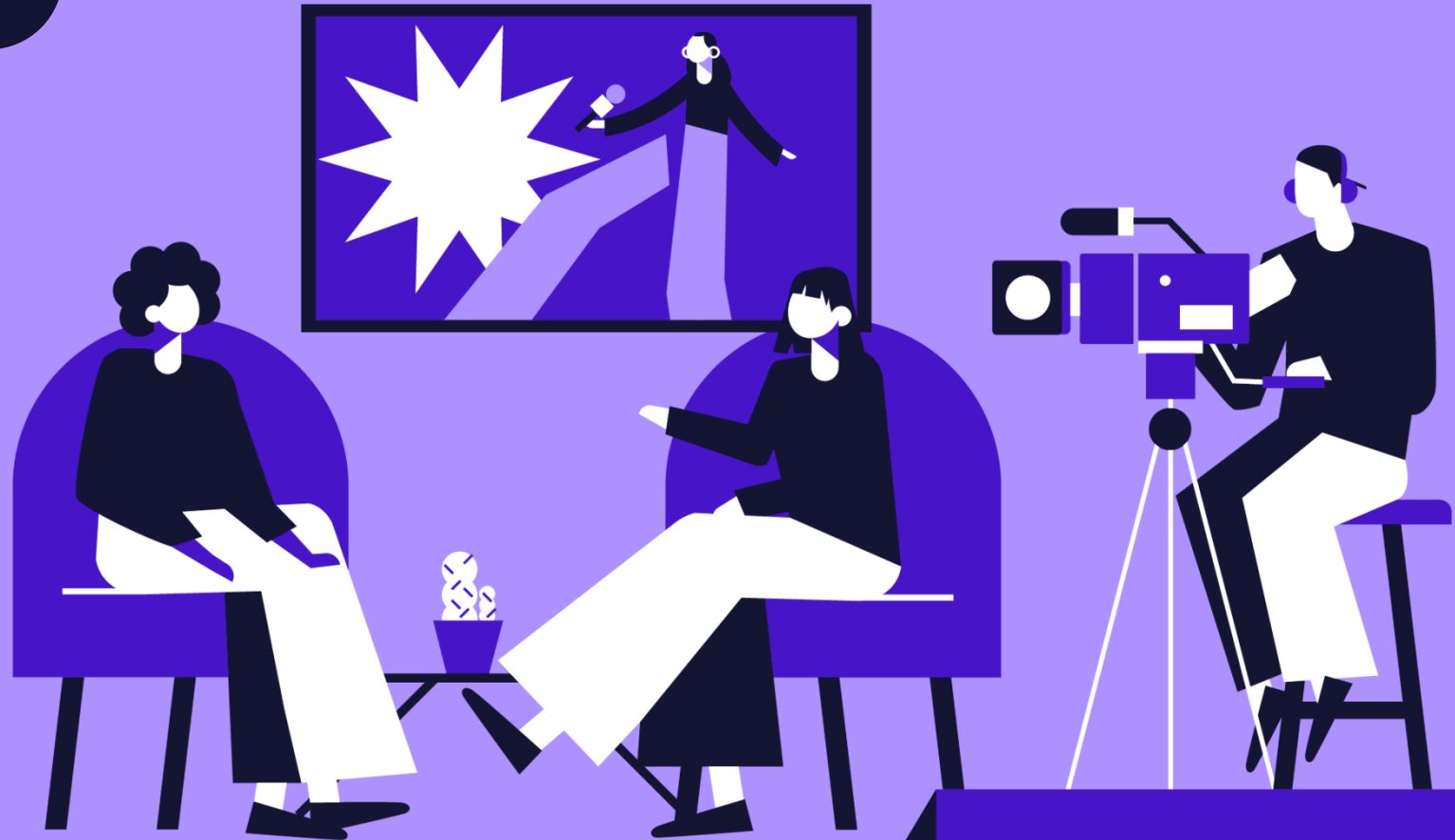


# L'ARCOM, LA PLACE DES FEMMES DANS LES MÉDIAS

Mars 2025

Arcom



# L'ARCOM, LA PLACE DES FEMMES DANS LES MÉDIAS

- /01** L'ARCOM EN BREF ... OU PRESQUE!
- /02** LA REPRÉSENTATION DES FEMMES DANS LES MÉDIAS : CONTRÔLE ET ANALYSE
- /03** LUTTE CONTRE LES VIOLENCES SEXUELLES ET SEXISTES: RAPPORT DU 13 MARS 2025
- /04** LA REPRESENTATION DES FEMMES DANS LES PUBLICITÉS TÉLÉVISÉES: ÉTUDE DU 6 MARS 2023
- /05** LE SPORT FÉMININ DANS LES MÉDIAS
- /06** RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

# 01

**L'ARCOM EN BREF... OU PRESQUE  
!**

## L'Autorité de régulation audiovisuelle et numérique (Arcom) c'est quoi?

- le **1<sup>er</sup> janvier 2022** de la fusion du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) et de la Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits Internet (Hadopi)
- statut d'**autorité publique indépendante** (API)
- **action au nom de l'Etat** qui lui a délégué sa compétence pour la régulation du secteur audiovisuel et numérique avec des compétences renforcées et élargies

## L'Arcom, une instance collégiale

- Un collège de **neuf personnes** - son président, Martin Ajdari, et huit membres, quatre hommes et quatre femmes pour un mandat de six ans non renouvelable
- **Cinq autorités distinctes procèdent à leurs nominations**, sous le contrôle du Parlement, pour garantir leur indépendance et favoriser la diversité des profils

## L'Arcom, une instance décentralisée

- Elle est composée d'un siège et de 16 délégations territoriales qui jouent le rôle de relai de l'action de l'autorité notamment vis-à-vis des médias locaux

## Quelles sont les missions de l'Arcom ?

L'Arcom est **garante des libertés de communication et d'expression** dans les espaces audiovisuel et numérique

- Elle veille aux **responsabilités démocratiques et sociétales** des médias audiovisuels et des plateformes en ligne,
- Elle garantit le **pluralisme des médias audiovisuels d'information** et **l'indépendance de l'audiovisuel public**,
- Elle assure les **équilibres économiques du secteur** et **le soutien à la création**

## Exemples de groupes de travail

- **Pluralisme et déontologie des médias** : veiller au respect de l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion
- **Télévision, services de médias audiovisuels à la demande (SMAD), distribution et usages numériques** : traiter des sujets de la régulation économique et des questions de diffusion et de distribution des services audiovisuels
- **Radio et audionumérique** : analyser et accompagner les mutations économiques et concurrentielles et des usages (podcasts, accès à la musique en ligne...)
- **Education aux médias, transition écologique et santé publique** : protéger les publics face aux grands enjeux sociétaux dans les médias audiovisuels et sur les plateformes en ligne

# 02

## **LA REPRÉSENTATION DES FEMMES DANS LES MÉDIAS : CONTRÔLE ET ANALYSE**

**RAPPORT DU 5 MARS 2024 ET BAROMETRE ANNUEL SUR  
LA DIVERSITE**

Au regard de l'influence des médias sur notre manière de percevoir la société, l'Arcom a pour mission de contribuer aux actions en faveur de la cohésion sociale et de la lutte contre les discriminations dans le domaine de la communication audiovisuelle.

## Le cadre juridique

L'action de l'Arcom en matière de représentation des femmes se fonde notamment sur la **loi du 4 août 2014** relative à l'égalité réelle entre les femmes et les hommes :

- **un pouvoir de sanction** pour l'Arcom en matière de « droits des femmes »

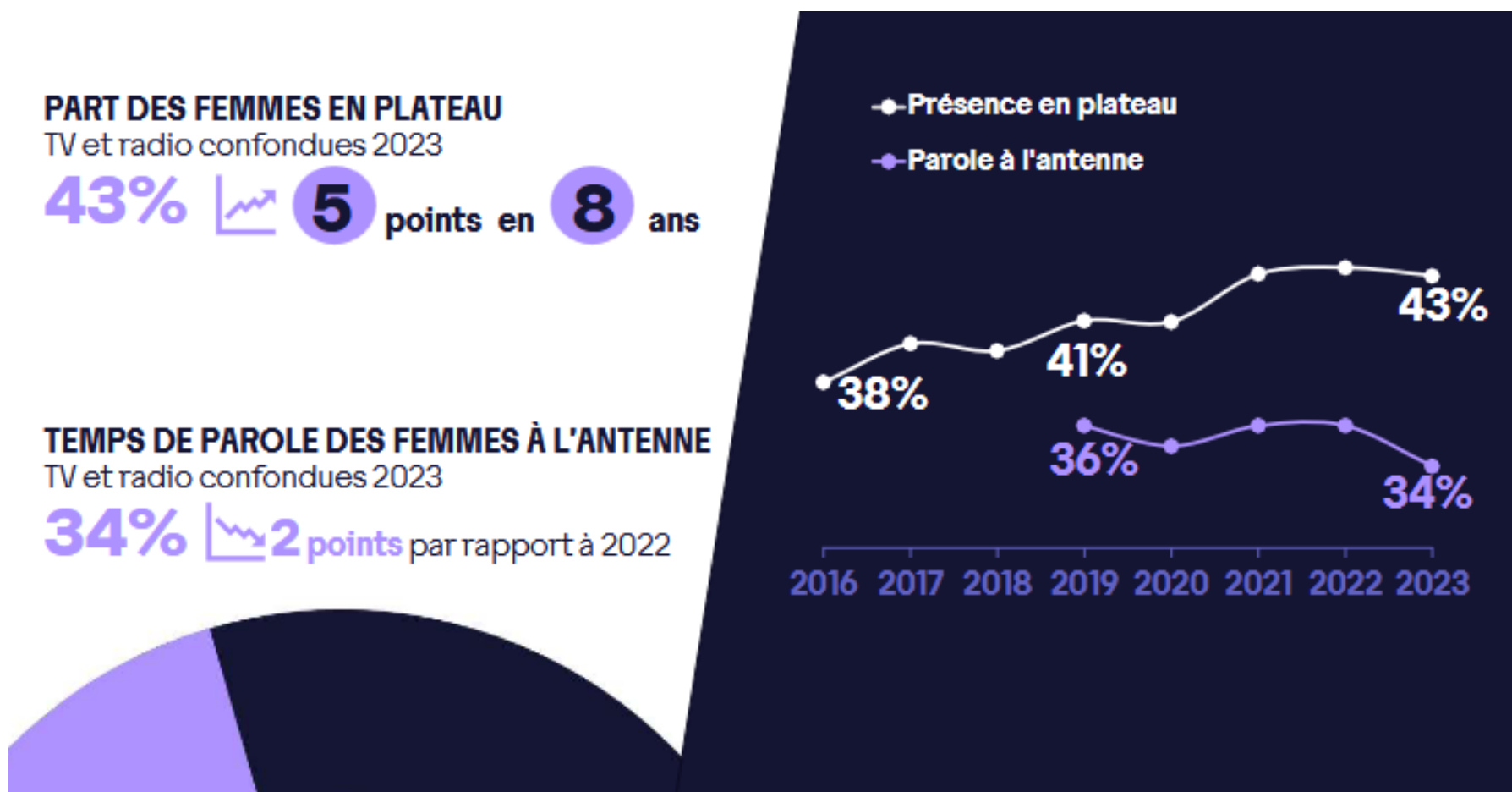


Le CSA a mis en demeure C8 en 2016 pour une séquence d'agression sexuelle.

En 2023, l'Arcom a examiné un dossier concernant des propos tenus à l'antenne de Radio France par un humoriste évoquant les accidents de chasses avec des propos dégradants à l'égard des femmes et analysés comme banalisant des violences sexuelles.

- **l'obligation pour les chaînes de télévision et de radio de s'auto-évaluer** et de communiquer leurs résultats à l'Arcom

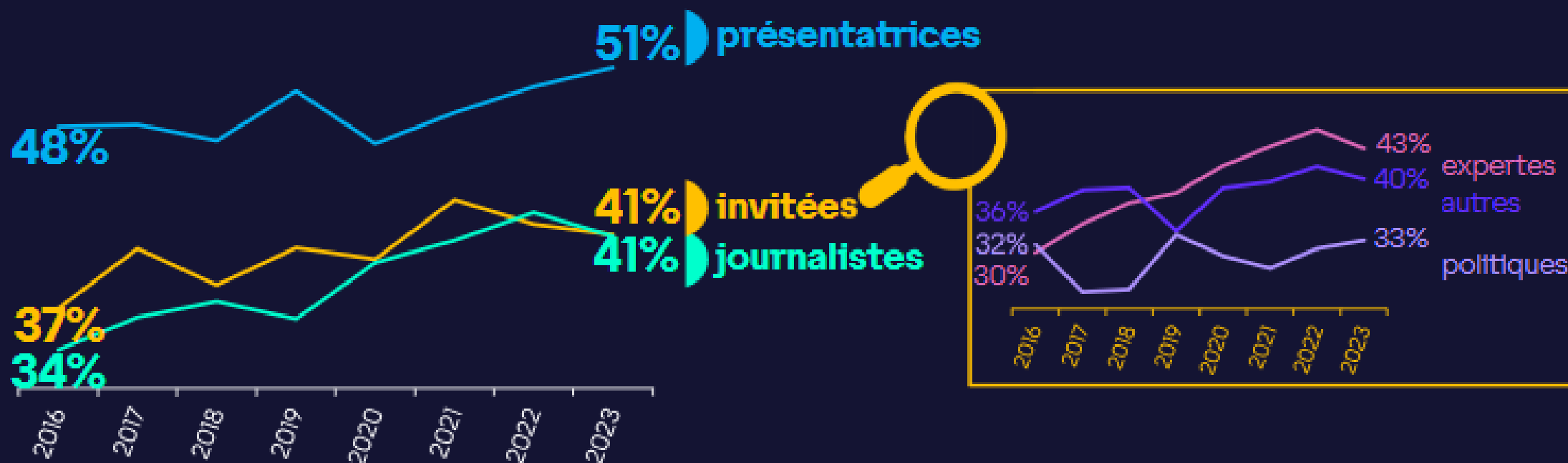
## La représentation des femmes à la télévision et à la radio - Rapport sur l'exercice 2023 :





## RÔLES A L'ANTENNE

Si les **présentatrices** sont représentées à parité depuis 2022, les **invitées** (**expertes**, **politiques** et **autres**) et les **journalistes / chroniqueuses**, dont la représentation progresse tendanciellement depuis 2016, restent néanmoins minoritaires (41% en 2023). Toutefois, parmi les **invitées**, il convient de saluer les progrès réalisés sur les **expertes** en plateau (+ 13 points depuis 2016).



## / Le baromètre de la diversité:

Chaque année, en plus du **rapport publié en mars sur la représentation des femmes dans les médias**, l'Arcom produit **un baromètre qui a pour objectif de mesurer la diversité à la télévision.**

Pour **une meilleure lisibilité des études de l'Arcom**, il a été décidé de cesser de mener en parallèle ces deux études et de ne plus réaliser cette mesure qu'à travers le baromètre.

### **Le baromètre se construit selon 7 critères:**

- La catégorie socio-professionnelle
- Le sexe
- L'origine perçue
- Le handicap
- L'âge
- La précarité
- Le lieu de résidence



# 03

## **LUTTE CONTRE LES VIOLENCES SEXUELLES ET SEXISTES:**

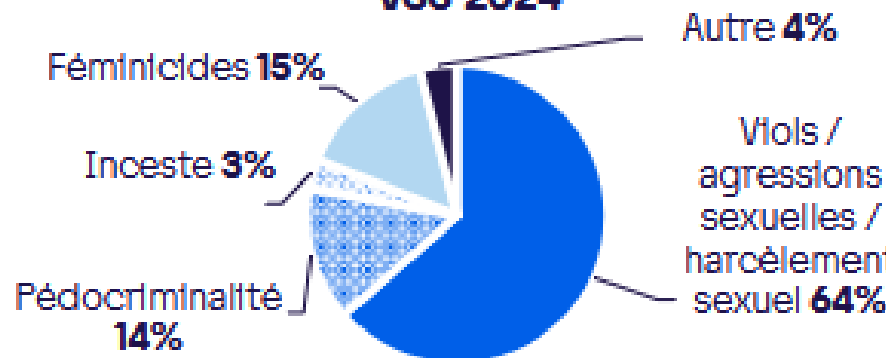
**RAPPORT DU 13 MARS 2025**

## Rapport sur le traitement télévisuel des violences sexistes et sexuelles (VSS) dans les programmes d'information en 2024 – publié le 13 mars 2025 :

Le rapport de l'Arcom dresse un état des lieux de la nature du traitement médiatique des violences sexistes et sexuelles par les chaînes de télévision en 2024.

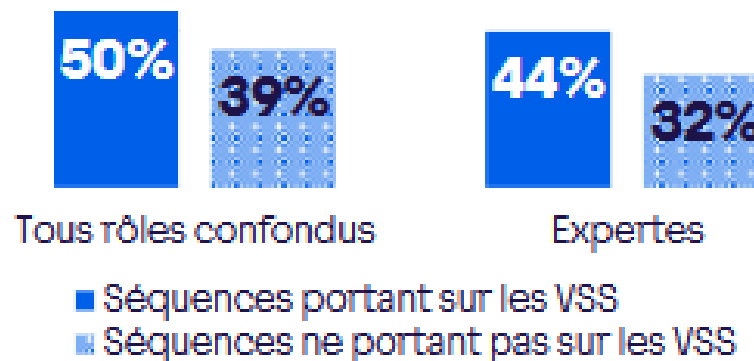
### LE SUJET TRAITE

#### Prévalence des différentes thématiques dans les séquences VSS 2024



### LES PERSONNES QUI ONT LA PAROLE

#### Présence des femmes selon que la séquence porte ou non sur les VSS



#### Autres thématiques :

- Les propos de défense et la présomption d'innocence
- L'angle choisi : fait divers isolé ou phénomène de société
- La forme : termes employés, le sensationnalisme
- Le recours à des statistiques
- Le cadre légal : les peines encourues
- Les causes des violences
- Le journalisme de solutions : prévention et réparation

# 04

## **LA REPRESENTATION DES FEMMES DANS LES PUBLICITÉS TELEVISÉES:**

**ÉTUDE DU 6 MARS 2023**

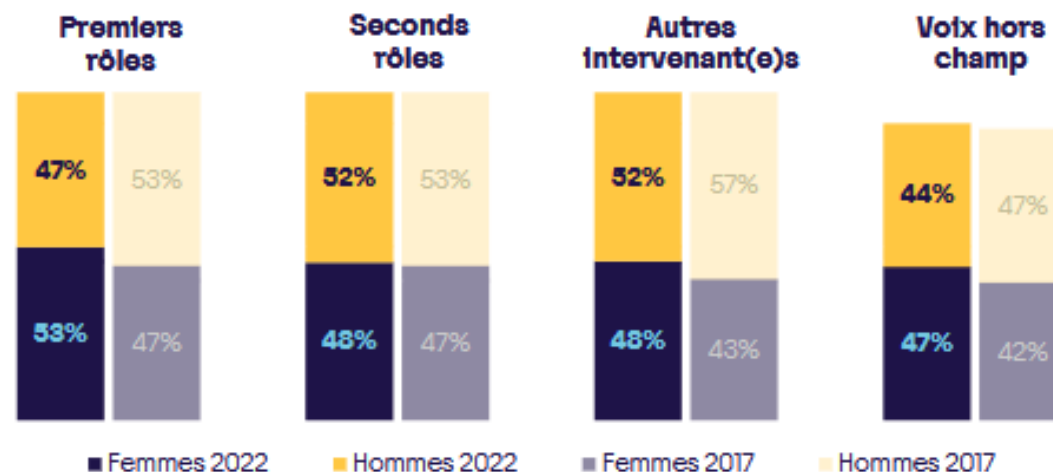
## Étude sur la représentation des femmes dans les publicités télévisées – publié le 6 mars 2023:

L'Arcom a examiné 2 310 publicités diffusées entre octobre 2021 et mai 2022 et a analysé les champs lexicaux utilisés dans les scripts publicitaires et la répartition femmes-hommes des audiences.

### Constat 1 :

Les femmes deviennent majoritaires, tous rôles confondus (51% de femmes en 2022 contre 46% en 2017).

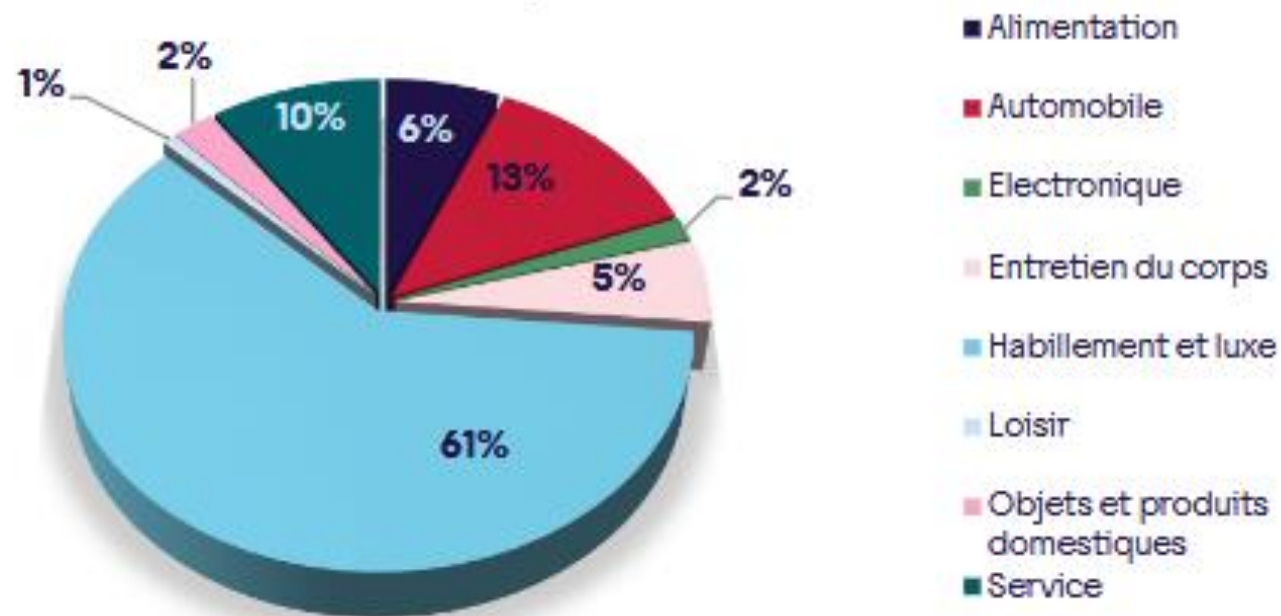
Répartition des personnages et des voix hors champ\* entre les femmes et les hommes, en 2022 et 2017



**Constat 5 :**

Même si des progrès peuvent être relevés, la répartition femmes-hommes au sein des différentes catégories de produits est toujours porteuse de stéréotypes de genre.

Sexualisation des personnages féminins selon les catégories de produits



**61%** des publicités diffusées qui sexualisent des personnages féminins sont dans la catégorie de l'habillement et du luxe.

# 05

## LE SPORT FÉMININ DANS LES MÉDIAS



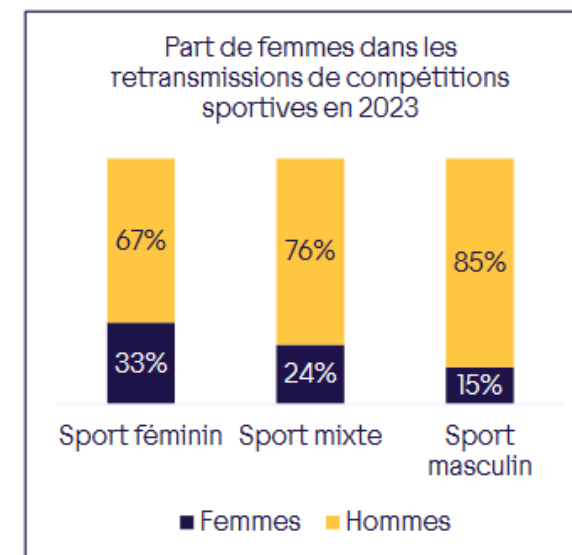
## Une faible représentation des femmes sur les plateaux des programmes sportifs – Rapport du 5 mars 2024 :

Les plateaux des **programmes sportifs, radio et télévision confondus**, sont ceux qui représentent le moins les **femmes**, toutes catégories confondues.

En 2023, dans les programmes sportifs diffusés à la télévision, **le taux de présence des femmes était de 22%** parmi les personnes présentatrices / journalistes / chroniqueuses (- 2 points par rapport à 2022) et de 25% parmi les personnes invitées.

Dans ceux diffusés à la radio, ce chiffre tombe à 6% pour les présentatrices / journalistes / chroniqueuses (- 3 points par rapport à 2022) et à 13% pour les invitées.

Concernant le temps de parole des femmes dans les programmes sportifs, il stagne à 11%.



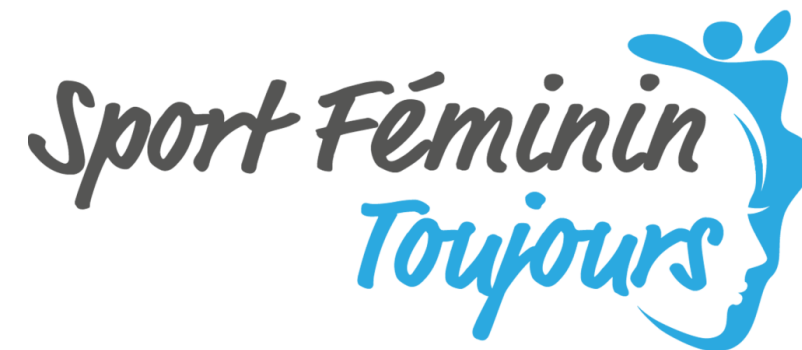
## L'action de l'Arcom pour la promotion du sport féminin

L'opération annuelle « Sport féminin toujours » est le fruit d'une initiative de l'Autorité et du ministère chargé des sports, née en 2014.

Elle a pour but **d'inciter les médias audiovisuels** à diffuser davantage de retransmissions sportives, de sujets, d'émissions et d'interviews consacrés au sport féminin et aux actrices du milieu sportif à l'antenne.

La dernière édition a eu lieu la semaine du 25 janvier au 2 février 2025 avec pour **thème l'héritage des Jeux de Paris**.

La publication du rapport de l'Arcom sur la place des femmes dans les médias audiovisuels et numériques durant les Jeux de Paris 2024 a mis en avant quelques chiffres:



### 37%

**Volume horaire de retransmission**

Sur l'ensemble des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, 37% du volume horaire de retransmission d'épreuves concernait du sport féminin, contre 56% de sport masculin et 7% de sport mixte.

### 6,4 M

**Des taux records**

La finale du tournoi de basketball féminin entre la France et les États-Unis a rassemblé 6,4 millions de téléspectateurs et téléspectatrices en moyenne.

Durant les Jeux Olympiques, 42% du volume horaire de retransmission d'épreuves concernait du sport féminin, un taux record.

### 18%

**Un temps de parole éloigné de la parité**

Durant la retransmission télévisuelle des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, le temps de parole des commentatrices était très éloigné de la parité (18% en moyenne). Il était particulièrement réduit lors des épreuves masculines ainsi qu'aux heures de grande écoute.

# 06

## RESSOURCES PÉDAGOGIQUES



## Scénario 1 : « La grille de lecture : de l'analyse d'un programme à la production de statistiques globales »

Séquence proposée par Monsieur Séverin Ledru Milon, professeur d'histoire-géographie au collège Iqbal Masih (Saint-Denis), formateur du CLEMI de l'académie de Créteil, Madame Garance Capelier, professeure de français au collège Paul-Langevin (Mitry-Mory) et Monsieur Julien Mosconi, professeur de mathématiques au collège Miriam Makeba (Aubervilliers).  
CC BY-NC-SA 4.0

Comment rendre compte statistiquement des inégalités de la représentation médiatique des hommes et des femmes dans les médias ?

### Supports :

- Des moyens de projection et de sonorisation sont nécessaires puisque l'activité s'appuie sur des contenus médiatiques audiovisuels et les outils d'analyse élaborés par l'Arcom ;
- Prévoir des séances en salle informatique puisque les élèves devront collecter des données et réaliser des infographies.

### Niveau :

- Collège : cycle 4 (5e et 3e)

### Disciplines concernées :

- Français ;
- Mathématiques ;
- Enseignement moral et civique (EMC) ;
- EMI-Documentation.

## Fiche pédagogique n° 3

## Déduire de données statistiques les représentations de genre à l'œuvre dans les médias

### Déroulement :

#### Séance 1 : Français et EMI

Comment les hommes et les femmes sont-ils représentés dans les contenus médiatiques ?

En amont de la première heure :



Visionnage par les élèves de l'épisode de la Collab' de l'info « La représentation des femmes dans les médias » [Lumni, France Télévision, en partenariat avec le CLEMI de l'académie de Créteil).

#### Dans un premier temps :

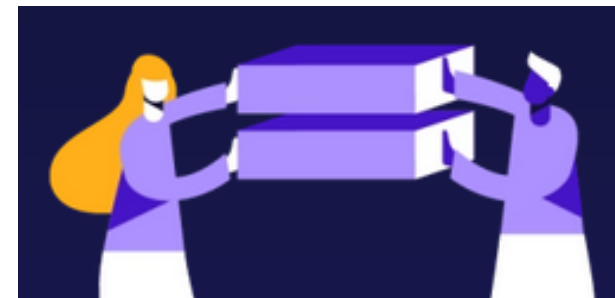
- Demander** aux élèves de partager ce qu'ils ont retenu de l'épisode de la « Collab' de l'info » et leur demander de se questionner sur la représentation des hommes et des femmes dans les médias.  
À partir de cet échange, **réaliser** deux nuages de mots autour des mots « homme » et « femme ». Ceux-ci devraient mettre facilement en évidence les stéréotypes véhiculés dans ce type de contenus.

#### Dans un deuxième temps :

- Demander** aux élèves d'écrire un petit paragraphe pour donner leur avis sur la pertinence de ces liens et de ces représentations : les valeurs mises en avant par les contenus médiatiques vous semblent-elles en adéquation avec les valeurs transmises par les professeurs, par les institutions et la République française (et éventuellement avec vos propres valeurs) ?
- Mise en commun** (lecture) des ressentis. Dans le cadre des échanges, **établir** un petit lexique autour des termes : « stéréotype », « valeur », « genre », « sexe », « masculin », « féminin », « sexisme ».
- Annoncer** aux élèves que lors de la séance suivante ils devront **élaborer** en groupe une grille d'analyse permettant de repérer les stéréotypes véhiculés par les contenus médiatiques qu'ils fréquentent. Préciser que la pertinence des critères retenus et l'efficacité de la grille feront l'objet d'une évaluation.

[Accueil](#) > [Se documenter](#) > [Ressources pédagogiques](#) > [Éducation aux médias et citoyenneté numérique](#) > [L'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias](#)

## L'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias



/ Retrouvez toutes nos ressources pédagogiques sur <https://www.arcom.fr/se-documenter-ressources-pedagogiques/education-aux-medias-et-citoyennete-numerique/legalite-entre-les-femmes-et-les-hommes-dans-les-medias>



- Fiche 1 • Lutter contre les discriminations en raison du sexe
- Fiche 2 • Identifier les stéréotypes de genre
- Fiche 3 • Dédire des données statistiques les représentations de genre dans les médias
- Fiche 4 • Égalité entre les femmes et les hommes dans les médias (primaire)
- Autres fiches : Liberté d'expression et ses limites, ...

<https://www.arcom.fr/se-documenter/etudes-et-donnees/etudes-bilans-et-rapports-de-larcom/etude-sur-la-representation-des-femmes-dans-les-publicites-televisees>

<https://www.arcom.fr/se-documenter/etudes-et-donnees/etudes-bilans-et-rapports-de-larcom/la-representation-des-femmes-la-television-et-la-radio-rapport-sur-lexercice-2023>

<https://www.arcom.fr/se-documenter/etudes-et-donnees/etudes-bilans-et-rapports-de-larcom/le-traitement-televisuel-des-violences-sexistes-et-sexuelles-dans-les-programmes-dinformation-en-2024>

<https://www.arcom.fr/se-documenter/etudes-et-donnees/etudes-bilans-et-rapports-de-larcom/la-place-des-femmes-dans-les-medias-audiovisuels-et-numeriques-durant-les-jeux-de-paris-2024>

<https://www.arcom.fr/se-documenter-ressources-pedagogiques/education-aux-medias-et-citoyennete-numerique/legalite-entre-les-femmes-et-les-hommes-dans-les-medias>

Si vous avez des questions : antoine.tabard@arcom.fr

# L'ARCOM, LA PLACE DES FEMMES DANS LES MÉDIAS

Mars 2025

Arcom

