



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

---

## **Protection de l'enfance et de l'adolescence**

---

à la télévision, à la radio  
et sur les services de médias audiovisuels à la demande

### **BILAN DE L'ANNÉE 2009 ET DU I<sup>ER</sup> SEMESTRE 2010**

# TABLE DES MATIÈRES

<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>3</b>
<b>I. L'ACTION DU CONSEIL (2009 - 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2010) .....</b>	<b>5</b>
<b>A. L'évolution de la réglementation .....</b>	<b>5</b>
1. La protection du jeune public sur les nouveaux services audiovisuels.....	5
2. La charte alimentaire.....	6
3. L'encadrement des communications commerciales en faveur des opérateurs de jeux d'argent et de hasard légalement autorisés .....	6
<b>B. Le contrôle du respect de la réglementation .....</b>	<b>7</b>
1. Les plaintes reçues par le Conseil en 2009.....	7
2. Les principales interventions du Conseil (2009 - 1 <sup>er</sup> semestre 2010).....	9
<b>C. Les campagnes annuelles d'information.....</b>	<b>14</b>
1. La campagne sur la protection du jeune enfant .....	14
2. La campagne de sensibilisation à la signalétique jeunesse .....	15
3. Les campagnes internet.....	16
<b>II. LA SIGNALÉTIQUE JEUNESSE EN 2009 .....</b>	<b>17</b>
<b>A. Évolution de la part globale des programmes signalisés .....</b>	<b>19</b>
<b>B. Part des programmes signalisés en journée et en première partie de soirée .....</b>	<b>20</b>
1. Les programmes signalisés entre 6 heures et 22 heures.....	20
2. Les programmes signalisés diffusés en journée (entre 6 heures et 20h30).....	22
3. Les programmes signalisés diffusés en première partie de soirée.....	27
<b>C. Les programmes signalisés diffusés après 22 heures .....</b>	<b>29</b>
<b>III. LES JEUNES ET L'OFFRE TELEVISUELLE .....</b>	<b>31</b>
<b>A. L'offre jeunesse.....</b>	<b>31</b>
1. Volumes horaires et genres des programmes jeunesse.....	32
2. Répartition des cases jeunesse en 2009 et au 1 <sup>er</sup> semestre 2010.....	33
3. L'offre éducative de France Télévisions .....	37
<b>B. Consommation de la télévision par les jeunes en 2009.....</b>	<b>38</b>
1. Le temps passé par les jeunes à l'écoute de la télévision.....	38
2. Les horaires d'écoute de la télévision par les jeunes .....	39
3. Les programmes préférés des jeunes.....	42
<b>CONCLUSION : REFLEXIONS EN COURS ET PERSPECTIVES .....</b>	<b>44</b>
<b>LISTE DES ANNEXES .....</b>	<b>47</b>
<b>TABLE DES ILLUSTRATIONS .....</b>	<b>48</b>

## INTRODUCTION

Veiller au respect de la protection du jeune public dans les programmes audiovisuels est l'une des missions que le législateur a confiées au Conseil supérieur de l'audiovisuel. Si l'article 1<sup>er</sup> de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication énonce le principe de liberté de la communication des éditeurs, celui-ci peut être cependant restreint en raison, notamment, de la protection de l'enfance et de l'adolescence. Pour ce faire, le Conseil s'appuie sur les articles 1<sup>er</sup> et 15 de la loi du 30 septembre 1986, sur les engagements que chaque chaîne prend auprès de lui par le biais de sa convention, et sur la réglementation qu'il met en place à travers un corpus de délibérations.

La compétence du Conseil porte sur les services de radio et de télévision, nationaux ou locaux, diffusés en métropole et en outre-mer, en mode hertzien terrestre (numérique ou analogique), sur le câble, le satellite et internet. Cette compétence s'est récemment élargie aux nouveaux services audiovisuels (services de télévision mobile en 2007 et services de médias audiovisuels à la demande en 2009, ces derniers étant principalement constitués de services de télévision de rattrapage et de vidéo à la demande).

L'activité du groupe de travail « protection du jeune public », dont M<sup>mes</sup> Françoise Laborde et Sylvie Genevoix, membres du Conseil, sont actuellement présidente et vice-présidente, se concentre autour de quatre points :

1. **le contrôle** de la bonne application, par les éditeurs, de la signalétique jeunesse mise en place par le Conseil et consacrée par l'article 15 de la loi du 30 septembre 1986<sup>1</sup>, ainsi que du respect de la réglementation concernant la protection des mineurs ;
2. **l'information** des téléspectateurs sur les enjeux liés aux usages des médias audiovisuels par le jeune public, à travers des campagnes de sensibilisation annuelles ;
3. **l'élaboration et l'enrichissement du dispositif** réglementaire encadrant la protection du jeune public, afin de l'adapter à l'évolution des contenus et des supports de diffusion ;
4. **l'organisation de réflexions prospectives** sur certains sujets associant le Comité d'experts du jeune public (cf. annexe 1) et les éditeurs.

---

<sup>1</sup> Modifié par la loi du 1<sup>er</sup> août 2000.

L'action du Conseil en matière de protection des mineurs dans les médias audiovisuels comprend plusieurs aspects :

- **Le volet éditorial** : protéger le jeune public des contenus qui ne lui sont pas destinés et favoriser une offre adaptée
  - la lutte contre les contenus préjudiciables, par le biais de la signalétique jeunesse, des contraintes horaires et des mesures techniques de restriction de l'accès à certains contenus,
  - la garantie d'une offre de programmes jeunesse,
  - la protection des mineurs participants aux émissions de télévision,
  - la protection du jeune public sur les nouveaux services.
  
- **Le volet publicitaire** : protéger de la pression commerciale un public particulièrement fragile et crédule
  - l'obligation d'une séparation claire entre les programmes jeunesse et la publicité,
  - la restriction des horaires de diffusion de certains messages publicitaires (messages en faveur de SMS susceptibles d'exploiter leur inexpérience ou leur crédulité ; messages pour des programmes, des jeux vidéos ou des services téléphoniques, télématiques et sites internet faisant l'objet de restrictions aux mineurs ; messages en faveur d'opérateurs de jeux d'argent et de hasard légalement autorisés etc.).
  
- **Le volet sanitaire** : lutter contre l'obésité infantile et les effets néfastes de la télévision sur les plus jeunes
  - la protection de la santé physique des mineurs (adoption d'une charte alimentaire),
  - la protection de la santé mentale du tout-petit enfant (délibération relative aux effets de la télévision sur les enfants de moins de trois ans).
  
- **Le volet d'information et d'éducation au public** : informer et accompagner le public
  - les campagnes d'information organisées à l'initiative du Conseil ou en partenariat avec d'autres administrations,
  - les actions d'éducation aux médias.

Ainsi, en 2009 et 2010, le Conseil s'est penché sur des dossiers aussi variés que l'éducation aux médias, la protection des jeunes participants aux émissions de télévision, celle des jeunes téléspectateurs face aux images violentes ou à connotation sexuelle de certaines vidéomusiques, ou encore celle du jeune public sur les services de médias audiovisuels à la demande.

Loin d'agir en censeur, le Conseil s'attache à remplir sa mission avec le souci constant de concilier, de manière responsable et équilibrée, les impératifs de protection des jeunes téléspectateurs et de liberté de diffusion des contenus. Il privilégie le dialogue avec les éditeurs, par le biais de courriers, d'échanges et d'auditions, et les associe à ses réflexions, tout en tenant compte des attentes légitimes que les téléspectateurs expriment dans leurs courriers. Il s'attache également à prendre en compte l'évolution constante des programmes proposés aux enfants et aux adolescents, ainsi que leurs usages des médias, étroitement liés à l'évolution des nouvelles technologies.

# I. L'ACTION DU CONSEIL (2009 – 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2010)

## A. L'évolution de la réglementation

- Un élargissement du champ de compétences du Conseil
- De nouveaux angles d'approche de la protection des mineurs

### 1. La protection du jeune public sur les nouveaux services audiovisuels

Depuis 2004, le Conseil régule les services de télévision et de radio linéaires diffusés sur internet ; il est désormais également compétent pour exercer son contrôle sur les contenus audiovisuels des services de médias à la demande (SMAD)<sup>2</sup>, principalement constitués de services de vidéos à la demande (VàD) et de télévision de rattrapage (TVR). L'année 2009 a été consacrée à poser les bases, pour ces services, des règles de protection du jeune public appropriées et graduées mais qui demeurent cohérentes avec celles retenues pour les services de télévision :

- Le 23 juin 2009, le Conseil a lancé une consultation publique sur les nouveaux services audiovisuels comportant un volet sur la régulation des SMAD dans les domaines de la protection du jeune public et la déontologie, qu'il a close le 16 octobre 2009.
- En 2010, le Conseil a élaboré un premier projet de délibération relative à la protection du jeune public, à la déontologie et à l'accessibilité des programmes qu'il a soumis à consultation publique du 14 au 28 juin.
- Tenant compte de plusieurs remarques des contributeurs, l'assemblée plénière a adopté un second projet de délibération le 20 juillet. Celui-ci a été transmis à la Commission européenne<sup>3</sup>, ce qui suspend pendant trois mois la procédure de publication du texte. Celui-ci sera adopté dans le courant de la fin de l'année 2010.

Par ailleurs, l'apparition de la « télévision connectée » permettra l'accès sur un même écran à la télévision et aux SMAD, mais aussi à des contenus disponibles sur internet et qui ne sont pas régulés par le Conseil. Afin que le développement de supports innovants se fassent dans le respect de la protection du jeune public, le Conseil abordera notamment cette question dans le cadre du colloque sur la « télévision connectée » qu'il a décidé d'organiser en 2011.

---

<sup>2</sup> L'article 15 de la loi du 30 septembre 1986 confie au Conseil, dans le cadre de sa mission de protection de l'enfance et de l'adolescence, le soin de veiller à la mise en œuvre de tout moyen adapté à la nature des SMAD.

<sup>3</sup> Au titre de la Directive 98/34 CE du Parlement européen et du Conseil du 22 juin 1998 prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes et réglementations techniques et des règles relatives aux services de la société de l'information, modifiée par la directive 98/48/CE et la directive 2006/96/CE.

## **2. La charte alimentaire**

Plusieurs associations ont pointé l'influence de la consommation de la télévision sur la question de santé publique que représente l'obésité infantile. À l'initiative des ministres chargés de la santé et de la communication, une concertation s'est engagée au cours de l'année 2008 sur la publicité pour certains aliments à l'occasion des programmes télévisés pour enfants. Cette concertation a abouti le 18 février 2009 à la signature par le Conseil, conjointement avec le ministre de la santé et des sports, la ministre de la culture et de la communication, les chaînes de télévisions ayant une programmation jeunesse, les représentants des producteurs et des annonceurs, d'une charte destinée à promouvoir, notamment auprès du jeune public, une alimentation et une activité physique favorables à la santé dans les programmes et les publicités diffusés à la télévision.

La charte, qui comporte des engagements volontaires de la part des chaînes et des producteurs durant cinq ans, est conforme à la position du Conseil qui s'était montré favorable à une action graduée et mesurée afin d'éviter les risques de déstabilisation économique du secteur audiovisuel.

Le Conseil est le garant des engagements éditoriaux et du contenu des publicités, dont il doit faire état dans un rapport transmis au ministre de la santé et des sports et au ministre de la culture et de la communication. Ce rapport a été transmis le 19 juillet 2010.

## **3. L'encadrement des communications commerciales en faveur des opérateurs de jeux d'argent et de hasard légalement autorisés**

Le Conseil a adopté le 18 mai 2010 une délibération encadrant les communications commerciales en faveur des opérateurs de jeux d'argent et de hasard, qui prévoit des mesures de protection du jeune public en interdisant la diffusion de tels messages publicitaires sur les services de télévision et de radio présentés comme s'adressant aux mineurs, ainsi que durant les trente minutes précédant et suivant la diffusion de ces programmes.

Cette délibération prévoit une clause de rendez-vous à la fin de l'année 2010, afin d'adopter une nouvelle délibération en s'appuyant sur les pratiques constatées et l'expérience acquise durant cette période, ainsi que sur le respect des engagements volontaires.

## B. Le contrôle du respect de la réglementation

### 1. Les plaintes reçues par le Conseil en 2009

- Une forte augmentation du nombre de plaintes
- Des sujets de plaintes récurrents depuis plusieurs années et ayant conduit à des interventions du Conseil

Si le Conseil peut également s'autosaisir, ses interventions trouvent souvent leur origine dans les saisines que lui adressent les téléspectateurs et les auditeurs.

Le Conseil a reçu en 2009 environ 1600 plaintes de téléspectateurs concernant la protection du jeune public, contre 900 environ en 2008.

Plaintes relatives à la protection du jeune public en 2009 (par courriers électroniques, courriers ou appels téléphoniques)	
Dans les programmes	<b>873</b> dont : - 129 au sujet de l'émission <i>Secret Story 3</i> - 73 au sujet des bandes-annonces violentes - 43 au sujet de la violence dans les JT
Dans les publicités	<b>709</b> dont 369 au sujet de la publicité pour Orange
À la radio	<b>28</b>
<b>Total</b>	<b>1610</b>

**Tab.1 - Plaintes reçues par le Conseil en 2009**

Source : CSA – DP/SID

En 2009, les plaintes relatives à la protection du jeune public ont augmenté de 76 % par rapport à 2008. La plupart d'entre elles parviennent au Conseil par voie électronique, les autres par courriers ou par appels téléphoniques.

- Dans les programmes

#### → Les émissions de télé-réalité

Parmi les émissions de télé-réalité qui ont suscité de nombreuses critiques en 2009, la troisième saison de *Secret Story* a attiré de multiples réactions de téléspectateurs, souvent choqués par des images de nudité, des séquences à connotation sexuelle et la vulgarité des propos tenus par les candidats. Suite à ces nombreuses plaintes, le Conseil est intervenu auprès de TF1 afin de demander l'apposition d'une signalétique « déconseillé aux moins de 10 ans » lorsque le contenu le justifie (cf. annexe 3). La chaîne a tenu compte de cette remarque. La saison 4 de cette émission a d'ailleurs été signalisée, dans son ensemble, en catégorie II (« déconseillé aux moins de 10 ans »).

## → Les bandes-annonces violentes

Comme tous les ans, un certain nombre de téléspectateurs se sont plaints de la diffusion en journée de bandes-annonces parfois violentes pour des programmes signalisés. La réglementation autorise les éditeurs à présenter en journée des bandes-annonces pour des programmes de catégories II (« déconseillés aux moins de 10 ans »), III (« déconseillés aux moins de 12 ans ») ou IV (« déconseillés aux moins de 16 ans »), à plusieurs conditions :

- leur diffusion à proximité des programmes jeunesse n'est pas permise ;
- les bandes-annonces des programmes de catégories III et IV ne doivent pas comporter de scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public ;
- le pictogramme de la catégorie dans laquelle le programme est classé doit apparaître pendant toute la durée de la bande-annonce<sup>4</sup>.

Le Conseil est intervenu auprès de TMC, le 2 avril 2010, après avoir constaté la diffusion d'une publicité comprenant des extraits d'un film « -12 ans » à l'intérieur d'un écran publicitaire interrompant un programme destiné aux enfants (cf. annexe 3).

## → La violence dans les journaux télévisés

La violence de certaines images diffusées dans les journaux télévisés a fait l'objet d'une quarantaine de plaintes en 2009. Une grande partie d'entre elles concernait le traitement de la guerre dans la bande de Gaza dans les journaux télévisés, ce qui a conduit le Conseil à intervenir auprès de plusieurs éditeurs (cf. annexe 3).

- Dans les publicités

En matière de protection du jeune public, les plaintes suscitées par les publicités ont considérablement augmenté, puisqu'elles sont passées de 86 en 2008 à 709 en 2009 (dont 652 courriels, 34 courriers et 23 appels téléphoniques), soit une hausse de 725 %.

Plus de la moitié ont concerné deux messages publicitaires destinés à promouvoir les services vidéo à la demande et les chaînes cinéma du groupe Orange. Ayant estimé que ces deux messages étaient potentiellement effrayants pour les plus jeunes, le Conseil est intervenu auprès des diffuseurs pour leur demander une diffusion après 20h30 de ces messages (cf. annexe 3).

- A la radio

Les programmes de radio ont fait réagir 28 auditeurs, soit 175 de moins qu'en 2008.

A la suite de certaines de ces plaintes, le Conseil est intervenu :

- En mettant en demeure Radio Canal Sambre Avesnois de respecter la dignité de la personne humaine et de veiller à ne pas heurter la sensibilité des mineurs intervenant à l'antenne ;
- En mettant en garde Fun Radio de veiller à la protection de l'enfance et de l'adolescence dans la programmation de ses émissions, en raison de la diffusion de propos crus et grossiers avant 22h30 (cf. annexe 3).

---

<sup>4</sup> Article 4 de la recommandation du Conseil du 7 juin 2005 aux éditeurs de services de télévision concernant la signalétique jeunesse et la classification des programmes.



## 2. Les principales interventions du Conseil (2009 - 1<sup>er</sup> semestre 2010)

- Plus d'interventions en 2009 (50) qu'en 2008 (35), dont 4 mises en demeures (2 de moins qu'en 2008)
- Déjà 26 interventions au premier semestre 2010, dont 2 mises en demeure

Le détail de l'ensemble des interventions du Conseil en matière de protection du jeune public au cours de l'année 2009 et au premier semestre 2010 est disponible en annexe 3.

- Participation des mineurs aux émissions de télévision

Au cours de l'année 2009, le Conseil est intervenu à trois reprises auprès de TF1 pour lui demander de veiller au respect de sa convention et de la délibération du Conseil du 17 avril 2007 relative à l'intervention des mineurs dans le cadre d'émissions de télévision. Ces interventions avaient pour objets :

- Un épisode de l'émission *Pascal le grand frère* (17 juin 2008), dans lequel une mineure clairement identifiable avait été montrée en train de commettre des actes violents envers ses parents ;
- Le concept de l'émission intitulée *L'amour est une affaire de famille*, plus spécifiquement la phase de présélection des candidats par un jury d'enfants dont trois sur quatre étaient mineurs. Le Conseil a jugé que ce concept conduisait à une inversion des rôles dans la relation parentale en rendant l'enfant premier décideur et prescripteur des relations affectives de sa mère.
- Le reportage intitulé *Enfants à la dérive, les fugueurs du TGV* dans le magazine *Sept à huit* du 17 avril 2007, dans lequel témoignait un mineur fugueur, dont l'identité était protégée mais qui apparaissait en dépit de l'opposition expresse de la mère de l'enfant à la diffusion de ces images.

- Interventions relatives à des émissions de télé-réalité

La protection du jeune public dans les émissions de télé-réalité a donné lieu à plusieurs interventions du Conseil en 2009 et 2010 :

- Mise en garde de TF1 au sujet de l'émission *Secret story 3*, diffusée du 19 juin au 27 septembre 2009. Le Conseil a considéré que la chaîne devait apposer une signalétique « déconseillé aux moins de 10 ans » lorsque la nature des rapports entre les candidats, les images de nudité et la vulgarité de certains propos le justifiaient.
- Demande du Conseil à W9, puis à ALJ Productions (éditrice de la chaîne Dilemme TV), d'apposer à l'émission *Dilemme* une signalétique adaptée à toutes les séquences susceptibles de heurter la sensibilité des mineurs, quel que soit leur horaire de diffusion, et d'attribuer

une signalétique « déconseillé aux moins de 12 ans » à une séquence de danse à connotation sexuelle<sup>5</sup>.

- Mises en demeure relatives à la présentation à la télévision de services téléphoniques et internet faisant l'objet de restrictions aux mineurs

Le Conseil a constaté à plusieurs reprises, sur des chaînes extracommunautaires transportées par la société Eutelsat, la diffusion en journée de messages publicitaires pour des services téléphoniques, télématiques ou des sites internet réservés aux adultes comportant dans certains cas des scènes de nature pornographique.

Par conséquent, le Conseil a mis en demeure la société Eutelsat à trois reprises de veiller à ce que de tels messages ne soient pas diffusés entre 5 heures et minuit (cf. annexe 3), après en avoir constaté la diffusion sur les chaînes suivantes :

→ *Sexy one, All sex et Sex world* (mise en demeure du 5 mai 2009) ;

→ *El Hob* (mise en demeure du 3 février 2010) ;

→ *4U India* (mise en demeure du 4 mai 2010).

- Mise en demeure de respecter la protection de l'enfance dans un programme de radio

→ Le 9 septembre 2009, le Procureur général de Douai a transmis au Conseil une plainte au sujet de l'émission « *Paroles de Jeunes* » diffusée par Canal FM Sambre Avesnois le 9 février 2009. Au cours de l'émission, les trois enfants de la plaignante, âgés de 4, 6 et 8 ans, se sont entretenus avec l'animateur de l'émission à l'occasion d'un canular téléphonique. L'animateur, se faisant passer pour leur oncle et abusant de son autorité et de leur crédulité, leur a fait tenir des propos déplacés et injurieux. Le 3 novembre 2009, Conseil a mis en demeure l'association Canal FM Sambre Avesnois de respecter le principe de la dignité de la personne humaine et les règles de la protection de l'enfance.

- Dialogue avec les chaînes musicales au sujet des vidéomusiques

→ Lors de son assemblée plénière du 29 juin 2010, le Conseil a estimé que la vidéomusique de Lady Gaga intitulée *Alejandro* devrait être assortie d'une signalétique « -12 ans », en raison la présence de certaines scènes violentes ou sexuellement suggestives.

Depuis le mois de décembre 2009, le Conseil a reçu plusieurs plaintes relatives à des vidéomusiques diffusées en journée par les chaînes musicales. Les plaignants déplorait la présence d'images érotiques, très suggestives, violentes ou provocatrices dans certaines vidéomusiques. Dans le souci de protéger les plus jeunes, sans pour autant le priver de ses

---

<sup>5</sup> Le Conseil a également mis en demeure W9 et ALJ Productions de veiller au respect de la dignité de la personne humaine, à suite de la diffusion dans l'émission *Dilemme* d'une séquence au cours de laquelle une candidate, affublée d'un collier de chien et d'une laisse, avait fait l'objet d'un traitement avilissant et dégradant.

artistes préférés, le Conseil a demandé aux chaînes musicales de lui communiquer les critères de sélection retenus pour composer leur programmation de vidéomusiques en journée.

Le Conseil a constaté qu'à la suite de cet échange, les chaînes ont fait preuve d'une vigilance accrue dans les conditions de diffusion des vidéomusiques en journée : elles donnent la priorité aux versions expurgées des images susceptibles de heurter le jeune public, lorsqu'elles existent, et apposent une signalétique, souvent de catégorie II (« déconseillé aux moins de 10 ans »), lorsqu'elles le jugent nécessaire. Elles doivent également respecter la contrainte horaire de diffusion après 22 heures des vidéomusiques susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public, prévue par la recommandation du 7 juin 2005 concernant la signalétique jeunesse et la classification des programmes.

- Mise en demeure de respecter la classification attribuée aux œuvres cinématographiques lors de leur sortie en salle

→ Virgin 17 ayant diffusé le film *La colline à des yeux* d'Alexandre Aja, interdit en salles aux moins de 16 ans, avec une signalétique « -12 ans », le Conseil a mis en demeure la chaîne de veiller à ce que la classification attribuée aux films lors de leur sortie en salles soit bien mentionnée avant leur diffusion à l'antenne<sup>6</sup>.

- De nombreuses demandes de reclassification des programmes

En 2009 et au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2010, le Conseil est intervenu près de 40 fois auprès des chaînes pour leur demander de renforcer la classification de programmes.

→ 21 de ces interventions ont été motivées par le caractère violent des programmes, dont 13 étaient des œuvres cinématographiques. En effet, si les chaînes doivent respecter la classification attribuée aux films lors de leur sortie en salle, il leur appartient de vérifier qu'elle « peut être transposée sans dommage pour une diffusion à la télévision, et, le cas échéant, de la renforcer »<sup>7</sup>.

→ La connotation sexuelle des programmes constitue la deuxième raison ayant motivé le Conseil à demander un renforcement de la classification de 10 programmes.

→ Trois interventions portaient sur des dessins animés (*American Dad* et *Happy Tree Friends* en raison de leur caractère violent, et *Écureuils sous tension* en raison du thème abordé). En effet, malgré la dimension enfantine qu'évoquent les œuvres d'animation, certaines d'entre elles peuvent heurter la sensibilité des plus jeunes.

---

<sup>6</sup> Article 5 du décret n°90-174 du 23 février 1990 et art.2 et 4 de la recommandation du Conseil du 7 juin 2005.

<sup>7</sup> Article 2 de la recommandation du 7 juin 2005.

**Tab.2 - Interventions du Conseil auprès des éditeurs et des distributeurs (2009 - 1<sup>er</sup> semestre 2010)**

Thème des interventions		Éditeurs et distributeurs	Nombre d'interventions		
			Interventions par courrier	Mise en demeure	Total
Participation des mineurs aux émissions de télévision		TF1	2	1	3
Respect de la signalétique sur les œuvres cinématographiques	Respect du visa du CNC	France 3 Virgin 17	1	1	2
	Nombre de films interdits aux mineurs de 12 ans avant 22h	Virgin 17	-	1	1
	Double classification des films à la télévision	Canal + - Ciné Cinéma Club Ciné cinéma frisson Ciné cinéma Premier Ciné FX - France 2 NRJ 12 - NT1 Orange ciné Max - Virgin 17	13	-	13
Avertissement des téléspectateurs		Canal + - France Télévisions M6 - TF1	5	-	5
Demande de reclassification d'un programme (hors œuvres cinématographiques)	En raison du caractère violent	Direct 8 - France 3 - NRJ 12 - TF1 - Virgin 17	8	-	8
	En raison du thème abordé	France Télévisions MCM - NT1 - TF1 - Virgin 17	5	-	5
	En raison de la connotation sexuelle	ALJ Productions - Canal + Direct 8 - Jimmy Mobibase - Mobidream Série Club - TMC Virgin 17 - W9	10	-	10
	Dans un souci de cohérence de la signalétique	France Télévisions TF6	2	-	3

			Nombre d'interventions		
Choix de programmation et horaires de diffusion	Choix du jour de programmation	NRJ 12 - NT1	2	-	2
	Choix de l'horaire de diffusion	Canal Overseas - Série Club Ciné cinéma Frisson M6 - Paris Première Tous les diffuseurs	6	-	5
	Restrictions horaires sur certaines vidéomusiques	Virgin 17 - MCM Toutes les chaînes musicales	3	-	3
Présentation à la télévision d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles, de jeux vidéo et de services téléphoniques faisant l'objet de restrictions aux mineurs		Eutelsat Game One - NRJ 12 NT1 - TMC - Virgin 17	5	3	8
Retransmission de certains types de combats		Direct 8 RTL 9	2	-	2
Respect de la réglementation sur la diffusion des programmes déconseillés aux moins de 18 ans		Canalsat	1	-	1
Interventions sur les programmes de radio		Canal FM Sambre Avesnois Skyrock - Fun Radio Virgin Radio - RFM	4	1	5
<b>Total 2009</b>		-	<b>45</b>	<b>5</b>	<b>50</b>
<b>Total 1<sup>er</sup> semestre 2010</b>			<b>24</b>	<b>2</b>	<b>26</b>
<b>Total</b>		-	<b>69</b>	<b>7</b>	<b>76</b>

Source : CSA – DP

## C. Les campagnes annuelles d'information


- Une nouvelle campagne sur la protection du jeune enfant
- Une exposition satisfaisante de la campagne signalétique
- La participation du Conseil aux campagnes d'information relatives à la protection du jeune public sur internet auxquelles plusieurs chaînes de télévision se sont associées

### 1. La campagne sur la protection du jeune enfant

La campagne télévisée annuelle visant à sensibiliser le public aux effets de la télévision sur les très jeunes enfants<sup>8</sup> a été diffusée les 20, 21 et 22 novembre 2009, à l'occasion du 20<sup>ème</sup> anniversaire de la Convention internationale sur les droits de l'enfant.

Cette campagne fait suite à la délibération du 22 juillet 2008 que le Conseil avait adoptée pour répondre aux préoccupations de plusieurs experts de l'enfance s'inquiétant de l'arrivée en Europe de chaînes s'adressant spécifiquement aux tout-petits enfants et d'un avis du ministère de la santé alertant sur les effets de la télévision sur les enfants de moins de trois ans. La délibération impose notamment aux distributeurs de ces services la diffusion d'un message d'avertissement : « *Regarder la télévision peut freiner le développement des enfants de moins de trois ans, même lorsqu'il s'agit de chaînes qui s'adressent spécifiquement à eux.* » Les distributeurs doivent également rappeler ce message dans leurs documents commerciaux et ne peuvent alléguer de vertus sanitaires, éducatives ou pédagogiques de telles chaînes.

Le Conseil a souhaité que cette campagne porte également sur la protection des enfants âgés de trois à six ans, dans un souci de sensibilisation aux différentes étapes du développement de l'enfant.

Cette campagne, intitulée « *La télévision n'est pas toujours un jeu d'enfant* », s'est appuyée sur des informations déclinées en trois temps (« *sensibiliser, alerter, conseiller* »), fournies par le Conseil et mises à disposition des éditeurs et du public sur son site internet, dans le mini-site internet du Conseil consacré à la protection des mineurs. Un logo  et des messages clés ont été repris par les éditeurs (« *la télévision, c'est mieux quand on en parle ; pas d'écran avant trois ans ; avant huit ans, seulement des programmes pour enfants ; limiter le temps devant l'écran ; signalétique à respecter pour enfants et adolescents* »).

La description des messages produits par les principaux éditeurs est disponible en annexe 2. La campagne pour l'année 2010, organisée dans les mêmes conditions, sera également programmée les 20, 21 et 22 novembre.

---

<sup>8</sup> Prévues par la délibération du Conseil du 22 juillet 2008 visant à protéger les enfants de moins de trois ans des effets de la télévision, en particulier des services présentés comme spécifiquement conçus pour eux.

## 2. La campagne de sensibilisation à la signalétique jeunesse<sup>9</sup>

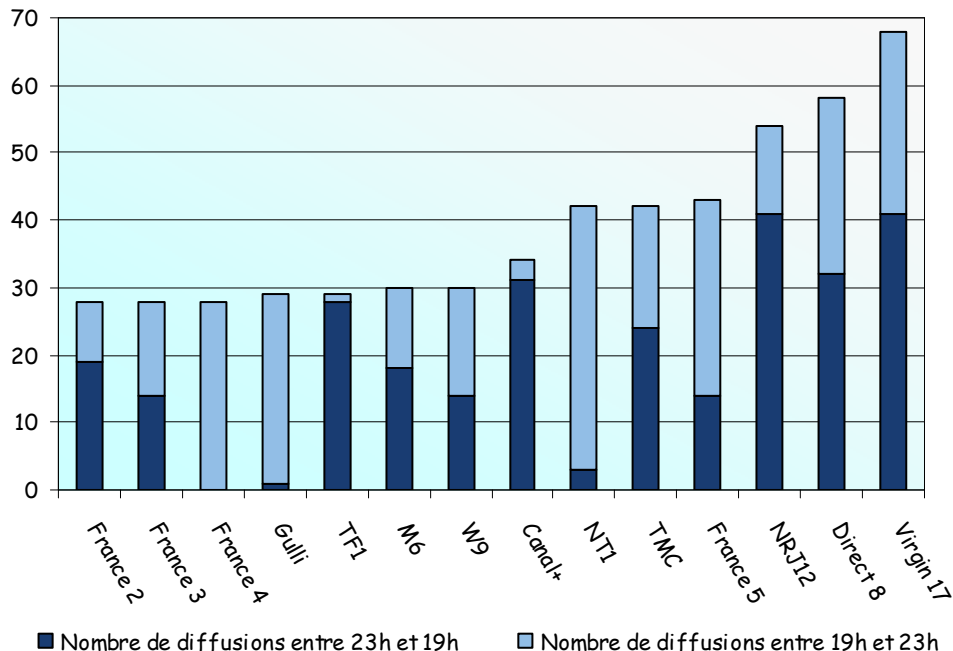
À partir du 23 novembre 2009, les chaînes de télévision ont été invitées à diffuser les deux films déjà diffusés en 2008, mettant en scène un couple et leur fillette de 10 ans dans des situations ordinaires où ils adoptent des attitudes protectrices lorsqu'ils sont alertés par la présence de différents signaux, tandis qu'ils relâchent leur vigilance devant la télévision.

Ces messages devaient être programmés pendant deux semaines consécutives, jusqu'au 6 décembre 2009 inclus. En plus de cette période obligatoire, la diffusion des messages pouvait se prolonger jusqu'au 31 décembre 2009. Comme pour les précédentes campagnes, le Conseil a demandé aux chaînes que ces messages soient diffusés en dehors des écrans publicitaires, à un horaire assurant une exposition maximale et un visionnage conjoint par les parents et les enfants, c'est-à-dire entre 19 heures et 23 heures.

L'ensemble des chaînes a assuré une diffusion convenable de la campagne. Certaines ont fourni un effort particulier en termes de nombre total de diffusions (notamment Direct 8, NRJ 12 et Virgin 17) ou de nombre de diffusions entre 19 heures et 23 heures (Gulli, France 4, France 5 et NT1).

À l'inverse, l'exposition de la campagne aux horaires de grande écoute s'est révélée très faible sur TF1 (1 diffusion) et Canal + (3 diffusions).

**Fig.1 - Diffusion de la campagne signalétique sur les chaînes nationales gratuites en 2009**



Source : CSA – DP

Ces deux campagnes seront rediffusées en 2010, aux mêmes dates et selon des modalités identiques.

<sup>9</sup> Prévues par la recommandation du 7 juin 2005.

### 3. Les campagnes internet

En 2009, dans le cadre du programme européen de protection de l'enfance sur internet, dénommé *Safer internet* et promouvant un internet plus sûr, la Commission européenne a produit un message de prévention sur le cyber-harcèlement, d'une durée de trente secondes, s'adressant directement aux jeunes de 12 à 17 ans et visant à les sensibiliser à un usage plus responsable d'internet. Le Conseil a accepté d'appuyer cette campagne en sollicitant les chaînes généralistes et les chaînes destinées aux adolescents, afin qu'elles le diffusent sur leurs antennes. Vingt-six chaînes de télévision françaises l'ont gracieusement diffusé, à partir du 30 mars 2009, à des horaires de forte audience pour le public adolescent.

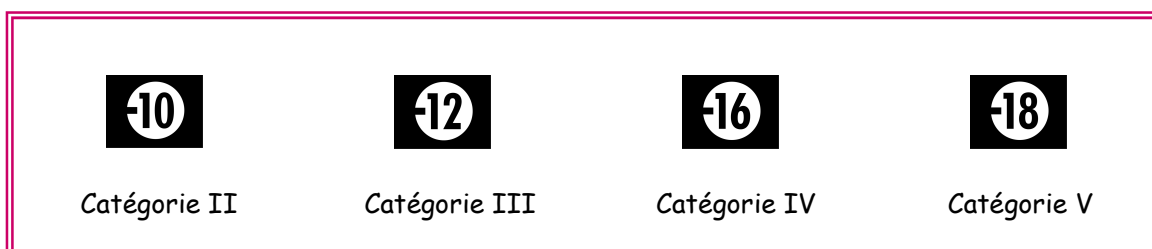
En 2009, la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) et les responsables d'*Internet sans crainte* (programme national de sensibilisation des jeunes aux enjeux d'internet, représentant la France au sein du programme européen *Safer internet*) ont produit un message relatif à la gestion des données personnelles sur internet. Le Conseil, s'étant lui-même associé à cette campagne, a encouragé les chaînes à diffuser gracieusement ce message pendant deux semaines, à partir du 1<sup>er</sup> mars 2010. Trente-six chaînes de télévision ont accepté.



## II. LA SIGNALÉTIQUE JEUNESSE EN 2009

La signalétique jeunesse repose sur le principe d'une signalisation par âge et d'un classement des programmes en cinq catégories selon leur degré d'appréciation au regard de la protection du jeune public (programmes « tous publics », programmes déconseillés aux moins de 10, 12, 16 et 18 ans).

Depuis 2002, les pictogrammes correspondant à chaque catégorie donnent aux téléspectateurs des indications d'âge explicites :



À chaque catégorie correspondent des horaires et des conditions de diffusion spécifiques, visant à avertir parents et enfants du degré de violence des programmes et à réduire le risque d'exposition des plus jeunes aux programmes qui ne leur sont pas adaptés (cf. page suivante).

L'application de la signalétique repose sur une classification des programmes établie par les chaînes elles-mêmes, à l'aide d'une commission de visionnage<sup>10</sup>. Le contrôle de la bonne application des règles et du dispositif de la signalétique par le Conseil s'effectue toujours *a posteriori*, après la diffusion des programmes.

*Les pages ci-après dressent le bilan quantitatif de la signalétique sur les chaînes nationales gratuites, à l'exception de Gulli, chaîne jeunesse dont la convention interdit la diffusion avant 21 heures des programmes de catégorie II (« déconseillé aux moins de 10 ans »), les autres catégories de programmes faisant, quant à elles, l'objet d'une interdiction totale de diffusion.*

<sup>10</sup> Tel que prévu par l'article 2 de la recommandation du 7 juin 2005.

LES PROGRAMMES	LES CHAINES AUTRES QUE DE CINÉMA	LES CHAINES CINÉMA
<p>Les programmes tous publics.</p>	<p>pas de signalétique</p>	<p>Pas de signalétique</p>
<p><b>-10</b></p> <p><b>Déconseillé aux -10 ans</b></p> <p>Programmes comportant certaines scènes susceptibles de heurter les -10 ans.</p> <p><i>Pictogramme incrusté soit 5 minutes en début de programme puis 1 minute après chaque coupure publicitaire soit 12 minutes en début de programme.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pas de diffusion dans les émissions pour enfants.</li> <li>- attention particulière des chaînes pour les bandes-annonces de ces programmes diffusées dans ou à proximité des émissions pour enfants.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pas de diffusion dans les émissions pour enfants.</li> <li>- attention particulière des chaînes pour les bandes-annonces diffusées dans ou à proximité des émissions pour enfants.</li> </ul>
<p><b>-12</b></p> <p><b>Déconseillé aux -12 ans</b></p> <p>Films interdits aux -12 ans, et programmes pouvant troubler les -12 ans, notamment lorsque le scénario recourt de façon systématique et répétée à la violence physique ou psychologique.</p> <p><i>Pictogramme incrusté sur toute la durée du programme.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pas de diffusion avant 22 h, à titre exceptionnel : 20 h 30 mais jamais les mardis, vendredis, samedis, veille de jours fériés ou congés scolaires (pour les films interdits aux -12 ans, pas plus de 4 par an, par chaîne).</li> <li>- les bandes-annonces ne doivent pas comporter de scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public. Elles ne peuvent être diffusées à proximité des émissions pour enfants.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pas de diffusion le mercredi avant 20 h 30.</li> <li>- les bandes-annonces ne doivent pas comporter de scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public. Elles ne peuvent être diffusées à proximité des émissions pour enfants.</li> </ul>
<p><b>-16</b></p> <p><b>Déconseillé aux -16 ans</b></p> <p>Films interdits aux -16 ans, et programmes à caractère érotique ou de grande violence, susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des -16 ans.</p> <p><i>Pictogramme incrusté sur toute la durée du programme.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pas de diffusion avant 22 h 30.</li> <li>- les bandes-annonces ne doivent pas comporter de scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public. Elles ne peuvent être diffusées avant 20 h 30.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pas de diffusion avant 20 h 30.</li> <li>- pas de bandes-annonces susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public dans les plages en clair avant 20 h 30.</li> </ul>
<p><b>-18</b></p> <p><b>Déconseillé aux -18 ans</b></p> <p>Films interdits aux -18 ans, et programmes pornographiques ou de très grande violence, réservés à un public adulte averti et susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des -18 ans.</p> <p><i>Pictogramme incrusté sur toute la durée du programme.</i></p>	<p>pas de diffusion</p>	<p>diffusion encadrée</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- certaines chaînes sont autorisées à diffuser des programmes -18, en nombre limité chaque année, les abonnés en sont informés.</li> <li>- pas de diffusion de ces programmes ni de leurs bandes-annonces entre 5 h et 24 h.</li> <li>- l'accès à ces programmes est verrouillé. Les parents doivent personnaliser leur code et le garder secret.</li> </ul>
<p>Programmes attentatoires à la dignité humaine, à caractère pornographique mettant en scène des mineurs ou d'extrême violence.</p>	<p>pas de diffusion</p>	<p>pas de diffusion</p>

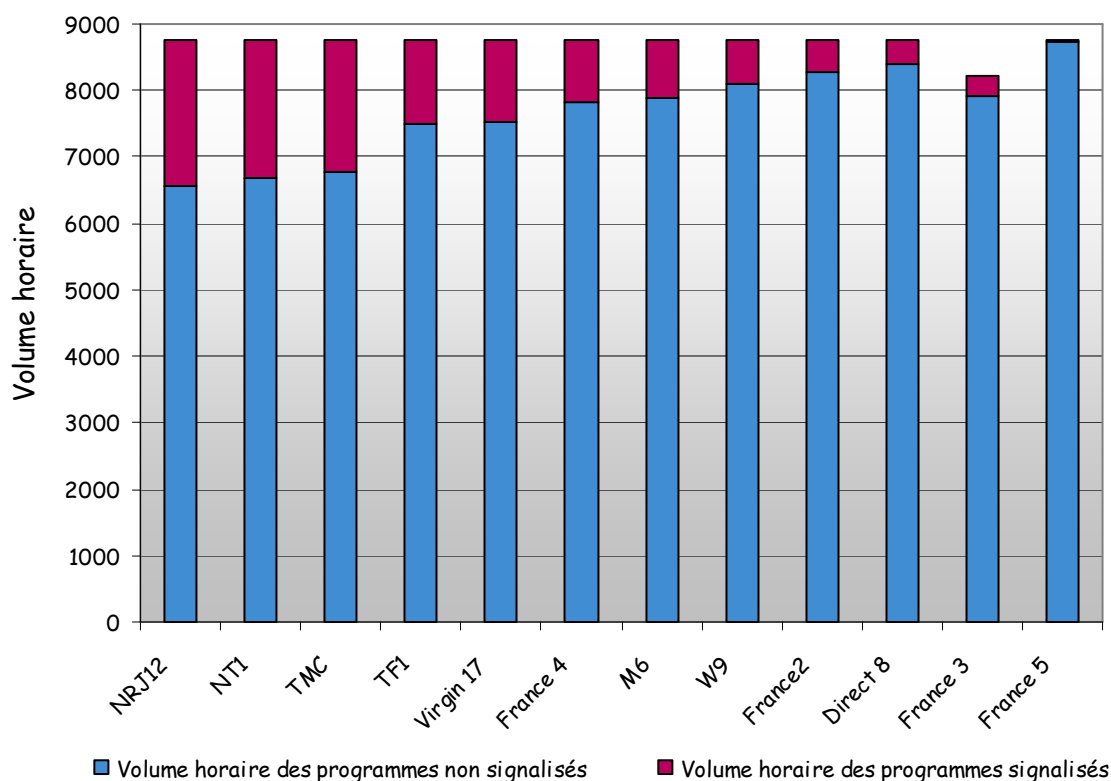
**Tab.3 - Le dispositif de la signalétique jeunesse**

## A. Évolution de la part globale des programmes signalisés

Le volume horaire global des programmes signalisés sur les chaînes nationales gratuites a sensiblement augmenté, passant de 11738 heures de programmes signalisés<sup>11</sup> (soit 11,2 % du volume global de diffusion) en 2008, à 12439 heures (soit 11,9 %) en 2009.

Cette évolution témoigne de l'attention croissante que portent les éditeurs à l'information des téléspectateurs quant aux contenus des programmes qu'ils diffusent et aux publics qu'ils visent ; mais parallèlement, elle pose la question du taux de violence des programmes et de leur adaptation au public, notamment aux plus jeunes.

**Fig. 2 - Part des programmes signalisés sur le volume horaire total de programmation en 2009**



Source : CSA – DP

Sur plus de la moitié des chaînes, la part du volume horaire des programmes signalisés sur le volume horaire total a augmenté. Si cette hausse est souvent légère et, pour certaines chaînes (en particulier France 2, France 3 et France 5), tempérée par un faible volume horaire de programmes signalisés, elle se ressent fortement sur quelques chaînes (notamment NRJ 12 et TF1). Cette évolution doit être surveillée lorsqu'elle se produit aux horaires où le jeune public est le plus présent devant la télévision.

<sup>11</sup> Bandes-annonces exclues.

## *B. Part des programmes signalisés en journée et en première partie de soirée*

De manière générale, la délibération du Conseil du 7 juin 2005 demande aux chaînes de veiller au caractère familial de la programmation. En effet, il incombe aux éditeurs de veiller « à ce que, entre 6 heures et 22 heures et *a fortiori* dans la partie consacrée aux émissions destinées à la jeunesse, la violence, même psychologique, ne puisse être perçue comme continue, omniprésente ou présentée comme unique solution aux conflits. »<sup>12</sup> De plus, les conventions de certaines chaînes leur imposent de proposer une programmation à caractère familial, particulièrement entre 6 heures et 22 heures (TF1 et M6) ou de consacrer une place importante aux programmes familiaux (NT1).

### **1. Les programmes signalisés entre 6 heures et 22 heures**

- Légère augmentation du volume horaire global des programmes signalisés en journée et 1ère partie de soirée
- Concentration de 2/3 de ces programmes sur 1/3 des chaînes, et très forte progression depuis 2007 pour deux d'entre elles

Entre 6 heures et 22 heures, la part de programmes signalisés représente 8,4 % des programmes diffusés sur les chaînes nationales gratuites : bien qu'en légère augmentation par rapport à 2008 (7,8 %), ce taux reste raisonnable et inférieur au taux constaté sur l'ensemble de la programmation (11,9 %). En effet, 91,4 % des programmes diffusés à ces horaires sont « tous publics ».

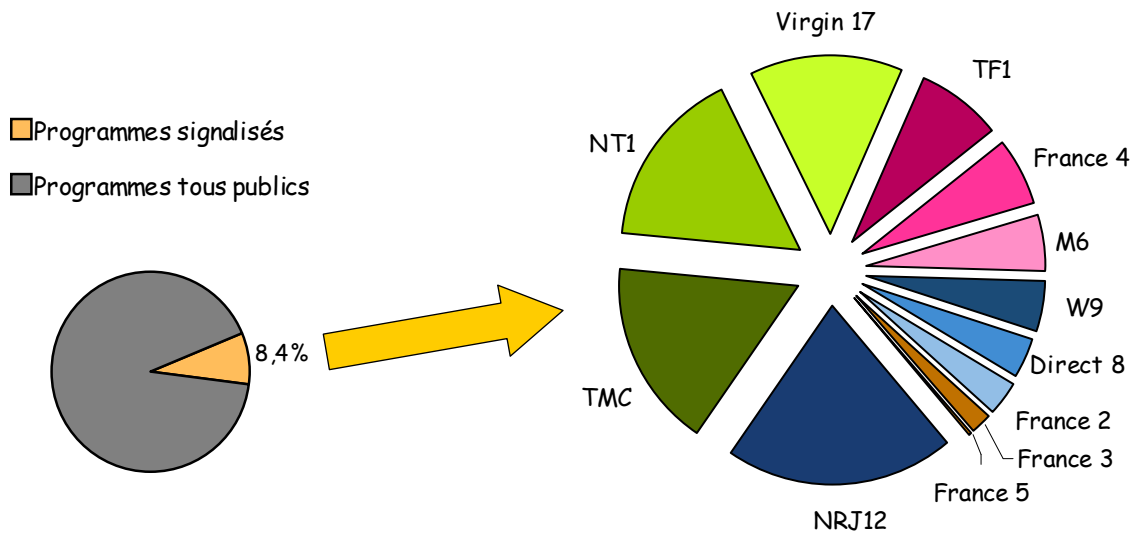
Parmi les programmes signalisés diffusés en journée et en première partie de soirée, 98 % d'entre eux sont déconseillés aux moins de 10 ans, car les programmes « -12 ans » ne peuvent être diffusés avant 22 heures, sauf à titre exceptionnel à partir de 20h30<sup>13</sup>, tandis que les programmes signalisés en « -10 ans » ont pour seule restriction de ne pas pouvoir être diffusés dans les émissions jeunesse.

---

<sup>12</sup> Article 1<sup>er</sup> de la recommandation du 7 juin 2005.

<sup>13</sup> Selon l'article 3 de la recommandation du 7 juin 2005, les programmes « -12 ans » ne doivent pas être diffusés avant 22 heures (sauf sur les chaînes cinéma et les services de paiement à la séance) ; à titre exceptionnel, leur diffusion est admise après 20h30, sauf les mardis, vendredis, samedis, veilles de jours fériés et pendant les périodes de vacances scolaires.

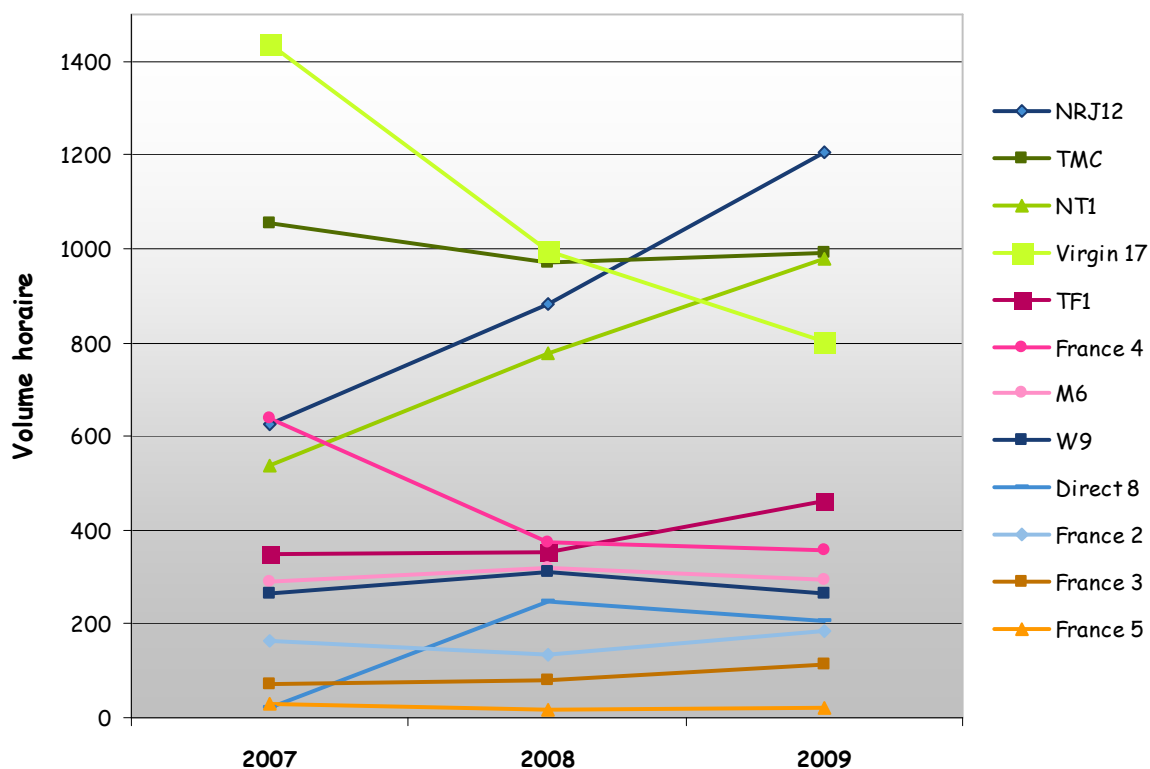
**Fig. 3 - Part du volume horaire des programmes signalisés sur le volume horaire global des programmes diffusés entre 6h et 22h en 2009**



Source : CSA – DP

Comme le montre le graphique n°3, les chaînes jouent un rôle inégal dans l'importance de ce taux de programmes signalisés : ceux-ci sont particulièrement nombreux sur NRJ 12 (20 %), NT1 (17 %), TMC (17 %) et Virgin 17 (14 %), comme le Conseil l'a regretté à l'occasion des bilans de ces chaînes pour l'année 2009. Plus des deux tiers des programmes signalisés programmés entre 6 heures et 22 heures en 2009 se sont donc concentrés sur quatre chaînes.

**Fig. 4 - Évolution par chaîne du volume horaire des programmes signalisés diffusés entre 6 heures et 22 heures en 2009**



Source : CSA – DP

Sur la majorité des chaînes nationales gratuites, le volume horaire de programmes signalisés diffusés entre 6 heures et 22 heures se révèle raisonnable, voire très faible.

Néanmoins, sur 6 d'entre elles, ce volume horaire est en hausse, de façon plus ou moins prononcée. On remarque une augmentation particulièrement importante et continue depuis 2007 sur NT1 et NRJ 12.

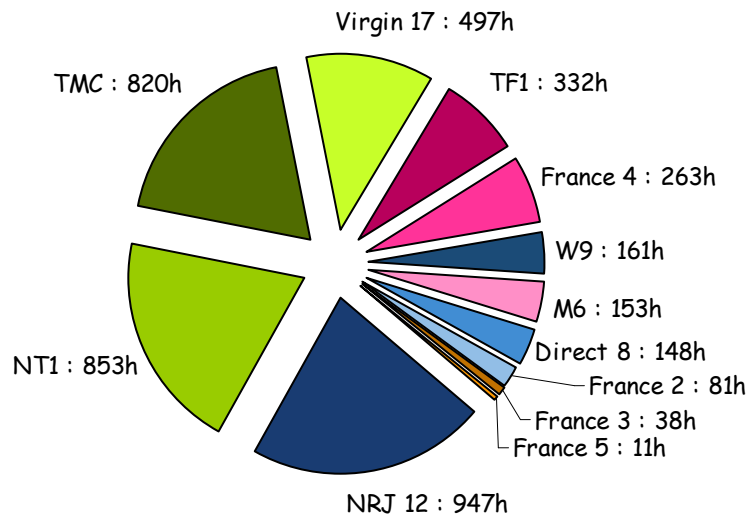
En revanche, 5 chaînes ont programmé moins de programmes signalisés entre 6 heures et 22 heures qu'en 2008. À l'instar de l'année précédente, cette diminution est particulièrement prononcée sur Virgin 17, dont le volume horaire des programmes signalisés diffusés entre 6 heures et 22 heures reste néanmoins élevé.

## 2. Les programmes signalisés diffusés en journée (entre 6 heures et 20h30)

- Presque 3/4 de ces programmes concentrés sur 1/3 des chaînes
- Les jours de congés scolaires (mercredis, week-ends, vacances) plus chargés en programmes signalisés
- Les jours d'école, la case horaire préscolaire globalement protégée mais des taux de programmes « - 10 ans » élevés sur certaines chaînes entre 17h30 et 20h30.

En journée, c'est-à-dire entre 6 heures et 20h30, parmi les programmes signalisés, seuls les programmes signalisés en « -10 ans » sont autorisés, à condition qu'ils ne soient pas diffusés dans les émissions destinées aux enfants.

**Fig. 5 - Volume horaire des programmes signalisés diffusés entre 6h et 20h30 en 2009**



Source : CSA – DP

En 2009, le volume horaire global des programmes déconseillés aux moins de 10 ans diffusés en journée atteint 4304 heures, ce qui représente 34,6 % de l'ensemble des programmes signalisés diffusés en 2009. Ils sont inégalement répartis entre les chaînes : certaines en diffusent très peu (France 5, France 3, France 2), tandis que d'autres leur réservent une part importante de leur programmation (NRJ 12, NT1, TMC et Virgin 17).

Il convient toutefois d'étudier la répartition des programmes signalisés diffusés en journée tout au long de l'année. En effet, si les éditeurs sont tenus de veiller à ne pas programmer un volume trop élevé de programmes signalisés en journée, il est d'autant plus important que ces programmes ne soient pas trop nombreux aux jours et horaires auxquels les enfants sont particulièrement susceptibles d'être présents devant l'écran.

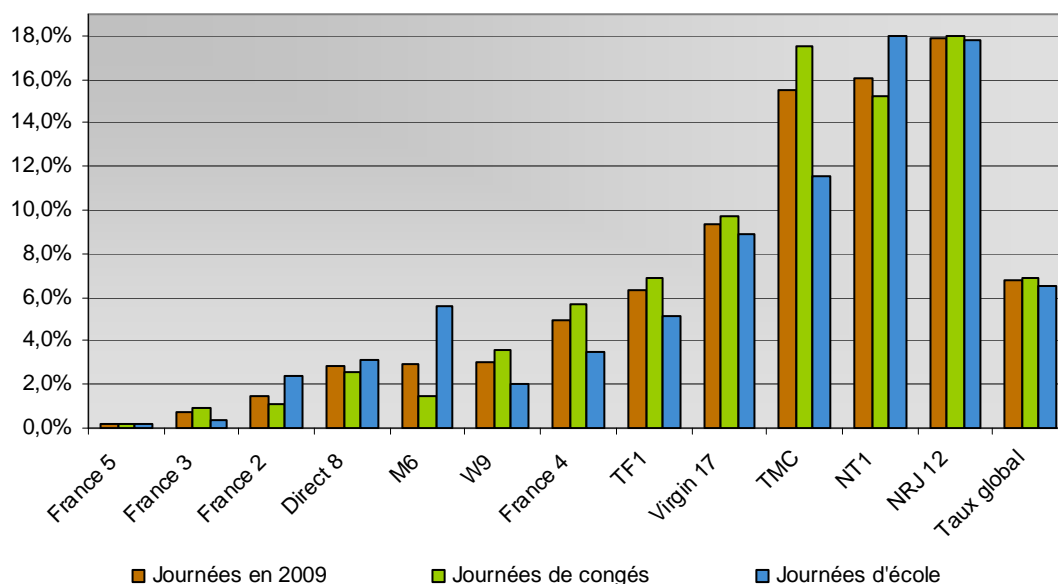
a) Un taux de programmes signalisés plus élevé lors des journées de congés scolaires<sup>14</sup>

Dans un premier temps, il faut distinguer les taux de programmes signalisés diffusés lors des journées d'école de ceux diffusés les mercredis, week-ends, congés et jours fériés. En effet, quand ils n'ont pas école, les enfants sont davantage susceptibles d'être devant leur téléviseur tout au long de la journée, comme le montrent les données d'audience des 4-14 ans (cf. pages 39-42). En effet, en période de congés, la présence devant l'écran des enfants de 4 à 14 ans est

<sup>14</sup> La catégorie des jours de congés inclut les journées de vacances scolaires, sur toutes les zones, ainsi que les mercredis, samedis, dimanches et jours fériés, ce qui équivaut à 240 jours.

continue : à partir de 8h30, le taux d'audience ne descend que rarement au dessous de 10 %, atteignant parfois 25 %.

**Fig. 6 - Taux de programmes signalisés diffusés en journée en 2009**



Source : CSA – DP

On peut regretter que, sur la majorité des chaînes et d'une manière globale, le taux de programmes signalisés en « -10 ans » diffusés entre 6h et 20h30 soit plus élevé au cours des journées de congés scolaires. Cette différence est parfois marquée (W9, France 4, TF1, Virgin 17 ou TMC).

À l'inverse, des chaînes comme France 2, Direct 8, NT1 et M6 favorisent la diffusion des programmes de catégorie II lors des journées d'école<sup>15</sup>.

b) La programmation des journées d'école inégalement adaptée à la présence de l'enfant devant l'écran

Néanmoins, au cours d'une journée d'école, la présence potentielle de l'enfant devant l'écran n'est pas homogène. En effet, l'activité scolaire rythme la vie quotidienne des enfants, ce que tendent à confirmer les études d'audiences (cf. page 33) : ils sont beaucoup plus nombreux devant l'écran avant et après l'école. C'est pourquoi il convient de différencier plusieurs tranches horaires au sein de ces journées :

- de 6 heures à 9 heures : case horaire préscolaire (caractérisée par sa concentration en programmes jeunesse) ;

<sup>15</sup> L'année 2009 a compté 125 jours d'école (lundis, mardis, jeudis et vendredis hors congés scolaires).



- de 9 heures à 17h30 : horaires scolaires, lors desquels les enfants sont peu nombreux devant la télévision ;
- de 17h30 à 20h30 : case du retour des classes et des programmes d'avant-soirée, susceptible de correspondre à une forte audience du jeune public.

Le graphique n°7 révèle des différences dans la programmation des programmes déconseillés aux moins de 10 ans diffusés lors des journées d'école.

Les programmes signalisés sont très rares entre 6 heures et 9 heures sur toutes les chaînes (France 4 en diffuse quelques uns), ce qui atteste qu'elles prennent en compte la forte présence du jeune public devant l'écran durant cette tranche horaire.

On relève également qu'une part importante des programmes signalisés est diffusée entre 9 heures et 17h30, pendant la journée d'école, ce qui révèle, là encore, la prise en compte, par les chaînes, des horaires scolaires.

Les proportions de programmes signalisés entre 17h30 et 20h30 sont plus contrastées d'une chaîne à l'autre. La majorité d'entre elles n'en diffusent pas ou très peu, alors que les quatre chaînes ayant le plus fort volume horaire de programmes signalisés pendant les journées d'école sont aussi celles qui en programment entre 17h30 et 20h30 (Virgin 17, NRJ 12 et TMC).

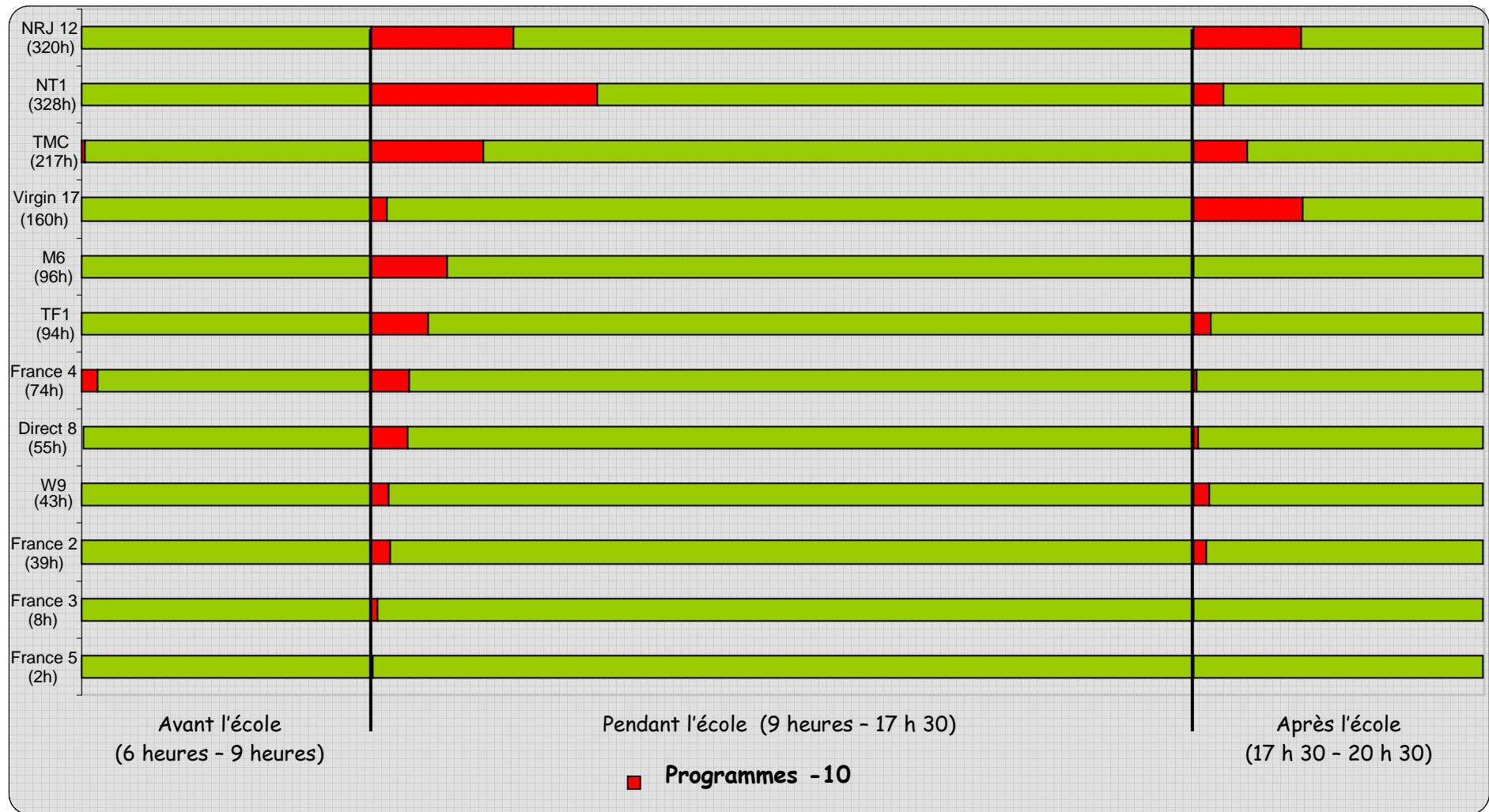
Si M6 concentre, en totalité pour la première et en grande majorité pour la seconde, les programmes signalisés dans la case correspondant aux horaires scolaires, Virgin 17 tend, à l'inverse, à privilégier la case horaire 17h30-20h30 pour la diffusion de programmes signalisés lors des journées d'école.

Enfin, NT1 concentre la majorité de ses programmes déconseillés aux moins de 10 ans diffusés en journée entre 9 heures et 17h30 ; néanmoins, le volume horaire de ces programmes diffusés entre 17h30 et 20h30 reste élevé.

En résumé, la programmation des chaînes en 2009 fait apparaître la tranche horaire préscolaire comme une zone protégée, forte d'une programmation jeunesse importante (cf. tableau n°4) et d'un très faible volume de programmes déconseillés aux moins de 10 ans.

Le retour des classes est plus contrasté, le taux de programmes déconseillés aux moins de 10 ans étant très élevé sur une minorité de chaînes, tandis que la plupart privilégient les horaires d'école pour diffuser ce type de programmes.

**Fig.7 - Taux de programmes déconseillés aux moins de 10 ans les jours d'école en 2009**



Source : CSA – DP

NB : Les chaînes sont classées par ordre décroissant, en fonction du volume horaire de programmes « -10 ans » diffusés pendant les journées d'école en 2009. Chaque barre représente le volume horaire total de programmation d'une chaîne lors des journées d'école en 2009 (1812 heures et 30 minutes), séparés en 3 tranches horaires ; pour chaque tranche horaire, le volume horaire des programmes « tous publics » est représenté en vert, celui des programmes « -10 ans » en rouge.

### 3. Les programmes signalisés diffusés en première partie de soirée

- Un taux global élevé de programmes signalisés (24%)
- Mais une programmation plus familiale les veilles de congés
- Et un volume très raisonnable de programmes « -12 ans », grâce à une réglementation protectrice

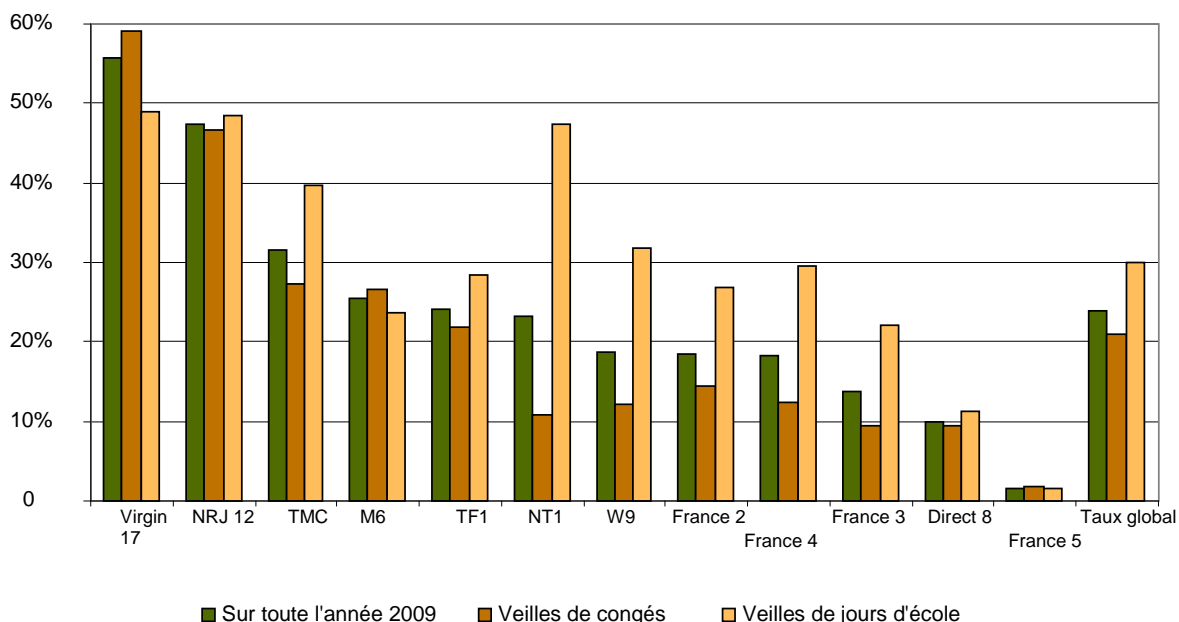
Entre 20h30 et 22 heures, les éditeurs ont la possibilité de diffuser des programmes « tous publics » et « -10 ans », et, exceptionnellement et seulement certains jours qui correspondent aux veilles de jours d'école (cf. note de bas de page n° 20), des programmes « -12 ans »<sup>16</sup>.

Cette tranche horaire correspond en effet à une case d'audience familiale pendant laquelle, comme le montrent les données d'audiences des 4-14 ans (cf. page 41), le jeune public est particulièrement présent devant la télévision.

a) Un taux de programmes signalisés globalement élevé mais plus faible les veilles de congés scolaires

Sur l'ensemble des soirées de l'année 2009, 24 % des programmes diffusés entre 20h30 et 22 heures étaient déconseillés aux moins de 10 ans (22,3 %) ou aux moins de 12 ans (1,7 %), ce qui représente un volume considérable de programmes signalisés au sein de cette case de forte audience du jeune public.

**Fig.8 – Taux de programmes signalisés diffusés en 1<sup>ère</sup> partie de soirée en 2009**



Source : CSA – DP

<sup>16</sup> À l'exception des chaînes cinéma, qui bénéficient d'un régime dérogatoire plus favorable leur permettant de diffuser en journée des programmes de catégorie III (« déconseillé aux moins de 12 ans »). A l'exception de Gulli, non prise en compte dans ces statistiques (cf. *infra*) car soumise à des règles différentes, plus strictes : sa convention interdit totalement la diffusion de ces programmes.

La proportion de programmes signalisés sur l'ensemble des programmes diffusés dans cette case horaire varie fortement d'une chaîne à l'autre. Elle est très basse sur France 5 (1,6 %) mais dépasse 20 % sur six chaînes, se révélant particulièrement haute sur Virgin 17 (55,7 %) et NRJ 12 (47,3 %).

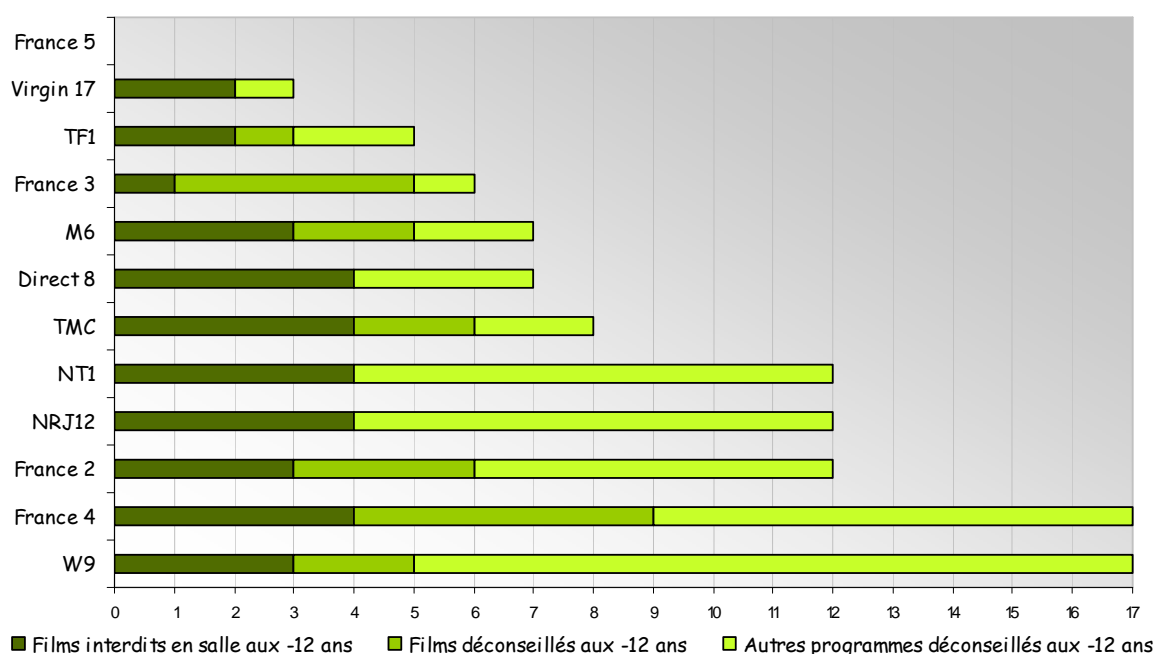
Néanmoins, sur la plupart des chaînes, on note une inégalité entre veilles de jours de congés<sup>17</sup> et veilles de jours d'école, la proportion de programmes signalisés étant plus élevée lors de ces dernières (notamment sur NT1).

Les enfants étant plus susceptibles de se trouver devant l'écran entre 20h30 et 22 heures lorsqu'ils n'ont pas école le lendemain, les chaînes semblent donc faire preuve de responsabilité dans leur programmation en privilégiant les veilles de jours d'école pour la diffusion de programmes pouvant heurter la sensibilité des plus jeunes. La réglementation du Conseil interdisant la diffusion de programmes « -12 ans » en première partie de soirée les veilles de congés scolaires contribue également à ce résultat.

On peut toutefois déplorer que la programmation de première partie de soirée de Virgin 17 en 2009 ne corresponde pas à cette tendance : le taux de programmes signalisés est sensiblement plus élevé lors des veilles de congés (59,2 %) que lors des veilles de jours d'école (48,9 %). On relève également ce phénomène, mais dans une moindre mesure, sur M6.

b) Un faible niveau des programmes « -12 ans »

**Fig. 9 - Nombre de programmes « -12 ans » diffusés en 1<sup>ère</sup> partie de soirée en 2009**



Source : CSA – DP

<sup>17</sup> C'est-à-dire les mardis, vendredis, samedis, veilles de jours fériés et pendant les périodes de vacances scolaires.

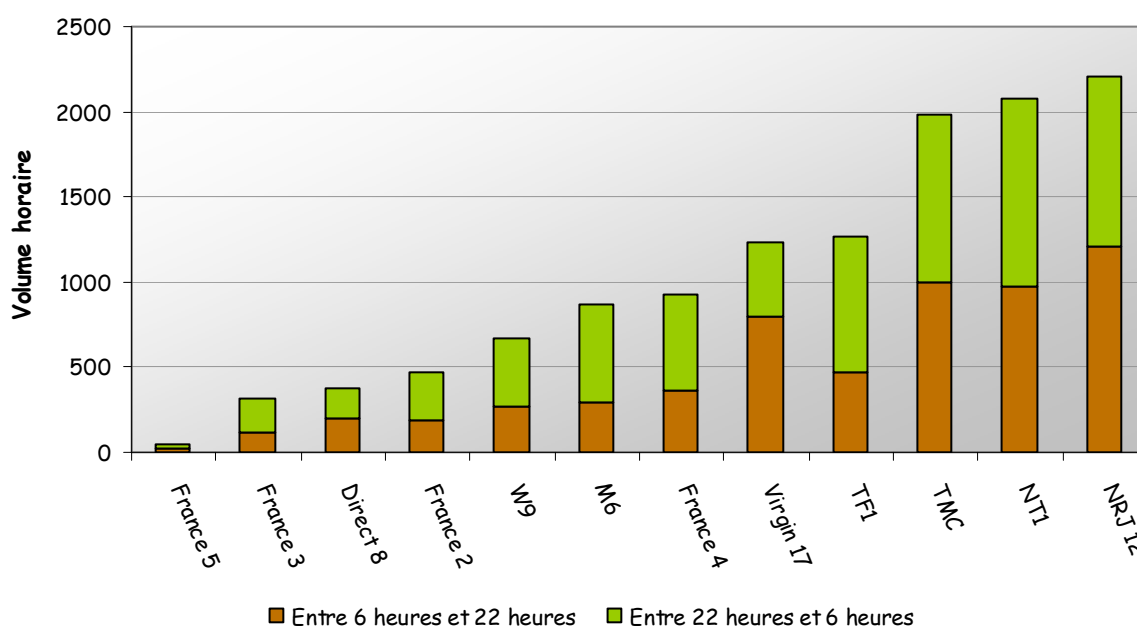
Comme cela a été indiqué, ces programmes ne peuvent être diffusés en première partie de soirée les veilles de congés scolaires. Leur diffusion n'est autorisée avant 22 heures que les veilles de jours d'école mais elle doit rester exceptionnelle. Durant ces soirées, chaque chaîne ne peut en effet diffuser annuellement plus de 4 films interdits en salle aux mineurs de 12 ans<sup>18</sup>. Dépasser ce nombre constitue un manquement à la réglementation<sup>19</sup>. S'agissant des autres programmes déconseillés aux moins de 12 ans, il n'existe pas de plafond maximal : il incombe aux chaînes de respecter le caractère exceptionnel de cette programmation.

En 2009, aucune chaîne n'a diffusé plus de 4 films interdits en salle aux moins de 12 ans avant 22 heures, contrairement à l'année 2008 (Virgin 17 et Direct 8 en avaient respectivement diffusé 8 et 5). Le nombre de diffusions annuelles globales par chaîne de programmes « -12 ans » avant 22 heures reste raisonnable, variant entre 0 (France 5) à 17 diffusions par an (W9 et France 4).

### C. Les programmes signalisés diffusés après 22 heures

a) Une concentration des programmes signalisés après 22 heures

**Fig. 10 - Répartition horaire des programmes signalisés en 2009 avant et après 22 heures**



Source : CSA – DP

En 2009, la plupart des chaînes ont diffusé entre 50 % et 65 % de leurs programmes signalisés en deuxième partie de soirée et la nuit, c'est-à-dire entre 22 heures et 6 heures, notamment certaines chaînes ayant un volume horaire élevé de programmes signalisés (telle NT1).

<sup>18</sup> Selon la classification attribuée par le CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée) au moment de la sortie des films en salle, que les éditeurs doivent reprendre. Elle sert d'indication pour la classification à la télévision mais peut être renforcée, lorsque cela est nécessaire.

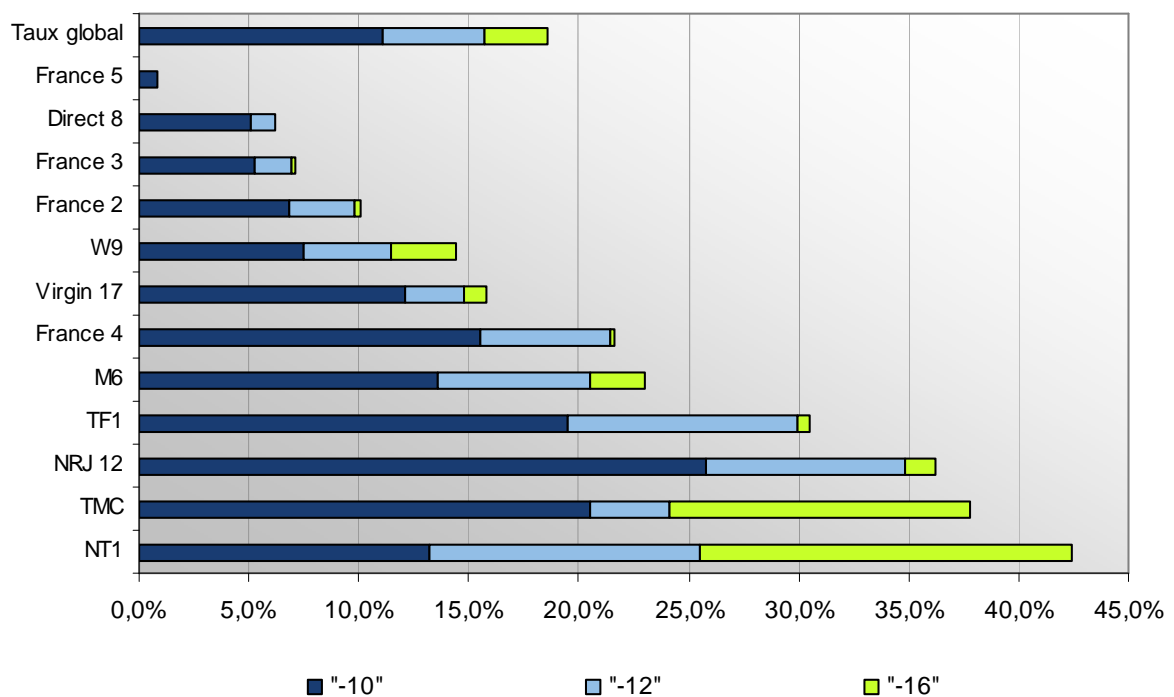
<sup>19</sup> Article 3 de la recommandation du 7 juin 2005.

Seules 3 chaînes ont diffusé plus de 50 % de leurs programmes signalisés entre 6 heures et 22 heures, dont Virgin 17 (65 % des programmes signalisés diffusés entre 6 heures et 22 heures).

b) Des programmes majoritairement « -10 ans »

Après 22 heures et avant 6 heures, la réglementation permet aux éditeurs de diffuser, sans restriction, des programmes déconseillés aux moins de 10 ans, ainsi que des programmes déconseillés aux moins de 12 ans. Les programmes « déconseillés aux moins de 16 ans » ne peuvent être diffusés qu'à partir de 22h30<sup>20</sup>.

**Fig. 11 - Taux de programmes signalisés diffusés entre 22h et 6h en 2009**



Source : CSA – DP

La répartition et le taux des programmes signalisés en « -10 ans », « -12 ans » et « -16 ans » diffusés après 22 heures varient fortement d'une chaîne à l'autre, en fonction de leurs choix de programmation et des publics auxquels elles s'adressent.

Quant aux programmes de catégorie V (« déconseillés aux moins de 18 ans »), ils sont autorisés uniquement sur les chaînes « cinéma » et les services de paiement à la séance entre minuit et cinq heures, dans un nombre limité et avec un dispositif de code parental, conformément à la recommandation du Conseil du 15 décembre 2004.

<sup>20</sup> Les chaînes cinéma bénéficient d'un régime dérogatoire leur permettant de diffuser des programmes de catégorie IV à partir de 20h30.

### III. LES JEUNES ET L'OFFRE TELEVISUELLE

#### A. L'offre jeunesse

Dans sa délibération du 18 mai 2010 relative aux conditions de diffusion, par les services de télévision et de radio, des communications commerciales en faveur d'un opérateur de jeux d'argent et de hasard légalement autorisé, le Conseil a défini les programmes de télévision présentés comme s'adressant aux mineurs au regard du faisceau de critères suivant :

- la conception du programme pour les enfants ou les adolescents. Pourront notamment être pris en compte la présence de personnages jeunes, les thématiques touchant les enfants et les adolescents, le langage employé, le cadre de l'action ;
- la diffusion du programme à des horaires appropriés à ces publics ;
- l'habillage spécifique du programme, l'identifiant comme s'adressant à ces publics ;
- l'élaboration ou le suivi du programme par l'unité en charge de la jeunesse au sein du service ;
- la promotion du programme par le service comme s'adressant à ces publics (site internet, communication dans la presse, communication professionnelle, présentation des programmes par la régie publicitaire, etc.).

Ces critères sont destinés à éclairer les acteurs sur les lignes directrices qui guident le Conseil dans sa mission d'application de la loi et ne sont pas exclusifs d'appréciation au cas par cas.

Si le large périmètre de ces émissions n'est pas toujours aisé à cerner, on peut distinguer trois cercles, en partant des émissions les plus spécifiques.

- Les cases de programmation d'émissions pour la jeunesse

Ce sont les émissions que les programmeurs conçoivent spécifiquement pour le jeune public. Leur habillage spécifique permet de les identifier clairement.

Certaines chaînes sont soumises à des obligations spécifiques en la matière, définies soit par les conventions, soit par voie réglementaire.

- Les programmes pour la jeunesse qui ne font pas l'objet de cases spécifiques

Si le contenu de ces émissions peut intéresser les enfants ou les adolescents, les chaînes ne les identifient pas dans des cases spécifiques et leur programmation peut fluctuer.

Il peut s'agir de programme, comme certains dessins animés ou séries par exemple, que les chaînes mettent à l'antenne en dehors de cases spécifiques. Cette offre complète la précédente.

- Les programmes familiaux

Ces programmes ne sont pas des programmes jeunesse, ils cherchent plus largement à fédérer parents et enfants. Ils sont généralement proposés à des heures où les deux se trouvent réunis, le plus souvent en première partie de soirée ou dans l'après-midi pour certains jours fériés.

## 1. Volumes horaires et genres des programmes jeunesse

- Une offre jeunesse globalement riche
- Mais une part importante de l'offre consacrée aux animations, une diminution de l'offre sur certaines chaînes

Tous les éditeurs qui sont soumis à des obligations de diffusion importante de programmes jeunesse les ont globalement remplies (cf. annexe 4).

**Tab. 4 - Volumes horaires et genres des programmes jeunesse en 2009<sup>21</sup>**

	Fictions audiovisuelles	Magazines et documentaires	Films de long-métrage	Animations	Éléments de programmes ou habillage	Autres émissions (Information, divertissement)	Total
TMC	15h 02	--	6h 20	36h 05	--	--	57h 27
Virgin 17	--	--	--	176h 00	--	--	176h 00
France 2	258h 21	5h 48	--	34h 39	3h 48	--	302h 36
NRJ 12	--	--	--	436h 05	2h 23	--	438h 28
M6	--	2h 38	17h 16	440h 33	7h 34	--	468h 01
W9	--	--	4h 46	626h 38	--	--	631h 24
NT1	8h 27	--	--	702h 30	2h 25	--	713h 22
France 4	957h 27	--	--	37h 02	0h 58	--	995h 27
TF1	87h 33	50h 34	13h 25	988h 20	5h 12	--	1145h 04
France 5	--	--	--	1225h 11	16h 05	--	1241h 16
France 3	--	130h 15	--	1118h 45	23h 15	--	1272h 15
Gulli <sup>22</sup>	911h49	413h57	117h58	5 704h03	880h37	731h36	8 760h00

Source : CSA – DP

Sur la majorité des chaînes, l'offre jeunesse se compose très majoritairement d'œuvres d'animation. Seules France 2 et France 4 proposent davantage de fictions audiovisuelles, en raison de la complémentarité croissante des chaînes du groupe France Télévisions en matière de programmation à destination de la jeunesse (cf. ci-dessous).

En 2009, Gulli a diversifié sa programmation. Elle comprend tous les genres cités dans sa convention (dessins animés, documentaires, magazines, émissions de plateau) mais aussi des œuvres cinématographiques, de la fiction audiovisuelle, des émissions de divertissement (*l'Ecole des fans*), des jeux (*La Carte aux trésors*, *Fort Boyard*, *In ze boîte* et *Intervilles junior*), des vidéomusiques et une émission de service (la météo),

S'agissant du volume de cette offre, on peut regretter la forte diminution de l'offre des programmes jeunesse sur France 2 (117 heures de moins qu'en 2008, où il était déjà en légère baisse) et sur NT1 (207 heures de moins qu'en 2008). Pour France 2, cette diminution s'explique

<sup>21</sup> Hors et dans les cases jeunesse.

<sup>22</sup> La programmation de Gulli étant prioritairement destinée aux enfants, ce tableau inclut l'ensemble du volume horaire des programmes diffusés sur la chaîne en 2009.



par l'arrêt en septembre 2009 de la case *KD24* destinée aux adolescents. Depuis cette date, France 2 a seulement proposé quelques fictions hors case à destination des adolescents, pour un volume annuel de 302 heures et 36 minutes seulement qui représente 7,9 % de l'offre jeunesse du groupe. En 2009, 10 % de l'offre d'animation de NT1 ont été déconseillés aux moins de 10 ans, contre 0,8 % en 2008. Il s'agissait quasi exclusivement de la série *Les Griffins* diffusée quotidiennement à 19 heures, hors cases jeunesse, et n'étant pas destinée à un jeune public.

## 2. Répartition des cases jeunesse en 2009 et au 1<sup>er</sup> semestre 2010

- Une concentration des cases jeunesse le matin
- Une refonte des cases jeunesse de France Télévisions

### a) En 2009

Les chaînes programmant des cases jeunesse les jours d'école (TF1, France 3 et M6) avaient très majoritairement privilégié la tranche horaire préscolaire (6 heures - 9 heures). Les mercredis et week-ends, ces cases étaient présentes sur davantage de chaînes et s'étendaient dans la matinée. Il est regrettable qu'à l'exception de NRJ 12 (du lundi au vendredi après-midi, mercredi inclus), aucune chaîne n'ait proposé de rendez-vous hebdomadaire ou quotidien après l'école ou au cours de l'après-midi le mercredi ou le week-end. Néanmoins, l'existence d'une chaîne jeunesse gratuite sur la télévision numérique terrestre, Gulli, a permis de pallier en partie cette tendance et d'offrir en continu au jeune public des programmes qui leur sont destinés.

Sur France Télévisions, la répartition par tranche d'âge qui avait prévalu jusqu'à la mise en place de *Ludo* en décembre 2009 avait permis de développer une offre publique plus variée que sur les chaînes privées, notamment en direction des adolescents, puisqu'elle était également composée de magazines (*Change ta chambre*), documentaires (*Drôle de trip*) et divertissements (*Kméra cachée*, *Mix de Mél*). France 5 avait offert des programmes destinés aux enfants en âge préscolaire alors que France 3 et France 4 avaient diffusé davantage de programmes pour les enfants de 6 à 12 ans.

### b) En 2010

#### ➤ Sur France Télévisions : réforme de l'offre jeunesse en 2010

Depuis le 19 décembre 2009, France Télévisions a entièrement refondu son offre jeunesse. La complémentarité des antennes se fait désormais entre les cases à l'appellation commune *Ludo* sur France 5 (jeunes enfants), France 3 (enfants) et France 4 (enfants). Quant à France 2, elle ne programme plus de cases jeunesse.

*Ludo* a permis une continuité horaire de la diffusion de l'offre jeunesse : samedi, dimanche et mercredi ainsi que pendant les vacances scolaires, les cases se succèdent sur les trois antennes entre 6h30 et 13 heures.

France 4 propose également une case *Ludo* tous les après-midis jusqu'à 18 heures, dont 3 heures le mercredi après-midi. Cette case permet de répondre à une critique du Conseil sur le fait que le cahier des charges fixe l'obligation aux chaînes publiques d'offrir des programmes jeunesse aux

heures où le public concerné est disponible, ce qui n'était plus respecté depuis la disparition en septembre 2006 de la case jeunesse d'après-midi de France 3.

Néanmoins, la lisibilité de la répartition par tranches d'âge de l'offre est amoindrie, l'offre jeunesse de France 4 se composant d'œuvres également diffusées sur France 2 et France 3 (animation dans la case *Ludo* : *Ironman*, *Titeuf*, *Mandarine and Cow*, et fiction jeunesse hors case : *Chante !*, *Foudre*, *Déjà Vu*).

Par ailleurs, on trouve toujours des fictions pour les adolescents sur France 2 et France 4, mais uniquement dans une programmation hors case.

France 3 a également maintenu la diffusion de ses magazines (*C'est pas sorcier*) et animations étrangères (*Bunny Tonic*).

L'offre jeunesse s'est accompagnée d'un développement de l'offre délinéarisée en la matière avec la création du site [monludo.fr](http://monludo.fr) fin 2009.

#### ➤ Sur les chaînes privées

La répartition des cases jeunesse reste sensiblement identique en 2010 sur l'ensemble des chaînes privées.

L'offre jeunesse de NRJ 12 s'est enrichie : à partir de septembre 2009, la chaîne a installé dans sa grille une case jeunesse régulière, *Disney break*, comprenant un rendez-vous quotidien du lundi au vendredi, hebdomadaire le dimanche matin et un prime time le samedi soir.

On trouve des cases jeunesse davantage destinées aux adolescents sur NRJ 12 et NT1, qui se composent notamment de séries et, pour la première, de mangas.

**Tab. 5 - Horaires et jours de programmation des cases jeunesse sur les chaînes nationales gratuites en 2009**

		6h	7h	8h	9h	10h	11h	12h	13h	(...)	15h	16h	17h	(...)	20h	21h	22h
TF1	LMJV																
	Me																
	Sa																
	Di																
France 2	LMJV																
	Me																
	Sa																
	Di																
France 3	LMJV																
	Me																
	Sa																
	Di																
France 5	LMJV																
	Me																
	Sa																
	Di																
M6	LMJV																
	Me																
	Sa																
	Di																
NT1	LMJV																
	Me																
	Sa																
	Di																
NRJ 12 <small>A partir du 31/08/09</small>	LMJV																
	Me																
	Sa																
	Di																

Source : CSA – DP

Tab. 6 - Horaires et jours de programmation des cases jeunesse sur les chaînes nationales gratuites de janvier à avril 2010

		6h	7h	8h	9h	10h	11h	12h	13h	(...)	15h	16h	17h	(...)	20h	21h	22h
TF1	LMJV	■	■	■	■	■	■										
	Me	■	■	■	■	■	■										
	Sa	■	■	■	■	■	■										
	Di	■	■	■	■	■	■										
France 2	LMJV																
	Me																
	Sa																
	Di																
France 3	Vacs				■	■	■	■									
	LMJV		■	■	■	■	■										
	Me		■	■	■	■	■										
	Sa		■	■	■	■	■										
France 5	LMJV		■	■	■	■	■	■	■								
	Me		■	■	■	■	■	■	■								
	Sa		■	■	■	■	■	■	■								
	Di		■	■	■	■	■	■	■								
France 4	LMJV																
	Me						■	■	■	■	■	■	■				
	Sa						■	■	■	■	■	■	■				
	Di						■	■	■	■	■	■	■				
M6	LMJV																
	Me		■	■	■	■											
	Sa		■	■	■	■											
	Di					■	■	■									
NT1	LMJV																
	Me		■	■	■	■	■										
	Sa		■	■	■	■	■										
	Di					■	■	■									
NRJ 12	LMJV																
	Me					■	■	■				■	■				
	Sa															■	■
	Di					■	■	■								■	■

### 3. L'offre éducative de France Télévisions

- L'absence d'émissions télévisées d'éducation aux médias s'adressant au jeune public
- Des sites internet éducatifs diversifiés

Selon l'article 15 de son cahier des charges, « France Télévisions développe l'éducation aux médias, tant sur ses services de télévision que sur tout autre support. France Télévisions s'attache à permettre aux téléspectateurs, et notamment les plus jeunes, de décrypter les procédés et les contenus proposés par les différents médias. »<sup>23</sup>

#### a) L'offre éducative à la télévision

France Télévisions a abordé plus particulièrement ce sujet dans des émissions consacrées exclusivement aux médias : *Média le magazine*, chaque dimanche sur France 5, et *Votre télé et vous*, émission mensuelle de la médiatrice des rédactions de France 3.

Ce sujet a également été traité dans le cadre de rubriques consacrées aux médias diffusées dans certains magazines de France 5 : *Revu et corrigé*, diffusé chaque samedi, et *C'est à vous*, avec une chronique quotidienne.

En revanche, aucune émission de ce type n'a été proposée sur la chaîne premium du groupe (France 2), ni sur France 4 dont la thématique jeunesse devrait pourtant permettre d'offrir aux jeunes des explications sur les médias.

Par ailleurs, il est regrettable qu'aucune de ces émissions ne s'adresse spécifiquement au jeune public.

#### b) L'offre éducative sur les autres services

Deux sites internet ont été développés par France Télévisions (*Curiosphere.tv* et *Lesite.tv*).

Le premier, un site de vidéos destiné au médiateur éducatif a développé en mars 2009 une « sphère » Médias qui aide à analyser l'information et éduquer aux médias avec des dossiers thématiques (l'éducation aux médias, les coulisses de la télé, etc.).

Le second est un site dont l'usage est prévu au sein des établissements scolaires en proposant des films et du matériel pédagogiques. L'éducation aux médias a été également abordée lors de rencontre sur le terrain avec des enseignants et des élèves.

---

<sup>23</sup> Tel que l'avait proposé le Conseil dans son avis du 26 mai 2009 relatif au projet de décret portant sur le cahier des charges de la société nationale de programme France Télévisions.

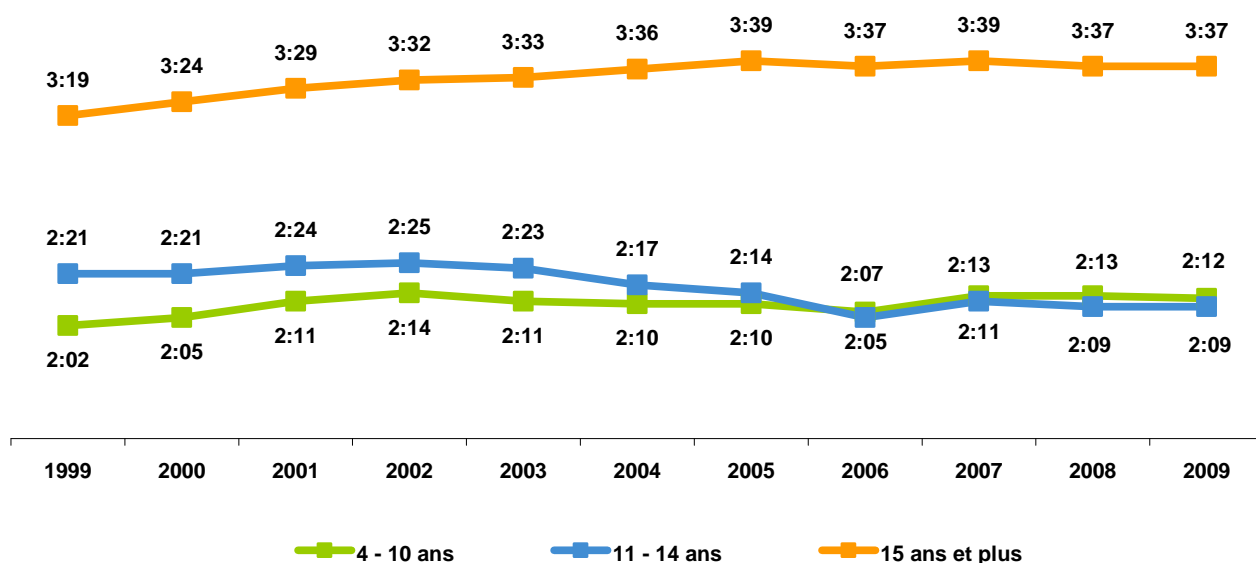
## B. Consommation de la télévision par les jeunes en 2009

### 1. Le temps passé par les jeunes à l'écoute de la télévision

- Une durée d'écoute individuelle inférieure à celle des adultes

Les 4-14 ans passent beaucoup moins de temps devant l'écran que leurs aînés. Ainsi, en 2009, les enfants de 4 à 10 ans ont regardé la télévision en moyenne 2h12 par jour, une durée très légèrement supérieure à celle des jeunes adolescents de 11 à 14 ans, de 2h09. Ces durées contrastent avec celle des plus de 15 ans qui passent en moyenne 3h37 devant l'écran, soit près d'une heure et demie de plus que les jeunes. Ce phénomène est structurel, comme le montre la figure 12.

Fig. 12 - Durée d'écoute journalière moyenne par individu (heures:minutes) en 2009



Source : Médiamétrie, Médiamat, L'année TV

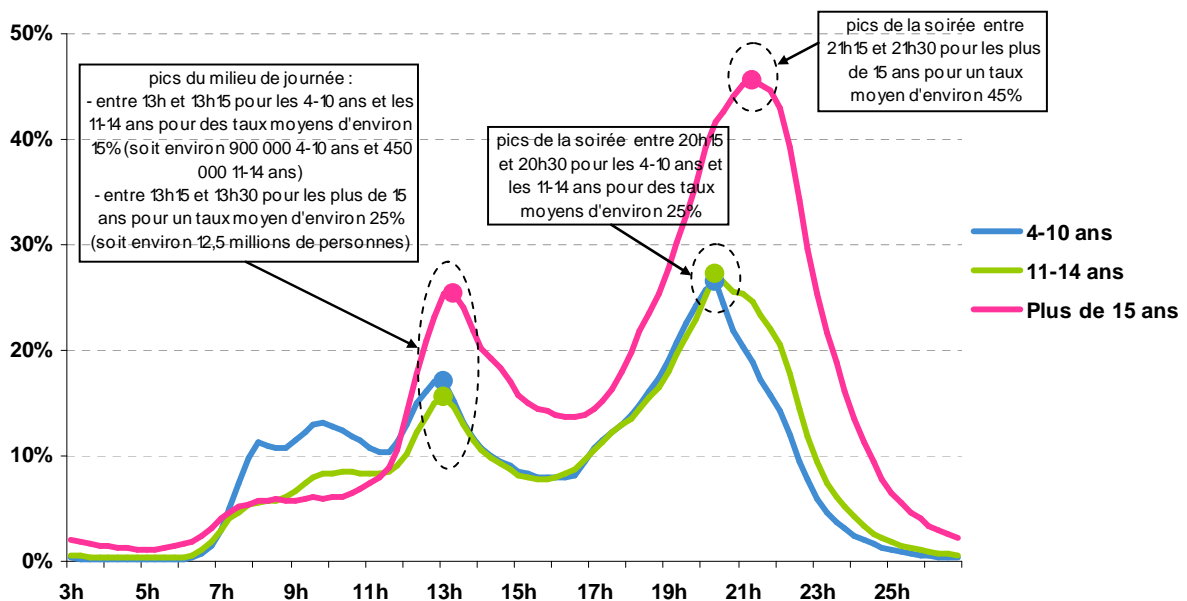
## 2. Les horaires d'écoute de la télévision par les jeunes

- Des audiences rythmées par le temps scolaire
- Une consommation élevée la journée pendant les congés ainsi qu'avant et après l'école
- Une consommation tardive, accentuée les soirs de veilles de congés

Lorsque l'on suit le pourcentage des jeunes et des adultes présents devant la télévision, indicateur appelé taux moyen d'audience<sup>24</sup>, au cours d'une journée moyenne de 2009, on retrouve la différence de volume de consommation pointée plus haut. Les pourcentages de 4-10 ans et de 11-14 ans présents devant la télévision au cours d'une journée varient en effet tous les deux autour de 9 % tandis que la moyenne des plus de 15 ans est beaucoup plus élevée, à 15 %.

On retrouve également deux pics d'audience pour toutes les classes d'âge, le premier en milieu de journée, vers 13 heures, et le second, qui est le plus important, en début de soirée. Les pics d'audience des 4-10 ans et des 11-14 ans sont très semblables, à la fois quant à leurs horaires et quant à leur intensité. En revanche, les pics des plus de 15 ans atteignent des niveaux d'audience beaucoup plus élevés que ceux des 4-14 ans et leur pic de la soirée, qui se situe entre 21h15 et 21h30, est d'une heure plus tardif que celui des plus jeunes, qui a lieu entre 20h15 et 20h30.

**Fig. 13 - Taux moyen d'audience pendant une journée moyenne de 2009**



Source : Médiamétrie, MMW - traitement CSA

En dehors de ces pics, les 4-10 ans consomment davantage de programmes en matinée que leurs aînés. Les 11-14 ans, quant à eux, deviennent plus nombreux le soir. En moyenne sur une journée, les taux moyens des 4-10 ans et des 11-14 ans sont cependant quasiment les mêmes.

<sup>24</sup> Dans ce document, les taux moyens d'audience ont été suivis quart d'heure par quart d'heure.

Une différence majeure entre les horaires d'écoute des jeunes et ceux des adultes est l'empreinte du calendrier scolaire. Le rythme d'écoute de la télévision des jeunes va en effet être fortement influencé par les jours et les veilles d'école et de congés scolaires<sup>25</sup>.

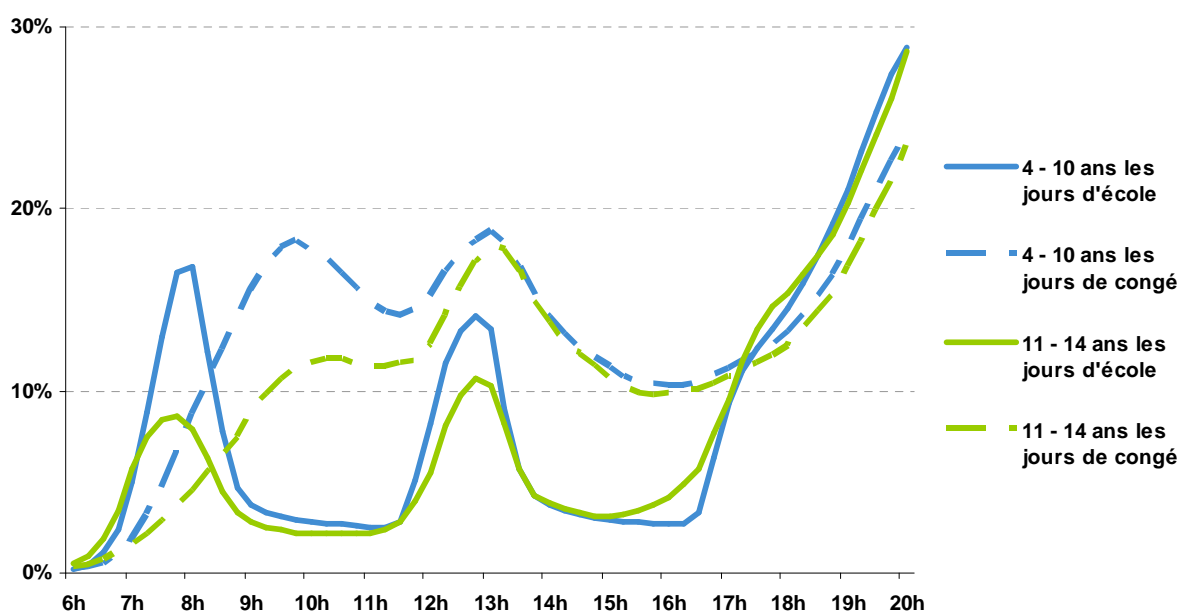
a) Les horaires d'écoute des jeunes pendant la journée

Pendant la journée, on observe des différences importantes entre les jours d'école et les jours de congés scolaires.

Les journées d'école, le rythme d'écoute de la télévision des enfants est constitué de pics et de creux, correspondant aux temps scolaires. Les enfants sont nombreux devant la télévision avant l'école (particulièrement en ce qui concerne les 4-10 ans), soit autour de 8 heures, lors de la pause déjeuner vers 13 heures, puis après l'école, à partir de 17 heures. Ce n'est que pendant ces moments de la journée que l'on atteint des pourcentages d'enfants à l'écoute de la télévision supérieurs à 10 %.

Les journées de congés présentent une physionomie différente avec une audience plus importante et plus régulière des 4-14 ans. Ainsi, de 6 heures à 18 heures, les 4-10 ans et les 11-14 ans sont en moyenne deux fois plus nombreux à regarder la télévision les jours de congés que les jours d'école. De plus, les pics du début de matinée et du milieu de journée sont moins marqués et le premier est plus tardif, aux alentours de 10 heures. En ce qui concerne les creux de la matinée et de l'après-midi constatés les jours d'école entre 8h30 et midi et entre 14 heures et 17 heures, ils sont fortement atténués.

**Fig. 14 - Taux moyen d'audience des 4-14 ans pendant la journée, les jours d'école et les jours de congé scolaire, en 2009**



Source : Médiamétrie, MMW - traitement CSA

La consommation plus intensive de télévision des 4-10 ans pendant la matinée se confirme quant à elle à la fois les jours d'école et les jours de congés. Le pourcentage de 4-10 présents devant la

<sup>25</sup> On considère ici comme jours de congés scolaires les mercredis, les samedis, les dimanches, les jours fériés et toutes les périodes de vacances scolaires.



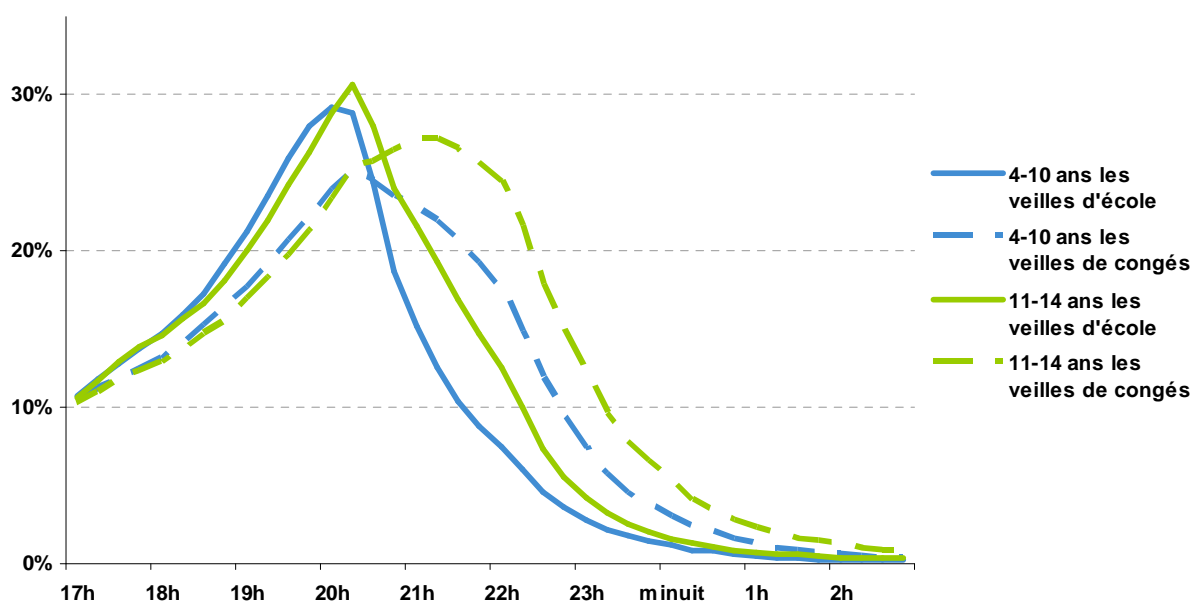
télévision reste ainsi très supérieur à celui des 11-14 ans toute la matinée les jours de congés et pendant les pics de début de matinée et de milieu de journée les jours d'école. Ensuite, à partir de 14 heures, les deux groupes retrouvent des niveaux de consommation comparables.

#### b) Les horaires d'écoute des jeunes pendant la soirée

A partir de 20 heures, la proportion des 11-14 ans devant l'écran commence à dépasser celle des 4-10 ans, majoritaires quant à eux pendant la journée. A partir de 20h45, cette supériorité s'accroît ; elle reste marquée jusqu'à 23 heures les veilles d'école et jusqu'à minuit les veilles de congés.

En soirée, le rythme d'écoute de la télévision des jeunes est en effet influencé par le calendrier scolaire, et cela de la même manière qu'il l'est en journée. Ainsi, les veilles d'école, on constate un pic marqué des audiences, vers 20 heures pour les 4-10 ans et vers 20h15 pour les 11-14 ans, où environ 30 % des deux classes d'âge se retrouvent devant l'écran. Ce pic est suivi d'un décrochage rapide, particulièrement pour les 4-10 ans dont le pourcentage de présence devant l'écran diminue de moitié en une heure.

**Fig. 15 - Taux moyen d'audience des 4-14 ans pendant la soirée, les veilles d'école et les veilles de congé scolaire, en 2009**



Source : Médiamétrie, MMW - traitement CSA

En revanche, les veilles de congés scolaires, la consommation de télévision par les 4-14 ans est plus importante et moins concentrée sur le début de soirée. Ainsi leur pic d'audience est moins élevé que les jours de veille d'école et pour les 11-14 ans, il est plus tardif d'une heure, rejoignant ainsi le pic d'audience des 15 ans et plus, entre 21h15 et 21h30. Le décrochage est également moins rapide pour les deux classes d'âge. Pour les 4-10 ans, après un pic à 20h15, il faut compter plus de 2 heures avant que la moitié des téléspectateurs de cette classe d'âges ne décroche.

Ainsi, si les soirs de veille d'école, la période de plus forte audience des 4-14 ans est l'avant soirée soit le créneau horaire 18 heures-20h30, c'est la première partie de soirée, soit le

créneau horaire 20h30-22h30, qui rassemble le plus de 4-14 ans les soirs de veille de congés scolaires. Le palmarès des meilleures audiences 2009 confirme d'ailleurs que les programmes les plus regardés par l'ensemble des 4-14 ans correspondent à des diffusions en première partie de soirée, toujours en période de vacances ou la veille d'un jour de congés.

La présence des enfants devant la télévision, de 22h30 à minuit est relativement faible les veilles d'école mais beaucoup plus importante les veilles de congés scolaires avec en moyenne environ 7 % de 4-10 ans et plus de 11 % de 11-14 ans devant l'écran. De plus, les soirs de veille d'école, les enfants restent également assez tard devant la télévision puisqu'ils sont en moyenne 13 % de 4-10 ans et plus de 18 % de 11-14 ans entre 20h30 et 22h30.

### 3. Les programmes préférés des jeunes

- Dans l'ensemble, une préférence pour les programmes jeunesse, suivis des divertissements, des fictions
- Une consommation assidue de certains programmes de télé-réalité
- Les journaux télévisés : un programme familier des 4-10 ans
  - Les jeunes préfèrent les programmes adaptés à leur âge

#### a) Les genres de programmes les plus appréciés des enfants

**Tab. 7 - Parts d'audience<sup>26</sup> moyennes (en %) des différents genres de programmes diffusés en 2009 sur les chaînes hertziennes historiques hors Canal+<sup>27,28</sup>.**

GENRES	4-10 ans	11-14 ans
<b>Jeunesse</b>	<b>20,8</b>	<b>16,2</b>
Culture/Connaissance	4,1	4,4
<b>Fiction</b>	<b>13</b>	<b>13,3</b>
Information	10,3	10,7
<b>Sport</b>	<b>10,9</b>	<b>14,1</b>
<b>Variétés/Divertissement</b>	<b>12,2</b>	<b>15,5</b>

Source : Médiamétrie, MMW - traitement CSA

Entre 4 et 14 ans, les jeunes regardent avant tout les programmes appartenant au genre jeunesse, qui leur sont destinés. Ils aiment également les fictions, les émissions de variété et de divertissement, et le sport, genre particulièrement apprécié des jeunes adolescents.

En termes de parts d'audience moyennes des genres en 2009, la fiction arrive en deuxième position derrière les programmes jeunesse chez les 4-10 ans mais seulement en quatrième position chez les 11-14 ans. Cependant, la fiction obtient la première place en termes de répartition par genres des 100 programmes<sup>29</sup> les plus regardés par les 11-14 ans en 2009, avec

<sup>26</sup> La part d'audience d'un genre d'émission est le pourcentage d'audience réuni par les programmes de ce genre par rapport à l'audience du média télévision.

<sup>27</sup> TF1, France 2, France 3, France 5 avant 19h, Arte après 19h et M6.

<sup>28</sup> Hors publicité et bandes annonces.

<sup>29</sup> Parmi les programmes diffusés sur les chaînes hertziennes historiques gratuites (TF1, France 2, France 3, les plages en clair de Canal+, France 5 avant 19 heures, Arte après 19 heures et M6), hors publicité, bandes annonces et programmes de moins de 5 minutes.

42 programmes. D'autre part, si les fictions présentes dans le palmarès des 11-14 ans sont en majorité des séries et des feuilletons, il faut souligner la place non négligeable des œuvres cinématographiques dans ce palmarès (13 programmes sur 100) ainsi que dans celui des 4-10 ans (18 programmes sur 100). On constate également à partir du palmarès des 10 meilleures audiences que les enfants apprécient les œuvres cinématographiques qui leur sont directement destinées (films ou œuvres d'animation) ou qui visent un public familial.

Les émissions de divertissement font également partie des programmes très appréciés des enfants. Ce genre est le deuxième en termes de part d'audience chez les 11-14 ans et le troisième chez les 4-10 ans. De plus, dans les palmarès 2009 des meilleures audiences des deux tranches d'âge, les émissions de divertissement représentent 34 programmes sur 100.

Au sein des divertissements, il faut souligner la popularité des programmes de télé-réalité auprès des 4-14 ans. Ainsi, l'émission de télé-réalité « Les aventuriers de Koh-Lanta » a représenté la majorité des 10 programmes préférés des 4-10 ans en 2009. Les 11-14 ans sont plus adeptes encore que les plus jeunes de ces programmes qui constituent 23 des 100 meilleures audiences réalisées en 2009 sur cette classe d'âges, et parmi lesquels 7 se classent dans les 10 meilleures audiences. Cependant, malgré la popularité des émissions de télé-réalité, c'est un divertissement musical qui a réuni le plus grand nombre d'enfants de cette tranche d'âge en 2009.

#### b) La familiarité des enfants de 4 à 10 ans avec les journaux d'information

Dans les 100 programmes<sup>30</sup> les plus regardés par les 4-10 ans en 2009, on trouve 43 journaux d'information, dont une majorité de journaux du soir.

Le Conseil rappelle que les enfants ont le droit à l'information, c'est-à-dire le droit d'accéder à une information adaptée à leur âge ; mais bien souvent, l'information généraliste des journaux télévisés n'est pas adaptée à leur sensibilité et peut les angoisser. C'est pourquoi le Conseil demande aux éditeurs de veiller à faire précéder d'un avertissement aux téléspectateurs les « images difficilement soutenables » ou les « témoignages relatifs à des événements particulièrement dramatiques dans les journaux, émissions d'informations ou les autres émissions du programme »<sup>31</sup>. Cette précaution permet aux parents d'éloigner les enfants de la télévision avant la diffusion de ce type d'images.

#### c) L'audience des programmes signalisés

Il convient de préciser que la totalité des 100 programmes préférés des 4-10 ans en 2009 étaient « tous publics ». Quant aux 100 programmes les plus regardés par les 11-14 ans, ils se composent à 23 % de programmes déconseillés aux moins de 10 ans (dont 19 épisodes de fiction audiovisuelle et 4 épisodes d'émissions de télé-réalité) et à 77 % de programmes « tous publics ». Ces chiffres attestent de l'attention que portent parents et enfants à la signalétique jeunesse et prouvent que le jeune public apprécie, en premier lieu, les programmes adaptés à son âge, ce dont le Conseil se félicite.

---

<sup>30</sup> Parmi les programmes diffusés sur les chaînes hertziennes historiques gratuites (TF1, France 2, France 3, les plages en clair de Canal+, France 5 avant 19 heures, Arte après 19 heures et M6), hors publicité, bandes annonces et programmes de moins de 5 minutes.

<sup>31</sup> Article 1 de la recommandation du Conseil du 7 juin 2005.

## CONCLUSION : REFLEXIONS EN COURS ET PERSPECTIVES

Comme l'attestent la quantité et la diversité des plaintes des téléspectateurs et le nombre d'interventions auprès des éditeurs en 2009, la protection du jeune public continue de constituer l'une des préoccupations fortes du Conseil.

Afin de répondre aux attentes du public et de parfaire le dispositif de protection des jeunes téléspectateurs, le groupe de travail « protection du jeune public » a lancé plusieurs chantiers de réflexions au cours de l'année 2010.

### → Réflexion sur la participation des mineurs aux émissions télévisées

Le 17 avril 2007, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a adopté une délibération relative à l'intervention des mineurs dans le cadre d'émissions de télévision (autres que les fictions cinématographiques et audiovisuelles).

Par la suite, en application de ce texte, les groupes audiovisuels TF1, France Télévisions, Canal+ et M6 se sont dotés d'une charte encadrant la participation des mineurs<sup>32</sup>, qui a ensuite été envoyée aux autres chaînes de télévision et mise en ligne sur le site internet du CSA.

Le Conseil est conscient des efforts dont font preuve les éditeurs pour respecter la protection des mineurs participant aux émissions télévisées. Toutefois, ayant relevé au cours des deux dernières années des difficultés d'application, par les chaînes, de certains points de la délibération du 17 avril 2007, il a décidé d'entamer une réflexion à ce sujet.

Dans le cadre de cette réflexion, le groupe de travail « Protection du jeune public » a entendu, en juin 2010, les chaînes généralistes et d'information recourant à la participation de mineurs dans leurs programmes. Le groupe de travail réfléchit désormais, à l'aune des conclusions tirées de ces auditions, sur d'éventuelles précisions et aménagements de la réglementation.

### → Mise à jour du dispositif de la signalétique jeunesse

On constate des efforts de la part des éditeurs dans le domaine de la protection du jeune public :

- Les éditeurs proposent au jeune public une offre jeunesse riche ;
- Ils portent une attention croissante à l'information des jeunes téléspectateurs et de leurs parents par le biais de la signalétique jeunesse ;

---

<sup>32</sup> Conformément au point 5 de la délibération du 17 juillet 2007.

- En journée et en première partie de soirée, certaines chaînes s'efforcent de diffuser les programmes signalisés aux périodes où le jeune public est le moins présent.

Toutefois, l'augmentation du volume horaire de programmes déconseillés aux moins de 10 ans diffusés entre 6 heures et 22 heures sur certaines chaînes appelle certaines évolutions, d'autant plus que certaines chaînes concentrent ces programmes aux heures et aux jours où le jeune public est particulièrement présent devant la télévision. Outre les demandes de maîtrise du volume de ces programmes faites par le Conseil aux chaînes lorsque nécessaire, le groupe de travail « Protection du jeune public », dans le cadre de la mise à jour du dispositif de signalétique jeunesse sur l'ensemble des supports, réfléchit à l'éventualité d'une présence du pictogramme «-10 ans » pendant toute la durée du programme et non plus seulement au début du programme et après la coupure publicitaire.

### → Réflexion sur la télé réalité

Comme en témoignent d'une part leur poids dans les audiences auprès du jeune public, d'autre part les nombreuses plaintes à leur encontre et les interventions du Conseil au sujet de certains d'entre eux, les programmes de télé réalité sont au cœur des problématiques actuelles relatives à la relation entre les médias audiovisuels et le jeune public.

Compte tenu des enjeux pour le jeune public, de la programmation régulière de ces émissions et de l'élargissement de leur diffusion aux nouveaux services audiovisuels, une réflexion concertée avec l'ensemble des professionnels de l'audiovisuel et les représentants de la société civile est apparue nécessaire, afin de sensibiliser les producteurs et les diffuseurs à la responsabilité sociale qui est la leur quant aux valeurs véhiculées auprès des plus jeunes et à leur impact sur les participants et le public.

En juin, le Conseil a décidé de lancer une réflexion relative à la télé réalité dans le cadre des groupes de travail « Protection du jeune public », « Déontologie des contenus audiovisuels » et « Nouveaux services audiovisuels ». Lors de sa réunion du 5 juillet 2010, le comité d'experts du jeune public a examiné plusieurs programmes de télé réalité et a estimé que cette réflexion était opportune.

### → Le rôle du Conseil en matière d'éducation aux médias

La réglementation communautaire et les travaux menés par la Commission « Famille, Éducation aux médias » en 2010 ont été l'occasion pour le Conseil de s'interroger sur ses perspectives d'action en matière d'éducation aux médias.

L'éducation aux médias est un volet essentiel de la protection du jeune public : elle permet d'expliquer aux jeunes les bons usages des médias, de leur faire prendre conscience qu'il existe des programmes qui leur sont adaptés et de leur apporter des éléments qui leur permettent de développer un regard critique sur les contenus audiovisuels.

Le groupe de travail « Protection du jeune public » a engagé en 2010 une réflexion sur les actions que pourrait initier le Conseil pour contribuer à développer l'éducation aux médias en France.

Dans le cadre du renouvellement du comité d'experts du jeune public, il a ainsi désigné une représentante du Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information (CLEMI) au ministère de l'éducation nationale.

Lors des récentes campagnes qu'il a menées, le Conseil s'est également attaché à informer le public non plus seulement sur l'impact de certains contenus, mais aussi sur les usages des médias audiovisuels. Il a en effet explicité l'impact de la télévision en général sur les tout-petits et a délivré des conseils concrets aux parents et aux enfants.

Les enjeux de l'éducation du jeune public aux médias audiovisuels constitueront un aspect majeur de la prochaine campagne d'information sur la signalétique jeunesse, prévue pour la fin de l'année 2011.

## **LISTE DES ANNEXES**

. <u>Annexe 1</u>	
Liste des membres du comité d'experts du jeune public	.. 50
. <u>Annexe 2</u>	
Campagne sur la protection du jeune enfant 2009 : Description des messages produits par les chaînes	.. 51
. <u>Annexe 3</u>	
Interventions en matière de protection du jeune public en 2009 et au 1 <sup>er</sup> semestre 2010	.. 52
. <u>Annexe 4</u>	
Obligations conventionnelles des chaînes en matière de programmation destinée à la jeunesse	.. 62
. <u>Annexe 5</u>	
Palmarès des 10 programmes les plus regardés	.. 66

# TABLE DES ILLUSTRATIONS

<b>Tableau 1</b> Plaintes relatives à la protection du jeune public en 2009	...7
<b>Tableau 2</b> Interventions du Conseil auprès des éditeurs et des distributeurs (2009 - 1 <sup>er</sup> semestre 2010)	...12
<b>Tableau 3</b> Le dispositif de la signalétique jeunesse	...18
<b>Tableau 4</b> Volumes horaires et genres des programmes jeunesse en 2009	...32
<b>Tableau 5</b> Horaires et jours de programmation des cases jeunesse en 2009	...35
<b>Tableau 6</b> Parts d'audience moyennes (en %) des différents genres de programmes en 2009	...36
<b>Tableau 7</b> Parts d'audience moyennes (en %) des différents genres de programmes diffusés en 2009 sur les chaînes hertziennes historiques hors Canal+	...42
<b>Figure 1</b> Diffusion de la campagne signalétique sur les chaînes nationales gratuites en 2009	...15
<b>Figure 2</b> Part des programmes signalisés sur le volume horaire total de programmation en 2009	...19
<b>Figure 3</b> Part du volume horaire des programmes signalisés sur le volume horaire global des programmes diffusés entre 6h et 22h en 2009	...21
<b>Figure 4</b> Évolution par chaîne du volume horaire des programmes signalisés diffusés entre 6 heures et 22 heures en 2009	...21
<b>Figure 5</b> Volume horaire des programmes signalisés diffusés entre 6h et 20h30 en 2009	...22
<b>Figure 6</b> Taux de programmes signalisés diffusés en journée en 2009	...23



<b>Figure 7</b>		
Taux de programmes déconseillés aux moins de 10 ans les jours d'école en 2009	...	26
<b>Figure 8</b>		
Taux de programmes signalisés diffusés en 1 <sup>ère</sup> partie de soirée en 2009	...	27
<b>Figure 9</b>		
Nombre de programmes « -12 ans » diffusés en 1 <sup>ère</sup> partie de soirée en 2009	...	28
<b>Figure 10</b>		
Répartition horaire des programmes signalisés en 2009	...	29
<b>Figure 11</b>		
Taux de programmes signalisés diffusés entre 22h et 6h en 2009	...	30
<b>Figure 12</b>		
Durée d'écoute journalière moyenne par individu (heures:minutes) en 2009	...	38
<b>Figure 13</b>		
Taux moyen d'audience des mercredis et week-ends hors vacances en 2009	...	39
<b>Figure 14</b>		
Taux moyen d'audience des 4-14 ans pendant la journée, les jours d'école et les jours de congé scolaire, en 2009	...	40
<b>Figure 15</b>		
Taux moyen d'audience des 4-14 ans pendant la soirée, les veilles d'école et les veilles de congé scolaire, en 2009	...	41

## ANNEXE 1

### Liste des membres du comité d'experts du jeune public

- **M. Claude Aiguesvives**, pédopsychiatre
- **M<sup>me</sup> Claire Brisset**, Médiatrice de la ville de Paris
- **M<sup>me</sup> Véronique Fima-Fromager**, Directrice d'Action Innocence
- **M. Christian Gautellier**, représentant de la Coordination du CIEM (Collectif interassociatif enfants-médias)
- **M. Patrice Huerre**, pédopsychiatre
- **M<sup>me</sup> Sophie Jehel**, chercheur en sciences de l'information
- **M<sup>me</sup> Guillemette Leneveu**, Directrice générale de l'UNAF (Union nationale des associations familiales)
- **M. Michel Levent**, proviseur du lycée Léonard de Vinci à Monistrol-sur-Loire
- **M<sup>me</sup> Odile Naudin**, représentante de Mme Dominique Versini, Défenseuse des enfants
- **M<sup>me</sup> France Renucci**, Directrice du CLEMI (Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information) au ministère de l'Éducation nationale
- **M. Serge Tisseron**, psychiatre
- **M<sup>me</sup> Françoise Tomé**, magistrate et membre de la commission de classification des œuvres cinématographiques

## ANNEXE 2

### **Campagne sur la protection du jeune enfant : Description des messages produits par les chaînes**

- > **TF1, M6, France Télévisions, Canal+ et Orange** se sont associés pour produire deux messages communs présentant, à travers des dessins d'enfants, différentes situations télévisuelles susceptibles de troubler les plus jeunes, avec des slogans incitant au dialogue et reprenant les messages clés du CSA : l'un à l'attention des parents (« Parents, enfants, la télévision c'est mieux quand on en parle ») et l'autre à l'attention des enfants (« Parle avec tes parents de ce que tu as vu à la télévision »). Cette animation était suivie d'un plan sur un écran comportant le slogan CSA (« La télévision n'est pas toujours un jeu d'enfant »).
  
- > **Direct 8** a intégré ces informations sous la forme de sujets, chroniques, reportages dans des émissions sur l'actualité des médias ou des émissions de débats.
  
- > Sur **Gulli**, cette campagne a pris la forme d'une discussion entre Joan, animateur phare de la chaîne, et un enfant.
  
- > Le groupe **NRJ** a produit son propre message de sensibilisation dans lequel Romain, l'animateur de la case jeunesse, reprend les messages clés du Conseil sous forme de conseils aux parents. La chaîne a également diffusé dans un journal télévisé du soir une interview de Françoise Laborde, membre du Conseil et Présidente du groupe de travail Protection du jeune public, donnant des informations sur cette campagne.
  
- > Le message de **NT1** et de **TMC**, qui était celui du groupe AB, se présentait sous la forme d'un film d'animation mettant en scène un ourson représentant un enfant craintif devant la télévision, suivi d'un plan sur un écran comportant le slogan CSA (« la télévision n'est pas toujours un jeu d'enfant »).
  
- > Le message de **Virgin 17** consistait en une séquence spécifique, présentant de façon orale et visuelle (dans une succession de téléviseurs colorés) les éléments de langage fournis par la campagne de communication du Conseil.

## ANNEXE 3

# Interventions du Conseil en matière de protection du jeune public en 2009 et au 1<sup>er</sup> semestre 2010

### **1. Participation des mineurs aux émissions de télévision**

- Le Conseil a envoyé le 17 février 2009 un courrier à TF1 lui demandant de veiller au respect de sa convention et de la délibération du 17 avril 2007, ayant jugé que la chaîne avait manqué à ses obligations réglementaires et conventionnelles dans son émission intitulée *Pascal le grand frère* du 17 juin 2008 à 23h30. Dans cette émission une mineure clairement identifiable avait été montrée en train de commettre des actes violents envers ses parents et l'éducateur.
- Le Conseil a envoyé le 15 avril 2009 un courrier à TF1, ayant estimé que le concept de l'émission intitulée *L'amour est une affaire de famille*, plus spécifiquement la phase de présélection des candidats par un jury d'enfants dont trois sur quatre étaient mineurs, conduisait à une inversion des rôles dans la relation parentale en rendant l'enfant premier décideur et prescripteur des relations affectives de sa mère. Le Conseil a demandé à la chaîne de veiller à l'avenir à ce que le concept de cette émission, à laquelle des mineurs sont amenés à participer, préserve leur épanouissement et soit adapté à leur âge.
- Le 16 juin 2009, le Conseil a mis en demeure TF1 de se conformer aux dispositions du point 2 de la délibération du 17 avril 2007 relative à l'intervention de mineurs dans le cadre d'émissions de télévision à la suite de la diffusion le 18 mai 2008 à 19h02 d'un reportage intitulé *Enfants à la dérive, les fuyeurs du TGV* dans le magazine *Sept à huit*. Dans ce reportage, témoignait un mineur fugueur, flouté mais filmé en dépit de l'opposition expresse de la mère de l'enfant à cette participation.

### **2. Respect de la réglementation sur les films**

#### *2.1. Respect du visa du CNC*

- Virgin 17 ayant diffusé le 16 avril 2009 le film « interdit en salle aux mineurs de 16 ans » *La colline à des yeux* d'Alexandre Aja (États-Unis, 2006), avec une signalétique « - 12 ans », le Conseil a mis en demeure la chaîne, le 16 juin 2009, de se conformer aux dispositions de l'article 5 du décret n°90-174 du 23 février 1990 et des articles 2 et 4 de la recommandation du 7 juin 2005.
- Le Conseil a écrit à France Télévisions à la suite de la diffusion, sur France 3 Via Stella, le mardi 31 mars 2009 à 20h45, du film *Ragazzi Fuori* (Italie, 1991), « interdit en salle aux mineurs de 12 ans ». Réuni en assemblée plénière le 12 mai 2009, il a constaté que le film n'était assorti d'aucune signalétique, que l'interdiction en salle n'avait pas été mentionnée et a rappelé que la diffusion de programmes « -12 ans » le mardi avant 22 heures était prohibée.

## 2.2. Nombre de films de catégorie III diffusés avant 23h

- Par décision du 10 mars 2009, le Conseil a rejeté le recours gracieux formé par Virgin 17 à la suite de la mise en demeure du 21 octobre 2008, prise en raison du dépassement, par la chaîne, du nombre d'œuvres cinématographiques « interdites en salle aux mineurs de 12 ans » diffusées avant 22 heures en 2008. Celle-ci en a en effet diffusé 8 films en 2008 contre les 4 autorisés.

## 2.3. Double classification des œuvres cinématographiques diffusées à la télévision

Le Conseil a demandé la signalétique de catégorie III (« déconseillé aux moins de 12 ans ») pour certains films classés « tous publics » lors de leur sortie en salle :

- *7h58, ce samedi là* de Sydney Lumet (États-Unis, 2007), diffusé par Canal+ le 26 novembre 2008 à 20h50 avec une signalétique « -10 ans », en raison de la nature de certaines scènes de violence se déroulant dans un cadre familial et de plusieurs plaintes dont il a été saisi ;
- *Black book* de Paul Verhoeven (Pays-Bas, 2006), film « tous publics » avec avertissement, diffusé le 26 novembre 2008 à 20h45 par Ciné cinéma Premier avec une signalétique « -10 » et précédemment diffusé par Canal + en février 2008 avec la signalétique « -12 ans » jugée plus adaptée ;
- *Le Chacal* de Michael Caton-Jones (États-Unis, 1998), diffusé sans signalétique sur NT1 le dimanche 15 mars 2009.

Il a demandé d'assortir dorénavant d'une signalétique de catégorie IV (« déconseillé aux moins de 16 ans »), les films « interdits en salle aux moins de 12 ans » suivants, dont certains sont assortis d'un avertissement du ministre chargé de la culture :

- *La revanche des mortes-vivantes* (Fr, 1986), de Peter B. Harsone et Pat Aubin, diffusé sur Ciné FX 34 fois à partir du 11 novembre 2008, en raison de plusieurs scènes particulièrement violentes et sanguinolentes, notamment un viol avec un sabre. Par un courrier du 13 mars 2009, le Conseil a mis en garde la chaîne contre le renouvellement d'un tel manquement, et lui a demandé de lui adresser la composition de la commission de visionnage prévue à l'article 2 de la recommandation du 7 juin 2005 ;
- *Silent Hill* de Christophe Gans (Fr-Can, 2006), multidiffusé sur Ciné cinéma frisson à partir du 16 janvier 2009, en raison de nombreuses scènes d'horreur ou violentes et alors qu'il met en scène des enfants ;
- *30 jours de nuit* (États-Unis, 2007), de David Slade proposé par Orange Ciné Max à partir du 18 janvier 2009, en raison de plusieurs scènes sanglantes particulièrement effrayantes ;
- *Hannibal* de Ridley Scott (États-Unis, 2001), film assorti d'un avertissement, diffusé le 12 janvier à 20h35 et le 1er février 2009 à 22h30 par NRJ 12, sans l'avertissement du ministre. Le Conseil a mis la chaîne en garde contre le renouvellement d'un tel manquement et a souligné le climat morbide du film et la présence de plusieurs scènes particulièrement violentes et sanglantes ;
- *A History of violence* de David Cronenberg (États-Unis, 2005), diffusé sur France 2 le dimanche 29 mars à 20h35, en raison du réalisme de plusieurs scènes de grande violence et du traitement de la thématique de la violence dans un univers familial ;
- *Les promesses de l'ombre* de David Cronenberg (Royaume-Uni, Canada, États-Unis, 2007), diffusé sur Canal + en mai et juin 2009, en raison de nombreuses scènes très violentes et de l'évocation de la prostitution de mineurs. La chaîne a, de surcroît, omis la mention de l'avertissement dont le film est assorti.

- *Extremities* de Robert M. Young (Etats-Unis, 1986) diffusé sur Virgin 17 le 21 septembre 2009 à 22h13, en raison des nombreuses scènes très violentes et réalistes et du traitement du thème du viol. Par ailleurs, la chaîne n'avait pas mentionné l'avertissement dont le film est assorti.
- *C'est arrivé près de chez vous* de Rémy Belvaux (Belgique, 1992), diffusé sur Ciné Cinéma Club à partir du 11 octobre 2009, en raison des multiples scènes d'extrême violence qu'il comprend.
- *La peur au ventre* de Wayne Kramer (Etats-Unis, 2006), diffusé sur France 2 le 13 octobre 2009 avec une signalétique « -12 ans », malgré une précédente intervention du Conseil suite à la diffusion de ce film par Canal +, pour demander de l'assortir d'une signalétique « -16 ans ». Par ailleurs, le Conseil avait constaté l'omission de l'avertissement au spectateur apposé par le CNC.

Le Conseil a également décidé que l'œuvre cinématographique inédite en salle en France intitulée *One way* de Reto Salimbeni et diffusée sur NRJ12 le 30 mars 2009 à 22h12 avec la signalétique « -10 ans », devait être assortie d'une signalétique « -16 ans ».

### **3. Avertissement des téléspectateurs**

- Considérant que la durée de l'avertissement diffusé par Canal + avant l'émission *Le zapping* sur la présence de scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public devait être allongée afin d'en faciliter la lecture, le Conseil a écrit à la chaîne en ce sens le 23 juillet 2009, tout en lui signifiant que l'insertion de l'avertissement ne saurait l'affranchir de l'exercice de sa responsabilité éditoriale et priver d'effet la mise en demeure du 11 mars 2008 prononcée à la suite de la diffusion de propos pornographiques dans l'émission du 23 décembre 2007.
- Saisi par 25 plaintes de téléspectateurs sur le traitement de la guerre dans la bande de Gaza dans les journaux télévisés, le Conseil a décidé, le 24 février 2009, d'envoyer à France Télévisions, TF1, M6 et Canal + des courriers leur demandant de faire précéder les séquences violentes dans les journaux d'un avertissement oral permettant aux adultes d'éloigner les enfants de l'écran.

### **4. Demandes de reclassification de programmes**

#### *4.1. En raison de leur caractère violent*

Le Conseil est intervenu pour demander une signalétique de catégorie II (« déconseillé aux moins de 10 ans ») pour certains programmes diffusés sans signalétique :

- les programmes comportant des extraits de tauromachie diffusés sur France 3 ;
- la série animée *American dad*, diffusée sur NRJ 12. Le Conseil a demandé à la chaîne d'être attentive au contenu des épisodes, certains exigeant une signalétique « -12 ans ».

Le Conseil est intervenu pour demander une signalétique « -12 ans » pour certains programmes classés en « -10 ans », en raison du recours répété à la violence physique ou psychologique :

- les téléfilms *Témoin sans protection* diffusés sur NRJ 12 et *Le piège (House of nine)*, diffusés sur Virgin 17 ;

- le téléfilm *De sang et d'encre* diffusé sur TF1, en raison notamment de la scène longue et anxiogène d'ensevelissement d'un personnage ;
- la série animée *Happy tree friends*, diffusée sur Virgin 17, en raison du caractère systématique et répété du recours à la violence physique, du sadisme des scènes et du décalage entre un univers enfantin et des scènes d'horreur ;

Le Conseil est intervenu pour demander une signalétique de catégorie IV (« déconseillé aux moins de 16 ans ») pour certains programmes, en raison de la présence de scènes de grande violence :

- *L'avion*, film court diffusé sur Direct 8, en raison des violences physiques et sexuelles qu'il mettait en scène ;
- *Masters of horror*, série diffusée sur NRJ 12, en raison notamment des scènes de cannibalisme impliquant des enfants et des scènes de nature sexuelle.

#### 4.2. En raison du thème abordé

- Sollicité par NT1 au sujet de son projet de diffusion de nouveaux épisodes de la série *Ça va se savoir*, le Conseil a demandé à la chaîne d'exercer une grande vigilance dans les décisions de classification des programmes en leur apposant la signalétique « -12 ans » dès lors que les thématiques abordées ou leur traitement, par la mise en scène de comportements agressifs, le justifiaient.
- Par courrier du 31 juillet 2009, le Conseil a mis en garde TF1 à la suite de plaintes au sujet de l'émission de télé-réalité *Secret story 3*, diffusée depuis le 19 juin 2009. Il a considéré que la nature des rapports entre les candidats, les images de nudité et la vulgarité de certains propos, justifiaient, en dépit des mesures parfois utilisées pour masquer des images et des propos, l'apposition d'une signalétique « -10 ans ». Il a également rappelé à la chaîne que la mise en avant excessive de l'esprit d'exclusion et l'encouragement à des propos diffamatoires ou injurieux était interdite par sa convention.
- Par courrier du 22 février 2010, le Conseil a demandé à MCM d'appliquer une signalétique « -12 ans » à l'ensemble de la série de dessins animés *Écureuils sous tension*, diffusée par la chaîne depuis septembre 2009 avec une signalétique « -10 ans », en raison de la mise en scène du suicide du personnage dans chaque épisode.
- Le Conseil a écrit à TF1 le 30 mars 2010 pour lui demander d'assortir d'une signalétique « -10 ans » l'épisode « Jeux de vilains » de la série *Ghost whisperer*, diffusé le 30 octobre 2009 à 17h40, compte tenu de l'atmosphère générale de ce téléfilm qui rappelait celle des films d'horreur, de l'affrontement morbide entre un père et sa fille et du nombre de décès racontés.
- Par courrier du 23 juin 2010, le Conseil a attiré l'attention de France Télévisions sur le fait que les deux épisodes de la série *Plus belle la vie* diffusés sur France 3 les 17 et 18 mars 2010 à 20h10, comportant des scènes de torture, auraient dû être accompagnés d'une signalétique « -10 ans ».

### 4.3. En raison de leur connotation sexuelle

- Réuni en assemblée plénière le 15 juillet, le Conseil a déploré la diffusion sur Canal +, le 19 juin 2009 à 13h06, dans l'émission *Le zapping*, d'une séquence comportant un geste sexuel en plan rapproché et a rappelé à la chaîne que l'avertissement apposée en début d'émission sur la présence de scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public ne saurait l'affranchir de l'exercice de sa responsabilité éditoriale. Celle-ci impose une diffusion après 20h30 des scènes « déconseillées aux moins de 16 ans » et interdit la diffusion de propos pornographiques au sein du programme, comme cela avait été indiqué à la chaîne dans une mise en demeure du 11 mars 2008.
- Le Conseil a considéré que le programme *Cathouse*, diffusé par le service Jimmy les 9, 16 et 23 avril 2008 à 23 heures sans aucune signalétique, aurait dû être assorti d'une signalétique « -16 ans » en raison de la thématique abordée (la vie dans une maison close) et du traitement complaisant, notamment avec plusieurs scènes d'actes sexuels, ainsi que du langage utilisé, comprenant de nombreux propos sexuellement crus. Entendue par le groupe de travail « protection de l'enfance » le 7 janvier 2009, la chaîne a informé le Conseil que l'absence de signalétique était due à un incident technique. L'absence de signalétique ayant été constatée pendant trois semaines consécutives, le Conseil, réuni en assemblée plénière le 20 janvier 2009, a mis en garde la chaîne, par un courrier du 20 février 2009, contre le renouvellement d'un tel manquement.
- À la suite de la diffusion par Série club, chaque dimanche soir, du programme *Queer as folk* avec une signalétique « -12 ans », un courrier a été envoyé à la chaîne le 16 juillet 2009 demandant que ce programme soit assorti de la signalétique « -16 ans » en cas de rediffusion, en raison de scènes à caractère sexuel.
- TMC ayant diffusé le téléfilm *American pie 5 - String Academy* en fin d'après-midi les 23 décembre 2009 et 13 mai 2010 à 17h20 avec une signalétique « -10 ans » le Conseil a décidé, le 15 juin 2010, de lui demander d'apposer à ce programme une signalétique « -12 ans », en raison de la récurrence des scènes à caractère sexuel et de la crudité du langage utilisé.
- Le Conseil a demandé à Virgin 17 d'appliquer une signalétique « -12 ans » à un épisode de l'émission *Qui sera la plus sexy ?* diffusée le 24 février 2010 avec une signalétique « -10 ans », compte tenu du langage tenu par les candidats et des rapports d'affrontement sur des critères physiques qui ne sont pas susceptibles de convenir au jeune public. Considérant que sa programmation en fin d'après-midi n'était pas adaptée, il a également demandé à la chaîne de veiller à la nature des programmes proposés aux horaires où le jeune public est très présent devant la télévision.
- Suite à la diffusion le 13 mars 2010 sur Direct 8 d'un épisode du magazine *Business* consacré au strip-tease, le Conseil a écrit à la chaîne le 14 juin 2010, lui indiquant que l'horaire de diffusion de ce programme était inapproprié un samedi en fin d'après-midi et lui demandant de signaler en « -12 ans » les programmes traitant de sujets susceptibles de ne pas convenir à un public familial.
- Le 1<sup>er</sup> juin, le Conseil a mis en demeure W9 de respecter le principe de dignité de la personne humaine, suite à la diffusion dans l'émission quotidienne *Dilemme* du 25 mai 2010 d'une séquence qui présentait une candidate faisant l'objet d'un traitement avilissant et dégradant.



Par ailleurs, le Conseil a demandé à W9 d'apposer dès le début de l'émission une signalétique adaptée à toutes les séquences susceptibles de heurter la sensibilité des mineurs, quel que soit leur horaire de diffusion, et de demander une classification « -12 ans » pour une séquence de danse à connotation sexuelle diffusée lors de l'émission du 31 mai 2010.

- Lors de l'assemblée plénière du 8 juin 2010, le Conseil, ayant constaté la diffusion sur DilemmeTV le 24 mai 2010 de la séquence ayant motivé la mise en demeure de W9 le 1er juin 2010, a décidé de mettre en demeure la société ALJ Productions, éditrice de la chaîne Dilemme TV, de respecter le principe de respect de la dignité de la personne humaine. Il a également demandé à ALJ Productions de veiller à adapter une signalétique adaptée à toutes les séquences susceptibles de heurter la sensibilité des mineurs et d'assortir la séquence de danse à connotation sexuelle d'une classification « -12 ans ».
- Le 29 juin 2010, le Conseil a décidé d'écrire à la société Mobibase, éditrice de l'offre de télévision sur téléphones mobiles OneTv, lui demandant d'appliquer une signalétique « -12 ans » aux programmes à caractère sensuel et une signalétique de catégorie IV aux programmes érotiques diffusés sur les chaînes de OneTV.  
Le Conseil a également écrit à la société Mobidream, lui demandant d'assortir d'une signalétique « -12 ans » les programmes reposant sur l'attitude lascive des protagonistes.

#### *4.4. Dans un souci de cohérence de la signalétique*

- Le Conseil a écrit à TF6 le 15 février 2010 au sujet de la série *Supernatural*, dont certains épisodes avaient été diffusés à plusieurs reprises en octobre 2009 avec différentes classifications. Il a demandé à l'éditeur de veiller à appliquer de façon cohérente le dispositif de signalisation des programmes, notamment en cas de rediffusion.
- Ayant constaté la diffusion de deux téléfilms sur France 4 et France 5, *L'affaire Ben Barka, 2ème partie* et *La vie sera belle*, sans signalétique, alors qu'ils avaient été précédemment diffusés sur France 2 avec une signalétique « -10 ans » sur France 2, le Conseil a écrit à France Télévisions le 19 mars 2010 pour lui demander de veiller à harmoniser la classification des programmes diffusés dans les différents services du groupe France Télévisions.

### **5. Choix de programmation et horaires de diffusion**

#### *5.1. Choix du jour de programmation*

- Réuni en assemblée plénière le 12 janvier 2009, le Conseil a décidé d'envoyer un courrier à NT1 pour lui rappeler que la diffusion du film *Virus*, signalisé en « -12 ans », le 7 avril 2008 en période de vacances scolaires et en première partie de soirée, était interdite.
- Le Conseil, lors de cette même assemblée plénière, a décidé d'écrire à NRJ 12 pour lui rappeler que la diffusion de deux épisodes de la série *Los Angeles Homicide* le 26 avril et le 3 mai 2008 (le samedi et en période de vacances scolaires) avec une signalétique « -12 ans » était interdite.

## 5.2. Choix de l'horaire de diffusion

- Saisi de plusieurs plaintes, le Conseil a envoyé le 14 avril 2009 un courrier à M6 lui demandant de ne pas diffuser l'épisode intitulé *Un jour d'avances* de la série *Tongs et paréos* aux heures de grande écoute, en raison de la vulgarité des propos et des références sexuelles répétées.
- Saisi d'une plainte au sujet de la diffusion outre-mer par Canalsatellite, en journée, de programmes signalisés en catégorie III et IV, que TF1 et M6 avaient auparavant diffusés en soirée en métropole, le Conseil a adressé un courrier à Canal Overseas le 3 avril l'invitant à lui faire part des mesures envisagées afin de garantir que les horaires de diffusion des programmes diffusés en métropole par les chaînes nationales soient diffusés avec le décalage horaire nécessaire pour leur diffusion outre-mer.
- Réuni en assemblée plénière le 21 avril, le Conseil a décidé d'adresser un courrier aux diffuseurs leur demandant de ne pas rediffuser avant 20h30 deux messages publicitaires destinés à promouvoir les services vidéo à la demande et les chaînes cinéma du groupe Orange TV, ayant estimé, après avoir reçu 330 plaintes, que ces deux messages étaient potentiellement effrayants pour des jeunes enfants. Par un courrier du 20 mai 2009, le Conseil en a également informé les présidents de l'ARPP et de France Télécom.
- Le Conseil a adressé un courrier à Paris Première le 10 juin 2009, à la suite de la diffusion, le mercredi 1er avril à 22h35 et le mardi 28 avril à 22h30, en période de congés scolaires, du film *L'empire des sens* (Fr-Jap, 1976), « interdit en salle aux mineurs de 16 ans ». Réuni en assemblée plénière le 26 mai, le Conseil a considéré qu'au regard de la présence de nombreuses scènes à caractère pornographique et de grande violence, la diffusion de cette œuvre dès 22h30 était inappropriée.
- Ciné Cinéma Frisson a diffusé le film *À l'intérieur* avec une signalétique « -16 ans », à plusieurs reprises après 22h30, mais également le 30 septembre 2009 à 20h40 et le 7 octobre 2009 à 22h15. En raison du caractère particulièrement effrayant de ce film, le Conseil a décidé, le 19 janvier 2010, d'envoyer un courrier à l'éditeur pour lui rappeler que, même si les chaînes cinéma peuvent diffuser les films « interdits en salle aux mineurs de 16 ans » à partir de 20h30, il leur appartient d'être vigilantes dans le choix des horaires de programmation. Il lui a donc demandé de diffuser cette œuvre à partir de 23 heures.
- La chaîne Série Club ayant diffusé, en première partie de soirée en novembre et décembre 2009, deux séries, *Rome* et *Prison Break*, dont l'ensemble des épisodes ou plusieurs d'entre eux étaient accompagnés d'une signalétique « -12 ans » alors qu'une telle diffusion doit rester exceptionnelle dans cette tranche horaire, le Conseil lui a demandé, par un courrier du 12 avril 2010, de veiller au respect des conditions de diffusion des programmes de catégorie III, ainsi qu'à la cohérence dans les signalétiques retenues.

## 5.3. Restrictions horaires sur certaines vidéomusiques

- Le 30 avril 2009, le Conseil a décidé de demander à MCM de ne plus diffuser avant 22 heures la vidéomusique intitulée *XY* de Kerry James mettant en scène deux meurtres, jugeant insuffisant l'avertissement précédant sa diffusion.

- Le Conseil a envoyé à Virgin 17, le 11 janvier 2010, un courrier lui demandant de ne plus diffuser avant 22 heures la vidéomusique du groupe Dead weather, intitulée *Treat me like your mother*, en raison de son contenu violent susceptible de heurter la sensibilité des plus jeunes.
- Lors de son assemblée plénière du 29 juin 2010, le Conseil a estimé que la vidéomusique de Lady Gaga intitulée *Alejandro* devrait être assortie d'une signalétique de catégorie III, en raison la présence de certaines scènes violentes ou sexuellement suggestives.

## **6. Application de la recommandation du 4 juillet 2006 relative à la présentation à la télévision d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques, de jeux vidéo et de services téléphoniques, télématiques ou de sites internet faisant l'objet de restrictions aux mineurs**

### *6.1. Présentation de messages publicitaires pour des services téléphoniques, télématiques ou de sites internet réservés aux adultes*

- Le Conseil a écrit à NT1 le 2 février 2009 à la suite de la diffusion, le 19 octobre 2008 à 8h15, entre deux épisodes du dessin animé intitulé *Dragon Ball Z*, d'un message publicitaire pour un service de rencontres. Réuni en assemblée plénière le 12 janvier 2009, il a considéré, eu égard au contenu et à l'objet du message, que celui-ci aurait dû être diffusé entre minuit et 5 heures du matin.
- Le 27 mai 2009, le Conseil a écrit à Game One après avoir constaté la diffusion, le 9 février 2009 avant minuit, des messages publicitaires intitulés *Astuces*, *Girls* et *Lola*, permettant d'accéder à des services destinés à des adultes par l'envoi d'un SMS.
- Le Conseil a constaté, sur des chaînes extracommunautaires transportées par la société Eutelsat, la diffusion en journée de messages publicitaires pour des services téléphoniques, télématiques ou des sites internet réservés aux adultes comportant dans certains cas des scènes de nature pornographique. Le 5 mai 2009, il a mis en demeure l'opérateur satellitaire d'une part, de respecter la loi du 30 septembre 1986 en informant les éditeurs des services transportés, notamment les chaînes *Sexy one*, *All sex* et *Sex world*, du régime qui leur est applicable et, d'autre part, de veiller à ce que les contrats qu'il conclut dans l'exercice de son activité subordonnent leur application au respect, par les services de télévision transportés, des règles et principes énoncés par les dispositions de cette loi.
- Le 3 février 2010, la société Eutelsat a également été mise en demeure par le Conseil de veiller à ce que ne soient plus diffusés, avant minuit et après cinq heures, de services de télévision, et notamment le service *El Hob*, en raison de la diffusion en journée de messages publicitaires pour des services téléphoniques, télématiques ou des sites internet réservés aux adultes.
- Le 4 mai 2010, le Conseil a mis en demeure Eutelsat de cesser la diffusion, avant minuit et après 5 heures, du service *4U India*, dont le contenu contrevenait à la loi et à la réglementation du Conseil en présentant, en journée, des messages publicitaires pour des services téléphoniques, télématiques ou des sites internet réservés aux adultes.

### *6.2. Présentation de messages publicitaires pour des jeux vidéos interdits aux mineurs*

- Le Conseil a écrit à Virgin 17 le 14 avril 2009, à la suite de la diffusion le samedi 20 décembre 2008 à 20h41 et le dimanche 21 décembre 2008 à 18h32, dans l'émission *L'Année du jeu vidéo 2008*, de plusieurs extraits de jeux vidéos faisant objet d'une restriction aux mineurs de 18 ans alors que leur diffusion doit intervenir après 22 heures.

### *6.3. Présentation de messages publicitaires pour des œuvres cinématographiques ou audiovisuelles faisant l'objet de restrictions aux mineurs*

- TMC ayant diffusé le 22 décembre 2009 une publicité comprenant des extraits du film *The dark knight - le chevalier noir*, « déconseillé aux moins de 12 ans », à l'intérieur d'un écran publicitaire interrompant le téléfilm *Tarzan 2*, œuvre d'animation à destination des enfants, le Conseil lui a demandé par courrier du 2 avril 2010 de veiller à respecter la recommandation du 4 juillet 2006 en ne diffusant pas de bandes-annonces de programmes déconseillés ou interdits aux moins de 12 ans pendant des émissions destinées à la jeunesse, ni dans les 10 minutes qui les précèdent ou les suivent.
- Le 5 décembre 2009, NRJ 12 a diffusé trois publicités pour des vidéogrammes interdits aux moins de 12 ans ou de 16 ans à l'intérieur d'un écran publicitaire interrompant la fiction audiovisuelle *Minutemen, les justiciers du temps*, programmé au sein de la case jeunesse *Disney break*. Le Conseil a décidé le 16 mars 2010 d'écrire à NRJ 12 pour lui rappeler que les publicités en faveur d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles qui font l'objet de restrictions aux mineurs ne peuvent être diffusées pendant des émissions destinées à la jeunesse, ni dans les 10 minutes qui les précèdent ou les suivent.

## **7. Application de la recommandation du 20 décembre 2005 relative à la retransmission de certains types de combat**

- Le Conseil a écrit le 17 juin 2009 à Direct 8 à la suite de la diffusion, le 25 février 2009 dans l'émission *Morandini !*, d'une longue séquence consacrée à la programmation par la chaîne RTL 9 de combats de *l'ultimate fighting championship* (UFC). Même si le principe et les modalités de l'interdiction de diffusion de ces combats à la télévision en France ont été mentionnés et soulignés, la diffusion d'une longue séquence composée d'extraits de combats dont les retransmissions sont proscrites, assortie d'une simple signalétique « -10 ans », contrevenait à l'esprit de la recommandation du 20 décembre 2005.
- Le 17 juin 2009, le Conseil a adressé un courrier au Président du Conseil national des programmes du Luxembourg au sujet de retransmissions de *l'ultimate fighting championship* diffusées par RTL 9. La recommandation n'étant pas applicable à RTL 9, le Conseil a souhaité connaître l'analyse de cette institution au regard des principes de santé publique, d'éthique sportive et de protection du jeune public.

## **8. Application de la recommandation du 15 décembre 2004 aux éditeurs et distributeurs de services diffusant des programmes de catégorie V**

- Par courrier du 25 février 2009, le Conseil a demandé à Canalsat de veiller au respect des paragraphes C/, relatif aux offres promotionnelles, et D/, relatif à la commercialisation de certains services diffusant des programmes de catégorie V (« déconseillés aux moins de 18 ans »), du I de la recommandation, un téléspectateur s'étant plaint d'une souscription « forcée » par téléphone à des chaînes pornographiques.

## **9. Interventions sur les programmes de radio**

- Le 9 septembre 2009, le Procureur général de Douai a transmis au Conseil une plainte au sujet de l'émission « *Paroles de Jeunes* » diffusée par Canal FM Sambre Avesnois le 9 février 2009. Au cours de l'émission, les trois enfants de la plaignante, âgés de 4, 6 et 8 ans, se sont entretenus avec l'animateur de l'émission à l'occasion d'un canular téléphonique. L'animateur, se faisant passer pour leur oncle et abusant de son autorité et de leur crédulité, leur a fait tenir des propos déplacés et injurieux. Le 3 novembre 2009, Conseil a mis en demeure l'association Canal FM Sambre Avesnois de respecter le principe de la dignité de la personne humaine et les règles de la protection de l'enfance.
- Le 20 septembre 2009, sur l'antenne de Skyrock, l'animateur M. Claude Déplace, dit « Claude le voyant », a relaté un rêve qu'il aurait fait au cours duquel un jeune auditeur de Skyrock, décédé dans un accident de moto, serait entré en contact avec lui pour relater sa vie *post-mortem*. Au cours de son récit, l'animateur a présenté la mort comme un événement dépourvu de dimension tragique, voire comme une expérience agréable. Dans un courrier adressé au président de la station le 30 novembre 2009, le Conseil lui a rappelé que Skyrock s'adressant essentiellement à un public jeune, ses animateurs avaient une responsabilité éditoriale spécifique à son égard : alors que le suicide des adolescents est un sujet extrêmement préoccupant, l'évocation du thème de la mort suppose de la part de la radio des précautions particulières.
- Le 7 octobre 2009, Fun radio a diffusé, au cours de l'émission intitulée « *Morgan libre antenne* », une séquence durant laquelle une auditrice a tenu des propos ambigus et suggestifs qui ont été repris par l'équipe d'animation, tendant à banaliser certaines pratiques sexuelles de façon crue et vulgaire. Le Conseil, réuni en assemblée plénière le 24 novembre 2009, a décidé d'adresser un courrier de mise en garde à la station, lui rappelant qu'elle devait veiller à la protection de l'enfance et de l'adolescence dans ses programmes.
- Ayant constaté la diffusion de messages publicitaires sur les antennes de Virgin Radio et de RFM en faveur de la nouvelle saison de la série « *Dexter* » diffusée sur Canal +, le Conseil, lors de son assemblée plénière du 9 mars 2010, a considéré que ces messages contrevenaient au décret du 6 avril 1987 fixant pour les services privés de radiodiffusion sonore le régime applicable à la publicité et au parrainage, aux termes duquel « *les messages publicitaires doivent être exempts de toute discrimination raciale ou sexuelle, de scènes de violences ou d'éléments pouvant provoquer la peur ou encourager les abus, imprudences ou négligences* ». En conséquence, le Conseil a demandé à RFM et Virgin Radio de faire preuve à l'avenir de la plus grande vigilance afin d'éviter ce type de manquement.

ANNEXE 4

## Obligations conventionnelles liées aux programmes destinés à la jeunesse

	Obligations de diffusion quantitatives	Obligations de diffusion qualitatives	Obligations de production
France Télévisions - France 2 France 3 France 4 France 5	- Diffuser au moins 2100 heures d'œuvres d'animation sur l'ensemble des chaînes du groupe.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proposer une offre de programmes jeunesse aux jours et heures où le public intéressé est disponible, en tenant compte notamment des congés scolaires et de la libération du samedi matin.</li> <li>- Veiller à la complémentarité de la programmation destinée à la jeunesse sur tous les différents services.</li> <li>- Participer à l'éveil du jeune public en l'accompagnant dans son développement.</li> <li>- Assurer la promotion de comportements nutritionnels équilibrés et la pratique d'activités physiques régulières.</li> <li>- Développer l'éducation aux médias, sur les services de télévision et tout autre support, en s'attachant notamment à permettre aux plus jeunes téléspectateurs de décrypter les médias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réaliser un effort particulier dans le domaine de la production originale d'émissions pour la jeunesse et s'efforcer de promouvoir la production d'animation d'expression originale française</li> <li>- Poursuivre une politique de partenariats avec les représentants de la création en matière de programmes jeunesse</li> </ul>

TF1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diffuser au moins 1 000 heures de programmes jeunesse aux jours et heures où le public intéressé est disponible.</li> <li>- Diffuser au moins 50 heures de magazines et documentaires à destination de la jeunesse.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le caractère familial de la programmation doit se traduire aux heures où le jeune public est susceptible d'être le plus présent devant le petit écran, entre 6 heures et 22 heures.</li> <li>- Favoriser l'épanouissement des enfants et leur fournir des références.</li> <li>- Les émissions de plateau à destination du jeune public doivent être diversifiées et permettre de comprendre l'actualité et la société.</li> <li>- Les animateurs ne doivent pas exploiter l'inexpérience et la crédulité des enfants.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consacrer 0,6% du chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent du groupe TF1 à la production d'œuvres d'animation européennes ou EOF,</li> <li>- dont, pour 2009, 0,4 % consacrés à la production d'œuvres d'animation indépendantes.</li> </ul>
TMC	Pas d'obligations spécifiques.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proposer une programmation généraliste comprenant notamment des programmes pour la jeunesse.</li> </ul>	<p><i>Les obligations de production des 3 chaînes ont été mises en commun en 2010.</i></p>
NT1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consacrer une place importante aux émissions pour la jeunesse et aux divertissements familiaux.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Offrir au jeune public, aux heures où celui-ci est disponible, des programmes qui lui sont destinés.</li> <li>- Respecter le rythme et le développement des jeunes enfants ainsi que leur capacité de compréhension.</li> </ul>	

M6	<p>- Diffuser dans la diffusion des œuvres d'animation destinées aux enfants une majorité d'œuvres d'animation européennes ou d'expression originale française.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le caractère familial de la programmation doit se traduire aux heures où le jeune public est susceptible d'être le plus présent devant le petit écran, entre 6 heures et 22 heures.</li> <li>- Proposer une programmation généraliste à destination de l'ensemble du public et notamment des jeunes et jeunes adultes.</li> <li>- Le caractère familial de la programmation de la société doit se traduire aux heures où le jeune public est susceptible d'être le plus présent devant le petit écran, entre 6 heures et 22 heures.</li> <li>- Proposer une offre de programmes jeunesse aux jours et heures où le public intéressé est disponible.</li> <li>- Favoriser l'épanouissement des enfants et leur fournir des références.</li> <li>- Les animateurs ne doivent pas exploiter l'inexpérience et la crédulité des enfants.</li> <li>- Offrir des magazines et des fictions qui fédèrent parents et enfants.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consacrer au moins 1 % du son chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres d'animation européennes ou d'expression originale française,</li> <li>- dont 0,67 % de ce chiffre d'affaires pour des œuvres d'animation indépendantes.</li> </ul>
W9	<p>Pas d'obligations spécifiques.</p>	<p>- Proposer une programmation musicale destinée au grand public et plus particulièrement aux jeunes adultes</p>	<p>Pas d'obligations spécifiques.</p>



NRJ 12	Pas d'obligations spécifiques.	- Proposer une offre de programmes jeunesse aux jours et heures où le public intéressé est disponible.	Pas d'obligations spécifiques.
Gulli	<p>- Réserver au moins 42 % du temps d'antenne entre 6h30 et 23 heures à des œuvres d'animation d'expression originale française.</p> <p>- Réserver au moins 15 % du temps d'antenne entre 6h30 et 23 heures aux programmes de découverte, ces derniers étant constitués de magazines, de jeux, de documentaires, de programmes courts ou de dessins animés.</p> <p>- La part des dessins animés ne peut dépasser 50 % du volume de l'obligation.</p> <p>- Au titre des programmes de découverte, diffuser des émissions de sensibilisation à l'environnement.</p>	<p>- Programmation est destinée prioritairement aux enfants (de 6 à 14 ans) et s'adressant également aux parents et aux éducateurs, visant à favoriser le lien entre les générations.</p> <p>- Interdiction totale de diffusion des programmes de catégories III, IV et V.</p> <p>- Propose des programmes diversifiés de divertissement et d'éveil, dans le respect de la sensibilité des enfants et tenant compte de leur rythme scolaire.</p> <p>- Proposer une offre de programmes diversifiée en termes de contenu et de genres (dessins animés, documentaires, magazines, émissions de plateau).</p> <p>- Diffuser un programme destiné aux parents chaque jour d'école.</p>	Pas d'obligations spécifiques.
Direct 8 Virgin 17	Pas d'obligations spécifiques.	Pas d'obligations spécifiques.	Pas d'obligations spécifiques.

Source : CSA – DP

ANNEXE 5

## Palmarès des 10 programmes les plus regardés

### Palmarès des 10 programmes les plus regardés par les 4-10 ans en 2009

Position	Date	Heure de début	Chaîne	Programme
1	1er novembre	20h50	TF1	Arthur et les Minimoys
2	13 février	20h50	TF1	Les aventuriers de Koh-Lanta, le retour des héros - La finale
3	21 avril	20h45	TF1	Toy story 2
4	4 septembre	20h50	TF1	Les aventuriers de Koh-Lanta, le retour des héros - Palau, épisode 2
5	17 février	20h50	TF1	Astérix et Obélix - Mission Cléopâtre
6	28 août	20h50	TF1	Les aventuriers de Koh-Lanta, le retour des héros - Palau, épisode 1
7	9 octobre	20h50	TF1	Les aventuriers de Koh-Lanta, le retour des héros - Palau, épisode 7
8	23 octobre	20h45	TF1	Les aventuriers de Koh-Lanta, le retour des héros - Palau, épisode 9
9	6 mars	20h45	TF1	Les Enfoirés font leur cinéma Les Restos du cœur 2009
10	22 décembre	20h50	TF1	Le Monde de Narnia, chapitre 1

*Source : Médiamétrie, MMW - traitement CSA – DEP*

**Tab. 8 - Palmarès de 10 programmes les plus regardés par les 11-14 ans en 2009**

Position	Date	Heure de début	Chaîne	Programme
1	6 mars	20h45	TF1	Les Enfoirés font leur cinéma Les Restos du cœur 2009
2	13 février	20h50	TF1	Les aventuriers de Koh-Lanta, le retour des héros - La finale
3	4 septembre	20h50	TF1	Les aventuriers de Koh-Lanta, le retour des héros - Palau, épisode 2
4	11 septembre	20h50	TF1	Les aventuriers de Koh-Lanta, le retour des héros - Palau, épisode 3
5	1er novembre	20h50	TF1	Arthur et les Minimoys
6	18 septembre	20h50	TF1	Les aventuriers de Koh-Lanta, le retour des héros - Palau, épisode 4
7	2 novembre	20h50	TF1	Joséphine, Ange gardien
8	23 octobre	20h50	TF1	Les aventuriers de Koh-Lanta, le retour des héros - Palau, épisode 9
9	25 septembre	20h50	TF1	Les aventuriers de Koh-Lanta, le retour des héros - Palau, épisode 5
10	27 janvier	20h50	TF1	Les aventuriers de Koh-Lanta, le retour des héros - Le retour des héros

*Source : Médiamétrie, MMW - traitement CSA – DEP*