

différentes problématiques posées aux femmes dans le secteur des médias audiovisuels, s'est réuni pour la première fois en novembre 2013.

Enfin, la représentation du sport féminin dans les médias audiovisuels a constitué un axe de travail de la mission « Sport » au cours de l'année 2013 (voir *infra*).

❖ Le dialogue avec les acteurs de la société civile

S'inscrivant dans les relations plus étroites que le Conseil nourrit depuis juin 2009 avec les associations, le groupe de travail « Droits des femmes » a engagé un dialogue avec les associations de défense des femmes porteuses d'un discours sur les médias. Des auditions ont notamment permis de procéder à des échanges de vues sur l'image de la femme dans les médias audiovisuels et leur place dans ce secteur d'activité. Certaines associations ont proposé d'apporter leur soutien aux réflexions du Conseil sur les stéréotypes véhiculés dans les programmes. Des rencontres avec des chercheurs et universitaires travaillant sur la question de la place des femmes dans les médias ont également eu lieu.

Par ailleurs, le groupe de travail a auditionné des représentants de la Société des auteurs et compositeurs dramatiques (SACD) afin d'échanger à propos de son action sur la place des femmes dans le domaine de la culture et plus spécifiquement dans la création audiovisuelle.

❖ L'équilibre hommes/femmes dans les nominations

Le Conseil a tenu compte des exigences légales en matière de parité prévues pour la nomination des administrateurs du secteur audiovisuel public. Le 19 juin 2013, il a nommé M^{me} Brigitte Lefèvre en qualité de personnalité indépendante au conseil d'administration de cette même société. Enfin, le 13 novembre 2013, le Conseil a reconduit le mandat de M^{me} Muriel Mayette-Holtz au conseil d'administration de la société Radio France.

6. AUDIOVISUEL ET ÉDUCATION

Au regard du rôle déterminant joué par les médias audiovisuels dans la vie des Français, le président du Conseil a créé, en janvier 2013, un groupe de travail « Audiovisuel et éducation », afin de poursuivre deux objectifs :

- participer à l'éducation aux médias, en apportant des clés de connaissance, de lecture et d'analyse réfléchies et distanciées des médias audiovisuels ;
- développer l'éducation par les médias, en contribuant à la plus forte prise en compte des enjeux éducatifs dans les programmes.

❖ La réflexion menée avec des experts, des professionnels et des éditeurs

Le groupe de travail « Audiovisuel et éducation » a mené une réflexion préparatoire à ses travaux en entendant plusieurs experts et professionnels spécialistes des relations entre médias audiovisuels et éducation.

Le Conseil a par ailleurs demandé aux chaînes nationales et à Radio France de lui faire part de toutes leurs actions éducatives mises en œuvre depuis le début de l'année 2013, qu'il s'agisse

de programmes audiovisuels mis à l'antenne ou mis à disposition sur leurs services de médias audiovisuels à la demande, ou d'initiatives hors antenne (partenariats, soutiens, organisation d'événements, fondations, etc.)

Le groupe de travail a reçu les responsables des chaînes sollicitées afin de les sensibiliser et de recueillir leur avis en matière de promotion des programmes éducatifs et d'éducation à l'audiovisuel. Ces échanges ont permis de mettre en lumière l'existence de nombreuses initiatives des chaînes en faveur de l'éducation, en dépit d'un certain manque de visibilité et de cohérence d'ensemble.

❖ La création du site *Éducation & Médias*

À la lumière de cette concertation, le Conseil a décidé de créer un espace internet spécifique intitulé « *Éducation & Médias* », constituant un lieu de convergence et de rencontre entre l'audiovisuel et le public. Ouvert le 7 novembre 2013, ce site a pour ambition, dans un premier temps, de concourir à l'éducation aux médias audiovisuels, en mettant à disposition des outils pratiques, concrets et pédagogiques pour une meilleure connaissance, compréhension et utilisation des médias audiovisuels sous leurs aspects les plus divers (métiers, histoire, pratiques, décryptage, etc.). Il s'enrichit progressivement afin de développer également le thème de l'éducation par les médias.



Visuel du site *Éducation & Médias*, sur le site internet du Conseil

Le Conseil a choisi de concevoir et construire ce site en réunissant toute la palette des connaissances et des expertises du secteur, afin d'offrir un panorama le plus large possible de l'univers des médias dans toute sa richesse. Des chaînes de télévision et de radio, des organismes institutionnels, des professionnels, des experts des médias, le monde de la recherche, des associations viennent nourrir le site de leurs expériences et savoirs en fournissant des contenus variés, adaptés à la spécificité des sujets abordés.

❖ Les échanges avec le public scolaire

En 2012-2013, le thème du concours national de la résistance et de la déportation (CNRD) était « Communiquer pour résister 1940-1945 ». Mémona Hintermann-Afféjee, présidente du groupe de travail « Audiovisuel et éducation » et membre du jury du concours, a remis le prix du CSA aux lauréats des catégories « Réalisation d'un travail collectif audiovisuel », en collège et en lycée, lors d'une cérémonie à la Sorbonne le 19 décembre 2013 en présence de Vincent Peillon, ministre de l'éducation nationale, et de Kadher Arif, ministre délégué aux anciens combattants.

Durant l'année 2013, la présidente du groupe de travail est allée à la rencontre d'élèves et de leurs enseignants, au sein d'établissements d'enseignement primaire et secondaire, afin d'échanger avec eux sur leurs expériences des médias audiovisuels et sur leurs attentes.

7. COMMUNICATIONS COMMERCIALES ET PROTECTION DES CONSOMMATEURS

❖ La publicité à la télévision

Les principales règles relatives à la publicité télévisée sont fixées par la loi du 30 septembre 1986 et par le décret n° 92-280 du 27 mars 1992 fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de téléachat.

DIFFUSION DE MESSAGES PUBLICITAIRES

Le Conseil est intervenu à deux reprises auprès de chaînes de télévision publiques au sujet de la diffusion de messages publicitaires. Il a relevé la diffusion de plusieurs écrans publicitaires après 20 heures sur l'antenne de l'une d'entre elles au mois de janvier 2013. Il a par ailleurs demandé à deux autres chaînes de s'assurer de la conformité à la réglementation de leurs journaux d'information de 19 heures lors de l'insertion d'un écran publicitaire en leur sein.

DÉPASSEMENTS DU VOLUME PUBLICITAIRE AUTORISÉ

Le Conseil est intervenu en 2013 auprès d'un groupe audiovisuel, après qu'il eut déclaré, dans le cadre de son rapport 2012, avoir dépassé le temps maximal de publicité autorisé en moyenne horaire quotidienne à huit reprises sur l'une de ses chaînes.

PUBLICITÉ CLANDESTINE

Le Conseil est intervenu à de nombreuses reprises au cours de l'année auprès des chaînes à la suite de la diffusion de séquences constitutives de publicité clandestine.

Une chaîne a été, le 9 avril 2013, mise en demeure de se conformer aux dispositions de l'article 9 du décret du 27 mars 1992 après avoir, lors d'une émission du 20 février 2013, diffusé une séquence occasionnant l'exposition d'une marque, associée à l'image d'un artiste renommé notamment auprès du jeune public.

Le Conseil a, le 18 septembre 2013, mis en demeure une autre chaîne à la suite de la présentation complaisante, au sein d'une émission diffusée le 14 juillet 2013, d'un ouvrage écrit par l'un de ses collaborateurs.

Il en a mis en garde six autres à la suite de divers manquements : visualisation appuyée d'une marque, présentation laudative d'un institut de bien-être, promotion de livres écrits par des collaborateurs de la chaîne, mise en avant complaisante de marques, publicité clandestine en faveur d'une boisson, visualisation du logo d'une marque dans un journal d'information.