

Egalité et diversité
dans le secteur audiovisuel européen

An illustration depicting a group of diverse people of various ages, ethnicities, and abilities working together to push a large, heavy red wheel. The group includes a woman in a wheelchair, a man in a white shirt with his arm raised, and others in various poses of exertion. The background is a light pinkish-grey, and the wheel itself is a vibrant red with concentric circles on its rim. The overall style is modern and graphic.

**MANUEL
DE BONNES PRATIQUES**

Auteur : Daphné Tepper, Directrice de projets, UNI Europa – média, spectacles & arts

Contributeurs : Association des Télévisions Commerciales en Europe (ACT), Association Européenne des Radios (AER), Association Européenne de Production Audiovisuelle (CEPI), UNI Europa – média, spectacles & arts (EURO-MEI), Fédération Européenne des Journalistes (FEJ), Fédération Internationale des Acteurs (FIA), Fédération Internationale des Associations de Producteurs de Films (FIAPF), Fédération Internationale des Musiciens (FIM), Union Européenne de Radio-Télévision (UER)

Illustrations : Yasmine Gateau

Mise en page : Laurence Dierickx

Date de publication : mars 2020 (liens vers pages web consultés le 12 mars 2020)

Cette publication ne reflète que le point de vue des auteurs et la Commission européenne ne peut pas être tenue responsable de toute utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.

Ce projet a reçu le soutien de l'Union européenne.



Egalité et diversité dans le secteur audiovisuel européen

MANUEL DE BONNES PRATIQUES

1. Introduction	7
2. Contexte général	11
2.1. Statistiques mondiales et européennes	11
2.2. Cadre législatif de l'UE et autres instruments internationaux	14
2.3. Promouvoir la diversité	19
3. Égalité des genres dans le secteur audiovisuel européen : ce que nous savons	22
3.1. Initiatives sectorielles	22
3.2. Données mondiales et européennes	26
3.3. Données nationales	30
4. Réaliser l'égalité : des bonnes pratiques européennes	36
4.1. Concevoir des stratégies, fixer des objectifs, élaborer des indicateurs et suivre les progrès	36
a) Les labels « Égalité professionnelle » et « Diversité » en France	36
b) Les actions du Groupe CANAL+ en France et d'ITV au Royaume-Uni	38
c) Les « plans d'égalité » espagnols	41
d) Les objectifs d'égalité fixés par l'Institut suédois du cinéma	43
e) Les stratégies d'égalité de l'ORF en Autriche	44
4.2. Sensibiliser, former et engager les organisations et les personnes au changement	46
a) La coalition néerlandaise « Créer des images dans les médias »	46
b) La campagne « <i>Eyes Half Shut</i> » de BECTU au Royaume-Uni	47
c) Le plaidoyer en faveur de l'égalité dans les festivals de cinéma (Collectif 50/50)	48
d) L'« Art de l'équilibre », une initiative du secteur culturel norvégien	50

4.3. Financement public et service public : appuyer le changement	51
a) Les mesures pour l'égalité des agences de financement	51
b) Les pratiques exemplaires de radiodiffuseurs publics	56
4.4. Lutte contre le harcèlement sexuel	59
a) La campagne « Safe Spaces » d'Equity au Royaume-Uni	59
b) Des programmes d'éducation en Suède	60
c) THEMIS, une plate-forme sectorielle en Allemagne	61
4.5. Pas à pas, changer notre façon de travailler	62
a) Dispositifs de garde d'enfants dans des festivals	62
b) Sites web et campagnes de promotion des femmes exerçant des métiers de l'audiovisuel	64
c) 10% pour 50/50 : une « prime fondée sur le genre » pour inciter au changement	65
d) Les engagements des écoles de cinéma allemandes	66
5. Promouvoir la diversité : des bonnes pratiques européennes	69
5.1. Affronter la réalité, initier le changement	69
5.2. Lancer des actions et suivre les progrès	70
a) Diversifier les voies d'accès au secteur audiovisuel	70
b) Soutenir l'insertion professionnelle et l'emploi des personnes en situation de handicap	71
c) Créer des bases de données d'experts pour diversifier les voix	73
d) Lutter contre les discriminations à l'encontre des LGBTI	73
e) Concevoir des outils sur mesure pour notre secteur	74
6. Conclusions et perspectives	76



1. Introduction

Les partenaires sociaux (employeurs et travailleurs) du Comité de dialogue social européen du secteur audiovisuel ont adopté une déclaration sur l'égalité des chances en 2009 et un **Cadre d'actions sur l'égalité entre les femmes et les hommes** en 2011.

L'objectif de ce Cadre d'actions est d'aider les organisations du secteur audiovisuel européen à améliorer leurs pratiques en vue de renforcer l'égalité des genres.

Ce Cadre d'actions présente des considérations et des recommandations pour des actions dans cinq domaines clés :

- REPRÉSENTATION DES GENRES SUR LES ECRANS
- ÉGALITÉ DE RÉMUNÉRATION
- ÉGALITÉ DANS LA PRISE DE DÉCISION
- RÔLES DES HOMMES ET DES FEMMES SUR LE LIEU DE TRAVAIL
- CONCILIATION DE LA VIE PROFESSIONNELLE ET DE LA VIE PRIVÉE

Le Comité de dialogue social européen du secteur audiovisuel est composé d'organisations représentatives de travailleurs et d'employeurs de la radio, de la télévision et du cinéma :

Association des Télévisions Commerciales en Europe (ACT)
Association Européenne des Radios (AER)
Association Européenne de Production Audiovisuelle (CEPI)
UNI Europa - média, spectacles & arts (EURO-MEI)
Fédération Européenne des Journalistes (FEJ)
Fédération Internationale des Acteurs (FIA)
Fédération Internationale des Associations de Producteurs de Films (FIAPF)
Fédération Internationale des Musiciens (FIM)
Union Européenne de Radio-Télévision (UER)

En juin 2016, dans le prolongement de l'adoption du Cadre d'actions, les partenaires sociaux ont décidé de lancer une étude pour évaluer les progrès réalisés en matière d'égalité des genres dans le secteur, mais aussi pour explorer la question plus large de la diversité.

Parmi les questions soulevées depuis 2011, les suivantes ont été épinglées :

- La présence des femmes sur nos écrans, ainsi que derrière les écrans, a-t-elle été améliorée ?
- Nos organisations sont-elles plus justes envers les femmes en termes de rémunération, d'opportunités et de perspectives de carrière ?
- Les productions télévisuelles, radiophoniques et cinématographiques reflètent-elles nos sociétés européennes ?
- Les productions audiovisuelles bénéficient-elles des contributions des divers talents qui composent nos sociétés ?
- Qu'a-t-on mis en place pour lutter contre la discrimination et promouvoir l'égalité, l'inclusion et la diversité dans nos organisations et sur nos lieux de travail ?
- Quelles mesures ont porté leurs fruits et quelles mesures faut-il encore prendre ?
- Comment pourrions-nous aller plus loin et de quel type de soutien aurions-nous besoin ?

À partir de ces questions, un exercice de cartographie a été lancé dans les premiers mois de 2018, avec le soutien de la Commission européenne¹.

La recherche a été entreprise en trois phases. Elle a commencé par **une analyse documentaire** sur le thème de l'égalité des genres et de la diversité dans le secteur audiovisuel, suivie d'une **enquête en ligne** qui a été envoyée à tous les membres des partenaires sociaux européens.

Quarante-quatre réponses ont été reçues, provenant de tous les types d'organisations composant le partenariat (diffuseurs publics et privés, producteurs indépendants et syndicats de travailleurs). Ces réponses provenaient de dix-sept pays de l'UE et de quatre pays tiers.

À la suite de cette enquête, cinquante et un **entretiens qualitatifs** ont été réalisés lors de visites d'étude en Autriche, en Espagne, en France, au Royaume-Uni et en Suède, et par téléphone, avec des organisations d'Allemagne et de Belgique. Les réponses ont ensuite été rassemblées et analysées.

¹ Projet soutenu par l'Union européenne par le biais de l'appel à propositions VP/2017/001 de la Direction générale de l'emploi, des affaires sociales et de l'inclusion (projet VS/2017/0362 intitulé « Suivi de la mise en œuvre du Cadre d'actions sur l'égalité des genres et cartographie des initiatives de promotion de la diversité dans le secteur audiovisuel européen »)

Les informations recueillies ont permis de dresser un tableau général de la situation dans le secteur audiovisuel, tableau qui présente un nombre important de bonnes pratiques européennes mais met aussi en lumière certaines limites évidentes, comme le manque de données pertinentes sur la représentation des femmes dans les métiers de l'audiovisuel et à l'écran, dans de nombreux pays européens.

Il convient de souligner que cet exercice de cartographie a été mis en œuvre dans le cadre du dialogue social européen, dans le but même d'éclairer et d'alimenter le dialogue entre les partenaires sociaux européens sur ces questions spécifiques. Le présent rapport n'a donc pas pour objectif de fournir une étude exhaustive de la situation en matière d'égalité des genres et de diversité dans le secteur audiovisuel en Europe. Il doit plutôt être considéré comme une tentative d'acteurs importants du secteur de se consulter, de réfléchir ensemble à l'état des lieux dans les différents pays de l'UE et d'identifier les bonnes pratiques qui pourraient contribuer à améliorer la situation à l'avenir.



2. Contexte général

2.1. Statistiques mondiales et européennes

« Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles » est le cinquième des dix-sept objectifs de développement durable (ODD) adoptés par les États membres de l'ONU en 2015. Les États membres de l'ONU ont établi un plan de 15 ans pour atteindre ces objectifs d'ici 2030².

Comme l'indique le Rapport sur les ODD de 2019, « *De nos jours, la qualité de vie des femmes dans le monde entier s'est améliorée ; [...] davantage de femmes siègent dans les parlements et occupent des postes de direction, et les lois sont réformées afin de faire progresser l'égalité des sexes.* » Toutefois, et malgré ces progrès, il reste beaucoup à faire pour offrir l'égalité des chances aux femmes et aux hommes dans le monde entier, mais aussi en Europe.

Les défis et les résistances en matière d'égalité des sexes touchent tous les secteurs de nos économies de la même manière. Lorsqu'on aborde la question de l'inégalité entre les sexes dans le secteur audiovisuel européen, il est donc important de se rappeler la situation dans son ensemble, les progrès réalisés jusqu'à présent, ainsi que les éléments clés qui expliquent les résistances encore en jeu sur les lieux de travail, mais aussi au sein des familles et dans les sociétés en général.

QUELQUES STATISTIQUES MONDIALES

En mars 2019, une publication³ de l'Organisation internationale du travail (OIT) a souligné qu'**en dépit du fait que les femmes constituent près de la moitié de la population mondiale, elles ne représentent que 39% de la main-d'œuvre et 27% des postes de direction.**

² Pour en savoir plus sur les objectifs de développement durable : <https://www.un.org/sustainabledevelopment/>

³ *Une avancée décisive vers l'égalité entre hommes et femmes : Un meilleur avenir du travail pour tous*, Bureau international du travail, Genève : OIT, mars 2019

Les activités non rémunérées de soins à autrui restent la principale raison qui limite la participation des femmes au travail salarié : « *Entre 1997 et 2012, le temps consacré chaque jour par les femmes aux tâches ménagères et aux responsabilités familiales a diminué de seulement 15 minutes, tandis que celui des hommes augmentait d'à peine huit minutes. À ce rythme, on estime que l'écart en la matière ne sera comblé qu'en 2228* », indique le même rapport de l'OIT.

Ce rapport souligne également que **l'écart salarial entre les hommes et les femmes est en moyenne de 20% dans le monde**, tous secteurs confondus.

QUELQUES STATISTIQUES EUROPÉENNES

En Europe, en 2017, le taux d'emploi s'élevait à 77,9% pour les hommes, contre 66,4% pour les femmes. **L'écart entre le taux d'emploi des hommes et des femmes** était dès lors de **11,5 points de pourcentage**, chiffre resté stable ces trois dernières années⁴.

Il existe également **un écart entre les hommes et les femmes en ce qui concerne les activités non rémunérées de soins à autrui dans tous les États membres de l'UE**, même s'il varie de six à huit heures dans les pays nordiques à plus de quinze heures en Autriche, à Chypre, en Croatie, en Grèce, en Italie, à Malte et en Slovénie⁵. Alors que 70% des enfants de moins de 3 ans vont dans des structures de garde d'enfants au Danemark, ce chiffre est inférieur à 15% en Bulgarie, en Grèce, en Pologne, en République tchèque et en Slovaquie⁶.

⁴ Rapport 2019 sur l'égalité entre les femmes et les hommes au sein de l'UE (en anglais), Luxembourg : Office des publications de l'Union européenne, 2019

⁵ Striking a balance: Reconciling work and life in the EU (en anglais), Eurofound, Luxembourg : Office des publications de l'Union européenne, 2018

⁶ Rapport de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions sur le développement des structures d'accueil des jeunes enfants en vue d'accroître la participation des femmes au marché du travail, de promouvoir l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée des parents qui travaillent et de favoriser une croissance durable et inclusive en Europe (les « objectifs de Barcelone »), Union européenne, 2018

Dans toute l'UE, les femmes gagnent, en moyenne, 16% de moins que les hommes. Cette situation résulte de nombreux facteurs : les femmes sont concentrées dans des emplois de niveau inférieur et moins bien rémunérés, elles prennent des pauses plus longues dans leur carrière et sont plus susceptibles de choisir le travail à temps partiel pour concilier leurs responsabilités professionnelles et familiales. En conséquence, **les pensions des femmes** finissent par être **37% inférieures à celles des hommes**⁷.

Depuis le lancement du suivi de l'écart salarial entre les femmes et les hommes dans l'UE, celui-ci est resté pratiquement inchangé, passant de 16,6% en 2014 à 16% en 2017⁸.

En Belgique, les femmes représentent 50% des salariés rémunérés au barème le plus bas, mais seulement 26% de ceux rémunéré au barème le plus haut. En France, ces chiffres sont de 40% contre 23%, en Pologne 46% contre 26%, en Finlande 61% contre 24% et au Royaume-Uni 51% contre 17%⁹.

Dans l'UE-28, les cadres ont en moyenne deux fois plus de chances d'être des hommes.

La proportion de **femmes dans les conseils d'administration** des plus grandes sociétés cotées en bourse dans l'UE a atteint **26,7%** en octobre 2018. Avec 44% de femmes au sein de ses conseils d'administration, la France est le seul État membre de l'UE qui compte au moins 40% de femmes et d'hommes au sein de ses conseils d'administration. En Italie, en Suède, en Finlande et en Allemagne, les femmes représentent au moins un tiers des membres des conseils d'administration. Dans un peu moins de la moitié des États membres (12), les hommes sont encore au moins 4 fois plus nombreux que les femmes dans les conseils d'administration (soit < 20% de femmes). À Malte, en Grèce et en Estonie, les femmes représentent moins de 10% des membres des conseils d'administration¹⁰.

⁷ [Tackling the gender pay gap: not without a better work-life balance](#) (en anglais), Institut européen pour l'égalité entre les femmes et les hommes (EIGE), mai 2019

⁸ [Rapport 2019 sur l'égalité entre les femmes et les hommes au sein de l'UE](#) (en anglais), Union européenne, 2019

⁹ [Rapport mondial sur les salaires 2018/19 : Quelles sont les causes des écarts salariaux entre hommes et femmes ?](#), Organisation internationale du travail - Genève : OIT, 2018

¹⁰ [Rapport 2019 sur l'égalité entre les femmes et les hommes dans l'UE](#) (en anglais), Luxembourg : Office des publications de l'Union européenne, 2019

En 2019, une enquête¹¹ menée par l'IFOP pour la Fondation Jean Jaurès et la Fondation européenne d'études progressistes dans les cinq plus grands pays de l'Union européenne (Allemagne, Espagne, France, Italie, Royaume-Uni) visait à mesurer l'ampleur des **violences sexistes ou sexuelles subies par les femmes européennes sur leur lieu de travail**. Cette enquête a été réalisée en avril 2019 auprès d'un échantillon représentatif de 5 026 femmes âgées d'au moins 18 ans. Selon les résultats de cette enquête, une majorité de femmes européennes (60%) déclarent avoir été victimes d'au moins une forme de violence sexiste ou sexuelle au cours de leur carrière.

2.2. Cadre législatif de l'UE et autres instruments internationaux

L'Union européenne promeut l'égalité entre les hommes et les femmes. Ce principe d'égalité est énoncé aux articles 2 et 3, paragraphe 3, du traité sur l'Union européenne (TUE) et est également consacré par l'article 21 de la Charte des droits fondamentaux.

Le principe selon lequel les hommes et les femmes doivent recevoir un salaire égal pour un travail égal est inscrit dans les traités européens depuis 1957. Il figure aujourd'hui à l'article 157 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE). L'article 153 de ce même traité permet à l'UE d'agir dans le domaine plus large de l'égalité des chances et de l'égalité de traitement en matière d'emploi et de travail, et dans ce cadre, l'article 157 autorise les actions positives visant à renforcer l'autonomie des femmes. En outre, l'article 19 permet l'adoption de législations pour lutter contre toutes les formes de discrimination, y compris la discrimination fondée sur le genre.

Depuis la première directive du Conseil sur « l'égalité de rémunération entre les travailleurs masculins et les travailleurs féminins » de 1975 (75/117/CEE), plusieurs directives du Parlement européen et du Conseil ont été adoptées pour interdire la discrimination fondée sur le genre et exiger l'égalité de traitement entre les femmes et les hommes.

¹¹ [Observatoire européen du sexisme et du harcèlement sexuel au travail](#), Rapport de l'IFOP pour la Fondation Jean Jaurès et la Fondation européenne d'études progressistes, 30 septembre 2019

Certaines des directives actuellement en vigueur concernent l'égalité des chances et de traitement en matière d'emploi et de travail (2006/54/CE), l'égalité de traitement entre hommes et femmes exerçant une activité indépendante (2010/41/UE) ou l'égalité de traitement en matière de sécurité sociale (79/7/CEE)¹².

Le harcèlement sexuel est défini par un rapport¹³ d'ONU Femmes de 2018 comme « *une violation des droits humains liée à la discrimination fondée sur le genre, indépendamment du sexe, dans un contexte de rapports de force inégaux, tels que les rapports hiérarchiques sur un lieu de travail et/ou une hiérarchie entre les genres* ». Le harcèlement sexuel ne fait pas l'objet d'une législation européenne spécifique, mais il est au centre de plusieurs directives. La directive de 2006 relative à la mise en œuvre du principe de l'égalité des chances et de l'égalité de traitement entre hommes et femmes en matière d'emploi et de travail¹⁴, par exemple, définit la discrimination directe et indirecte, le harcèlement et le harcèlement sexuel. Elle encourage également les employeurs à prendre des mesures préventives pour lutter contre le harcèlement sexuel.

Depuis 2011 et l'adoption du Cadre d'actions sur l'égalité entre les femmes et les hommes par les partenaires sociaux du secteur audiovisuel européen, différentes initiatives ont été prises par l'UE pour remédier aux principales inégalités structurelles entre les femmes et les hommes.

L'écart de rémunération entre les femmes et les hommes fait l'objet de l'attention des institutions européennes depuis de nombreuses années.

En 2014, la Commission européenne a adopté une recommandation relative au renforcement du principe de l'égalité des rémunérations des femmes et des hommes grâce à la transparence (2014/124/UE).

¹² [Gender equality in the media sector- research paper](#) (en anglais), commandé par la commission des droits de la femme et de l'égalité des genres du Parlement européen, supervisé et publié par le département de politique pour les droits des citoyens et les affaires constitutionnelles, Opcit Research, janvier 2018

¹³ [Towards an end to sexual harassment: the urgency and nature of change in the era of #metoo](#) (en anglais) UN Women, 2018

¹⁴ [Directive 2006/54/CE du Parlement européen et du Conseil du 5 juillet 2006 relative à la mise en œuvre du principe de l'égalité des chances et de l'égalité de traitement entre hommes et femmes en matière d'emploi et de travail](#) (refonte)

Cette recommandation a introduit un ensemble de mesures concrètes, en mettant l'accent sur la communication d'informations concernant les rémunérations, sur les audits relatifs aux rémunérations, sur les négociations collectives et sur le droit des employés à demander des informations. La transparence salariale peut contribuer à révéler d'éventuels préjugés ou discriminations fondés sur le genre dans les structures de rémunération au niveau de l'entreprise, du secteur ou de l'économie, et contribue à accroître la prise de conscience générale et à améliorer la compréhension des causes profondes de l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes.

En 2017, la Commission a publié un rapport sur la mise en œuvre de la recommandation sur la transparence des rémunérations dans les États membres. Elle a constaté que seuls 11 États membres avaient mis en place une législation sur la transparence des rémunérations et que seule la Suède avait intégré les quatre mesures clés dans son cadre juridique national¹⁵.

En Suède, des audits annuels relatifs aux rémunérations sont requis pour toutes les entreprises comptant au moins 10 salariés et, pour les entreprises de plus de 25 salariés, il existe une obligation de préparer des plans d'action pour lutter contre les écarts salariaux injustifiés.

Dans certains pays de l'UE, la législation sur la transparence des rémunérations s'applique uniquement aux entreprises relativement grandes (par exemple, les entreprises de plus de 150 salariés en Autriche et de 200 salariés en Allemagne). Au Danemark, bien que l'exigence relative à la taille des entreprises soit faible (35 salariés), seules les entreprises comptant au moins 10 salariés de chaque sexe employés dans la même fonction sont tenues de communiquer les données relatives aux rémunérations.

En 2017, cinq États membres (Allemagne, Belgique, Finlande, France et Suède) avaient des dispositions législatives demandant aux partenaires sociaux de discuter des questions d'égalité de rémunération dans le cadre des négociations collectives. En Belgique, par exemple, la loi impose un examen de mesures visant à lutter contre l'écart de rémunération entre les hommes et les femmes dans le cadre des conventions collectives sectorielles¹⁶.

¹⁵ [Tackling the gender pay gap: not without a better work-life balance - Research note](#) (en anglais), Institut européen pour l'égalité entre les hommes et les femmes (EIGE), mai 2019

¹⁶ [What policies tackle the gender pay gap?](#)
Institut européen pour l'égalité entre les hommes et les femmes, 2018

Dans le domaine de la **conciliation de la vie professionnelle et de la vie privée**, une directive européenne¹⁷ est entrée en vigueur en août 2019. Les États membres ont maintenant jusqu'à juin 2022 pour transposer cette directive dans leur législation nationale. Les mesures prévues par la directive concernent le congé de paternité (les pères doivent pouvoir prendre au moins dix jours ouvrables de congé de paternité rémunérés aux alentours de la naissance de leur enfant), le congé parental (deux des quatre mois de congé parental deviennent non transférables entre les parents et doivent être rémunérés), le congé d'aidant¹⁸ et les formules souples de travail pour les aidants et pour les travailleurs qui sont parents d'enfants âgés de maximum huit ans.

L'égalité entre les hommes et les femmes est une priorité de la nouvelle Commission européenne dirigée par la présidente Ursula von der Leyen, en place depuis le 1er décembre 2019. La stratégie européenne en faveur de l'égalité entre les hommes et les femmes 2020-2025¹⁹ a été adoptée par la Commission européenne en mars 2020. Une des premières actions découlant de cette stratégie devrait être la proposition par la Commission de nouvelles mesures législatives sur la transparence salariale, d'ici à la fin de 2020. La stratégie prévoit également de « *lutter contre la violence sexiste et bousculer les stéréotypes de genre, promouvoir l'émancipation économique des femmes et veiller à ce que hommes et femmes disposent de chances égales sur le marché du travail, et donner, aux unes comme aux autres, la possibilité d'occuper des fonctions dirigeantes et de participer dans tous les secteurs de l'économie et dans la vie politique* ».

Au-delà de l'Union européenne, plusieurs instruments internationaux ont été adoptés récemment dans le domaine de l'égalité des genres et de la prévention de la violence fondée sur le genre.

¹⁷ Directive du Parlement européen et du Conseil concernant l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée des parents et des aidants et abrogeant la directive 2010/18/UE du Conseil, 24 mai 2019

¹⁸ Dans le contexte de la présente directive, on entend par « congé d'aidant » : « *un congé du travail pour les travailleurs afin d'apporter des soins personnels ou une aide personnelle à un membre de la famille ou à une personne qui vit dans le même ménage que le travailleur et qui nécessite des soins ou une aide considérable pour raison médicale grave telle qu'elle est définie par chaque État membre* »

¹⁹ Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions 'Une Union de l'égalité : stratégie en faveur de l'égalité entre les hommes et les femmes 2020-2025', Mars 2020, COM(2020) 152 final

En mars 2019, le Comité des ministres du **Conseil de l'Europe** a adopté une **recommandation visant à mettre fin au sexisme**²⁰, qui souligne que le sexisme est une manifestation des « *rapports de force historiquement inégaux* » entre les femmes et les hommes, conduisant à la discrimination et empêchant la pleine émancipation des femmes dans la société. En plus de proposer une définition du sexisme convenue au niveau international, cette recommandation propose une liste complète de mesures et met en évidence certains des domaines dans lesquels le sexisme se manifeste, de la publicité et des médias au sport, en passant par l'emploi, le secteur de la justice et l'éducation. Elle demande aux États membres de suivre les progrès de la mise en œuvre de ses lignes directrices et d'informer la Commission de l'égalité entre les femmes et les hommes du Conseil de l'Europe des mesures prises et des progrès réalisés.

La **Convention sur la violence et le harcèlement**²¹ a été adoptée en juin 2019 par l'Organisation internationale du travail (OIT) et est désormais ouverte à la ratification des États membres de l'OIT. En vertu de cette convention, les États membres l'ayant ratifiée doivent se doter des moyens judiciaires appropriés pour interdire et sanctionner la violence et le harcèlement au travail. Cette Convention demande également aux États membres de prescrire aux employeurs d'adopter, après consultation des salariés et de leurs représentants, une politique traitant de toutes les formes de violence et de harcèlement et identifiant les secteurs, les professions et les formules de travail dans lesquels les travailleurs sont plus exposés à la violence.

²⁰ Recommandation CM/Rec(2019)1 du Comité des Ministres aux États membres sur la prévention et la lutte contre le sexisme, adoptée par le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe le 27 mars 2019

²¹ Convention de l'OIT sur la violence et le harcèlement, adoptée en juin 2019

2.3. Promouvoir la diversité

Comme indiqué ci-dessus, le principe d'égalité fait partie des fondements de l'Union européenne depuis ses débuts et il a été explicité pour la première fois dans le contexte de l'égalité des genres. Il a fallu attendre le traité d'Amsterdam de 1997 pour que l'UE se dote d'un pouvoir spécifique de lutte contre la discrimination fondée sur un large éventail de motifs : sexe, race ou origine ethnique, religion ou convictions, handicap, âge ou orientation sexuelle.

En 2000, deux directives du Conseil de l'UE ont été adoptées pour concrétiser ces principes.

La directive relative à l'égalité raciale²² exige des États membres qu'ils interdisent certaines formes de discrimination, à savoir la discrimination directe et indirecte, le harcèlement et les injonctions de pratiquer une discrimination fondée sur la race ou l'origine ethnique. Elle couvre un large éventail de domaines : l'accès à l'emploi, aux activités non salariées ou au travail ainsi qu'à la formation professionnelle, la protection sociale, y compris la sécurité sociale et les soins de santé, les avantages sociaux, l'éducation, l'accès aux biens et services et la fourniture de biens et services à la disposition du public, y compris en matière de logement.

La directive sur l'égalité de traitement en matière d'emploi²³ se limite à la protection en matière d'emploi et de travail ainsi que de formation professionnelle et interdit la discrimination directe et indirecte ainsi que le harcèlement et les injonctions de pratiquer une discrimination fondée sur la religion ou les convictions, l'âge, l'orientation sexuelle et le handicap.

Il n'existe pas de définition des **motifs de discrimination** au niveau européen. Des décisions de justice – nationales ou européennes – ont souvent dû clarifier les définitions de ces motifs. Les types de diversité ethnique et religieuse présentes dans les différentes sociétés européennes varient, en particulier, d'un pays à l'autre au sein de l'Union européenne.

Des exceptions au principe de non-discrimination existent et **des actions positives** sont autorisées dans certaines circonstances par les directives européennes, en tant que mesures nécessaires pour assurer « la pleine égalité dans la pratique ».

²² Directive 2000/43/CE du Conseil du 29 juin 2000 relative à la mise en œuvre du principe de l'égalité de traitement entre les personnes sans distinction de race ou d'origine ethnique

²³ Directive 2000/78/CE du Conseil du 27 novembre 2000 portant création d'un cadre général en faveur de l'égalité de traitement en matière d'emploi et de travail

En Finlande, par exemple, la loi sur la non-discrimination oblige toutes les autorités publiques ainsi que les organisations privées utilisant la puissance publique ou exécutant des tâches administratives publiques, les prestataires d'éducation et les employeurs qui emploient plus de 30 salariés à prendre des mesures pour favoriser l'égalité.

En Lituanie, le Code du travail, entré en vigueur en 2017, a introduit l'obligation, pour les entités publiques et privées qui emploient plus de 50 salariés, d'adopter des mesures pour promouvoir les politiques d'égalité sur le lieu de travail.

Le handicap est le motif pour lequel le plus de mesures d'actions positives sont déjà en place dans différents pays de l'UE²⁴.

²⁴ [A comparative analysis of non-discrimination law in Europe 2018](#), (en anglais), Réseau européen d'experts juridiques en matière d'égalité des sexes et de non-discrimination, Direction générale de la justice et des consommateurs, Commission européenne, novembre 2018



3. Égalité des genres dans le secteur audiovisuel européen : ce que nous savons

3.1. Initiatives sectorielles

Dans le contexte juridique décrit ci-dessus, les acteurs de l'audiovisuel ont différents types d'obligations légales – relatives à l'égalité des genres et à la diversité – selon leur statut (entité publique ou privée, employeur, partenaire social, etc.), leur taille, le pays où ils exercent leurs activités, etc.

Certains acteurs de l'audiovisuel peuvent également avoir des obligations supplémentaires liées à un mandat public, à une licence de diffusion ou parce qu'ils bénéficient de fonds publics. En outre, de plus en plus de recommandations et/ou de stratégies en matière d'égalité des sexes ont été adoptées dans le secteur ces dernières années. Voici une brève présentation de quelques documents et initiatives clés.

Le **Cadre d'actions sur l'égalité entre les femmes et les hommes**²⁵ a été adopté par les partenaires sociaux du Comité de dialogue social européen du secteur de l'audiovisuel, en octobre 2011.

Il reconnaît la complexité des causes des inégalités entre les hommes et les femmes sur le lieu de travail, enracinées dans les divisions hommes-femmes qui existent au sein des familles et de la société dans son ensemble, ainsi que la spécificité du produit audiovisuel et sa capacité à influencer et à changer la vie familiale et la culture.

²⁵ Cadre d'actions sur l'égalité entre les femmes et les hommes, Comité de dialogue social européen de l'audiovisuel, approuvé et adopté le 27 octobre 2011 par les organisations membres du Comité : Association des Télévisions Commerciales en Europe (ACT), Association Européenne des Radios (AER), Association Européenne de Production Audiovisuelle (CEPI), UNI Europa - média, spectacles & arts (EURO-MEI), Fédération Européenne des Journalistes (FEJ), Fédération Internationale des Acteurs (FIA), Fédération Internationale des Associations de Producteurs de Films (FIAPF), Fédération Internationale des Musiciens (FIM), Union Européenne de Radio-Télévision (UER)

Sur cette base, le Cadre d'actions formule des observations et des recommandations pour :

- *Améliorer la représentation des genres* : notamment par la sensibilisation, la formation et l'information en matière d'égalité, l'intégration d'une approche sensible à la dimension de genre dans la représentation des femmes et des hommes, l'adoption de plans, de chartes et de codes de conduite en matière d'égalité et d'indicateurs sensibles à la dimension de genre, etc.
- *S'attaquer aux rôles des hommes et des femmes sur le lieu de travail* : par exemple, par un travail sur les profils d'emploi et les processus de recrutement, de sélection et de promotion neutres sur le plan du genre ; par des partenariats avec l'enseignement pour accroître le nombre de femmes dans les professions où elles sont sous-représentées ; etc.
- *Réaliser l'égalité de rémunération* : par exemple, par le biais d'actions de sensibilisation des entreprises et des travailleurs à l'égalité de rémunération ; l'examen et l'adaptation éventuelle des politiques et procédures en matière de ressources humaines ; l'inclusion de clauses d'égalité de rémunération dans les négociations collectives ; etc.
- *Réaliser l'égalité dans la prise de décision* : par exemple, par l'organisation de formation tenant compte des questions de genre pour les recruteurs, les personnes chargées de prendre des décisions de promotion et les cadres hiérarchiques ; l'offre de possibilités de mentorat tenant compte de la dimension de genre pour le personnel n'occupant pas des fonctions dirigeantes ; etc.
- *Concilier vie professionnelle et vie privée* : par exemple, en sensibilisant pour encourager les hommes à partager équitablement les périodes de congé ; etc.

Un cadre d'actions est l'un des résultats formels du travail des comités de dialogue social européen. Il doit faire l'objet d'un suivi et les progrès réalisés dans sa mise en œuvre doivent être évalués régulièrement. Ce manuel de bonnes pratiques est le résultat d'un exercice de suivi lancé par les partenaires sociaux en 2018.

Au niveau du **Conseil de l'Europe** (CdE), le Comité des Ministres a adopté, en septembre 2017, une **Recommandation sur l'égalité entre les femmes et les hommes dans le secteur de l'audiovisuel**²⁶.

Cette recommandation invite les États membres du CdE à : (1) revoir leur législation et leurs politiques ; (2) assurer la collecte, le suivi et la publication de données ; (3) soutenir la recherche ; (4) encourager le développement de l'éducation aux médias ; et (5) améliorer les mécanismes de responsabilité. Elle fournit également des détails sur la manière de réaliser ces objectifs, ainsi que des méthodes de suivi et des indicateurs de performance pour aider tous les acteurs du secteur de l'audiovisuel à collecter des données ventilées par sexe et à prendre des mesures cohérentes sur la base de leurs conclusions. Elle encourage en outre les États membres du CdE à assurer le suivi des résultats sur une base quinquennale.

Eurimages, le fonds de soutien à la culture du Conseil de l'Europe, a également une **stratégie d'égalité entre les femmes et les hommes**²⁷ qui vise à répartir équitablement ses financements de coproduction entre les femmes et les hommes d'ici 2020. Eurimages recueille des informations sur le genre des personnes qui demandent une aide (tous les rôles sexués doivent être identifiés au cours de la procédure de candidature) et mène un certain nombre d'actions de sensibilisation sur le thème de l'égalité.

L'**Association des directeurs des agences nationales du film en Europe** (EFAD), qui regroupe 35 organismes publics de financement du cinéma et de l'audiovisuel de 34 pays, a créé, en 2017, un **groupe de travail sur l'égalité entre les femmes et les hommes**²⁸. Présidé par Anna Serner, PDG de l'Institut suédois du cinéma, ce groupe de travail a pour objectif de collecter et de partager des bonnes pratiques, d'assurer la liaison avec les institutions européennes et les autres parties prenantes et de contribuer aux discussions sectorielles sur l'égalité à l'échelle européenne.

²⁶ Recommandation CM/Rec(2017) du Comité des Ministres aux États membres sur l'égalité entre les femmes et les hommes dans le secteur de l'audiovisuel, adoptée par le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe le 27 septembre 2017

²⁷ Stratégie pour l'égalité entre les femmes et les hommes (2018-2020) : Viser le 50/50 d'ici 2020, Eurimages, Conseil de l'Europe

²⁸ Pour en savoir plus : <https://europeanfilmagencies.eu/members-partners/working-groups/gender>

Les agences nationales de financement du cinéma en Europe collectent et publient en effet de plus en plus d'informations sur la ventilation de leurs financements selon le genre. Plusieurs agences ont également mis en place des stratégies pour corriger les déséquilibres entre les hommes et les femmes dans le secteur et pour prévenir la violence et le harcèlement sexuel. Ces stratégies seront détaillées plus loin dans ce rapport.

Enfin, l'EPRA, la **Plate-forme européenne des instances de régulation**, a également travaillé sur les questions d'égalité entre les femmes et les hommes et de diversité au cours des dernières années. L'EPRA rassemble 53 autorités de régulation de l'audiovisuel de 47 pays. En 2018, ses membres ont décidé d'inclure dans le programme de travail de l'organisation un échange d'informations sur les moyens pratiques d'encourager une meilleure représentation de la société à l'écran et hors écran, y compris la perspective de la représentation des genres et des minorités sociales, culturelles et ethniques.

En septembre 2018, l'EPRA a publié un rapport²⁹ qui donne un aperçu des différents rôles et approches adoptés par les instances nationales de régulation de l'audiovisuel pour promouvoir une amélioration de la représentation et de l'image des genres à l'écran et hors écran. Si certains régulateurs ont des obligations et des pouvoirs légaux qui les obligent à atteindre un meilleur équilibre entre les femmes et les hommes à l'écran, le sujet de la représentation hors écran n'a pas eu jusqu'à présent le même niveau de reconnaissance. Le rapport recommande une collecte de données plus régulières et plus complètes et « *soulève également la question de savoir s'il est souhaitable d'accroître les compétences statutaires des instances de régulation pour leur permettre de jouer un rôle plus formel dans l'amélioration de la représentation des genres dans les organismes de radiodiffusion relevant de leur compétence, ainsi que dans les contenus disponibles pour les publics européens* ».

²⁹ Accroître la diversité dans le secteur audiovisuel - point focal sur la question du genre; avantages et meilleures pratiques (en anglais), Document de référence rédigé par Jessica Jones (Ofcom, UK), EPRA, septembre 2018

3.2. Données mondiales et européennes

Pour dresser l'état des lieux, identifier les enjeux et concevoir des interventions ciblées pour améliorer l'égalité entre les femmes et les hommes, la collecte de statistiques sur le genre est essentielle.

Dans le secteur audiovisuel, plusieurs initiatives ont été prises ces dernières années aux niveaux mondial et européen pour collecter des données ventilées selon le sexe et pour encourager les parties prenantes à agir en faveur d'une plus grande égalité entre les femmes et les hommes. Dans ce rapport, plusieurs bonnes pratiques soulignent l'importance de la collecte de données pour suivre les progrès, ainsi que les résultats positifs qui peuvent être obtenus lorsqu'une situation est parfaitement comprise et lorsqu'une action ciblée est mise en œuvre pour répondre à un contexte spécifique.

Toutefois, la collecte de données ventilées par sexe, au niveau européen, dans le secteur audiovisuel gagnerait à être améliorée. Dans la plupart des cas, elle se concentre sur certaines professions seulement et est irrégulière. Pourtant, à l'instar des statistiques mondiales ventilées par sexe présentées dans les chapitres précédents, les statistiques déjà disponibles font apparaître des déséquilibres importants qu'il faut corriger.

Dans les prochaines années, lorsque des collectes de données sur l'égalité et la diversité seront poursuivies, il sera crucial de s'assurer que ces collectes soient effectuées dans le respect total du cadre juridique protégeant les données personnelles.

DANS LE SECTEUR DES MÉDIAS/DE LA RADIODIFFUSION

Au niveau mondial, en 2015, 24% des personnes entendues, lues ou vues dans les journaux écrits, radio- ou télédiffusés étaient des femmes, exactement comme en 2010³⁰. Les femmes sont particulièrement sous-représentées dans ce qui est souvent considéré comme la catégorie « la plus prestigieuse » du journalisme : la politique.

Les femmes sont également sous-représentées dans les rôles décisionnels des industries européennes des médias.

En 2012, 16% des directeurs généraux (PDG) d'organisations des médias étaient des femmes. La même année, les femmes représentaient 25% des membres des conseils d'administration et la proportion de femmes à tous les postes de décision était de 30%³¹. En attendant des statistiques plus récentes pour le secteur commercial, on peut déjà affirmer que la proportion de femmes parmi les directeurs généraux des médias de service public dans les pays de l'UE est plus élevée et a doublé au cours des quatre dernières années, passant de 15% en 2015 à 31% en 2019³².

En 2014, Demos, un think tank britannique, a estimé que les femmes journalistes recevaient trois fois plus de commentaires injurieux sur Twitter que leurs homologues masculins, le journalisme étant la seule catégorie étudiée – après les célébrités, les hommes et femmes politiques et les musiciens – où les femmes recevaient plus d'insultes que les hommes³³.

En 2017, la Fédération internationale des journalistes a publié les résultats d'une enquête portant sur près de 400 femmes journalistes de 50 pays. Elle a révélé que 48% des personnes interrogées avaient subi des violences sexistes dans le cadre de leur travail et que 44% avaient été victimes d'abus en ligne³⁴.

³⁰ [Qui fait l'actualité - Projet mondial de monitoring des médias 2015](#), coordonné par l'Association mondiale pour la communication chrétienne, novembre 2015

³¹ [Bilan de la mise en œuvre du programme d'action de Pékin dans les États membres de l'Union européenne : Renforcer l'égalité entre les femmes et les hommes dans le processus décisionnel dans les médias \(en anglais\)](#), Institut européen pour l'égalité entre les hommes et les femmes : principaux résultats, Union européenne, 2013

³² [EBU's Media Intelligence Service - Gender Equality and PSM Report \(en anglais\)](#), mars 2019

³³ [Demos: Male celebrities receive more abuse on Twitter than women \(en anglais\)](#), 2014

³⁴ [Enquête 2017 sur la violence fondée sur le genre \(en anglais\)](#), Fédération internationale des journalistes

Une enquête menée en ligne en 2018 par l'International Women's Media Foundation a montré que près des deux tiers des femmes interrogées s'identifiant comme travailleuses des médias avaient été menacées ou harcelées en ligne au moins une fois³⁵.

DANS LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE

Dans le secteur de la production cinématographique et télévisuelle, des mesures importantes ont été prises ces dernières années pour collecter des statistiques européennes ventilées selon le sexe, le plus souvent sous l'impulsion d'associations qui se consacrent à la promotion de l'égalité des sexes.

Parallèlement, un nombre croissant d'organismes nationaux de financement du cinéma ont commencé à produire des rapports réguliers sur la répartition de leurs propres financements entre les femmes et les hommes. Ces statistiques ne concernent encore, dans la plupart des cas, qu'un nombre limité de postes, à savoir ceux de réalisateur/réalisatrice, de producteur/productrice et de scénariste.

Le Réseau européen des femmes dans l'audiovisuel (EWA) a constaté que, sur la période 2006-2013, la proportion de réalisatrices travaillant dans le secteur audiovisuel européen était inférieure à un quart (24%), alors que les femmes représentaient près de la moitié des réalisateurs diplômés par les écoles de cinéma (44%)³⁶. L'étude de l'EWA a également démontré que la plupart des financements pendant cette période sont allés à des hommes (84%) et que les réalisatrices ont surtout dirigé des productions à petit budget³⁷.

35 Attaques et harcèlement – L'impact sur les femmes journalistes et leur travail (en anglais), International Women's Media Foundation and Troll-Busters.com, 2018

36 Un tel écart entre le niveau d'éducation et le niveau d'emploi existe dans d'autres secteurs et a également été mis en évidence au niveau intersectoriel dans l'UE. En 2017, 45% de femmes ont obtenu un diplôme de l'enseignement supérieur contre 35% d'hommes, alors que les taux d'emploi restent favorables aux hommes (écart d'emploi de 11% en 2017). Source: Statistiques sur le genre, Eurostat

37 Where are the Women Directors? Report on gender equality for directors in the European film industry 2006-2013 (en anglais), European Women's Audiovisual Network, 2016

Une autre étude menée par le Lab Femmes de Cinéma met en évidence le pourcentage de films réalisés par des femmes sur la période 2012 à 2018 dans différents pays européens. La Suède est en tête avec 30,35%, suivie par les Pays-Bas (29,50%), la Norvège (28,66%), l'Autriche (26,15%) et la Finlande (25,91%).

Sur la même période, l'Italie (9,91%) et le Royaume-Uni (12,09%) sont parmi les pays européens qui présentent les taux les plus faibles de réalisatrices³⁸.

Enfin, il est important de noter qu'en 2019, le sous-programme MEDIA d'Europe Créative, financé par l'Union européenne, a commencé à mettre en œuvre action spécifique sur la question du genre, en étroite collaboration avec les acteurs de l'audiovisuel. Il a publié pour la première fois des données ventilées par sexe sur son soutien financier. Entre 2014 et 2018, 30% des candidats étaient des femmes, avec un taux de réussite de 52,12%. Plus de 50% des participants aux programmes de formation MEDIA étaient des femmes mais, en ce qui concerne la distribution des films non nationaux sélectionnés, en 2018, sur 19 films sélectionnés, seuls 2 étaient réalisés par des femmes³⁹.

³⁸ Étude dynamique sur la place des réalisatrices européennes, Actualisation 2019, Le Lab Femmes de Cinéma, novembre 2019

³⁹ Brochure « Media Creative Europe Supporting Gender Balance » (en anglais)

3.3. Données nationales

Des statistiques nationales sur la présence des femmes dans le secteur audiovisuel ne sont disponibles à ce jour que dans un nombre limité de pays européens. La collecte systématique et régulière de données est cependant de plus en plus associée au déploiement de stratégies promouvant l'égalité et des évolutions positives devraient devenir plus visibles dans les années à venir.

DANS LE SECTEUR DES MÉDIAS/DE LA RADIODIFFUSION

En Belgique francophone (Fédération Wallonie-Bruxelles), les femmes représentent 35% de la profession de journaliste. Au sein de la population active jeune, il y a une quasi-parité et ensuite, pour les plus de 30 ans, l'écart se creuse. Au-delà de 40 ans, la présence des femmes diminue fortement et, dans la tranche d'âge des plus de 55 ans, les femmes ne représentent que 20% de la profession. Les femmes ont un niveau d'éducation plus élevé que les hommes dans tous les groupes d'âge mais sont sous-représentées dans les fonctions hiérarchiques⁴⁰.

En France, une étude générale sur les industries culturelles et créatives (couvrant la radiodiffusion et le cinéma, mais aussi le spectacle vivant, les arts visuels, l'édition, la publicité et les jeux vidéo) publiée en 2018 a révélé une répartition plus équilibrée des fonctions culturelles entre les femmes et les hommes au cours de la dernière décennie : d'un peu plus de 30% de femmes en 1991, on est passé à 43% en 2015. La proportion de femmes actives dans ce secteur reste cependant inférieure à la moyenne générale de 48% dans la population active française. En ce qui concerne les postes de direction, seul un tiers des institutions culturelles financées par les pouvoirs publics sont dirigées par des femmes. Le secteur audiovisuel et les médias constituent toutefois des exceptions notables, puisque 80% des postes de direction dans les médias de service public sont occupés par des femmes⁴¹.

⁴⁰ [Être femme et journaliste en Belgique francophone](#), Laboratoire des pratiques et identités journalistiques (LaPIJ), ReSIC, Université libre de Bruxelles et Université de Mons, avec le soutien de l'Association des journalistes professionnels, décembre 2018

⁴¹ [L'économie mosaïque - 3e Panorama des Industries Culturelles et Créatives en France](#), Ernst & Young Advisory, novembre 2019

Dans la population des journalistes, parmi les 35 000 détenteurs de cartes de presse en France en 2018, 47% étaient des femmes. Les femmes ne comptent cependant que pour 38% des rédacteurs en chef, 22% des reporters-photographes et 26% des directeurs de publication, tout en étant sur-représentées dans les professions de secrétaire de rédaction (64%), de producteur ou de réalisateur (58%)⁴².

Au Royaume-Uni, l'OfCom (l'instance de régulation des services de communication) publie régulièrement des rapports sur les secteurs de la télévision et de la radio.

Dans le secteur de la télévision, les femmes représentaient 45% des travailleurs du secteur télévisuel au Royaume-Uni en 2018/2019, contre 47% en 2016 et un peu moins de 47% des femmes présentes sur le marché du travail national. Depuis 2017/2018, on constate toutefois une légère augmentation de la proportion de femmes occupant des postes de cadres supérieurs, de 41% à 42%⁴³.

Bien que le taux d'emploi de femmes à la radio soit légèrement supérieur au pourcentage de femmes présentes sur le marché du travail britannique (51% contre 47%), les femmes continuent d'être sous-représentées aux niveaux supérieurs, les hommes occupant toujours une plus grande part des postes de cadres supérieurs (63%) et moyens ou inférieurs (54%)⁴⁴.

⁴² [Observatoire de l'égalité entre femmes et hommes dans la culture et la communication 2019](#), Ministère de la Culture - Département des études, de la prospective et des statistiques, mars 2019

⁴³ [Diversity and equal opportunities in television - Monitoring report on the UK-based broadcasting industry](#) (en anglais), OfCom, septembre 2019

⁴⁴ [Diversity and equal opportunities in radio - Monitoring report on the UK radio industry](#) (en anglais), OfCom, juillet 2019

DANS LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE

En Allemagne, une étude sur le genre et le cinéma a été publiée pour la première fois en 2017 par l'Office fédéral allemand du film (FFA). Cette étude a montré que 42% des producteurs, 40% des scénaristes et 28% des réalisateurs de longs métrages sont des femmes, alors que la proportion de femmes dans les écoles de cinéma est en moyenne de 40%⁴⁵.

Une autre étude a souligné que dans les productions télévisuelles de fiction, la proportion de femmes au poste de réalisateur est de 14% et que 23% des scénaristes sont des femmes⁴⁶.

Une troisième étude commandée en partenariat par les diffuseurs de télévision publics et privés et les agences de financement de films, publiée à l'été 2017, a examiné la représentation des femmes et des hommes dans les productions cinématographiques et télévisuelles allemandes. Sur la base d'une analyse détaillée de plus de 3500 heures de programmes télévisés, elle a montré que les femmes sont clairement sous-représentées sur les écrans allemands.

À la télévision, il y a deux hommes pour une femme et un tiers des programmes grand public diffusés ne comportent aucune femme⁴⁷.

Au Royaume-Uni, Directors UK a publié en 2016 une étude qui a montré qu'entre 2005 et 2014, seulement 13,6% des réalisateurs de films en activité étaient des femmes et que, pendant cette période de 10 ans, le pourcentage de films britanniques réalisés par des femmes n'a augmenté que de 0,6%. L'étude a également montré qu'à mesure que les budgets augmentent, moins de réalisatrices sont embauchées (16,1% des films dont le budget est inférieur à 500 000 £ ont une réalisatrice, un chiffre qui tombe à 3,3% pour les films dont le budget est supérieur à 30 millions de £).

⁴⁵ GENDER UND FILM - Rahmenbedingungen und Ursachen der Geschlechterverteilung von Filmschaffenden in Schlüsselpositionen in Deutschland (en allemand), FFA, 2017

⁴⁶ Gender und Fernsehfilm - Eine Studie der Universität Rostock und des Fraunhofer-Instituts im Auftrag von ARD und ZDF (en allemand), 2017

⁴⁷ Audiovisuelle Diversität? Geschlechterdarstellungen in Film und Fernsehen in Deutschland (en allemand), Institut für Medienforschung, Philosophische Fakultät, Universität Rostock, juillet 2017

La même étude a souligné que dans les productions cinématographiques britanniques, seuls deux des neuf rôles créatifs clés avaient une représentation féminine supérieure à 50%. Par exemple, 25,7% des producteurs de films britanniques étaient des femmes, alors que les femmes représentaient 14,6% des scénaristes. Les départements des transports, du son et de la caméra comptaient moins de 10% de femmes dans leurs équipes. Seuls les services de casting, de maquillage et de costumes comptent une majorité de femmes dans leurs équipes. Selon cette étude, 30,9% des équipes de tournage travaillant sur des films réalisés par des femmes sont des femmes, contre 24,1% des équipes de tournage sur des films réalisés par des hommes. Au Royaume-Uni, les femmes représentent environ la moitié des étudiants en cinéma. Pour chaque spécialité, les femmes sont mieux représentées dans les formations diplômantes en cinéma que dans les équipes de tournage⁴⁸.

Depuis 2017, l'Institut du cinéma britannique (British Film Institute – BFI) a adopté un objectif de 50% d'hommes et de femmes pour les personnes qu'il finance et celles qu'il emploie. En ce qui concerne les réalisatrices, pour 2017/2018, 39% des productions financées par le BFI ont été réalisées par des femmes.

En télévision, une autre étude publiée par Directors UK en 2018 a révélé que 25% des épisodes diffusés sur la BBC, ITV, Channel 4 et Channel 5 pendant la période 2013-2016 ont été réalisés par des femmes. Au cours de cette période, le pourcentage de programmes réalisés par des femmes a diminué de 2,98%⁴⁹.

En Belgique francophone (Fédération Wallonie-Bruxelles), les productions audiovisuelles ayant bénéficié d'un financement public entre 2010 et 2015 comptaient 74,5% de réalisateurs masculins et 71% de scénaristes masculins, tandis que dans les écoles de cinéma, 45% des étudiants en réalisation étaient des hommes et 38% des étudiants scénaristes⁵⁰.

⁴⁸ Cut out of the Picture - Une étude sur l'inégalité des sexes parmi les réalisateurs de films dans l'industrie cinématographique britannique (en anglais), Directors UK, mai 2016

⁴⁹ Who is calling the Shots – Gender inequality among screen directors working in UK Television (en anglais), Directors UK, août 2018

⁵⁰ DERRIÈRE L'ÉCRAN : OÙ SONT LES FEMMES ? Les femmes dans l'industrie cinématographique en FWB 2010-2015, Engender et Elles tournent, 2016

En France, entre 2008 et 2017, 23,3% des longs métrages soutenus par le Centre National du Cinéma et de l'Image animée (CNC) ont été réalisés par des femmes (27% en 2017 contre 20,8% en 2018). Le budget de ces films est en moyenne 37,1% moins important que celui des films réalisés par des hommes. Les coûts moyens de distribution des films réalisés par des femmes sont 34,4% moins importants que ceux des films réalisés par des hommes.

Sur la période 2009-2016, l'analyse par métiers dans la production cinématographique fait apparaître des professions clairement plus « masculines » et d'autres plus « féminines ». Les métiers majoritairement occupés par des femmes sont ceux de « scripte/assistant·e scripte » (95,3% de femmes), de « costumier·ère/habilleur·se » (88,1%) et de « coiffeur·se/maquilleur·se » (74,4%). A l'inverse, la part de femmes dans les professions techniques est extrêmement faible (4,7% de femmes « machiniste », 5,3% de femmes « électriciennes / éclairagistes », 5,6% de femmes « rippeuses »).

Pour une très grande majorité des professions identifiées dans la production cinématographique, les salaires horaires moyens des femmes apparaissent inférieurs à ceux des hommes. Pour certaines catégories de métiers, les différences sont particulièrement marquées. Le salaire moyen d'une réalisatrice de long métrage est ainsi inférieur de 42,3% à celui d'un réalisateur. Cette différence salariale est aussi particulièrement marquée pour les métiers relatifs à l'administration de production, le salaire horaire moyen des femmes y étant de 38,9% inférieur à celui des hommes.

Les femmes représentent 42% des effectifs de la production audiovisuelle en France. Les professions sont, comme dans la production cinématographique, marquées comme étant essentiellement « féminines » ou « masculines », mais l'écart de rémunération global entre les femmes et les hommes est moins important que dans la production cinématographique. Certaines catégories professionnelles se distinguent cependant par de plus grandes inégalités de rémunération, comme la profession de réalisateur (-30,7% pour les femmes) ou l'administration de production (-15,7%)⁵¹.

⁵¹ [La place des femmes dans l'industrie cinématographique et audiovisuelle](#) – les études du CNC, Direction des études, des statistiques et de la prospective du CNC et le Service Pilotage & Statistiques d'Audiens, mars 2019



4. Réaliser l'égalité : des bonnes pratiques européennes

4.1. Concevoir des stratégies, fixer des objectifs, élaborer des indicateurs et suivre les progrès

Notre recherche a démontré qu'un impact à long terme et des changements structurels se produisent dans des organisations qui ont mis en œuvre des stratégies visant à l'égalité entre les femmes et les hommes de manière cohérente, soutenues par des ressources humaines et financières appropriées et avec l'appui inconditionnel de la direction.

Des stratégies d'égalité des sexes sans objectifs ou des objectifs d'égalité des sexes sans suivi sont le plus souvent inefficaces. Ils peuvent même se révéler contre-productifs si les efforts déployés pour leur élaboration sont considérés comme suffisants et comme la solution en eux-mêmes : « *Nous avons adopté un plan d'égalité des sexes, notre travail pour l'égalité est terminé.* »

a) Les labels « Égalité professionnelle » et « Diversité » en France

Le label 'Egalité professionnelle' a été créé en 2004 pour promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes sur les lieux de travail en France. En 2008, un second label voyait le jour, dédié cette fois à la 'diversité' dans le domaine de la gestion des ressources humaines et en relation avec les contractants, partenaires, clients et utilisateurs des organisations publiques et privées.

Décernés par AFNOR Certification⁵², un organisme indépendant, ces labels reconnaissent et promeuvent des bonnes pratiques professionnelles et de recrutement qui améliorent l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes et la diversité dans le monde du travail. Les organisations peuvent candidater pour l'un ou l'autre des labels ou, depuis 2015, pour les deux labels simultanément. Ils sont alors attribués au terme d'un processus d'évaluation unifié mais s'appuyant sur deux comités de labellisation distincts.

⁵² Pour plus d'informations sur l'AFNOR et les labels :

<https://certification.afnor.org/ressources-humaines/alliance-label-diversite-label-egalite-professionnelle>

Trois cents organisations publiques et privées ont reçu à ce jour l'un ou les deux labels : des radiodiffuseurs publics et privés – comme France Télévisions, Radio France ou TF1 – mais aussi de grandes entreprises d'autres secteurs économiques tels qu'Areva, PSA, Vinci, SFR, Veolia, Macif ou Axa France et, dans le secteur public, des ministères, des villes et d'autres autorités locales. La durée de validité d'un label est de quatre ans avec un suivi à 24 mois.

L'obtention d'un label est un exercice exigeant qui mobilise d'importantes ressources au sein d'une organisation. Pour obtenir et garder un label, une entreprise doit établir des indicateurs, collecter de l'information en interne auprès de ses différents départements et consolider régulièrement des rapports quantitatifs et qualitatifs.

Pour recevoir le label 'Egalité professionnelle', une organisation doit démontrer des actions et fournir de l'information dans les domaines suivants :

- état des lieux, diagnostic et analyse des risques ;
- définition et mise en œuvre de la politique égalité professionnelle (formalisation de l'engagement de la Direction ; responsabilités, autorités et instances dédiées ; accord et implication des partenaires sociaux ; élaboration des plans d'action ; mise à disposition des ressources nécessaires ; mise en œuvre et suivi des plans d'action par la Direction) ;
- cellule d'écoute ;
- communication interne, sensibilisation, formation ;
- prise en compte de la politique d'égalité professionnelle dans la gestion des ressources humaines et la gouvernance ;
- communication externe ;
- évaluation et axes d'amélioration de la politique.

TF1 a été le premier radiodiffuseur à obtenir le label 'Diversité' en 2010 suivi par Radio France, le premier radiodiffuseur public, en 2013. France Télévisions, après avoir signé son premier accord en faveur de l'égalité professionnelle des femmes et des hommes en 2007, a reçu le label 'Diversité' en 2014 et le label 'Egalité professionnelles' en 2018⁵³.

53 Pour en savoir plus :

www.francetelevisions.fr/groupe/nos-engagements/nos-engagements-societaux-169

b) Les actions du Groupe CANAL+ en France et d'ITV au Royaume-Uni

En mars 2019, le Groupe CANAL+ signait la charte de l'Association « Pour les femmes dans les médias »⁵⁴ et s'engageait ainsi, ouvertement, dans la promotion de la mixité et la lutte contre le harcèlement et les agissements sexistes.

Cette Charte⁵⁵, soutenue par le ministère de la Culture et la Secrétaire d'Etat chargée de l'égalité entre les femmes et les hommes et de la lutte contre les discriminations, a été signée en 2019 au global par 18 représentants de grandes entreprises de médias⁵⁶ (radios, télévisions, maisons de production et agences audiovisuelles) et par 58 organisations supplémentaires issues des médias mais aussi du monde de la musique en janvier 2020⁵⁷.

En signant cette charte, les entreprises s'engagent a minima à informer et à sensibiliser leurs collaborateurs au sujet du harcèlement sexuel, à mettre en place un dispositif d'écoute et à partager les bonnes pratiques avec les autres entreprises signataires.

Au sein du Groupe CANAL+, différentes actions ont été mises en place pour lutter contre le sexisme, les discriminations et le harcèlement :

- création d'une nouvelle procédure d'alerte contre le harcèlement;
- formation d'une centaine de managers et responsables des ressources humaines à réagir face aux situations de harcèlement et de sexisme ordinaire (avec pour objectif de toucher à terme l'ensemble des managers du groupe);
- mobilisation des talents de l'antenne au service de la cause au travers de vidéos de sensibilisation dédiées au sexisme ordinaire ;
- attribution d'une part importante de l'enveloppe dédiée aux augmentations annuelles de 2019 pour rattraper des inégalités salariales injustifiées, permettant de réduire l'écart de 2 points.

⁵⁴ Le site de l'Association « Pour les Femmes dans les médias » est consultable à l'adresse suivante : <http://www.pfdmedia.fr/>

⁵⁵ Le texte de la Charte est accessible en ligne : www.pfdmedia.fr/wp-content/uploads/2019/06/Charte-PFDM.pdf

⁵⁶ TV5 Monde, Mediawan, ARTE, France Télévisions, Havas Worldwide, Disney Channel EMEA & Disney TV France, Newen, Europe 1, OCS, Groupe TF1, Groupe Canal+, NRJ group, France Médias Monde, Groupe M6, Lagardère Active, INA, Radio France, NextRadioTV

⁵⁷ La liste des signataires de janvier 2020 peut être consultée sur la page suivante: www.culture.gouv.fr/Presse/Communiqués-de-presse/Signature-de-la-Charte-Pour-les-femmes-dans-les-medias-pour-la-deuxieme-annee-consecutive-au-ministere-de-la-Culture

Afin d'assurer une meilleure représentativité des femmes dans ses contenus et ses métiers, un autre thème essentiel de la Charte, le Groupe CANAL+ a mis en place, entre autres actions :

- une charte engageant les productions des Créations Originales pour l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, mais aussi la représentation des diversités sans stéréotype (en 2020 cette charte sera étendue à STUDIOCANAL, aux émissions et à la Canal Brand Factory) ;
- un programme intitulé talent Boost'Her dédié aux femmes du Groupe.

En 2019, le Groupe Canal+ a également œuvré pour une présence accrue des femmes devant et derrière la caméra avec, par exemple, 5 séries STUDIOCANAL réalisées par des femmes.

Sur la question de la diversité, le Groupe CANAL+ a défini 4 axes d'action, en complément de la mixité évoquée plus haut : santé (dont handicap), LGBT+, mixité générationnelle (moins de 30 ans, plus de 50 ans) et mixité des origines (sociales, culturelles, géographiques et/ou ethniques).

Chaque pilier se traduit en actions concrètes guidées par 3 stratégies d'action :

- exemplarité des process internes et RH et lutte contre les discriminations ;
- sensibilisation des managers et collaborateurs et visibilité des minorités / diversités ;
- impacts positifs sur l'écosystème (via les contenus produits ou en engageant les collaborateurs sur des initiatives externes).

ITV, le réseau britannique de télévision commerciale, a adopté des objectifs en matière d'égalité des sexes et de diversité⁵⁸.

D'ici 2022, ITV vise à atteindre :

- 30% de femmes dans son conseil d'administration, 50% de femmes dans son équipe de direction, 50% de femmes dans ses effectifs et 50% de femmes à l'écran ;
- 10% de représentants « noirs, asiatiques et issus de minorités ethniques » (BAME) dans son conseil d'administration, 15% de BAME parmi les cadres, 15% de BAME dans ses effectifs et 15% de BAME à l'écran ;
- 8% de cadres et 8% de travailleurs ayant un handicap déclaré, 15% de personnes souffrant de handicap à l'écran ;
- 6,5% de LGBT+⁵⁹ dans ses effectifs.

58 Pour en savoir plus sur les objectifs d'ITV (en anglais) : www.itvplc.com/socialpurpose/diverse-creativity

59 Lesbiennes, gays, bisexuels, transgenres/transsexuels plus (le « plus » inclut d'autres groupes, tels que les asexués, les intersexués, les altersexuels, les personnes en questionnement, etc.)

En plus du plan d'action et des outils adoptés en interne pour atteindre ces objectifs, ITV a rédigé des engagements à l'attention des sous-traitants⁶⁰, que les producteurs indépendants sont invités à respecter et dont ils doivent rendre compte lorsque des contrats leur sont attribués.

Ces engagements comprennent des déclarations sur les politiques et les lignes directrices en place concernant le respect de la loi britannique sur l'égalité de 2010 (*Equality Act*) et le respect du salaire de subsistance au Royaume-Uni et/ou à Londres.

ITV demande également à ses partenaires de s'engager à respecter un minimum de deux promesses par production concernant la diversité dans les équipes, à choisir dans la liste suivante :

- Employer une personne issue d'un groupe sous-représenté à un poste de premier rang (niveau producteur ou supérieur).
- Employer une équipe de production/de tournage représentative et inclusive.
- Offrir à une personne issue d'un groupe sous-représenté une possibilité d'évolution de carrière ou une opportunité d'accéder à un poste plus élevé.
- Employer au moins un stagiaire ou un apprenti appartenant à un groupe sous-représenté.
- Si les producteurs estiment que leur production améliore la diversité et l'inclusion d'une manière différente mais mesurable, ils peuvent également le déclarer (« *Nous ne voulons pas que vous vous limitiez à simplement cocher des cases* »).

En 2018, ITV a soutenu la création du projet Comedy 50:50⁶¹. Cette initiative vise à remédier à la sous-représentation des femmes dans le secteur des comédies. Ce projet propose une base de données de plus de 500 auteures et organise des événements réguliers sous la forme de conférences et de discussions d'experts, de mises en réseau ciblées et de réunions de présentation entre professionnels.

Comedy 50:50 a également lancé un programme de mentorat, en collaboration avec ScreenSkills, l'organisme sectoriel de développement des compétences pour les industries créatives du cinéma et de la télévision au Royaume-Uni.

⁶⁰ Pour en savoir plus sur les directives d'ITV à l'attention des sous-traitants (en anglais) :

www.itv.com/commissioning/guidelines/social-partnership

⁶¹ Pour en savoir plus sur l'initiative Comedy 50:50 (en anglais) : <https://comedy5050.com/>

En ligne avec cette initiative, les conditions de sous-traitance d'ITV pour les comédies stipulent que toutes les productions doivent désormais compter sur des équipes de scénaristes composées d'hommes et de femmes. Lorsqu'elle soumet un scénario, une production doit prouver qu'elle a tout mis en œuvre pour inclure des femmes dans l'équipe d'écriture⁶².

c) Les « plans d'égalité » espagnols

De 2004 à 2008, des progrès considérables ont été engrangés en matière de politiques d'égalité des sexes en Espagne. Des lois importantes ont été adoptées au cours de cette période, notamment sur la violence fondée sur le genre (loi 1/2004), sur l'égalité des sexes en matière d'emploi, de processus décisionnel politique et économique et d'intégration de la dimension de genre (loi 3/2007), et sur l'aide publique aux personnes dépendantes (loi 39/2006).

La loi sur l'égalité 3/2007 a prescrit l'adoption obligatoire de plans d'égalité dans le secteur public mais aussi dans les entreprises privées de plus de 250 salariés. Un pas en avant a été franchi en 2011 lorsqu'une résolution a réglementé les incitations économiques aux entreprises de moins de 250 salariés qui négocient et mettent en œuvre volontairement un plan d'égalité. En 2017, des modifications législatives ont étendu cette obligation à toutes les entreprises de plus de 50 salariés⁶³.

Les plans d'égalité doivent être négociés avec les représentants des travailleurs et comprendre différentes sections qui couvrent trois domaines clés : un état des lieux, un plan d'action et un système de suivi. Les plans pour l'égalité doivent également aborder des questions telles que le processus de recrutement et d'embauche, les conditions de travail et la prévention du harcèlement sexuel.

Media Pro, le groupe global de production, se prépare à l'élaboration et à l'adoption de plans d'égalité dans ses entreprises qui comptent plus de 50 salariés ; tous les plans sont élaborés sous la ligne directrice générale du plan de diversité du groupe, créé en 2019.

⁶² Pour en savoir plus (en anglais) : <https://www.itvplc.com/socialpurpose/news/2019/itv-comedy-to-only-com-mision-shows-with-gender-balanced-writings-teams>

⁶³ [Spanish Cabinet cracks down on gender discrimination in the workplace](#) (en espagnol), El País, 4 mars 2019

Sous la supervision de la directrice de l'égalité et de la diversité et en étroite collaboration avec le comité diversité du Groupe, qui comprend des membres du Conseil d'administration, ce plan couvre toute une série d'actions dans le domaine du recrutement, de la formation, de la promotion des femmes et de la réduction de l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes. Des responsables de la diversité sont également nommés dans les différents lieux de travail du groupe et des protocoles sont adoptés pour la prévention et la détection de la violence et du harcèlement.

En 2019, l'équipe Diversité & Égalité de Mediapro a publié son premier guide d'aide pour les collaboratrices de Mediapro victimes de violences liées au genre, leur fournissant une aide psychologique, juridique et économique pour faire face à leur situation. Mediapro a également réussi à réduire l'écart de rémunération de 1,83 point, se plaçant ainsi en dessous de la moyenne en nationale espagnole (son écart actuel est inférieur à 10%, contre 14,20% en Espagne). Au cours de l'année dernière, la présence des femmes au sein du Groupe a également été améliorée de près d'un point, avec actuellement 34% de présence féminine.

Le plan Égalité de la RTVE⁶⁴, le radiodiffuseur public espagnol, a été évalué en 2017 pour la période 2012-2016. Parmi les bonnes nouvelles figure l'augmentation du nombre de femmes dans l'équipe dirigeante (de 27,1% en 2017 à 37,28% en 2019), mais des progrès restent à accomplir dans des domaines clés tels que l'écart de rémunération entre les sexes ou la nécessité pour l'entreprise dans son ensemble de s'approprier les objectifs d'égalité.

Sur la base de cette évaluation, de nouvelles actions ont été lancées par la « Direction du bien-être, de l'égalité et de la diversité au travail » nouvellement créée, telles que des ateliers sur les préjugés inconscients et le leadership inclusif, la promotion des talents des femmes par le biais d'une plate-forme accélératrice et de sessions de formation spécifiques, l'utilisation d'un langage inclusif dans la communication interne, des enquêtes auprès du personnel sur la conciliation de la vie professionnelle et de la vie privée, et la publication d'un guide spécifique sur ce sujet.

64 Pour en savoir plus sur le plan d'égalité de la RTVE (en espagnol), voir : <http://www.rtve.es/rtve/20140522/plan-igualdad/942205.shtml>

En novembre 2017, dans le cadre des actions de suivi du « Pacte d'État contre la violence fondée sur le genre »⁶⁵, la RTVE a également mis en place un Observatoire de l'égalité entre les femmes et les hommes qui concentre ses activités sur la représentation des femmes à l'écran (télévision) et à l'antenne (radio).

d) Les objectifs d'égalité fixés par l'Institut suédois du cinéma

La promotion de l'égalité dans l'industrie cinématographique suédoise fait partie du mandat de l'Institut suédois du cinéma depuis 2000. Des objectifs clairs en matière d'égalité ont été introduits pour la première fois dans l'« Accord sur le cinéma » de 2006 : les fonds de production distribués par l'Institut du film doivent être répartis équitablement entre les hommes et les femmes occupant des postes clés (producteur, réalisateur et scénariste) ; au moins 40% des fonds doivent être distribués à des productions dans lesquelles des femmes occupent ces postes clés.

Dans les années qui ont suivi, les progrès ont cependant été trop lents et, en 2013, l'Institut a réaffirmé son ambition d'atteindre les objectifs fixés : il a menacé d'utiliser des quotas si les objectifs n'étaient pas atteints d'ici 2016.

L'Institut du film a également adopté un plan d'action sur l'égalité visant à contrer certains des arguments souvent utilisés pour lutter contre les actions positives en faveur de l'égalité des sexes :

- « *Il n'y a pas de femmes compétentes* » : l'Institut du film a créé le site web « *Nordic Women in Film* »⁶⁶ pour rendre plus visible le travail des femmes dans l'industrie cinématographique ;
- « *Les femmes cinéastes n'ont pas assez d'expérience* » : l'Institut du film a lancé un programme pour les réalisatrices visant à les sensibiliser aux structures de genre et à renforcer leurs réseaux ;
- « *Peu de femmes veulent être réalisatrices* » : l'Institut du film s'est associé aux écoles pour identifier les principaux défis qui ralentissent la carrière des femmes ;
- « *Compter diminue la qualité* » : l'Institut du film a mis en place des « indicateurs de qualité » (participation aux festivals, critiques, box office) qui ont démontré que la qualité des films soutenus après 2013 n'avait pas diminué ;
- « *Le secteur ne veut pas changer* » : l'Institut du film a lancé des recherches et des études pour comprendre les rapports de force dans le secteur.

⁶⁵ Ce Pacte (en espagnol) est disponible à l'adresse suivante : www.violenciagenero.igualdad.mpr.gob.es/pactoEstado/home.htm

⁶⁶ Le site web « *Nordic Women in Film* » peut être consulté sur la page (en anglais) : www.nordicwomeninfilm.com

Compter est devenu un élément central de la mise en œuvre de ce nouveau plan d'action. Celui-ci impose aux membres du personnel qui décident de l'attribution des subventions de suivre l'évolution des chiffres et de justifier leurs décisions de financement en fonction d'une nouvelle série de critères démontrant la « qualité » d'un projet (originalité, pertinence du sujet, savoir-faire).

En 2015, l'Institut du film avait atteint un équilibre dans la répartition de ses fonds entre les réalisateurs masculins et féminins⁶⁷.

En 2016, un nouveau plan d'action⁶⁸ était adopté avec des objectifs renouvelés, tels que l'augmentation du nombre de femmes à des postes clés dans les productions à gros budget et la collecte de statistiques de genre encore plus détaillées pour les projets soutenus par l'Institut.

En 2018, l'Institut du film a publié son deuxième rapport sur l'égalité des sexes intitulé « *Money Issue* »⁶⁹. Ce rapport a mis en évidence une baisse de la proportion de femmes réalisatrices et scénaristes dans les films soutenus en 2017 par rapport à 2016, baisse qui a soulevé plusieurs questions : Sur quelle période faut-il étudier les progrès ? Les reculs sont-ils contextuels ou témoignent-ils d'une résistance plus profonde ? Le rapport a également souligné l'écart budgétaire encore très important entre les projets selon qu'ils sont menés par des hommes ou par des femmes.

e) La stratégie d'égalité de l'ORF en Autriche

La loi fédérale régissant les services publics autrichiens de radiodiffusion (ORF) oblige l'ORF à promouvoir activement l'égalité dans ses équipes et la diversité à l'écran.

En 2011, l'ORF a enquêté sur la position des femmes dans son organisation et a constaté un déséquilibre généralisé entre les sexes. Alors que les femmes représentaient 42% de ses effectifs, elles étaient concentrées dans l'élaboration de programmes et fortement sous-représentées dans les postes techniques.

⁶⁷ [Looking back and moving forward - Gender Equality Report 2017](#) (en anglais), Swedish Film Institute

⁶⁸ [Goal 2020: Gender equality in film production, in front of and behind the camera](#) (en anglais), Swedish Film Institute, 2016

⁶⁹ [The Money Issue Gender Equality Report 2018](#) (en anglais), Swedish Film Institute

Dans les postes de cadres supérieurs, elles étaient très peu nombreuses : seulement 11% des postes de directeur de studio régional et 22% des postes de chef de département central étaient occupés par des femmes. Aucune femme ne siégeait au comité de direction. Les femmes comptaient pour deux tiers des salariés à temps partiel.

Pour remédier à cette situation, l'ORF a adopté, en 2012, un plan pour l'égalité des sexes⁷⁰. Ce plan visait à promouvoir l'égalité des sexes et la carrière des femmes, à abolir les discriminations existantes, à permettre aux femmes et aux hommes de concilier vie professionnelle et vie familiale, à atteindre une proportion de 45% de femmes dans les domaines où les femmes sont sous-représentées et à augmenter la part des femmes dans les professions techniques.

Depuis 2012, la mise en œuvre de ce plan est contrôlée chaque année. Des objectifs intermédiaires sont négociés tous les deux ans avec la direction. En 2018, 32% de femmes occupaient des postes de direction (24% des postes de cadres supérieurs), soit une augmentation d'environ 10% en 10 ans.

Dans les différents services de l'ORF, 6 responsables de l'égalité des chances ont été nommés. Leur temps de travail est consacré pour 30% à leur emploi habituel et pour 70% au portefeuille de l'égalité. Ils sont hiérarchiquement rattachés à la direction mais restent « physiquement » dans leurs services d'origine. Une Commission Égalité, composée de ces responsables ainsi que de représentants de la direction de l'ORF et de syndicats, pilote les travaux sur le thème de l'égalité des sexes. Cette Commission se réunit en moyenne tous les deux mois. La Commission Égalité entend également les cas de harcèlement sexuel présumé.

L'ORF organise des séminaires sur les « compétences de genre » pour tous les salariés occupant des postes de direction. Lors du recrutement pour des postes de haut niveau, et si le nombre de candidatures féminines reçues est insuffisant, la date limite peut être reportée de deux semaines et les candidates potentielles sont approchées et encouragées à postuler. L'ORF examine actuellement l'équilibre entre les sexes dans les productions externalisées et les moyens d'améliorer cet équilibre à l'avenir.

70 Pour télécharger le Plan pour l'égalité de l'ORF de 2012 (en anglais), voir la page : https://zukunft.orf.at/rte/upload/texte/2013/recht_grundlagen/en_gleichstellungsplan.pdf

4.2. Sensibiliser, former et engager les organisations et les personnes au changement

Pour que le secteur de l'audiovisuel contribue à un changement durable au sein de ses propres structures, mais aussi par les images qu'il montre et les histoires qu'il raconte, il est important de rendre visible et compréhensible la discrimination structurelle qui persiste encore entre les femmes et les hommes dans les familles, sur les lieux de travail et dans les sociétés.

a) La coalition néerlandaise « *Créer des images dans les médias* »

La coalition « *Beeldvorming in de Media* »⁷¹ (« Créer des images dans les médias ») a été lancée en 2017 par l'association WOMEN, le radiodiffuseur public NPO, RTL Nederland et VICE Benelux, avec le soutien du ministère néerlandais de l'Éducation, de la Culture et des Sciences.

L'objectif de cette coalition était de lutter contre les stéréotypes et de sensibiliser aux préjugés. La coalition vise les préjugés (non) conscients sur les femmes et les hommes, mais aussi sur l'âge, l'orientation sexuelle, l'appartenance ethnique et le statut socio-économique. Les partenaires de la coalition se sont employés à améliorer l'inclusion, tant au niveau des contenus qu'ils produisent qu'au niveau organisationnel.

Sur la base des observations et des recommandations formulées par l'étude « *Beperkt Zicht* »⁷² (Visibilité limitée) sur la représentation des hommes et des femmes dans les médias, les partenaires de la coalition ont lancé plusieurs actions pilotes poursuivant les mêmes objectifs mais adaptées à leurs structures internes et à leurs méthodes de travail.

Entre septembre 2017 et juin 2019, la coalition s'est réunie régulièrement pour discuter des progrès des actions pilotes et partager leurs expériences sur les succès et les défis. WOMEN Inc. a également organisé des réunions d'experts, ainsi que des événements de sensibilisation et des master classes pour les professionnels des médias.

⁷¹ Pour en savoir plus sur la coalition « *Beeldvorming in de Media* » (en néerlandais), voir la page : www.womeninc.nl/thema/beeldvorming-kennisbank/over-beeldvorming/coalitie-beeldvorming-in-de-media/

⁷² *Beperkt zicht – De rol van mediamakers in beeldvorming: Een stand van zaken* (en néerlandais), WOMEN Inc. 2017

b) La campagne « *Eyes Half Shut* » de BECTU au Royaume-Uni

En octobre 2017, BECTU, le syndicat britannique des médias et du divertissement, a publié un rapport intitulé « *Eyes Half Shut* » [Yeux mis-clos] sur les horaires longs et la productivité dans le secteur du cinéma et de la télévision⁷³.

Ce rapport, basé sur une enquête menée auprès de 476 professionnels de l'audiovisuel, a mis en évidence les conditions de travail difficiles dans ce secteur. Il a souligné la généralisation des heures supplémentaires et des horaires irréguliers, ainsi que leurs répercussions sur la vie familiale et sur la fatigue. Ce rapport a également démontré que les longues heures de travail et l'impact cumulé sur la vie personnelle et familiale dissuadaient beaucoup de professionnels, en particulier les femmes, de travailler dans le secteur, près de deux tiers des femmes interrogées déclarant qu'elles ne comptaient pas poursuivre à long terme leurs activités dans le secteur. Ce rapport a enfin souligné comment de longues heures de travail peuvent créer un environnement propice au harcèlement moral.

La campagne « *Eyes Half Shut* »⁷⁴ appelle toutes les parties prenantes du secteur britannique de l'audiovisuel à se réunir pour former une commission chargée de rendre le secteur moins tributaire de longs horaires de travail. Des actions ciblées ont également été lancées portant sur des aspects spécifiques de longs horaires de travail, notamment les risques pour la santé physique à court terme, les dommages causés aux familles, les dangers physiques liés à la conduite/au travail avec des équipements lourds, les questions de gestion – productivité, etc., l'égalité – en particulier les questions touchant les femmes, et le harcèlement moral résultant de longues heures de travail.

⁷³ *Eyes Half Shut – A Report on long hours and productivity in the UK film and TV industry* (en anglais), Paul Evans and Jonathan Green, BECTU

⁷⁴ Pour en savoir plus sur la campagne « *Eyes Half Shut* » de BECTU (en anglais) : <https://bectu.org.uk/get-involved/eyes-half-shut/>

c) Le plaidoyer en faveur de l'égalité dans les festivals de cinéma (Collectif 50/50)

En mai 2018, plusieurs actions demandant la parité dans le secteur du cinéma ont eu lieu pendant le festival de Cannes. Menées par le Collectif 50/50, ces actions visaient en priorité une représentation paritaire dans les conseils d'administration et les comités de sélection des festivals et des institutions publiques, ainsi que la collecte de statistiques pour accroître la sensibilisation à ces questions et quantifier les évolutions dans le temps.

Le 14 mai 2018, le Festival de Cannes a été le premier signataire de la charte pour la parité et la diversité dans les festivals de cinéma. Il s'est ainsi engagé à « *Genrer les statistiques habituelles et notamment quant au nombre de films soumis à sélection afin d'accompagner le mouvement avec des données certaines ; Rendre transparente la liste des membres des comités de sélection et programmeurs ; S'engager sur un calendrier de transformation des instances dirigeantes des Festivals pour parvenir à la parfaite parité dans le délai du mandat actuel de ces instances* ».

A ce jour, il y a 112 festivals signataires, dont 93 en Europe⁷⁵.

En septembre 2018 et en novembre 2019, le Collectif 50/50 a également organisé, en partenariat avec le Centre National du Cinéma et de l'Image animée (CNC) des Assises sur la parité, l'égalité et la diversité.

En 2018, le CNC annonçait des mesures d'égalité dans le domaine de la production cinématographique⁷⁶:

- L'expérimentation depuis le 1er janvier 2019 d'une prime de 15% pour les films dont les principaux postes respectent la parité ;
- La parité des présidences et des membres de l'ensemble des commissions du CNC ;
- L'inclusion de statistiques de genre (équipe technique et masse salariale) dans les dossiers d'agrément des films ;
- La parité des jurys des écoles de cinéma et des festivals qui reçoivent le soutien du CNC ;
- L'élaboration d'une « Charte de bonnes pratiques » pour les sociétés cinématographiques (portant sur l'accès aux responsabilités, les salaires et la lutte contre le harcèlement) ;

⁷⁵ Pour consulter la liste complète des signataires : <http://collectif5050.com/en/the-festivals>

⁷⁶ Le CNC s'engage pour la parité, l'égalité et la diversité femmes-hommes dans le cinéma français, 20 septembre 2018

- L'inclusion, dans le cadre de la renégociation des conventions CNC-régions, d'un volet dédié à l'égalité femmes-hommes ;
- Une plus grande représentation des femmes dans les sélections de films proposés pour les programmes d'éducation à l'image à destination des plus jeunes.

En octobre 2019, le CNC a déclaré que 29 films avaient bénéficié de la prime de 15%.

En novembre 2019, de nouvelles mesures étaient annoncées concernant, cette fois, principalement la lutte contre le harcèlement sexuel. À l'avenir, toutes les subventions du CNC *« seront conditionnées au respect, par l'entreprise qui en fait la demande, d'obligations précises en matière de prévention et de détection du harcèlement sexuel »*⁷⁷.

Des consultations avec les organisations professionnelles ont été lancées pour mettre en œuvre cette mesure. Des sessions de formation pour les employeurs des secteurs de la production audiovisuelle et cinématographique seront également organisées pour les accompagner dans la mise en œuvre d'actions visant à prévenir les comportements inappropriés dans les écoles de cinéma, sur les plateaux, dans les studios et pendant la promotion d'un film.

Simultanément, le Collectif 50/50 a lancé une nouvelle Charte pour l'inclusion dans le cinéma et l'audiovisuel⁷⁸. Cette charte engage les signataires *« au travers d'actions concrètes à tous les stades de la production cinématographique et audiovisuelle, à favoriser la diversité de la société française dans toutes ses différences, ses richesses, ses composantes culturelles, ethniques, géographiques et sociales, pour l'égalité des chances et la parité entre les hommes et les femmes »*.

Lorsqu'une production a mis en œuvre et respecté les principes de la charte, elle est autorisée à utiliser le logo du Collectif 50/50 dans son générique. Les signataires s'engagent à évaluer régulièrement les progrès et la mise en œuvre correcte de la charte.

⁷⁷ Le CNC renforce son engagement pour la parité, l'égalité et la diversité dans le cinéma et l'audiovisuel français, le 14 novembre 2019

⁷⁸ Charte pour l'inclusion dans le cinéma et l'audiovisuel, Collectif 50/50

Lors du Festival de Cannes 2019, la Commission européenne a lancé la première édition de la journée Women on the Move (Femmes en mouvement)⁷⁹. Destinée à réunir les institutions européennes et les acteurs publics et privés du secteur audiovisuel autour des questions d'égalité, cette action illustre l'engagement de la Commission à poursuivre, dans les années à venir, ses efforts pour promouvoir l'égalité dans le secteur cinématographique.

d) L' « Art de l'équilibre », une initiative du secteur culturel norvégien

« L'art de l'équilibre : Pour l'égalité et la diversité dans les arts »⁸⁰ est un partenariat norvégien regroupant plus de 80 organisations, compagnies, festivals et autres institutions artistiques et culturelles qui s'engagent à promouvoir l'égalité des genres et la diversité dans les arts.

Leur objectif est de partager les connaissances, les expériences et les idées sur la manière de faire progresser l'équilibre entre les hommes et les femmes ainsi que la diversité, notamment en luttant contre les inégalités structurelles, les stéréotypes et les préjugés.

La plate-forme a été créée en 2009, à l'initiative d'institutions clés du secteur musical norvégien. Elle recueille des statistiques, sensibilise et élabore des outils, tels que des lignes directrices pour prévenir le harcèlement sexuel ou un numéro d'appel lancé en janvier 2018 pour les personnes qui ont été victimes ou témoins de harcèlement sexuel dans le secteur culturel. La plateforme a également reçu un financement du ministère de la Culture pour élaborer des conseils et des formations pour des organisations « sûres et inclusives » dans le secteur culturel.

79 Pour en savoir plus sur la journée « Femmes en mouvement » (en anglais) : <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/european-commission-launches-first-women-move-day>

80 Pour en savoir plus sur « L'art de l'équilibre » (en anglais) : <https://balansekunstprosjektet.no/about-balansekunst>

4.3. Financement public et service public : appuyer le changement

Le conditionnement des fonds publics pour parvenir à un meilleur équilibre entre hommes et femmes peut être un outil puissant et vertueux. Il peut encourager le secteur audiovisuel à transformer certains de ses schémas traditionnels qui peuvent conduire à des déséquilibres.

a) Les mesures pour l'égalité des agences de financement

Les agences nationales et régionales du cinéma sont des acteurs importants du secteur audiovisuel européen. Beaucoup ont pris des mesures pour promouvoir une répartition plus équitable de leurs fonds entre les femmes et les hommes :

- La parité dans les comités de sélection (Allemagne, Autriche, Espagne, France, Suède, etc.) et, parfois, l'organisation, pour les membres des comités, de formations sur les questions d'égalité et sur les préjugés inconscients (Autriche, Danemark, Suède, etc.) ;
- La collecte et la publication de statistiques ventilées selon les sexes sur les projets soutenus (dans au moins 13 pays) ;
- L'utilisation du genre comme critère d'évaluation des financements (Espagne, Italie, Royaume-Uni) ;
- Des primes dans les aides automatiques à la production (Autriche, France, Irlande)⁸¹.

Certaines agences ont également créé des programmes spécifiques, tels que le Fonds de co-développement pour les femmes cinéastes, géré conjointement par Fis Éireann/Screen Ireland et Film Fund Luxembourg⁸².

En plus des mesures prises en France et en Suède, déjà mentionnées ci-dessus, voici quelques exemples supplémentaires d'actions mises en place par des organismes de financement de films à travers l'Europe.

⁸¹ [Annuaire 2018/2019 - Principales tendances](#) (en anglais), Observatoire européen de l'audiovisuel

⁸² [L'Irlande et le Luxembourg lancent un nouveau fonds de développement axé sur les femmes](#) (en anglais), le 18 mai 2019

Au Danemark, l'Institut du film⁸³ travaille depuis 2016 avec des organisations du secteur pour améliorer l'égalité dans le cinéma danois. Entre autres actions, une étude a été lancée pour comprendre pourquoi moins de femmes que d'hommes ont la possibilité de réaliser un premier long métrage après l'obtention de leur diplôme de l'École nationale de cinéma.

Un formulaire d'auto-évaluation volontaire a aussi été conçu pour que les sociétés de production indiquent la composition genrée des équipes dans les productions terminées.

Plusieurs initiatives ont également été lancées pour sensibiliser aux stéréotypes de genre dans les films et séries télévisées. Par exemple, la Guilde des dramaturges et scénaristes danois (*Danske Dramatikere*) a rédigé *ManusFestet*⁸⁴, un guide satirique qui met en évidence 40 clichés de genres courants dans les productions audiovisuelles danoises.

L'Institut du film travaille promeut également l'égalité dans ses structures internes, notamment en formant ses employés chargés de l'attribution des fonds à reconnaître et comprendre les préjugés inconscients.

Au Royaume-Uni, le British Film Institute (BFI) a déclaré : « *Nous cherchons à refléter la société dans les films que nous finançons, les programmes que nous soutenons, le public qui les regarde, et les cinéastes, acteurs et équipes qui les réalisent* ».

Les objectifs de diversité du BFI⁸⁵ concernent le genre, le handicap, la race, l'âge et l'orientation sexuelle. Ils cherchent également à assurer une meilleure représentation des personnes issues de groupes socio-économiques défavorisés.

Ces objectifs ont été conçus comme un outil interne mais aussi comme une ressource pour l'industrie cinématographique. D'autres organisations sont invitées à les adopter, comme l'ont déjà fait BAFTA, Film4 et BBC Films. Paramount a été le premier studio à adopter les objectifs de diversité du BFI.

⁸³ Pour en savoir plus, visitez le site de l'Institut danois du film (en anglais) : www.dfi.dk/en/english/about-dfi/enhanced-diversity-efforts

⁸⁴ ManuFestet (en anglais) : https://www.dramatiker.dk/wp-content/uploads/pdf/manusfest_plakat_uk.pdf

⁸⁵ Pour en savoir plus sur les normes de diversité du BFI, voir la page : www.bfi.org.uk/supporting-uk-film/diversity-inclusion/bfi-diversity-standards

Ces objectifs peuvent être utilisés pour tous types de productions audiovisuelles. Elles sont une exigence contractuelle pour tous les financements du BFI, y compris pour les fictions et les documentaires financés par l'intermédiaire des partenaires du BFI.

Pour atteindre ces objectifs, les projets – à quelques exceptions près liées aux types et aux tailles des productions – doivent répondre aux critères dans au moins deux des quatre domaines suivants : A) représentation à l'écran, thèmes et récits ; B) direction créative et équipe de projet ; C) accès au secteur et opportunités et D) développement des publics.

En mettant les productions au défi de répondre à ces critères, les objectifs de diversité du BFI visent à encourager des changements de comportement et à inspirer les projets à développer des pratiques plus inclusives, en matière tant de contenus que de recrutements.

En ce qui concerne la sélection des personnes qu'il emploie, le BFI s'est également fixé, depuis 2017, des objectifs basés sur le genre (50%), l'origine ethnique, les personnes en situation de handicap, ainsi que les personnes qui s'identifient comme LGBTQ+.

Pour la période 2017/2018, 39% des productions financées par le BFI avaient été réalisées par des femmes.

Les accords de financement du BFI contiennent également des clauses contractuelles visant à prévenir l'intimidation et le harcèlement⁸⁶. Ces clauses sont largement reconnues dans le secteur. Plus de 40 organisations, dont les principaux syndicats de travailleurs, y ont adhéré.

En Autriche, l'Institut du film a publié en mai 2018, en partenariat avec la Division des arts et de la culture de la Chancellerie fédérale et l'Université de Vienne, un rapport sur le genre dans le cinéma autrichien sur la période 2012-2016⁸⁷. Ce rapport révèle les mêmes niveaux de déséquilibre que dans la plupart des autres pays européens : entre 2012 et 2016, en Autriche, les femmes ont occupé 34% de tous les postes examinés, mais n'ont reçu que 29% des fonds.

⁸⁶ Pour en savoir plus sur l'« Ensemble de principes et d'orientations » pour lutter contre l'intimidation et le harcèlement, voir le site : www.bfi.org.uk/about-bfi/policy-strategy/set-principles-screen-industry

⁸⁷ *Austrian Film Gender Report 2012-2016 – Key results*, Université de Vienne (Département de sociologie), à la demande de l'Institut autrichien du film et de la Chancellerie fédérale autrichienne (Division II : Arts et culture), mai 2018 (version anglaise : septembre 2019)

L'Institut autrichien du film travaille sur le thème de l'égalité des sexes depuis plusieurs années déjà. Il dispose d'un site web dédié⁸⁸ et produit chaque année depuis 2011 des statistiques sur le nombre de femmes et d'hommes (réalisation, scénario) qui reçoivent un financement public. Les statistiques sont plus détaillées depuis 2013 et, cette même année, le comité de sélection de l'Institut a reçu, pour la première fois, une formation sur l'égalité des sexes.

En 2015, l'Institut a lancé ProPro, un programme de soutien aux productrices. Ce projet vise à la mise en place de réseaux durables, à l'acquisition de compétences en leadership, à un accès facilité aux financements, etc. L'Institut autrichien du film soutient également *IF SHE CAN BE IT, SHE CAN SEE IT*, un concours de scénario récompensant les projets qui s'attaquent aux stéréotypes de genre.

Depuis 2016, l'Institut soumet les scénarios demandant un soutien financier au test de Bechdel. En 2017, la prime fondée sur le genre est devenue effective : 30 000 euros supplémentaires sont accordés à la prochaine demande de financement si un projet inclut des femmes à certains postes clés. Lors de la demande de financement, les projets doivent indiquer clairement le nombre et la place des femmes dans leurs équipes.

Les lignes directrices sur l'égalité des chances des régimes de soutien fédéraux autrichiens gérés par l'Institut du film ont été récemment amendées, avec le soutien et l'expertise de représentantes du secteur. Ces lignes directrices s'appuient désormais sur un modèle souple, transparent et inclusif, assorti d'une évaluation continue pour atteindre progressivement et à termes une répartition 50/50 des subventions. Ces mesures sont accompagnées d'une série d'outils permettant d'adapter et d'orienter les effets de cet amendement.

Sous le patronage de l'Institut du film et du Fonds cinématographique de Vienne, une initiative a également été lancée pour l'élaboration d'« avenants d'inclusion » (*inclusion riders*) dans les contrats⁸⁹. De nombreuses sociétés de production autrichiennes s'y sont déjà engagées.

⁸⁸ Le site web de l'Institut autrichien du film consacré à l'égalité des sexes est accessible à l'adresse suivante : <https://equality.filminstitut.at/en/>

⁸⁹ Pour en savoir plus sur l'initiative autrichienne visant à élaborer des « avenants d'inclusion » (en allemand) : <http://filmfatal.at/>

Enfin, le ministère fédéral des Affaires numériques et économiques a financé et parrainé un concours intitulé « *Heldinnen in Serie* » (Héroïnes de séries)⁹⁰ pour donner, dans les séries, une meilleure visibilité aux femmes actives dans les sciences, la technologie et les affaires (6 x 20 000 euros de subventions et un programme de mentorat).

En Irlande, Fís Éireann/Screen Ireland a adopté, en décembre 2015, un « Plan en six points sur l'égalité des sexes ».

Ce plan prévoit :

- (1) la collecte, la publication et le suivi des statistiques sur l'égalité ;
- (2) des initiatives d'éducation et de formation élaborées en partenariat avec le secteur et mettant en évidence les préjugés inconscients dans la prise de décision dans les industries créatives ;
- (3) des actions de renforcement des compétences et des capacités pour les décideurs des industries créatives en ce qui concerne les questions de diversité et d'égalité ;
- (4) des initiatives de formation et de mentorat mises en œuvre par *Screen Skills Ireland* ;
- (5) des initiatives en matière d'éducation dans les écoles et dans l'enseignement supérieur et
- (6) des partenariats avec d'autres organisations telles que les radiodiffuseurs de service public RTÉ et TG4 et le *Sound and Vision Scheme* de la *Broadcasting Authority of Ireland* (BAI – Instance de régulation de l'audiovisuel en Irlande) pour promouvoir l'égalité des sexes et la diversité dans les contenus cinématographiques et télévisuels recevant des financements publics.

Comme le nombre des demandes de financement portées par des femmes est resté relativement faible dans les années qui ont suivi l'adoption de ce plan, Screen Ireland a lancé plusieurs initiatives spécifiques, tels qu'un programme de financement et de formation destiné exclusivement aux talents féminins et un financement accru pour les longs métrages initiés et réalisés par des femmes⁹¹.

90 Pour en savoir plus (en allemand) :
<https://www.filmstandort-austria.at/>

91 Pour en savoir plus sur la politique de genre et de diversité de Fís Éireann/Screen Ireland (en anglais) :
www.screenireland.ie/about/gender

b) Les pratiques exemplaires de radiodiffuseurs publics

Les organisations de médias de service public (MSP) sont d'autres acteurs clés du paysage audiovisuel européen. Elles travaillent les questions d'égalité à l'écran et hors écran depuis plusieurs années déjà, en réponse à des obligations énoncées dans leurs mandats publics, par des instances de réglementation ou en lien avec leur éthique générale de service public.

Une étude publiée par l'Union européenne de radio-télévision (UER) en mars 2019 a mis en lumière le fait que, au sein des MSP européens, 40% des directeurs et 24% des directeurs généraux sont des femmes. Même si 76% des postes sont toujours occupés par des hommes, le nombre de femmes aux postes de directeur général a doublé au cours des quatre dernières années et est quatre fois supérieur à la moyenne de toutes les sociétés cotées en bourse⁹².

Comme déjà mentionné plus haut, de nombreuses organisations de MSP en Europe, notamment en France ou en Autriche, disposent de plans d'égalité faisant l'objet de mises à jour et d'un suivi régulier et qui abordent des sujets tels que l'égalité des chances, la représentation des femmes aux postes de direction, l'égalité de rémunération, l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée ou la protection contre le harcèlement sexuel et la discrimination.

Dans les pays nordiques, la plupart des radiodiffuseurs publics ont atteint la parité, tant au niveau global de leurs effectifs qu'au sein de leurs organes de direction. En Suède, SVT compte désormais 56% de femmes cadres, tandis que NRK (Norvège), SR (Suède) et YLE (Finlande) ont tous dépassé la barre des 50%⁹³.

France Télévisions a adopté des lignes directrices strictes pour ses processus de recrutement, avec des objectifs visant à atteindre l'équilibre sur tous les postes d'emploi : à compétences et qualifications égales, priorité est donnée au sexe sous-représenté ; une présélection systématique d'au moins un candidat de l'autre sexe est opérée sur chaque recrutement et il y a un report automatique de l'embauche s'il n'y a pas de candidature répondant à ce dernier critère.

⁹² [Gender equality and PSM](#), (en anglais), Media Intelligence Service, EBU, mars 2019

⁹³ [L'équilibre pour le meilleur](#), site de l'UER

Dans certains pays européens, les radiodiffuseurs tiennent de plus en plus compte de l'égalité et de la diversité dans leurs productions externalisées également. Au Royaume-Uni, le projet *Diamond* recueille des données concernant la diversité des productions externalisées d'un large partenariat de diffuseurs publics et privés (BBC, ITV, Channel 4, Channel 5/Viacom et Sky)⁹⁴.

Ce projet est mis en œuvre par le *Creative Diversity Network*, qui réunit des producteurs indépendants, représentés par *Pact*, ainsi que tous les diffuseurs publics et privés du Royaume-Uni. Deux rapports du projet *Diamond* ont déjà été publiés depuis le lancement de l'initiative et une mise à jour des données est disponible depuis juin 2019.

À la BBC, la stratégie de diversité et d'inclusion 2016-2020⁹⁵ a fixé des objectifs de représentation à l'antenne pour les personnes handicapées, les femmes, les minorités ethniques et les LGBT, ainsi que des objectifs en matière d'effectifs.

Pour les productions externalisées, le code de pratique de sous-traitance de la BBC en matière de diversité⁹⁶ définit les étapes que la BBC suit lorsqu'elle commande des contenus. Les lignes directrices de sous-traitance en matière de diversité⁹⁷ donnent des instructions aux producteurs indépendants qui produisent des contenus pour la BBC.

La BBC a également amélioré ses politiques de flexibilité du temps de travail. Par exemple, elle propose une formation sur la flexibilité du temps de travail aux chefs d'équipe et a lancé un registre de partage d'emploi pour permettre aux personnes de trouver un partenaire avec qui postuler conjointement à un poste vacant.

⁹⁴ Pour en savoir plus sur le projet *Diamond* (en anglais) : <https://creativediversitynetwork.com/diamond/>

⁹⁵ *Diversity and Inclusion Strategy 2016-2020* (en anglais), BBC

⁹⁶ *Diversity Code of Practice* (en anglais), BBC, 2018

⁹⁷ *BBC Content Diversity and Inclusion Commissioning - Guidelines Script to screen: Changing the face of TV together* (en anglais)

Le radiodiffuseur public irlandais, RTÉ, a publié une nouvelle stratégie sur la diversité et l'inclusion en 2019⁹⁸. Il s'agit d'un plan sur dix ans. La RTÉ affirme : « *RTÉ est déterminée à créer des contenus pertinents qui reflètent la diversité d'une nation en constante évolution et qui explorent les différentes expériences et réalités du peuple irlandais. Pour ce faire, nous veillerons à ce que le sexe, l'âge, l'expérience sociale, l'orientation sexuelle, la race et l'origine ethnique, le handicap, l'état civil et familial, les croyances religieuses et l'appartenance à la communauté des gens du voyage soient représentés de manière juste et authentique dans nos contenus et nos services. Nous reconnaissons que les médias ont un rôle puissant* ».

Cette stratégie couvre 4 domaines : (1) représenter et refléter la voix et la diversité de l'Irlande ; (2) engager et former les équipes ; (3) intégrer pleinement la diversité et l'inclusion dans les politiques et les pratiques sur le lieu de travail ; (4) agir en tant que chef de file en matière de diversité et d'inclusion et promouvoir des stratégies pour lutter contre les inégalités dans les industries créatives et le secteur des médias. Sous chaque rubrique, des actions sont proposées avec des délais de réalisation et des chefs de file désignés.

Pour soutenir le développement de l'action de ses membres et le partage de bonnes pratiques, l'Union européenne de radio-télévision (UER), sous le parrainage de son président Tony Hall (directeur général de la BBC), a mis en place, en mars 2019, un groupe de pilotage sur l'égalité des sexes. En décembre 2019, informée par les travaux du groupe, l'UER a publié « Toutes choses étant égales : Des lignes directrices sur l'égalité hommes-femmes inspirées des pratiques des médias de service public »⁹⁹.

Le rapport formule des recommandations pour la conception et la mise en œuvre de stratégies d'égalité des sexes dans les organisations des médias : « *se baser sur les données relatives au lieu de travail et sur les rétro-informations du personnel pour diagnostiquer les problèmes ; appliquer une politique efficace sur le lieu de travail pour soutenir l'égalité des chances et améliorer la culture du lieu de travail par la flexibilité, le leadership et les comportements pour retenir les talents* ».

Ces recommandations sont articulées dans une feuille de route réaliste s'appuyant sur des exemples concrets d'actions initiées par les radiodiffuseurs publics à travers l'Europe et présentant des études de cas.

⁹⁸ [Diversity and Inclusion Strategy](#) (en anglais), RTÉ, 2019

⁹⁹ [Toutes choses étant égales : Des lignes directrices sur l'égalité hommes-femmes inspirées des pratiques des médias de service public](#), Union européenne de radio-télévision, décembre 2019

4.4. Lutte contre le harcèlement sexuel

En 2017, #metoo a bouleversé le secteur audiovisuel et le monde, en mettant une fois de plus en lumière les inégalités et les rapports de force déséquilibrés entre les hommes et les femmes dans nos sociétés et sur nos lieux de travail. Ce mouvement a conduit au lancement de nouvelles initiatives et de nouveaux partenariats dans le secteur audiovisuel européen.

a) La campagne « *Safe Spaces* » d'Equity au Royaume-Uni

En 2017, Equity, le syndicat britannique représentant les artistes-interprètes et les praticiens de la création, a formé un groupe de travail « *pour déterminer comment résoudre la crise du harcèlement sexuel dans le secteur* ». Le groupe a rédigé l'Agenda pour le changement¹⁰⁰ (en anglais), un document qui explique comment tous les acteurs du secteur doivent travailler ensemble pour créer un « changement de culture ». La campagne « *Safe Spaces* » est l'un des résultats de ce rapport¹⁰¹.

La campagne « *Safe Spaces* » vise à donner aux membres d'Equity la confiance nécessaire pour protester contre des comportements inappropriés et signaler de tels comportements. Pour signaler des incidents ou des préoccupations, les membres du syndicat peuvent appeler la ligne d'assistance téléphonique sur le harcèlement mise en place par Equity. Des affiches avec le numéro de téléphone de la ligne d'assistance ont été placées sur les lieux de travail, y compris dans les salles de répétition et de casting. Equity a également rédigé une déclaration qu'un acteur ou un membre de l'équipe peut lire à haute voix au début de la période de répétition d'une production. Ce faisant, une entreprise démontre son engagement à créer des espaces sûrs « *exempts d'intimidations et de harcèlement* ».

¹⁰⁰ Agenda for Change report (en anglais), Equity, 2017

¹⁰¹ Pour en savoir plus sur la campagne « *Safe Spaces* » (en anglais) :
<https://www.equity.org.uk/getting-involved/campaigns/safe-spaces/>

En janvier 2020, la Fédération Internationale des Acteurs (FIA) a publié un manuel pour offrir ressources et inspirations et partager des bonnes pratiques parmi les syndicats d'artistes-interprètes à travers le monde¹⁰². Cette publication présente les mesures qu'un syndicat peut prendre pour lutter contre le harcèlement sexuel et pour « *garantir des lieux de travail exempts de toute forme de discrimination, de harcèlement ou de représailles* ».

Les différentes étapes décrites dans ce manuel – des études et enquêtes à l'élaboration de codes de conduite, en passant par le lancement de campagnes et la mise en place de lignes d'assistance, de programmes de formation ou le développement de « politiques d'intimité » – sont illustrées par des exemples concrets provenant de syndicats du monde entier.

b) Des programmes d'éducation en Suède

Depuis 2018, l'Institut suédois du film organise un programme d'éducation sur la prévention de la violence et du harcèlement. *Teaterförbundet*, le syndicat suédois des arts du spectacle et du cinéma, a été invité à diriger l'une des sessions de ce programme.

Depuis 2018, l'association suédoise des producteurs de films et de télévision offre également des programmes de formation continue pour ses membres, actifs dans les domaines de la fiction télévisuelle, de la publicité et des longs métrages, et continuera à le faire en 2020.

Au sein de la chaîne publique suédoise SVT, la formation contre le harcèlement sexuel est devenue obligatoire pour tous les cadres et les nouveaux employés en 2018. SVT proposait déjà ce type de formation aux cadres et au personnel avant 2018, mais elle l'a rendu obligatoire dans le sillage de #metoo.

¹⁰² Lutte contre le harcèlement sexuel : Ressources, inspirations et pratiques recommandées parmi les syndicats d'artistes-interprètes, Fédération internationale des acteurs, janvier 2020

c) THEMIS, une plate-forme sectorielle en Allemagne

Lancé en 2018, par un groupement d'organisations sectorielles, le Themis trust¹⁰³ conseille et aide les personnes touchées par le harcèlement et la violence sexuels dans les secteurs du cinéma, de la télévision et du spectacle vivant. Adapté aux spécificités du secteur (projets la plupart du temps à durée limitée et sans structure d'emploi fixe), il offre un point de contact indépendant et une connaissance approfondie du secteur. Themis reçoit un soutien financier du Commissaire du gouvernement fédéral pour la Culture et les Médias.

Au cours de sa première année d'existence, Themis a fourni des conseils juridiques et psychologiques à des personnes touchées par toute une série d'actions, allant du harcèlement verbal aux crimes les plus graves comme le viol. Themis a également aidé les entreprises qui recherchent des informations sur le traitement des plaintes ou les mesures préventives.

Une initiative sectorielle similaire, appelée Mores¹⁰⁴, a été lancée en mai 2018 aux Pays-Bas. Il s'agit du « *bureau central et collectif de divulgation des comportements indésirables dans les secteurs des arts du spectacle, du cinéma et de la télévision* ». Le bureau et les conseillers qui y travaillent sont indépendants.

La 'Film and Performing Arts Initiative'¹⁰⁵ remplit des missions similaires au Danemark. Elle est née dans le sillage de #metoo, sous l'impulsion d'un large groupe de parties prenantes du secteur, dont des syndicats de travailleurs, des employeurs et des écoles. Elle a créé une ligne d'assistance téléphonique ainsi qu'un « code éthique » et des lignes directrices pour le secteur.

En avril 2018, au Royaume-Uni, une ligne téléphonique d'assistance gratuite¹⁰⁶ a été lancée pour toute personne travaillant dans l'industrie du cinéma et de la télévision. Elle est gérée par la *Film & TV Charity*.

103 Pour en savoir plus sur Themis (en allemand) :
<https://themis-vertrauensstelle.de/>

104 Pour en savoir plus (en anglais et en néerlandais) :
<https://mores.online/>

105 Pour en savoir plus (en danois) :
<http://filmogscenekunstininitiativet.dk/>

106 Pour en savoir plus (en anglais) :
<https://filmtvcharity.org.uk/support/>

4.5. Pas à pas, changer notre façon de travailler

Outre la sensibilisation, la fixation d'objectifs, le suivi des progrès et la correction des déséquilibres dans les rapports de force et la représentation, les organisations du secteur audiovisuel doivent également faire évoluer leur façon de travailler au quotidien si elles veulent parvenir à un changement réel et durable en faveur de l'égalité.

a) Dispositifs de garde d'enfants dans les festivals

*Parenting at Films Festivals*¹⁰⁷ est une communauté de professionnels du cinéma qui veulent faciliter la venue de parents avec enfants et bébés aux festivals et marchés du film. Grâce à des groupes Facebook et WhatsApp, elle offre aux personnes intéressées un espace pour échanger des conseils et des astuces. Elle plaide également auprès des festivals pour la mise en place d'une offre d'infrastructures et de services plus favorables aux familles et travaille, en étroite collaboration avec les festivals, pour mettre en œuvre des solutions.

La première grande réalisation du groupe a été l'offre, au Festival de Cannes de mai 2019, d'un ensemble de services intitulé « Le Ballon Rouge, où les enfants sont les nouveaux VIP ». Y étaient proposés, une procédure d'accréditation adaptée aux familles (donnant gratuitement deux badges supplémentaires pour une nounou et un bébé), un pavillon dédié aux enfants (avec des nounous professionnelles disponibles jusqu'à six heures par jour), un coin pour changer et allaiter les bébés, un accès prioritaire et facile pour les parents avec de jeunes enfants et des poussettes, et un « kit VIP bébé Ballon Rouge », contenant une carte et un guide détaillant les services destinés aux familles à Cannes, tels que des nounous certifiées pour les gardes après les heures de travail. Le Marché du Film a investi dans l'infrastructure du projet tandis que *Parenting at Film Festivals* a collecté des fonds pour le service de garde d'enfants par le biais d'une campagne de financement participatif express. Plus de 12 entreprises et institutions ont soutenu financièrement l'initiative.

Depuis mai 2019, d'autres festivals ont mis sur pied ou se sont engagés à offrir des services similaires comme Berlin (Berlinale Kindergarten), Venise, Toronto ou San Sebastián.

¹⁰⁷ Pour en savoir plus sur *Parenting at Film Festivals* (en anglais) : <https://www.facebook.com/groups/350503572462750/>

Les actions mises en place à Cannes, Berlin et San Sebastián font toutes parties du THE RED BALLOON PROJECT pour lequel des fonds sont collectés tout au long de l'année et qui prévoit d'être étendu dans le futur.

Au Royaume-Uni, l'organisation *Raising Films*¹⁰⁸ a été créée « *pour s'attaquer à l'un des problèmes qui empêchent de nombreuses femmes cinéastes de poursuivre leur carrière, pour permettre aux cinéastes ayant une famille de continuer à travailler et de se sentir soutenus pendant les périodes difficiles de leur vie personnelle, et pour remettre en question, à un niveau structurel, les exigences que l'industrie cinématographique impose à tous les professionnels* ».

En plus de publier des enquêtes et des rapports ainsi que des 'checklists' pour le secteur, l'organisation a créé le « *Raising Films ribbon* » qui est attribué aux organisations lorsqu'elles mettent en place des activités spécifiques telles que :

- Offrir des services de garde d'enfants/un soutien aux personnes ayant des obligations familiales dans la pré-production, la production et/ou la post-production de projets cinématographiques et télévisuels.
- Reconnaître et soutenir financièrement les parents/aidants proches qui travaillent hors de leur domicile.
- Construire l'infrastructure requise pour mieux soutenir les parents/aidants proches travaillant dans le secteur du cinéma et de la télévision.
- Ériger en norme l'offre d'horaires flexibles/des systèmes de partage d'emplois.
- Sensibiliser aux besoins des parents et aidants proches qui travaillent dans le secteur du cinéma et de la télévision.

108 Pour en savoir plus sur *Raising Films* (en anglais) : www.raisingfilms.com/

b) Sites web et campagnes de promotion des femmes exerçant des métiers de l'audiovisuel

ONEofTHREE¹⁰⁹ est une initiative lancée en 2014 par l'Association suédoise des producteurs de films et de télévision dans le but de promouvoir le travail des réalisatrices de films commerciaux. Dans chaque pitch, l'association encourage les agences de publicité à inclure au moins une réalisatrice sur les trois noms proposés. Le site met en avant le travail des réalisatrices avec un lien vers leur biographie.

ERA (Représentation égale des actrices)¹¹⁰ est un mouvement d'actrices créé en 2015, au Royaume-Uni, par les actrices Lizzie Berrington et Polly Kemp. En 2016, ERA a lancé la campagne « 50:50 » dans le but « *d'amener le cinéma, la télévision et le théâtre britanniques à montrer la voie et à mettre en œuvre un équilibre entre les hommes et les femmes à l'écran et sur scène, dans toutes leurs productions, d'ici 2020* ». Au cours des dernières années, plus de 200 actrices, acteurs et dirigeants d'entreprises de renom ont porté le badge de la campagne ERA.

Le projet 50:50 de la BBC¹¹¹ met au défi toutes les équipes de la BBC d'atteindre un taux de 50% de contribution de femmes dans les journaux télévisés, les magazines d'actualités et les programmes spécialisés. Plus de 500 équipes, dont des milliers de journalistes et de réalisateurs de programmes de la BBC, sont impliquées que ce soit en télévision, à la radio et sur les plateformes numériques, dans les domaines de l'information, du sport, des documentaires, des programmes pour enfants, des sciences et de la musique.

Un premier rapport publié en mai 2019¹¹² a fait le point sur les résultats de cette initiative. En 2018, 27% des programmes participants ont enregistré au moins 50% de femmes parmi leurs contributeurs. Ce chiffre a été multiplié par trois pour atteindre 74% en avril 2019.

109 Pour consulter le site web « *One of Three* » (en anglais):
<https://oneofthree.se/>

110 Pour en savoir plus sur ERA (*Equal Representation for Actresses*):
www.era5050.co.uk/

111 Pour en savoir plus sur le projet BBC 50:50 (en anglais):
www.bbc.com/aboutthebbc/reports/policies/5050

112 [2019 Report, BBC 50:50 project](#) (en anglais), BBC 50:50, mai 2019

Le projet a suscité l'intérêt d'autres organisations des médias, ce qui a amené la BBC à partager sa méthodologie avec d'autres organisations, telles que les radiodiffuseurs publics finlandais, espagnols et lithuaniens.

Le Parlement européen soutient également la diffusion de productions cinématographiques réalisées par des femmes ou mettant en scène des personnages féminins forts et inspirants, par le biais de son Prix LUX du cinéma. Au cours des 11 dernières années, ce prix a contribué à la promotion de plus de 100 films. En 12 éditions depuis sa création en 2007, le prix a été décerné à cinq femmes¹¹³.

c) 10% pour 50/50 : une « prime fondée sur le genre » pour inciter au changement

10% pour 50/50¹¹⁴ est une initiative de *Women in Film and Television International* (WIFTI), en partenariat avec la société de post-production *Chimney*. Il s'agit d'une « prime fondée sur le genre » - 10% pour 50/50 - par laquelle les sociétés de production obtiennent une réduction de 10% si la production pour laquelle elles recherchent des services est équilibrée en termes de genre. Cela signifie que, dans le cadre de ce programme, les maisons de production, de postproduction et les autres prestataires de services qui se sont inscrits offrent une remise de 10% aux projets qui peuvent démontrer un équilibre entre les sexes. Si la production a besoin des services de plusieurs partenaires, elle peut demander la réduction auprès de plusieurs entreprises.

Pour définir une « entreprise équilibrée en termes de genre », l'initiative utilise un système de points (basé sur le programme *Re-Frame*¹¹⁵ lancé par le WIF Los Angeles et le Sundance Institute) où la production doit obtenir au moins 4 points dans 8 catégories. La production obtient 1 point si une personne appartenant aux catégories suivantes est une femme, ou 2 points si cette femme est également une personne de couleur et/ou s'identifie comme LGBTQIA+ : premier rôle, second rôle, réalisateur, scénariste, producteur, représentation à l'écran, équipe composée à 50% de femmes, femmes chefs de départements.

113 Pour en savoir plus sur le Prix LUX du Parlement européen : <https://luxprize.eu/>

114 Pour en savoir plus sur l'initiative « 10% pour 50/50 (en anglais) : <https://10percentfor5050.com/>

115 Pour en savoir plus sur le programme *Re-Frame* (en anglais) : www.reframeproject.org/programs-1

d) Les engagements des écoles de cinéma allemandes

En février 2018, les écoles de cinéma allemandes¹¹⁶ ont présenté un document commun intitulé « Ensemble pour l'égalité des sexes »¹¹⁷. Ce document aborde les questions d'égalité dans la « structure » des écoles (égalité des chances pour tous les élèves, tolérance zéro à l'égard de la violence fondée sur le genre et des abus sexuels, etc.) et dans les programmes d'enseignement (approches tenant compte des questions de genre dans la production de contenus, etc.). Il examine également l'équilibre entre les sexes au sein du personnel des écoles, y compris aux postes de direction et d'encadrement.

Dans leur déclaration, les signataires affirment que *« tant qu'il existe une inégalité visible et vérifiable entre les sexes dans l'industrie cinématographique, nous avons l'obligation, en tant qu'écoles de cinéma en Allemagne, de promouvoir les jeunes femmes talentueuses de manière à ce qu'elles puissent entrer dans l'industrie cinématographique sur un pied d'égalité et conserver une position de réussite à l'avenir »*.

Les signataires s'engagent également à prendre plusieurs mesures, telles que :

- adopter des plans de soutien aux femmes et des programmes d'égalité des sexes ;
- augmenter la proportion de femmes parmi les nouveaux professeurs afin d'atteindre la parité dans le corps enseignant ;
- faire de la parité hommes-femmes un objectif dans la nomination des membres des commissions d'admission et des comités de nomination ;
- soutenir la recherche sur des sujets liés au genre et à la diversité ;
- créer des structures d'accueil pour les enfants dans toutes les universités ;
- s'engager à respecter le principe de tolérance zéro face à la violence sexuelle et à toute forme de discrimination ;
- élaborer un plan d'action pour chaque université, avec des objectifs concrets – avec des chiffres et des délais de mise en œuvre, des ressources financières et humaines ;
- évaluer les résultats des engagements pris en 2020.

116 Deutsche Film- und Fernsehakademie Berlin (dfffb, Académie allemande de cinéma et de télévision de Berlin), Filmakademie Baden-Württemberg (Académie du cinéma du Bade-Wurtemberg), Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF (Université du film de Babelsberg), Hochschule für Fernsehen und Film München (HFF, École supérieure de télévision et de cinéma de Munich), Internationale Filmschule Köln (ifs, École internationale du film de Cologne) et Kunsthochschule für Medien Köln (KHM, Académie des arts médiatiques de Cologne)

117 Pour consulter la déclaration (en anglais) : <https://rm.coe.int/together-for-gender-equality/168091d93e>

En France, la Fémis, l'École Nationale Supérieure des Métiers de l'Image et du Son, a également adopté en 2018 un document intitulé « Charte égalité femmes-hommes »¹¹⁸. Cette charte a été publiée avec un guide pratique visant à mieux identifier, et réagir à, tout acte de discrimination ou de harcèlement qui pourrait se produire au sein de l'école.

Cette charte engage l'école à :

- Veiller à ce que la parité homme-femme dans le recrutement des étudiants reste vérifiable en moyenne sur des périodes de 3 ans ;
- Parvenir à la parité dans les instances de décision (conseil d'administration, conseil pédagogique et conseil professionnel) et les instances consultatives à l'horizon 2022, a minima en ce qui concerne les personnalités nommées ;
- Veiller à la parité des présidents de jury d'admission en moyenne sur 8 ans, ainsi qu'à une juste répartition entre femmes et hommes dans la composition des jurys ;
- Parvenir à une égale représentation des femmes et des hommes dans les équipes pédagogiques de chaque département (directeurs de département et intervenants) ;
- Mettre à jour régulièrement ses statistiques sur le genre.

La Fémis organise aussi régulièrement des sessions d'information sur l'égalité des sexes et la lutte contre la discrimination et le harcèlement, pour les étudiants, et des sessions de formation formelle sur ces sujets, pour les équipes pédagogiques et administratives. L'école a également adopté un protocole pour réagir à tout acte de harcèlement en son sein.

118 Pour lire le texte de la charte :
www.femis.fr/charte-egalite-femmes-hommes



5. Promouvoir la diversité : des bonnes pratiques européennes

5.1. Affronter la réalité, initier le changement

Lorsqu'on aborde la question de la présence et de la représentation déséquilibrée des femmes et des hommes dans le secteur audiovisuel européen et au moment de concevoir de nouvelles stratégies pour remédier à ce déséquilibre, il est important de ne pas manquer l'opportunité de s'attaquer à d'autres déséquilibres, particulièrement ceux liés à la diversité (entendue comme diversité ethnique, culturelle et sociale ainsi que de religion, d'âge, d'orientation sexuelle et de handicap).

Plusieurs actions fortes et intéressantes ont déjà été mises en œuvre dans différents pays européens sur les questions de diversité. Les initiatives présentées dans cette publication peuvent servir d'inspiration pour d'autres actions dans d'autres contextes nationaux.

En effet, le secteur audiovisuel, comme beaucoup de secteurs de nos économies, a encore beaucoup de progrès à faire pour atteindre une meilleure représentativité des sociétés dans lesquelles il opère, que ce soit à l'écran ou dans ses équipes, comme l'ont démontré plusieurs études sur la composition des effectifs dans l'audiovisuel européen et la représentation à l'écran¹¹⁹.

119 Voir, par exemple, le rapport de septembre 2018 intitulé « [Ajustement de l'équilibre des couleurs - Représentation des Noirs, des Asiatiques et des minorités ethniques parmi les réalisateurs travaillant à la télévision britannique](#) » (en anglais) de Directors UK, [le rapport d'information de la BBC sur l'égalité 2017/2018](#) (en anglais), [les rapports sur la diversité ethnique, sociale et géographique](#) (en anglais) de l'Institut danois du film ou les [rapports de l'Observatoire de la diversité](#) mis en place par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel en France.

5.2. Initier des actions et suivre les progrès

a) Diversifier les voies d'accès au secteur audiovisuel

Pour diversifier les profils des effectifs de l'audiovisuel, il est nécessaire de diversifier les voies d'entrée dans le secteur. Pour ce faire, des partenariats ont été mis en place dans différents pays européens entre employeurs et établissements d'enseignement. De nouveaux programmes de formation ont vu le jour, s'appuyant sur un plus large panel de compétences et offrant des opportunités de formation sur le lieu de travail.

En France, des partenariats ont été mis en place entre les radiodiffuseurs publics, France Télévisions et Radio France, et des établissements d'enseignement pour promouvoir la diversité sociale au sein de leur personnel. Une formation en alternance pour les journalistes est, par exemple, proposée par l'école ESJ PRO de Montpellier¹²⁰.

La CinéFabrique à Lyon est un programme de formation en alternance pour les professionnels du cinéma, rendu possible par un groupement d'employeurs du secteur. Lors de la troisième année du programme d'études, le groupement d'employeurs recrute les étudiants/apprentis et organise leur rotation au sein des différentes entreprises composant le partenariat, offrant ainsi aux étudiants la possibilité d'acquérir une expérience de l'ensemble de la chaîne de valeur de la production cinématographique¹²¹.

Au Royaume-Uni, ScreenSkills a lancé une initiative pour soutenir les talents issus de la diversité derrière l'écran dans le secteur du cinéma. *Make a Move: Film*¹²² est un programme qui vise à donner aux équipes issues de groupes ethniques sous-représentés les moyens de surmonter les obstacles à la progression de leur carrière. Il offre une subvention de 10 000 livres sterling par candidat, un soutien complété par un investissement supplémentaire de la production.

¹²⁰ Pour en savoir plus sur le programme d'enseignement ESJ PRO, associé à l'École supérieure de journalisme de Lille : <https://esj-pro.fr/devenir-journaliste-avec-esj-pro/se-former-en-alternance/egalite-des-chances-avec-radio-france-france-tv/>

¹²¹ Pour en savoir plus sur la CinéFabrique : <https://cinefabrique.fr/en/>

¹²² Pour en savoir plus sur le programme « *Make a Move:Film* » de ScreenSkills (en anglais) : <https://www.screenskills.com/pitches/film-make-a-move/9169f19e-55c1-4662-98a8-d5c39d584c42/>

Cette initiative, soutenue par l'Institut britannique du film (BFI) avec des fonds de la Loterie nationale dans le cadre de la stratégie *Future Film Skills*, est accessible à toutes les productions qui contribuent d'au moins 55 000 £ au *ScreenSkills Film Skills Fund* – ce qui permet de s'assurer que les candidats retenus ont l'opportunité de travailler dans des productions à grande échelle. Cette initiative s'inspire du programme original et réussi « *Make a Move* » mis en œuvre depuis cinq ans dans le secteur de la production télévisuelle et qui a vu les carrières de plus de 330 personnes évoluer de façon très positive. Ce programme donne la priorité aux postes identifiés par le secteur comme étant en demande, tels que celui de premier assistant réalisateur, de monteur, de producteur exécutif, de directeur de production ou de comptable de production.

b) Soutenir l'insertion professionnelle et l'emploi des personnes en situation de handicap

Radio France est particulièrement engagée en faveur de la diversité et de l'égalité des chances. Cet engagement s'ancre dans des accords signés avec les organisations syndicales représentatives de l'entreprise et est guidé par les engagements associés au label 'Diversité' obtenu par Radio France en 2013, renouvelé en 2018¹²³.

En 2018 Radio France signait un nouvel accord d'entreprise de trois ans en faveur de l'insertion professionnelle et de l'emploi des personnes en situation de handicap. Cet accord se structure autour de sept axes d'action et inclut des engagements dans le domaine du recrutement et de l'intégration (y compris sur l'accessibilité des lieux), des mesures d'accompagnement pour les salarié-es et les collaborateurs-trices, ainsi que l'adaptation des postes de travail aux mutations technologiques. Ce plan d'action s'appuie sur un budget qui va au-delà des obligations légales.

Les initiatives dans le champ du handicap sont pilotées par le Comité Diversité et égalité de l'entreprise et mis en œuvre par sa Mission handicap (deux employé-es) et des référent-es et correspondant-es Diversité et Handicap qui travaillent dans les différents départements de la radio.

123 Pour en savoir plus sur la politique de diversité de Radio France : www.radiofrance.fr/diversite-et-egalite

En terme d'actions concrètes Radio France met en place, entre autres, des formations spécifiques obligatoires dédiées aux personnes en charge du recrutement et à l'encadrement sur les questions de handicap; elle recherche proactivement des candidats lors des recrutements; elle développe des partenariats avec des associations spécialisées pour identifier des candidats stagiaires; elle organise des sessions de sensibilisation pour l'ensemble des salariés de l'entreprise, ainsi que l'équipe et l'encadrement des personnes en situation de handicap engagées et elle adapte les postes de travail aussi bien pour permettre l'accessibilité que l'adaptations aux outils technologiques.

Ces dernières années, le taux d'emploi de travailleurs handicapés à Radio France a augmenté, atteignant 5,82% au 31 décembre 2018.

En février 2018, la chaîne britannique Channel 4 a publié un guide sur l'emploi des personnes handicapées, spécialement conçu pour le secteur de la télévision¹²⁴.

En novembre 2018, la BBC a également publié un rapport sur « La progression de carrière et la culture pour le personnel handicapé de la BBC »¹²⁵.

¹²⁴ [Employing Disabled Talent – A guide for the TV sector](#) (en anglais), Channel 4, février 2018

¹²⁵ [Reflecting the disability in the UK within the BBC workforce – Report on career progression and culture for disabled staff at the BBC](#) (en anglais), BBC, novembre 2018

c) Créer des bases de données d'experts pour diversifier les profils

Expertalia¹²⁶ est une base de données d'experts (femmes et hommes d'origines diverses) créée par l'Association belge des journalistes professionnels francophones. Elle vise à soutenir les journalistes dans la diversification de leurs sources et à donner plus de visibilité aux hommes et aux femmes qui sont normalement sous-représentés dans les médias. Elle est soutenue par le gouvernement (Fédération Wallonie-Bruxelles) et un programme de coaching a également été mis en place en partenariat avec le radiodiffuseur public belge francophone RTBF. Ce programme offre, trois fois par an, un programme de coaching gratuit pour les expertes (à ce jour, 120 expertes ont déjà été formées).

La RTBF organise également deux fois par an des déjeuners-rencontres entre journalistes et expertes afin de créer de nouveaux liens. La RTBF mesure tous les trois mois la présence des expertes dans ses contenus radiophoniques et télévisuels.

d) Lutter contre les discriminations à l'encontre des LGBTI

En Espagne, l'Association des journalistes et le Secrétariat des politiques sociales et d'égalité du syndicat FSC-CCOO, en collaboration avec la Fédération nationale des lesbiennes, gays, transsexuels et bisexuels, ont élaboré un guide¹²⁷ abordant le traitement de la diversité sexuelle et de genre et de la diversité familiale dans les médias. Le document est disponible en espagnol, en anglais, en français et en portugais¹²⁸. Ce guide vise à aider les professionnels des médias à utiliser les concepts appropriés lorsqu'ils couvrent les questions LGBTI et à lutter contre les stéréotypes et la discrimination qui sont en général ancrés dans un langage plus traditionnel.

126 Pour consulter la base de données Expertalia :

www.expertalia.be/

127 Guia de buenas prácticas para el tratamiento de la diversidad sexual y de género en los medios de comunicación, Federación de Servicios a la Ciudadanía CCOO (FSC-CCOO) et Federación Estatal de Lesbianas, Gais, Transexuales y Bisexuales (FELGTB), deuxième édition, 2019

128 Pour [télécharger](#) les différentes versions linguistiques du guide

Le radiodiffuseur commercial britannique Sky dispose d'un réseau actif d'employés LGBT+@Sky¹²⁹ qui compte plus de 2000 membres. Ce réseau « *fournit un soutien, des conseils et des orientations à tous les collègues LGBT+ et s'assure que des Chefs de file activent l'agenda de la diversité dans tous les coins du pays* ».

La BBC a également une stratégie spécifique pour la progression de carrière et la culture des employés LGBT¹³⁰.

e) Concevoir des outils sur mesure pour notre secteur

Pact – l'association professionnelle représentant les intérêts commerciaux des sociétés indépendantes britanniques actives dans les secteurs de la télévision, du cinéma, du numérique, des programmes pour enfants et des programmes d'animation – dispose d'une personne au sein de ses équipes dédiée uniquement aux questions de diversité. *Pact* a également créé un « microsite »¹³¹ où les producteurs indépendants britanniques peuvent accéder à des ressources pour soutenir leurs actions en faveur de la diversité (explication du contexte juridique et des exigences des diffuseurs sur les questions de diversité ; conseils sur la manière d'évaluer et de promouvoir la diversité au sein d'une organisation et sur la création d'une stratégie de diversité, etc.).

Pact gère également l'*Indie Diversity Training Scheme*, un programme de six mois destiné spécifiquement aux jeunes talents issus de la diversité (diplômés ou pas)¹³².

129 Site web du réseau d'employés LGBT+@Sky (en anglais) : www.gaydio.co.uk/contact/proud-to-be/lgbt-sky/

130 *LGBT culture and progression – A report on career progression and culture at the BBC* (en anglais), BBC, octobre 2018

131 Site web de *Pact* sur la diversité (en anglais) : <http://diversity.pact.co.uk/>

132 Pour en savoir plus sur l'*Indie Diversity Training Scheme* (en anglais) : <http://www.pact.co.uk/news-detail.html?id=2020-pact-indie-diversity-scheme-now-open>



PRODUCTION
DIRECTOR
CAMERA
DATE | SCENE | TAKE

The End

6. Conclusions et perspectives

Les partenaires sociaux du Comité de dialogue social européen de l'audiovisuel sont engagés à lutter contre les discriminations, à promouvoir l'égalité des chances et à faire progresser l'égalité entre les femmes et les hommes et la diversité.

Ils ont déjà démontré leur engagement envers ces principes lors de l'adoption du Cadre d'actions sur l'égalité entre les femmes et les hommes en 2011 et ont renouvelé cet engagement en préparant la présente publication.

Dans les années à venir, les partenaires sociaux du Comité de dialogue social européen de l'audiovisuel continueront à promouvoir des actions dans le domaine de l'égalité des genres et de la diversité, en collaboration avec leurs membres et les autres acteurs du secteur.

L'éventail des actions que les partenaires sociaux et les autres acteurs du secteur peuvent mettre en œuvre pour promouvoir l'égalité des sexes et la diversité est vaste. Il couvre aussi bien des stratégies coordonnées et à long terme que des actions à plus petite échelle qui ont un impact direct sur l'organisation du travail.

Les bonnes pratiques présentées dans cette publication ont prouvé leur efficacité. Les enseignements tirés de leur mise en œuvre peuvent servir d'inspiration, voire de référence, dans d'autres contextes nationaux.

La production régulière de statistiques et d'analyses qualitatives sur les niveaux de représentation des femmes et d'autres groupes sous-représentés à l'écran et dans les effectifs de l'audiovisuel est des plus importantes. Elle est particulièrement nécessaire afin de suivre les évolutions et d'évaluer l'impact des actions entreprises. Les partenaires sociaux et les autres acteurs du secteur, avec le soutien des institutions publiques, ont un intérêt commun à travailler ensemble à une approche plus systématique de la collecte de données sur le genre dans le secteur audiovisuel au niveau européen.

Des outils et des fonds spécifiques doivent également être mis à la disposition des acteurs de l'audiovisuel pour les aider à mettre en œuvre des initiatives concrètes qui favorisent l'égalité et la diversité sur les lieux de travail, sur les plateaux et dans les studios, et en relations avec le public.

Promouvoir l'égalité des chances entre les femmes et les hommes et soutenir une plus large inclusion de profils divers dans les effectifs de l'audiovisuel et sur les écrans sont des actions primordiales aux valeurs européennes. Il y a un intérêt créatif, sociétal et économique à ce que le secteur audiovisuel reflète mieux les réalités de sociétés diverses et changeantes.

La réalisation de l'égalité entre les femmes et les hommes et la promotion de la diversité est également une réponse aux appels qui se multiplient au sein de nos sociétés européennes pour plus d'égalité, une représentation plus diverse et une tolérance zéro en matière de violence et de harcèlement.

Ce rapport s'inscrit dans le prolongement du Cadre d'actions pour l'égalité entre les femmes et les hommes de 2011. Le Cadre d'actions et le présent rapport visent à fournir des orientations aux partenaires sociaux et aux autres parties prenantes du secteur. Ce sont des outils de travail vivants que les partenaires sociaux européens continueront à utiliser pour traiter davantage de questions, pour poursuivre l'élaboration de politiques communes et pour adapter leurs actions.

Une publication des partenaires sociaux du comité de dialogue social européen
dans le secteur audiovisuel :



Association of Commercial
Television in Europe



CEPI
EUROPEAN
AUDIOVISUAL
PRODUCTION



EBU

OPERATING EUROVISION AND EURORADIO



European
Federation of
Journalists

