



Charte 2M
pour
la valorisation
de l'image de la
FEMME

Charte 2M pour la valorisation de l'image de la FEMME

Article 19 de La CONSTITUTION du ROYAUME du MAROC, Titre II « LIBERTES et DROITS FONDAMENTAUX » :

L'homme et la femme jouissent, à égalité, des droits et libertés à caractère civil, politique, économique, social, culturel et environnemental, énoncés dans le présent titre et dans les autres dispositions de la constitution, ainsi que dans les conventions et pactes internationaux dûment ratifiés par le royaume. L'Etat marocain œuvre à la réalisation de la parité entre les hommes et les femmes. Il est créé, à cet effet, une autorité pour la parité et la lutte contre toutes formes de discrimination.

PRÉAMBULE :

L'article 19 de la nouvelle constitution marocaine est venu consacrer la volonté de l'État de promouvoir l'égalité des droits entre la femme et l'homme. Il vient, également, couronner les efforts entrepris afin d'asseoir la parité. Notamment à travers la ratification de la convention sur l'élimination des formes de discrimination à l'égard des femmes, le code de la famille relatif au statut de la femme ainsi que le travail considérable d'une société civile très active dans le domaine.

La conjugaison de ces efforts a permis à la femme d'accéder graduellement à ses droits et à occuper la place légitime qu'elle mérite d'avoir dans une société démocratique et paritaire.

Toutefois, l'image que véhiculent les médias des femmes en général ne reflète pas suffisamment ni sa place dans la société dont elle représente la moitié, ni la diversité des responsabilités qu'elle assume aujourd'hui dans les domaines politiques, économiques, culturels et sociaux. Il s'avère également que malgré la bonne volonté des opérateurs médias dans ce domaine, des stéréotypes négatifs persistent encore dans le champ médiatique.

En effet, si les femmes occupent des responsabilités de premier ordre dans les médias (ex : plus de 40% du corps journalistique de 2M est féminin) et qu'elles y bénéficient d'une visibilité encourageante (plus de 40% des émissions sont soit présentées soit dédiées aux femmes- source rapport de la HACA sur l'image de la femme dans les médias-), il n'en demeure pas moins que des efforts restent à faire concernant la nature de cette visibilité, les rôles qui sont assignés aux femmes dans les médias et les clichés négatifs qui leurs sont généralement attribués.

Ainsi, la présence des femmes en tant qu'expertes intervenant dans les émissions de débats et les journaux télévisés est encore très faible (10%). De même, les stéréotypes diffusés dans certains types de programmes (notamment la fiction et la publicité) continuent à entretenir l'image de femme soumise, réduite aux tâches ménagères, traditionnelle, peu instruite, victime voire parfois écervelée (source étude LMS sur les attentes des femmes concernant leur image dans les médias-Mars 2010).



Charte 2M pour la valorisation de l'image de la FEMME

A 2M :

- Nous sommes conscients que les médias jouent un rôle primordial dans la formation de l'imaginaire collectif mais également dans l'accompagnement du projet de société du Royaume.
- Nous croyons que la persistance de stéréotypes féminins négatifs dans les médias constitue un frein à l'estime de soi et à la promotion de la place légitime de la femme dans la société marocaine.
- Nous avons la conviction que 2M, de par son rôle historique de chaîne citoyenne, sa place chez les marocains et son statut de média grand public leader, a un rôle pionnier à jouer dans le domaine de la promotion de la parité.
- Nous croyons qu'une démarche d'autorégulation de 2M en faveur de la parité en coordination avec les instances concernées peut servir d'expérience pilote et créer un effet d'entraînement positif auprès d'autres médias. Aussi, nous nous engageons à mettre en œuvre tous les moyens pour améliorer l'image de la femme sur nos supports médias à travers 4 axes.

Dispositions de notre charte sur l'Amélioration de L'image de la femme :

La charte s'articule autour de 4 axes importants :

- La mise en valeur du rôle de la femme en tant qu'acteur économique, social et politique;
- La lutte contre les stéréotypes féminins négatifs et la sensibilisation des acteurs médiatiques internes et externes ;
- La diversification de nos programmes et l'adaptation de notre ligne éditoriale en tenant compte de la diversité socio-culturelle et de l'évolution du statut de la femme dans notre société ;
- Un monitoring efficace et une coopération accrue avec les acteurs externes concernés.

Axe 1 : La mise en valeur du rôle de la femme :

- **2M** veille à mettre en valeur le rôle de la femme en tant qu'acteur économique, social, politique et culturel;
- **2M** s'engage à assurer la présence de femmes expertes dans ses émissions politiques, sociétales et culturelles;
- **2M** s'engage à faire appel à des femmes expertes ou sources d'information quant aux sujets liés à l'économie, à la politique, à la finance et tout autre sujet;
- **2M** s'engage à assurer une stratégie quantitative de visibilité de la femme sur nos supports (notamment dans les journaux télévisés et les émissions de débat). L'objectif est de tendre vers la parité avec un premier cap de 30% avant juin 2014;
- **2M** s'engage à établir, en partenariat avec les associations professionnelles, un guide exhaustif des femmes expertes marocaines dans différents domaines et notamment ceux économiques, politiques, sociétaux, artistiques et culturels;



Charte 2M pour la valorisation de l'image de la FEMME

Ce guide devra être régulièrement mis à jour, et sera communiqué à tous les journalistes, journalistes animateurs, journalistes reporters et les rédacteurs en chef. Le but étant de disposer d'une base de données dans laquelle ces derniers pourront identifier leurs invitées.

Axe 2 : La lutte contre les images stéréotypées et les clichés :

- **2M** veille à éviter la représentation dégradante ou stéréotypée de la femme dans ses programmes ;
- **2M** veille, dans tous les programmes qu'elle diffuse (avec une attention particulière pour la fiction et les missions sociétales), à éviter toute allusion verbale ou représentation dégradante de l'image de la femme et toute allusion à des images stéréotypées et des préjugés sexistes systématiques (femme ignorante, épouse rancunière, femme râleuse, femme avare, femme mégère, femme opportuniste, femme idiote, femme naïve...);
- **2M** s'engage à répertorier, sous forme de lexique, l'ensemble des expressions, mots, situations qui portent atteinte à la dignité et aux principes d'égalité hommes-femmes. Ce répertoire servira de référence pour la validation du contenu des programmes de la chaîne.
- **2M** s'engage à sensibiliser, en amont, les auteurs, les scénaristes, les producteurs ainsi que le personnel interne chargé du suivi des programmes;
- **2M** s'engage à mener une campagne de formation de ses ressources humaines notamment les corps de métiers en contact direct avec le contenu.

Axe 3 : une ligne éditoriale engagée :

- **2M** s'engage à assurer, graduellement, une diversification des concepts et des programmes de sorte à intéresser de plus en plus le public féminin, en tenant compte de la diversité socio- culturelle et des rôles nouveaux et variés que joue la femme dans la société marocaine ;
- **2M** s'engage à introduire des critères genre dans le choix des projets programmes notamment dans les grilles d'évaluation des comités de sélection des programmes ;
- **2M** veille régulièrement, à travers ses programmes, à mettre en valeur voire récompenser les expériences réussies de femmes marocaines quel que soit leur domaine d'activité et quel que soit leur niveau social (Success stories).





Charte 2M pour la valorisation de l'image de la FEMME

Axe 4 : un monitoring efficace et une collaboration accrue avec les instances externes :

- **2M** veille à mettre en place un instrument de mesure, qualitatif et quantitatif, de la présence de la femme sur nos supports médias ;
- **2M** s'engage à solliciter la HACA en tant que régulateur afin de consolider la démarche de vigilance et collaborer activement dans le domaine de la valorisation de l'image de la femme.
- **2M** renforcera la vigilance dans ce domaine à travers une démarche d'autorégulation portée par son comité de déontologie interne.
- **2M** s'engage à mettre en place un système de suivi interne concernant les images stéréotypées de la femme;
- **2M** s'engage à augmenter le degré de vigilance et d'écoute de son public à ce sujet. Ceci, à travers des instruments tel que le médiateur, Rapports «2M à votre écoute», sondages, études, critiques presse, réseaux sociaux... ;
- **2M** veille à établir un rapport interne périodique relatif au suivi des actions et recommandations;
- **2M** s'engage à jeter des ponts de collaboration et d'écoute avec la société civile active dans le domaine;
- **2M** s'engage à coopérer avec le Groupement des Annonceurs du Maroc et l'Union des Agences Conseil en Communication dans le cadre de la mise en place de mécanismes d'autorégulation dans le domaine.

