live à l'Aréna-Loire de Trélazé qui s'est déroulé le 14 décembre 2022, Chérie FM a permis à une jeune enfant malade d'assister à ce concert avec sa maman et un bénévole de l'association <i>Reves</i> . Cette association permet à des enfants atteints de maladies graves de réaliser l'un de leurs rêves
NRJ12 / CHERIE25				Le Groupe a également offert des places à l'association <i>Reves</i> pour les NRJ Music Awards afin que des enfants malades puissent participer à cette cérémonie.
NRJ12 / CHERIE25				Lors des concerts pour lesquels nous sommes partenaires, nous sommes attentifs aux conditions d'accueil des personnes en situation de handicap.
Altice Media (groupe)	Programmation	Renouvellement de la participation au Duo Day par les antennes du groupe, équipes de rédaction et équipes techniques, pour faire découvrir nos métiers et favoriser l'embauche de collaborateurs en situation de handicap	NON	Les difficultés soulevées après l'édition 2021 du Duo Day n'ont pas été adressées par les organisateurs.

Altice Media (groupe)	Programmation	Poursuite en 2022 du relevé qualitatif mis en place en 2021 pour le suivi de la représentation du handicap. Dans le prolongement et en complément de la Charte relative à la représentation des personnes handicapées et du handicap dans les médias audiovisuels, Altice Media avait mis initié un relevé du traitement des sujets (reportages, débats, interviews) liés au handicap, sur le modèle du relevé qualitatif pour le suivi Droit des femmes	OUI	462 sujets ont été relevés sur les antennes du groupe Altice Media au cours de l'année 2022, contre 380 pour l'année 2021. Cette progression reflète l'engagement croissant des équipes et des antennes pour développer ces thématiques, comme demandé par le biais de la Charte sur la représentation du handicap portée par l'ARCOM et signée par BFMTV, RMC Story et RMC Découverte fin 2019.
Altice Media (groupe)	Ressources humaines	Politique volontariste sur la question du handicap et de l'inclusion	OUI	/
Altice Media (groupe)	Ressources humaines	Développement et accompagnement de formats adaptés à la crise sanitaire pour poursuivre les actions d'éducation aux médias et la découverte des métiers de l'audiovisuel et du journalisme par les collégiens et lycéens	OUI	/
Altice Media (groupe)	Ressources humaines	Renforcement du soutien à l'initiative "Nos Quartiers ont du Talent", qui agit pour les jeunes diplômés de milieux modestes peinant à s'insérer dans le marché du travail.	OUI	Renforcement acté, suivi effectué par la direction de l'engagement Altice France

Altice Media (groupe)	Ressources humaines	Renforcement du soutien à la prépa "La Chance", qui oeuvre pour plus de diversité dans les écoles de journalisme. Le soutien financier à l'association s'accompagnera de l'accueil de stagiaires de "La Chance" dès que les conditions sanitaires le permettront.	OUI	Renforcement acté, suivi effectué par la direction de l'engagement Altice France
BFMTV	Programmation	Poursuite du travail sur la qualité de l'accessibilité, en lien avec les associations représentatives.	OUI	Travail poursuivi en lien avec les associations représentatives et la Direction des publics de l'Arcom
BFMTV	Programmation	Poursuite en 2022 du renforcement dans son travail éditorial de la part de reportages permettant une meilleure représentations de catégories sous-représentées (Baromètre de la diversité) : CSP-, retraités, personnes en situation de précarité, habitants de zones rurales, etc. Avec suivi en coordination avec les services de l'ARCOM.	OUI	/
BFMTV	Programmation	Reconduire la participation de la chaîne à la "Journée des diversités" le 14 juillet et renouvellement des initiatives lors de journées thématiques (handicap, droits des femmes, etc).	OUI	/

BFMTV	Ressources humaines	Renouvellement pour 2022 du partenariat avec le CLEMI pour construire des échanges réguliers entre des figures de l'antenne et des collégiens et lycéens, en visioconférence, portant sur : les parcours, la construction de l'information, les grandes thématiques de l'actualité, le travail journalistique et la lutte contre la désinformation.	OUI	/
BFMTV	Ressources humaines	Poursuite d'une politique de recrutement proactive permettant de faire émerger de nouveaux talents issus des diversités, par le biais d'actions auprès des écoles de journalisme pour accompagner la diversification de leurs rangs, notamment par l'inclusion d'étudiants en situation de handicap.	OUI	/
BFMTV	Ressources humaines	Diversification du profil des incarnations de l'antenne en s'appuyant sur le vivier des BFM Régions, dont les journalistes, plus jeunes, sont le reflet des efforts accomplis par les écoles en matière de diversité ces dernières années.	OUI	/

BFMTV / RMC Story / RMC / BFM Régions	Programmation	Lancement et accompagnement de l'annuaire "Vu des Quartiers", cofondé par BFMTV et soutenu par RMC Story, RMC et BFM Régions, dont l'objet est un traitement plus équilibré de l'actualité des quartiers prioritaires de la politique de la ville.	OUI	Lancement en juin 2022 avec mise à disposition des publics concernés, initiative rejointe en 2022 par Radio France.
RMC Découverte	Programmation	RMC Découverte conservera la clause « diversité » dans ses contrats de commande de programmes inédits afin d'avoir au sein de ces programmes une juste représentation de la diversité de la société française, que ce soit dans les intervenants ou dans les réalisateurs.	OUI	La clause a été transmise à l'Arcom.
RMC Découverte	Programmation	RMC Découverte cette année à proposer toujours plus de documentaires centrés sur la diversité des origines, des cultures et des modes de vie. Dans ce cadre, RMC Découverte proposera des épisodes produits et inédits du documentaire J'irai Dormir Chez Vous.	OUI	En 2022, RMC Découverte a proposé 165 diffusions du documentaire "J'irai Dormir chez vous", soit un total de 147h. 3 épisodes étaient des productions totalement inédites, lancées par RMC Découverte.

RMC Découverte	Programmation	RMC Découverte continuera à diffuser des documentaires mettant en lumière le parcours de femmes hors du commun.	OUI	En 2022, RMC Découverte a produit et diffusé en première partie de soirée la série documentaire : "Les Reines de la Mécanique" mettant en avant des mécaniciennes, carrossières et dépanneuses. Dans une profession très majoritairement masculine, elles racontent leur histoire et leur quotidien. RMC Découverte a proposé 185h de programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non-stéréotypé et 75h de programmes luttant contre les stéréotypes et les violences faites aux femmes en 2022.
RMC Découverte	Programmation	RMC Découverte accordera une place particulière aux documentaires permettant de percevoir le handicap différemment.	OUI	En 2022, à l'occasion de la journée internationale de l'emploi des personnes handicapées, RMC Découverte a proposé un épisode d'Engagez-vous consacré à l'association Handi Cap Evasion. RMC Découverte a proposé 26 séquences abordant le handicap (source : relevé qualitatif 2022 du traitement liés au handicap sur les antennes Altice Media)

RMC Découverte	Programmation	Sous l'impulsion de RMC Story, RMC Découverte participera de nouveau en 2022 à la « Journée des diversités » comme l'ensemble des antennes du groupe Altice Média.	OUI	RMC Découverte a participé à la Journée des Diversités impulsée par RMC Story. La chaîne a proposé, le 14 juillet, le dispositif suivant: TOUTE LA JOURNÉE - Logo fixe opération spéciale : « Journée des diversités » 6h à 00H - Clip RMCD/RMCS « Unissons nos différences » (45'') : 5 diff Diffusions d'épisodes d'Engagez vous (Programme mettant en avant des associations et leurs actions en faveur de la cohésion sociale) : - 9h : Engagez-vous: FONDATION POUR LA MEMOIRE DE L'ESCLAVAGE - 16h : Engagez-vous COLLECTIF DES SDF DE LILLE Diffusion d'un épisode d'Exemplaires (Programme mettant en avant des portraits de réussite en faisant témoigner des rôles-modèles, jeunes, issus de milieux modestes sur leur parcours professionnel inspirant)
RMC Découverte	Programmation	Dans le cadre de la politique de soutien aux associations par Altice Média, RMC Découverte continuera de diffuser gracieusement les campagnes de communication d'organismes d'intérêt général.	OUI	En 2022, RMC Découverte a proposé 35 campagnes d'intérêt général (ex. Sidaction, Pasteurdon, Fondation des femmes, Lutte contre les LGBPTphobie)

RMC Découverte	Programmation	RMC Découverte poursuivra la diffusion de séries documentaires mettant en avant des professions sous-représentées à la télévision, telles que les métiers agricoles et ouvriers.	OUI	En 2022, RMC Découverte a poursuivi et amplifié la diffusion de documentaires sur des professions sous-représentées, quelques exemples de productions inédites françaises : - Mécaniques Agricoles - Immersion au coeur d'une méga fourrière - Bûcherons, un métier à hauts risques - Châlets sur mesure - Les Reines de la Mécanique - 100 jours avec les dépanneurs de l'autoroute
RMC Découverte	Programmation	RMC Découverte, dans le cadre de la politique commune avec RMC Story s'engage à proposer des épisodes d'Engagez-vous, mettant en avant des associations françaises œuvrant au quotidien en faveur de la cohésion sociale et du vivre-ensemble, à l'occasion des journées emblématiques suivantes : - 8 mars – Journée internationale des femmes - 1 ^{er} décembre – Journée mondiale de lutte contre le SIDA - 3 décembre – Journée internationale des personnes handicapées	OUI	08/03 : à l'occasion de la Journée internationale des droits des femmes, RMC Découverte a diffusé l'épisode d'Engagez-vous consacré à l'association Rêv'elles. La chaîne a diffusé la campagne créée par la Fondation des Femmes, tout au long de la journée (à travers des clips et un bug antenne) 01/12 : à l'occasion de la journée mondiale de lutte contre le SIDA, RMC Découverte a diffusé deux épisodes d'Engagez-vous consacrés aux associations Diagonale et Ikambere 03/12 : à l'occasion de la journée internationale de l'emploi des personnes handicapées, RMC Découverte a diffusé un épisode d'Engagez-vous consacré à l'association Handi Cap Evasion.

RMC Découverte	Programmation	RMC Découverte, quotidiennement, traitera de l'actualité internationale au sein du programme Good Morning Business.	OUI	Good Morning Business, diffusé du lundi au vendredi sur RMC Découverte, traite quotidiennement de l'actualité internationale du lundi au vendredi, notamment grâce à la chronique « Le monde qui bouge » présentée par Benaouda Abdeddaïm, et diffusée deux fois par jour
RMC Découverte	Programmation	RMC Découverte continuera à diffuser des documentaires mettant en lumière le parcours de femmes hors du commun.	OUI	En 2022, RMC Découverte a produit et diffusé en première partie de soirée la série documentaire : Les Reines de la Mécanique mettant en avant des mécaniciennes, carrossières et dépanneuses. Dans une profession très majoritairement masculine, elles racontent leurs histoires et leurs quotidiens.
RMC Découverte	Ressources humaines	RMC Découverte poursuit sa politique de recrutement des nouveaux talents issus des diversités	OUI	La sensibilisation des encadrants et recruteurs par la Direction des ressources humaines du groupe s'est poursuivie tout au long de l'année 2022 (équipes rédactionnelles, production et métiers transverses).

RMC Story	Programmation	A l'instar de la « journée des diversités », RMC Story impulsera, à travers des programmes et des clips, la participation des différentes antennes d'Altice Média aux campagnes spéciales autour de la diversité	OUI	Journée des diversités le 14 juillet 2022 sur l'ensemble des chaînes du groupe, avec une programmation spécifique pour RMC Story. TOUTE LA JOURNÉE - Logo fixe opération spéciale : « Journée des diversités » 9h à 00h - Clip RMCD/RMCS « Unissons nos différences » (45'') : 5 diff + Reprise RS 15h à 00h - Épisode d'EXEMPLAIRES (programme court 1'' –2 diffusions) 14h – LES AIDANTS (Doc. 52') Il y a onze millions d'aidants en France. Un aidant c'est une personne qui prend en charge bénévolement un proche incapable de vivre seul à cause d'un handicap, de la maladie ou de la vieillesse. Une situation à laquelle presque chacun d'entre nous sera confronté un jour. En réalisant cette mission pour le bien commun, les aidants sont des acteurs majeurs et indispensables de la santé publique et de la solidarité. Sans eux, le système de soins s'écroulerait. Malgré tout ce qu'ils prennent en charge, les aidants sont encore trop peu reconnus par les pouvoirs publics et leur rôle méconnu d'une large majorité des Français. Opérant dans l'intime des demeures, cachés derrière les murs des maisons et des appartements, ils sont une multitude à œuvrer en silence pour le bien des autres. Ce sont les grands oubliés du système. Comment se débrouillent-ils au quotidien face à la maladie ou au handicap de leur proche ? Comment vivent-ils cette situation qui a totalement bouleversé leur existence ? À quelle pression physique ou psychologique les soumet cette énorme
-----------	---------------	--	-----	---

				responsabilité ? Filmés dans leur quotidien, huit aidants nous livrent leur ressenti et leur vécu afin de nous faire comprendre toute la complexité, la difficulté mais aussi la générosité de cette mission qui leur a été imposée par la vie. 15h – ENGAGEZ-VOUS – LE GRAND BLEU –INÉDIT (programme court 3') 21h05– L'APPEL DES SAINTES, AU CŒUR DU PÉLERINAGE DES GITANS (documentaire 52') Le pèlerinage des Saintes est un évènement important pour les gens du voyage. Il s'agit du plus grand rassemblement de Gitans en Europe. La petite cité balnéaire de Saintes-Maries-de-la-Mer, comptant seulement 2000 habitants à l'année, est prise d'assaut par plusieurs dizaines de milliers de personnes. Cette arrivée massive impose à la municipalité une lourde logistique pour permettre une cohabitation plus paisible entre les habitants et les pèlerins. 00h30 – OÙ• SONT LES NOIRS? (documentaire 52') Êtes-vous capables de citer 3 acteurs ou actrices noir(e)s français(es) ? C'est par cette question que s'ouvre le documentaire « Où sont les noirs ? ». Une question à laquelle une majorité des personnes interrogées sont incapables de répondre. Ce manifeste délivre le combat de personnalités noires pour se faire une place dans le cinéma ou la télévision français et les discriminations
--	--	--	--	--

				auxquelles ils doivent faire face. Réalisé par Rokhaya Diallo ce documentaire souhaite briser les tabous.
--	--	--	--	---

RMC Story	Programmation	RMC Story poursuivra en 2022 sa politique de programmations spéciales afin de célébrer des Journées emblématiques et symboliques à travers, notamment, des Engagez-vous inédits : - Le 8 mars - Journée internationale des femmes - Le 21 mars - Journée de la lutte contre la discrimination raciale - Le 2 avril - Journée mondiale de la sensibilisation à l'autisme - Le 17 mai - Journée internationale de lutte contre l'homophobie et la transphobie - Le 3 décembre - Journée Internationale des personnes handicapées	OUI	Programmation spéciale et programmation du programme Engagez-vous éditorialisée: Le 8 mars : Journée internationale du droit des femmes Des sujets dans nos émissions en direct : <i>L'index salarial femmes-hommes en entreprise progresse</i> <i>ITW : Sophie Conrad accuse Laurent Bigorgne de l'avoir droguée (plateau)</i> <i>Journée internationale des droits des femmes : utile ?</i> <i>V. Péresse propose un congé spécifique en cas de règles douloureuses</i> 15h : Engagez-vous – Agir ensemble : grâce à l'association "Agir ensemble", des mères de famille vivant dans le 93 pourront décrocher leur permis, sans déboursier un centime. 21h : Engagez-vous – ADSF La Cité des dames accueille sans conditions 24h/24, 7j/7 des femmes seules en situation d'exclusion et de vulnérabilité et leur propose divers services. Le 21 mars : Journée de la lutte contre la discrimination raciale - 19h : Engagez-vous - Fondation pour la mémoire de l'esclavage La Fondation pour la mémoire de l'esclavage est une institution française dont la vocation est de soutenir des projets ayant trait à l'histoire et la recherche sur les traites, l'esclavage et leurs abolitions, la pédagogie, la mémoire et à sa transmission et la lutte contre le racisme et au dialogue interculturel. Le 2 avril : Journée mondiale de la sensibilisation à l'autisme - 21h :
-----------	---------------	---	-----	---

				Engagez-vous : Agir et vivre l'autisme - inédit Agir et Vivre l'Autisme s'est donnée pour mission de transformer l'accompagnement des personnes autistes, de l'enfance à l'adulte, en conformité avec les recommandations de bonnes pratiques officielles et de partager son savoir-faire avec tous les acteurs qui accompagnent ces personnes. Le 17 mai : Journée internationale de lutte contre l'homophobie et la transphobie - 15h : 2 épisodes d'Engagez-vous : Acceptess-T (inédit) & Greypride Acceptess- T est une association trans féministe, engagée depuis 2010 dans la lutte contre les discriminations et les violences envers les personnes trans et intersexuées les plus précaires en France. Greypride est à la croisée de plusieurs luttes : lutte contre l'âgisme, lutte contre le VIH, lutte pour le respect de la sexualité et de l'identité des personnes âgées. Le 3 décembre : Journée Internationale des personnes handicapées - 13h15 : 2 épisodes d'Engagez-vous : Un regard pour toi et Comme les autres Un regard pour toi : Créé depuis juin 2014, « un regard pour toi » propose à tous les déficients visuels d'acquérir une autonomie vestimentaire. Comme les Autres propose un accompagnement social dynamisé par le sport et les sensations fortes aux personnes devenues handicapées moteur après un accident.
--	--	--	--	--

				Ces journées ont été relayées sur nos réseaux sociaux, et ces programmes sont disponibles sur la plateforme RMC-BFM Play
--	--	--	--	--

RMC Story	Programmation	RMC Story s'engage à produire et diffuser des épisodes inédits de son programme « Engagez-vous », mettant en avant des associations françaises œuvrant au quotidien en faveur de la cohésion sociale et du vivre-ensemble.	OUI	En 2022, RMC Story a produit et diffusé 9 épisodes inédits d' Engagez-vous, consacré aux associations suivantes : Agir et Vivre l'autisme Fondation pour la mémoire de l'esclavage Léa Solidarité Femmes Acceptess-t Grand Bleu DAVS Kaiasse Greypride Du pain et des roses
-----------	---------------	--	-----	--

RMC Story	Programmation	RMC Story diffusera une deuxième saison du programme "Exemplaires", des portraits de la réussite mettant en avant et faisant témoigner des rôles-modèles, jeunes, issus de milieux modestes sur leur parcours professionnel inspirant. Cette deuxième saison du programme sera partagée sur nos plateformes digitales et sur nos réseaux sociaux.	OUI	RMC Story a proposé sur son antenne et sur les réseaux sociaux une nouvelle saison d'Exemplaires, un programme mettant en avant des portraits de réussite en faisant témoigner des rôles-modèles, jeunes, issus de milieux modestes sur leur parcours professionnel inspirant. À chaque épisode est mis en avant une nouvelle association favorisant le mentorat : Diffusion des épisodes sur RMC Story (à 15h): 16/05/2022 ARTICLE 1 17/05/2022 CHEMIN D'AVENIRS 18/05/2022 DUO FOR A JOB 19/05/2022 LA FEDE 20/05/2022 SPORT DANS LA VILLE 23/05/2022 TÉLÉMAQUE 24/05/2022 LA CRAVATE SOLIDAIRE
RMC Story	Programmation	Avec un nouveau rendez-vous diffusé sur son antenne depuis septembre, RMC Story s'engage à favoriser la participation des téléspectateurs aux débats de société. Chaque jour, ils sont invités à participer librement aux échanges de l'émission Estelle Midi.	OUI	Le programme Estelle Midi, diffusé quotidiennement sur RMC Story de 12h à 15h favorise largement la participation des téléspectateurs et auditeurs au débat de société. Ce sont en moyenne 10 téléspectateurs par jour qui interviennent durant le programme pour partager leurs expertises et analyses sur différents sujets de société.

RMC Story	Programmation	RMC Story continuera de promouvoir des talents issus de la diversité, dans toutes les catégories de programmes, en mettant notamment en avant des experts issus de la diversité.	OUI	RMC Story a poursuivi cette politique de promotion des talents issus de la diversité, notamment avec l'arrivée sur RMC Story de nouveaux journalistes/animateurs. En 2022, 105 premières parties de soirée, soit plus de 2 par semaine, ont été incarnées par des talents issus de la diversité de la société française. 65% des chroniqueurs/journalistes des Grandes Gueules en 2022 sont représentatifs de la diversité de la société française, au sens du baromètre de la diversité.
RMC Story	Programmation	RMC Story continuera de faire intervenir dans ses émissions d'actualité et de débat des personnes représentatives de la diversité de la société française. En laissant notamment en 2022 une place prépondérante à la parole des téléspectateurs, notamment à travers les émissions Apolline Matin et Les Grandes Gueules.	OUI	En moyenne, chaque jour 25 téléspectateurs interviennent dans les magazines d'informations et de débats de société diffusés sur RMC Story. Soit un total par an de plus de 6000 téléspectateurs participant aux émissions d'actualité et de société.

RMC Story	Programmation	RMC Story conservera la clause « diversité » dans ses contrats de commande de programmes inédits afin d'avoir au sein de ces programmes une juste représentation de la diversité de la société française, que ce soit dans les intervenants ou dans les réalisateurs.	OUI	La clause a été transmise à l'Arcom.
RMC Story	Programmation	RMC Story réalisera un bilan d'application de la clause diversité afin d'évaluer et de quantifier son impact.	OUI	Un bilan complet a été envoyé par le groupe à l'Arcom.

RMC Story	Programmation	En 2022, RMC Story lancera en production et/ou diffusera des documentaires inédits qui mettent en avant des parcours d'exceptions, représentatifs de la diversité de la société française. Quelques exemples de productions prévues : - Un documentaire sur les professionnels de la prison de la Santé : psychologues, avocats, chefs de cuisine ou surveillants pénitenciers (Production en cours) - Un documentaire inédit une avocate, spécialisée en Droit de la famille, Maître Noachovitch - Une série documentaire inédite au cœur de l'activité d'une fourrière, mettant en avant des professions sous-représentées	OUI	Les productions suivantes ont été réalisées en 2022 : - Un documentaire sur les professionnels de la prison de la Santé : psychologues, avocats, chefs de cuisine ou surveillants pénitenciers: Immersion au cœur de la prison de la santé (documentaire, 1x 52', Prod : TERMINAL 9, diffusé le 4 janvier 2023 en première partie de soirée) : Suivez le quotidien de ces femmes et ces hommes, qui ont fait le choix de travailler derrière les barreaux. Chaque jour, ils mettent leur profession au service de ceux que la société punit. Comment œuvrent les personnels pénitentiaires en faveur de la réinsertion des détenus . Entre violence et dialogues, récidence et prévention, nous allons suivre leur quotidien, à travers une immersion exceptionnelle à la Prison de la Santé. - Une série documentaire inédite au cœur de l'activité d'une fourrière, mettant en avant des professions sous-représentées : Immersion dans une méga fourrière (Documentaire, 2 saisons de 3x52', Prod : GENTON Production) - Un documentaire inédit sur une avocate spécialisée en droit de la famille, Maître Noachovitch, a dû être annulé, mais d'autres projets ont été lancés, comme par exemple une série documentaire sur le monde agricole, un documentaire inédit sur Paul El Kharrat (jeune vainqueur d'un jeu télévisé, écrivain et chroniqueur, diagnostiqué autiste-Asperger).
-----------	---------------	---	-----	--

RMC Story	Ressources humaines	RMC Story poursuit sa politique de recrutement des nouveaux talents issus des diversités	OUI	La sensibilisation des encadrants et recruteurs par la Direction des ressources humaines du groupe s'est poursuivie tout au long de l'année 2022 (équipes rédactionnelles, production et métiers transverses).
		Actions supplémentaires éventuelles	OUI	
Altice Media (groupe)	Programmation	Réalizations supplémentaires en 2022 - accessibilité : soutien apporté à l'initiative "COMMON TV" portée par la fédération Unanimes, visant à permettre un retour des publics concernés sur la qualité de l'accessibilité des chaînes	OUI	Évaluation en cours du dispositif afin de décider de sa reconduction en 2023
RMC Story	Programmation	Réalisation supplémentaire en 2022 - relais de campagnes associatives	OUI	RMC Story et RMC Découverte ont relayé l'action d'associations par le biais de campagnes dédiées. Notamment pour Sidaction, Pasteurdon, le Trophée Rose des Sables et la Fondation des Femmes
RMC Story	Programmation	Réalisation supplémentaire en 2022 : sujets sociétaux majeurs en prime time	OUI	RMC Story a proposé en première partie de soirée des programmes sur des sujets sociétaux majeurs : - Connecte ta boîte : programme sur la fracture numérique - Autisme, le quotidien des parents (documentaire en deux parties) - Briser les violences sexuelles dans le sport (documentaire en deux parties) - Violences intrafamiliales, l'enfer en huis-clos (documentaire en quatre parties) Climat, la France menacée (série documentaire)

L'EQUIPE	Programmation	Un tiers des visages présents à l'antenne seront issus de la diversité (journalistes, présentateurs, chroniqueurs, invités, etc.).	OUI	La diversité des origines est par nature très présente dans les programmes et les émissions de la Chaîne L'EQUIPE : tous les intervenants tels que les présentateurs, les journalistes, les consultants et les invités l'incarnent. L'occasion de recevoir des sportifs venant de tous horizons, de toutes origines (de nationalité, de toute catégorie sociale etc.). La notion de « diversité sociale » est toutefois plus délicate à cerner : par nature, on ne connaît pas l'origine sociale des intervenants en matière de sports, les invités, les sportifs étant d'abord conviés dans les émissions au regard de leurs exploits sportifs, et de leurs compétences dans un sport donné. (exemple : S'il n'y a pas d'actualité sportive dans les banlieues alors nous ne pourrions pas en parler).
L'EQUIPE	Programmation	Diffusion en 2022 du Spot Diversité une fois par an, sur une semaine, courant juillet et en fonction des dates qui seront éventuellement préconisées par le CSA, avec un minimum de six diffusions.	OUI	En 2022, suite aux indications transmises par l'ARCOM, le spot diversité a été diffusé sur la Chaîne L'Equipe du 14 juillet au 21 juillet 2022, et a fait l'objet de 36 diffusions.

L'EQUIPE	Programmation	Maintien d'un traitement de la diversité dans le sport: tous les sports, toutes les pratiques sportives, amateur ou professionnel, sport féminin et masculin, handisport, etc., notamment dans le cadre de programmes régulièrement diffusés sur la Chaîne L'EQUIPE et à l'occasion des diffusions des retransmissions sportives.	OUI	La diversité relève de l'essence même / de l'ADN du sport. Le sport touche tout le monde par définition. Le sport est un des types de programmes qui met le plus en valeur la diversité de la société française, que ce soit dans la représentation du public lors des manifestations sportives ou dans les sportifs participant aux compétitions. La programmation de la Chaîne L'EQUIPE aborde toutes les dimensions du sport, telles que le sport professionnel, amateur et universitaire, le sport féminin, le sport en milieu scolaire, le sport-loisir, le parasport, la santé et les métiers du sport. En 2022, La Chaîne L'EQUIPE a diffusé plus de 35 disciplines différentes lors des retransmissions sportives. La Chaîne L'EQUIPE constitue une véritable vitrine pour les sports peu médiatisés ou des sports qui ne bénéficient pas d'exposition sur d'autres chaînes de télévision en clair. <u>Nouveaux droits :</u> Diffusion des Championnats du monde Mountain Bike UCI 2022 Diffusion de Championnat du monde de Volley Ball 2022 Diffusion de "UFC FIGHT NIGHT: GANE vs TUIVASA", premier évènement français de la plus prestigieuse des compétitions de MMA, le 3 septembre 2022. Diffusion du Championnat du monde 2022 de Judo dès le 6 octobre 2022. <u>Exemples de retransmissions sportives mettant en avant la parité Hommes/Femmes (H/F) :</u> Diffusion du Biathlon et du Ski de fond H/F avec la 3ème édition du Nordic
----------	---------------	---	-----	--

				Festival le samedi 3 septembre 2022. Diffusion dès le 29 novembre de la Coupe du Monde de Biathlon H/F, et proposera l'intégralité de l'IBU Cup (deuxième échelon mondial de biathlon) Diffusion des Marathons H/F (New-York le 6 novembre par exemple) Diffusion de l'étape de Paris du Beach Pro Tour 2022 : Compétition des 16 meilleures équipes féminines et masculines de Beach Volley du monde. Diffusion des inales de Ski alpin à courchevel début 2022 puis à Val d'Isère en fin d'année. <u>Les nouveautés féminines :</u> Diffusion du tirage au sort de la Coupe du Monde féminine de football 2023 le 22 octobre 2022, commenté sur la Chaîne par les journalistes Candice Rolland et Syanie Dalmat. Diffusion de la course féminine GAND-WEVELGEM le 27/03/2022 Diffusion de la coupe du monde, coupe d'Europe et coupe du monde u23 de basket 3x3 Diffusion de la Sud ladies cup du 24 au 28 juin : foot féminin U20 Diffusion finale Euro U19 fem du 27 juin au 9 juillet Diffusion WOMEN'S FRENCH CUP les 16 et 19 août <u>Du côté des jeunes :</u> Diffusion à partir du 4 février 2022 de l'intégralité du tournoi des Six Nations des moins de 20 ans. Images des mondiaux U23 et juniors de Cyclocross fin janvier et février 2022
--	--	--	--	---

				Diffusion du Championnat du Monde Junior de Biathlon Diffusion de la Coupe du Monde u23 de Basket 3x3 Diffusion de la Sud ladies Cup du 24 au 28 juin Diffusion finale Euro U19 H&F du 18 juin au 9 juillet Production et diffusion championnats du monde espoirs de VTT aux gets le 28 aout <u>Diffusion « Handisport » en 2022 :</u> Dimanche 16/01/2022 15h00 Para Les Grands Live biathlon Anne-Sophie Bernadi (chroniqueuse plateau) Ch. Monde para sports à Lillehammer - médaille Benjamin Daviet Lundi 17/01/2022 20h30 Para Equipe du Soir - JT France Pierron (présentatrice) Ch. Monde para sports à Lillehammer - médailles Hyacinthe Deleplace et Marie Bochet Samedi 22/01/2022 14h00 Para Les Grands Live biathlon Anne-Sophie Bernadi (chroniqueuse plateau) Ch. Monde para sports à Lillehammer - médailles Arthur Bauchet, Maxime Montaggioni, Cécile Hernandez Lundi 13/06/2022 17h50 Para Equipe de Greg - Zapping Images de Julien Casoli et Dimitri Pavadé Handisport Open de Paris – para-athlétisme - Charléty Samedi 24/09/2022 12h10 Para Ch. Monde aviron Anne-Sophie Bernadi - Vincent Faucheux (commentateurs) Finales para aviron de Perle Bouge et Stéphane Tardieu Samedi 08/10/2022 Fil rouge 12h15 à 18h00 Para Grands Live toute la
--	--	--	--	--

				journée Messaoud Benterki, Gévrise Emane Images de la journée paralympique place de la Bastille (handi et valides qui essaient le handisport) Jeudi 17/11/22 : dans le JT Express de France Pierron. Images du skipper chinois handicapé participant à la route du rhum (30 sec) Samedi 19/11/2022 : Grands Live Cédric Nankin - équipe de France de rugby fauteuil + Images du championnats d'Europe de rugby fauteuil (victoire des Français) + tuto sur le rugby fauteuil Diffusion de la course handi du marathon de New York (1 min) à 14h00 pour le départ en direct, puis 2/3 min à 18h43 - RESUME COURSE FAUTEUIL ROULANT HOMMES ET FEMMES en différé Jeudi 1/12 présentation de l'Equipe de France de biathlon handisport, dont notre nouvelle consultante Anaïs Bescond est désormais en charge. Un tournage auprès de cette équipe a eu lieu le 28/11, et Anaïs était en plateau le 1/12. Samedi 3/12 à 9h45, mise en avant de l'équipe de France de parabiathlon, avec un focus sur Anthony Chalençon, biathlète mal voyant (images + Interview). + Tout au long de la saison, La chaîne a transmis des nouvelles de l'équipe de France handisport dans les « Grands Live ». <u>Diffusion de l'Enduropale du Touquet</u>, compétition ouverte aux amateurs et aux professionnels.
--	--	--	--	---

				Diffusion de 34 sports pendant Les Jeux Mondiaux, vitrine du plus grand évènement multisports de l'été : Roller de vitesse, Roller sur route, Roller hockey, Force athlétique, Karaté, Natation avec palmes, Danse sportive, Sumo, Ju Jitsu, Muaythaï, Breakdance, Tir à l'arc, Duathlon (course à pied + vélo), Pilotage de drone, Parachutisme, Flag football, Lacrosse, Sauvetage, Canoë marathon, Parkour, Bowling, Fistball, Boules lyonnaises, Pétanque, Gymnastique, Trampoline, Tumbling, Beach handball, Tir à la corde, Escalade (vitesse), Ultimate frisbee, Squash, Billard, Korfball. <u>Jeux Olympiques de Pékin</u> : Diffusion dès le jeudi 3 février 2022 d'un rendez vous quotidien dans L'Equipe du Soir, présenté par Anne-Sophie Bernardi. Dispositif de la Chaine L'Equipe pour la Coupe du monde 2022 de football : Une nouvelle consultante Gaëtane THINEY est venue amener son expérience des grandes compétitions et son analyse dans L'Equipe Foot.
--	--	--	--	---

L'EQUIPE	Programmation	Maintien de la mise en place de dispositifs éditoriaux spéciaux pour les grands événements de sport féminin ou mixte comme ceux existants pour les événements de sport masculin. La Chaîne L'EQUIPE participera notamment à l'opération « Sport Féminin Toujours », « Tous Héros ».	OUI	"DEMAIN LE SPORT" Festival destiné à engager, chaque année, une réflexion sur l'avenir du sport. La première édition s'est tenue le 22 septembre 2022. 6 thématiques ont été traitées dont l'Inclusion, la Diversité et la Mixité. "JOUONS ENSEMBLE" du 14 au 20 novembre 2022 : La thématique retenue pour cette édition est « L'accessibilité de la pratique sportive en club aux personnes en situation de handicap » : La Chaîne L'Equipe a diffusé le 19 Novembre du rugby fauteuil et a invité un membre de l'équipe de France sur le plateau qui a accompagné Messaoud Benterki pour présenter et débriefer les matches de rugby des AUTUMN NATIONS SERIES. "SPORT FEMININ TOUJOURS" du 14 au 20 février : La Chaîne L'Equipe réaffirme son engagement aux côtés du sport féminin qu'elle soutient tout au long de l'année au travers de la diffusion d'événements sportifs extrêmement variés, d'interviews d'athlètes, de recrutement de nouvelles consultantes, et par la diffusion de sujets et de portraits de sportives au sein des émissions de la Chaîne. La Chaîne compte 573 passages du logo sport féminin de 20 secondes chacun. Partenaires du PASTEUR DON, la chaîne l'Equipe et Messaoud Benterki se mobilisent à travers plusieurs pastilles diffusées le 7 et 8 octobre. "TOUS HEROS 2022" : Diffusion le dimanche 24 juillet des 4 épisodes de la
----------	---------------	---	-----	---

				saison 4 de la web série "Tous Héros" dans laquelle Théo Curin le présentateur reçoit 3 personnalités Alessandra Sublet, Ugo Latriche et Eugénie Le Sommer, déterminés à vivre de nouvelles expériences sportives
--	--	--	--	---

L'EQUIPE	Ressources humaines	Projet d'Accord d'entreprise en faveur de l'emploi et de l'intégration des personnes en situation de handicap sur la base des constats qui ressortent de l'enquête interne qui s'est déroulée sur la perception du handicap au sein de l'entreprise.	NON	Projet reporté à 2023.
L'EQUIPE	Programmation	Maintien de l'opération Duoday.	OUI	Opération qui s'est déroulée le 17 novembre 2022, dont la vocation est de promouvoir et soutenir les valeurs de respect et d'inclusion.
L'EQUIPE	Programmation	Dès que l'actualité le permet, politique d'invitation favorisant la représentation de la diversité des origines, l'égalité des sexes et la représentation du handicap.	OUI	Lundi 11 avril à 20H35, L'Equipe du soir : focus sur le « volley handicap » qui a dépassé les 200 licenciés. Jeudi 19 mai, dans L'Equipe du Soir : Invitée Madame Najwa El Haité (Avocate de Michel Platini) Mardi 31 mai, Thomas PESQUET était l'invité de L'Equipe du Soir Il a expliqué aux téléspectateurs la nécessité de faire du sport dans l'espace, les coulisses de son entraînement et sa passion pour le sport. Samedi 3 décembre, L'entraîneur de l'équipe de France de biathlon handisport, Anaïs Bescond (retraîtée après 15 ans en équipe de France chez les valides), était en plateau. Organisation et diffusion de la Cérémonie du Ballon d'Or le 17 octobre 2017, qui a récompensé le meilleur joueur (Ballon d'Or masculin), la meilleure joueuse (Ballon d'or Féminin), le meilleur jeune (Trophée Kopa) le meilleur gardien (Trophée Yachine), et le meilleur buteur (Trophée Gerd Müller). Cette

				année, le Groupe L'EQUIPE s'est associé à Peace and Sport pour la création d'une récompense sociétale : le Prix Socrates. Sandy Heribert et Didier Drogha étaient les maîtres de Cérémonie.
L'EQUIPE	Ressources humaines	Projet de Charte de référence en matière de lutte contre le harcèlement moral & sexuel et les agissements sexistes.	OUI	Signature de la charte le 27 octobre 2022. Cette charte est destinée à prévenir, identifier et proscrire toutes formes de sexisme au sein des entités du groupe, dans ses manifestations les plus anodines en apparence au plus grave via la mise en œuvre d'actions concrètes. Le groupe L'Équipe réaffirme ainsi sa volonté de condamner avec fermeté ce type d'agissement et assure à tous(toutes) les salarié(e)s que leur parole sera prise en compte.

L'EQUIPE	Ressources humaines	Projet d'accord relatif à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes.	NON	Projet en cours de réalisation. Conformément à la loi « <i>Pour la liberté de choisir son avenir professionnel</i> » du 5 septembre 2018, les entreprises de plus de 50 salariés sont tenues de mesurer leur performance en matière d'égalité professionnelle en publiant le résultat de leur « Index égalité Femmes Hommes » sur leur site internet. Au titre de l'année 2022, L'EQUIPE 24/24 obtient en effet la note de 71/100. Conscients de l'importance des enjeux de mixité, de parité et d'égalité, le Groupe L'EQUIPE entend renforcer le développement de ses actions afin de garantir l'effectivité du principe d'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes notamment en matière d'égalité salariale et professionnelle. Le fondation L'EQUIPE a créé avec L'APPELS les "Trophées de l'inclusion par le sport", qui récompense les initiatives individuelles ou collectives les plus remarquables en faveur de l'inclusion professionnelle par le sport des jeunes les plus éloignés de l'emploi. L'EQUIPE contribue à faire rayonner les valeurs du sport en soutenant cette initiative concrète qui permet aux jeunes de trouver leur voie professionnelle. Le mardi 28 juin 2022 a eu lieu au Stade de France la remise des Trophées en présence d'Amélie Oudéa-Castéra, Ministre des sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques.
----------	---------------------	---	-----	---

L'EQUIPE	Ressources humaines	Promouvoir d'avantage la parité et la diversité des profils dans l'effectif des équipes de la Chaîne L'EQUIPE, dès lors qu'une opportunité d'embauche se présentera.	OUI	Le service des Ressources Humaines de la Chaîne s'efforce à promouvoir la parité et la diversité des profils lorsqu'une opportunité d'embauche se présente.
		Actions supplémentaires éventuelles	OUI	La Chaîne L'Équipe a diffusé, pour la première fois à la télévision française, la série documentaire "The Last Dance". À travers des images d'archives inédites, cette série documentaire en dix épisodes suit de l'intérieur la saison 1997-1998 des Chicago Bulls en route vers leur sixième titre en huit ans, et propose un portrait sportif et intime de Michael Jordan. La Chance, pour la diversité dans les médias. Chaque année, ses 350 journalistes professionnels bénévoles préparent environ 80 boursiers aux concours des écoles de journalisme, à Paris, Marseille, Toulouse, Strasbourg, Grenoble, Rennes. Certains journalistes de la Chaîne L'Équipe y sont bénévoles. Diffusion du documentaire inédit "Zinédine Zidane, son nom est Yazid" le jeudi 23 juin à 21h05. D'Agumoune, le berceau de la famille Zidane en Algérie à Turin, en passant par Marseille, Cannes et Bordeaux, les journalistes Sébastien Tarago et Jules Bian-Rosa sont retournés sur les traces d'un des joueurs les plus exaltants de l'histoire du football.

				L'Equipe devient partenaire officiel d'AMOS Sport Business School, qui forme aux métiers du management du sport, de l'évènementiel, du marketing sportif. Son ambition : viser l'excellence afin de mener des étudiants passionnés de sport à un métier à haute responsabilité.
--	--	--	--	--