

Réaliser l'égalité et promouvoir la diversité dans le secteur audiovisuel européen

Manuel de bonnes pratiques

EN RÉSUMÉ

Les partenaires sociaux du Comité de dialogue social européen dans le secteur de l'audiovisuel¹ – radiodiffuseurs publics et privés, producteurs et syndicats de travailleurs représentant des journalistes, des artistes interprètes, des techniciens et d'autres professionnels de l'audiovisuel – coopèrent depuis de longues années déjà pour promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes dans les secteurs du cinéma, de la radio et de la télévision.

À la suite de l'adoption d'un Cadre d'actions sur l'égalité en 2011, les partenaires lançaient en 2018, avec le soutien de l'Union européenne, une étude pour évaluer les progrès mais aussi pour explorer la question plus large de la diversité.

Le 'Manuel de bonnes pratiques' publié en mai 2020 présente les résultats de cette recherche. Le document est organisé en trois parties. Une première partie contextualise les informations présentées, par le biais de statistiques mondiales et européennes sur l'égalité entre les femmes et les hommes. Cette section présente également le cadre législatif de l'Union Européenne (UE) sur l'égalité entre les femmes et les hommes et la lutte contre toutes formes de discriminations. Dans une deuxième partie, le Manuel met en lumière certaines des stratégies et plans d'actions adoptés dans le secteur audiovisuel au cours des dernières années pour faire progresser l'égalité entre les sexes. Ce chapitre présente également certaines des statistiques nationales et européennes disponibles sur la représentation des femmes dans le secteur audiovisuel aux niveaux européen et national. La troisième et dernière section du manuel présente des pratiques expérimentées par différents acteurs de l'industrie audiovisuelle dans divers pays européens pour promouvoir la présence des femmes et d'autres groupes sous-représentés sur les écrans et sur les antennes, ainsi que dans les équipes.

L'égalité entre les sexes et l'autonomisation des femmes sont des objectifs soutenus par des stratégies mondiales et régionales. Ils sont l'un des objectifs de développement durable des Nations Unies (2015) et sont inscrits dans les traités de l'UE depuis 1957. Les filles et les garçons, les femmes et les hommes, devraient avoir les mêmes chances et bénéficier d'un traitement égal. Dans l'environnement professionnel, il ne devrait y avoir aucune discrimination - que ce soit dans les niveaux de rémunération, que dans les opportunités d'évolution de carrière ou dans l'accès aux postes à responsabilités. Si la situation des femmes s'est beaucoup améliorée au cours des dernières décennies, en particulier dans nos sociétés européennes, il reste beaucoup à faire pour atteindre la pleine égalité. Dans l'UE, le taux d'emploi des femmes est toujours inférieur de 11,5% à celui des hommes².

¹ Le Manuel de bonnes pratiques est une initiative conjointe de: l'Association des Télévisions Commerciales en Europe (ACT), l'Association Européenne des Radios (AER), l'Association Européenne de Production Audiovisuelle (CEPI), UNI Europa - média, spectacles & arts (EURO-MEI), la Fédération Européenne des Journalistes (FEJ), la Fédération Internationale des Acteurs (FIA), la Fédération Internationale des Associations de Producteurs de Films (FIAPF), la Fédération Internationale des Musiciens (FIM), l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER).

² [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

En moyenne, l'écart de rémunération entre les hommes et les femmes est de 16% tandis que l'écart des niveaux de pension atteint 37%³. Cela est dû à de nombreux facteurs : les femmes sont surreprésentées dans des emplois de niveau inférieur et moins bien rémunérés, elles interrompent plus souvent et pour des périodes plus longues leurs carrières et sont plus susceptibles de choisir un travail à temps partiel pour concilier travail et responsabilités familiales.

Les statistiques disponibles pour le secteur audiovisuel européen montrent également des déséquilibres importants. Dans les médias, les femmes sont sous-représentées dans les postes de direction, même si les chiffres se sont améliorés ces dernières années au niveau européen dans certains secteurs tels que les médias de service public (de 15% de femmes PDG en 2015 à 31% en 2019⁴). Dans la production cinématographique et télévisuelle, il existe également un écart très important entre les perspectives de carrière des femmes et des hommes. Si les chiffres sont relativement équilibrés à la sortie des écoles, le pourcentage de femmes en activités se réduit dès la première expérience professionnelle puis diminue drastiquement avec le temps. Cela est particulièrement visible chez les femmes réalisatrices, pour lesquelles nous avons le plus de statistiques aux niveaux européen et national. Dans l'UE, la proportion de films réalisés par des femmes se situe entre 10% et 30% selon les pays⁵. Lorsque des statistiques nationales sont disponibles plus largement pour les équipes de tournage, comme en France⁶ ou au Royaume-Uni⁷, les données montrent que les principaux rôles créatifs sont également principalement occupés par des hommes et qu'il existe encore une importante ségrégation entre métiers « masculins » et « féminins ». Cela a un impact sur les niveaux de rémunérations qui sont, par exemple, 42,3% inférieurs pour les réalisatrices par rapport à leurs homologues masculins dans la production cinématographique en France. En Suède, les statistiques de l'Institut du Cinéma ont montré un écart très important entre les budgets des projets portés par des hommes et ceux portés par des femmes⁸.

La production de statistiques sur la diversité des profils (origine ethnique et sociale, handicap, orientation sexuelle, etc.) sur les écrans et antennes et dans les équipes est plus difficile et même parfois, dans certains pays, limitée par la loi. Quand de tels statistiques existent, toutefois, ils révèlent de forts déséquilibres, par exemple dans la représentation des personnes handicapées ou de différentes origines ethniques⁹.

Les initiatives présentées dans le manuel mettent en évidence la richesse des actions que peuvent mettre en œuvre les acteurs de l'audiovisuel pour lutter contre les différentes dimensions de l'inégalité entre les sexes (stéréotypes de genres, discriminations structurelles dans le recrutement et les évolutions de carrière, écarts de rémunération, déséquilibres dans la répartition des tâches domestiques et familiales, etc.) ainsi que pour promouvoir la diversité. Ces bonnes pratiques démontrent également que toutes les organisations - grandes ou petites - peuvent agir et avoir un impact à leur niveau pour promouvoir l'égalité, lutter contre le harcèlement sexuel, assurer des lieux de travail sûrs et combattre les discriminations sous toutes leurs formes, qu'elles soient basées sur l'âge, le handicap, l'orientation sexuelle, l'origine ethnique ou l'origine sociale.

³ [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

⁴ [EBU's Media Intelligence Service - Gender Equality and PSM Report](#), mars 2019

⁵ [Étude dynamique sur la place des réalisatrices européennes](#), Actualisation 2019, Le Lab Femmes de Cinéma, novembre 2019

⁶ [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

⁷ [Cut out of the Picture - A study of gender inequality amongst film directors in the UK film industry](#), Directors UK, mai 2016

⁸ [The Money Issue Gender Equality Report 2018](#), Institut du Cinéma suédois

⁹ 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.

Les pratiques présentées dans la publication sont organisées en chapitres thématiques qui illustrent la séquence d'actions à suivre pour réaliser de réels progrès sur le front de l'égalité.

Premièrement, pour assurer un impact à long terme et des changements structurels il est indispensable que les stratégies et politiques d'égalité soient soutenues par des ressources humaines et financières adéquates et qu'elles soient mises en œuvre de manière cohérente. Les politiques d'égalité doivent également s'appuyer sur une collecte régulière de statistiques: des stratégies d'égalité sans objectifs chiffrés ou des objectifs chiffrés sans un contrôle régulier des progrès se révèlent toujours peu efficaces. Des exemples réussis de stratégies et de plans d'action pour l'égalité entre les femmes et les hommes sont présentés dans la publication, issus de France, d'Espagne, du Royaume-Uni, d'Autriche et de Suède.

Sensibiliser et engager les équipes et les publics est un autre rouage essentiel de toute stratégie sectorielle pour l'égalité entre les femmes et les hommes. Pour contribuer à un changement durable au sein de ses propres structures mais aussi à travers les images qu'il montre et les histoires qu'il raconte, le secteur audiovisuel européen doit rendre visible et compréhensible les discriminations structurelles qui persistent encore entre les femmes et les hommes dans nos sociétés. La publication présente différentes initiatives poursuivant de tels objectifs : un large partenariat dans le secteur des médias aux Pays-Bas pour lutter contre les stéréotypes, une campagne sur l'impact des heures supplémentaires au Royaume-Uni, une coalition sectorielle en Norvège, une charte des festivals adoptée à travers le monde pour l'égalité.

L'usage de financements publics pour promouvoir l'égalité et la diversité est un autre facteur de changement important qui s'est révélé être un outil puissant et vertueux dans différents pays européens. Les financements publics peuvent, en effet, encourager le secteur à agir sur certains schémas traditionnels qui très souvent conduisent à des déséquilibres d'opportunité et de traitement entre les hommes et les femmes. Les rôles spécifiques des organismes de financement des productions audiovisuelles et des médias de service public sont mis à jour dans la publication, par la présentation de catalogues d'actions qui ont été expérimentés par ces organisations pour promouvoir l'égalité des sexes - et parfois la diversité - dans différents pays de l'UE.

La promotion d'environnements de travail sûrs et la lutte contre le harcèlement sexuel est un autre élément central de toute stratégie d'égalité entre les femmes et les hommes. Dans le secteur audiovisuel, des nouvelles initiatives dans le domaine ont vu le jour ces dernières années dans le sillage du mouvement #metoo. Le manuel met en lumière des actions particulièrement intéressantes mises en œuvre au Royaume-Uni, en Suède et en Allemagne.

La publication attire également l'attention sur le fait qu'en plus de sensibiliser, de fixer des objectifs chiffrés, de suivre les progrès et de corriger les déséquilibres de pouvoir et de représentation, une stratégie efficace pour la promotion de l'égalité dans le secteur audiovisuel se doit également d'agir sur l'organisation quotidienne du travail. Des exemples d'actions à plus petite échelle, mais pouvant avoir un impact important sur les carrières et les opportunités offertes aux femmes, sont mis en avant, tels que: des services de garde d'enfants dans les festivals, un soutien aux parents sur les lieux de travail et dans l'organisation du travail, des objectifs et des actions dans les écoles de cinéma, des bases de données mettant en lumière des femmes professionnelles, des remises commerciales accordées par des entreprises à des projets portés par des femmes.

Enfin, lorsqu'ils abordent la question de la représentation déséquilibrée des femmes et des hommes dans leurs productions et dans leurs équipes et au moment de concevoir des stratégies et des plans d'action pour remédier à ces déséquilibres, les acteurs du secteur audiovisuel ne devraient pas perdre l'occasion de s'attaquer à d'autres formes de discriminations, qu'elles concernent l'origine ethnique, culturelle, ou sociale ou qu'elles soient fondées sur la religion, l'âge, l'orientation sexuelle ou le handicap.

Un certain nombre d'actions ont été expérimentées dans différents pays européens dans ce domaine et sont présentées dans le Manuel (partenariats avec l'éducation, stratégies d'intégration du personnel handicapé, groupes de soutien LGBTI, etc.).

D'autres actions du même type devront être déployées de façon encore plus ambitieuse ces prochaines années pour progresser plus rapidement sur ce chantier crucial.

Pour conclure, l'éventail des actions que les acteurs de l'audiovisuel peuvent entreprendre pour réaliser l'égalité entre les femmes et les hommes et améliorer la diversité dans leurs productions et dans leurs équipes est large. Pour soutenir le secteur, davantage d'outils et de financements devront être mis à disposition pour assurer une production de statistiques régulière et pour accompagner la mise en œuvre d'actions ciblées: sur les plateaux et en studio, dans les équipes et en relation avec les publics.

Dans les années à venir - conformément à l'engagement dont ils ont fait preuve lors de l'adoption du Cadre d'actions en 2011 et lors du renouvellement de cet engagement lors de la préparation de cette publication - les partenaires sociaux du Comité de dialogue social européen de l'audiovisuel continueront de promouvoir des actions dans le domaine de l'égalité entre les femmes et les hommes et de la diversité, conjointement, avec leurs membres et toutes les autres parties prenantes du secteur.

Cette publication a été produite avec le soutien de l'Union européenne. Elle 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.

