



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

---

## **L'accès des associations aux médias audiovisuels**

---

### **Rapport au Premier ministre**

Élaboré par la commission de réflexion

sur l'accès des associations aux médias audiovisuels

Adopté par le Conseil supérieur de l'audiovisuel le 4 janvier 2011

**Janvier 2011**

**Conseil supérieur de l'audiovisuel**  
Janvier 2011

# **L'accès des associations aux médias audiovisuels**

---

## **Rapport au Premier ministre**

Élaboré par la commission de réflexion

sur l'accès des associations aux médias audiovisuels

Adopté par le Conseil supérieur de l'audiovisuel le 4 janvier 2011



## Avant-propos

*L'homme est un « animal politique ». Déjà pour Aristote. Très tôt les hommes se sont groupés. Des confréries aux compagnonnages, en passant par les clubs littéraires et révolutionnaires. Ils se sont groupés pour agir, pour se soutenir, pour mieux vivre ensemble.*

*Les lois de la République ont reconnu aux hommes le droit de se réunir, de se regrouper. Le corps social bouge. Dans une société démocratique, les associations ont un rôle essentiel, elles créent du lien social et remplissent une mission d'utilité publique.*

*Les médias sont là aussi pour créer du lien entre les citoyens. Leur synergie est donc naturelle.*

*Il existe déjà une bonne entente entre associations et médias, mais ce n'est pas suffisant. Aujourd'hui, les hommes, grands consommateurs de médias, et les associations de plus en plus nombreuses, doivent collaborer.*

*Il faut ouvrir davantage l'antenne aux représentants de ces associations et mettre en avant la richesse que représente pour la société, leur diversité. Dans le respect de la liberté de chacun, avec une volonté de clarté et d'équité, il faut promouvoir l'engagement citoyen.*

*Le média qui choisit d'ouvrir son antenne à une association, en particulier dans le cadre d'un appel aux dons, est engagé dans ce geste de générosité. Il a des comptes à rendre aux donateurs, c'est-à-dire à ses auditeurs et téléspectateurs.*

*Le média doit veiller à ce que tout se passe sans opacité et dans la plus grande équité. C'est un acteur à part entière, il est solidaire.*

*Ecouter les uns et les autres pendant des mois nous a convaincus de la nécessité d'accompagner cette démarche, pour que ces hommes et ces femmes de conviction et de passion puissent continuer à être le ciment d'une société en pleine turbulence.*

*Michèle Reiser et Emmanuel Gabla*

# SOMMAIRE

<b>Éléments de contexte</b>	<b>9</b>
<b>La mise en place de la commission</b>	<b>9</b>
<b>La composition de la commission</b>	<b>9</b>
<b>La méthode choisie par la commission</b>	<b>10</b>
<b>Synthèse des propositions de la commission</b>	<b>11</b>
<b>I. ÉTAT DES LIEUX</b>	<b>13</b>
<b>I.1. Présentation des acteurs : un tissu associatif abondant et divers dans un espace médiatique limité</b>	<b>13</b>
<b>I.1.1. Le milieu associatif en France</b>	<b>13</b>
<b>I.1.1.1. Les associations en quelques chiffres</b>	<b>13</b>
<b>I.1.1.2. Les donateurs et les bénévoles en quelques chiffres</b>	<b>15</b>
<b>I.1.2. Les médias audiovisuels en France</b>	<b>15</b>
<b>I.1.2.1. Les chaînes de télévision</b>	<b>15</b>
I.1.2.1.1. Les chaînes nationales hertziennes	15
I.1.2.1.2. Les autres chaînes	16
<b>I.1.2.2. Les radios</b>	<b>16</b>
<b>I.2. Bilan dressé par la commission de réflexion sur l'accès des associations aux médias audiovisuels</b>	<b>17</b>
<b>I.2.1 Les médias audiovisuels</b>	<b>17</b>
<b>I.2.1.1. Les médias audiovisuels sont devenus prescripteurs</b>	<b>17</b>
<b>I.2.1.2. Les médias audiovisuels ouvrent différents types d'émissions aux associations</b>	<b>18</b>
I.2.1.2.1. L'information	18
I.2.1.2.2. Les émissions régulières ou occasionnelles d'appel aux dons	19
I.2.1.2.3. Les émissions spéciales consacrées à des situations d'urgence	21
I.2.1.2.4. Les émissions de soutien à une cause ou à une association	21
I.2.1.2.5. Les messages d'intérêt général	21
<i>Diffusion sur le secteur public</i>	22
<i>Diffusion sur les chaînes privées</i>	23
<b>I.2.1.3. L'accès aux médias audiovisuels est relativement opaque pour les associations</b>	<b>23</b>
Les procédures actuelles existantes	23
<b>I.2.1.4. Des critères qui ne sont pas toujours clairement affichés par les médias audiovisuels</b>	<b>24</b>
<b>I.2.1.5. La pratique contractuelle n'est pas très répandue entre les médias audiovisuels et les associations</b>	<b>24</b>
I.2.1.5.1. Le cas des partenariats de type exclusif tant pour le média audiovisuel que pour l'association	24
I.2.1.5.2. Le cas des contrats conclus entre un média audiovisuel et une association	24
I.2.1.5.3. La pratique des offres couplées	25

<b>I.2.1.6. L'efficacité des campagnes publicitaires</b>	<b>25</b>
<b>I.2.1.7. Les médias audiovisuels manquent d'informations sur le milieu associatif</b>	<b>25</b>
I.2.1.7.1. Le soutien apporté par une célébrité n'est pas suffisant pour garantir le sérieux d'une association	25
I.2.1.7.2. L'absence de référencement généralisé	25
I.2.1.7.3. Cas particulier des collectes en situation d'urgence	26
<b>I.2.2. Les associations</b>	<b>26</b>
<b>I.2.2.1. Les associations partagent un besoin de communication selon des modalités différentes</b>	<b>26</b>
<b>I.2.2.2. De plus en plus d'associations ont recours à des techniques issues du marketing et de la communication</b>	<b>27</b>
<b>I.2.2.3. Les pratiques des associations méconnaissent parfois les principes déontologiques de la communication audiovisuelle</b>	<b>28</b>
<b>I.2.2.4. Les associations ne bénéficient pas toutes du même accès aux médias audiovisuels</b>	<b>28</b>
<b>I.2.2.5. Les médias audiovisuels locaux sont plus accessibles aux associations</b>	<b>28</b>
<b>I.2.3. Les donateurs et les bénévoles</b>	<b>29</b>
I.2.3.1. Les donateurs sont inquiets en cas de polémique sur les associations	29
I.2.3.2. Les donateurs sont de plus en plus exigeants sur l'utilisation de leurs dons	29
I.2.3.3. Les bénévoles peinent à s'engager sur le long terme	29
<b>I.3. Quelques exemples étrangers</b>	<b>30</b>
<b>I.3.1. L'Allemagne</b>	<b>30</b>
<b>I.3.2. Le Canada</b>	<b>30</b>
<b>I.3.3. Les États-Unis</b>	<b>30</b>
<b>I.3.4. L'Italie</b>	<b>30</b>
<b>I.3.5. Le Royaume-Uni</b>	<b>31</b>
<b>I.3.6. La Suède</b>	<b>31</b>
<b>II. PRINCIPES ET OBJECTIFS FONDAMENTAUX GUIDANT LA RÉFLEXION DES TRAVAUX DE LA COMMISSION</b>	<b>33</b>
<b>II.1. Principes</b>	<b>33</b>
II.1.1. L'utilité sociale et la contribution civique des associations	33
II.1.2. Le principe de liberté	33
II.1.3. La responsabilité morale conjointe des médias audiovisuels et des associations	33
<b>II.2. Objectifs</b>	<b>34</b>
II.2.1. L'équité	34
II.2.2. La clarté	34
II.2.3. La promotion de l'engagement citoyen	34
<b>III. PROPOSITIONS</b>	<b>35</b>
<b>IV. ANNEXES</b>	<b>37</b>



## Éléments de contexte

### La mise en place de la commission

Lors de la deuxième Conférence de la vie associative qui s'est tenue le 17 décembre 2009, le président du Conseil supérieur de l'audiovisuel, M. Michel Boyon, s'est prononcé en faveur de la construction d'un véritable partenariat entre l'audiovisuel et les associations. Il a souligné que le Conseil devait notamment faciliter les liens entre les chaînes de télévision et les associations, et renforcer l'exposition de celles-ci.

À la suite de cette Conférence, le Premier ministre, M. François Fillon, a chargé le Conseil, en liaison avec le ministre de la vie associative, de créer une commission de réflexion sur l'accès des associations aux médias audiovisuels.

Par un courrier du 19 janvier 2010 figurant en annexe, M. François Fillon a adressé au Conseil une lettre de mission lui demandant de « caractériser la place actuellement donnée aux associations dans les médias et (de) déterminer leurs attentes et leurs besoins ainsi que la manière dont ils pourraient éventuellement être satisfaits ».

Il précise ensuite que « le groupe de travail s'efforcera aussi d'examiner dans quels termes la question de l'équité entre les associations dans leur accès aux médias se pose et, le cas échéant, de formuler des recommandations pour réguler leurs relations avec les chaînes ».

La commission de réflexion sur l'accès des associations aux médias audiovisuels a été installée le 24 juin 2010 par le président du CSA, en présence de M. Marc-Philippe Daubresse, alors ministre de la jeunesse et des solidarités actives, et des deux conseillers qui coprésident cette commission, M<sup>me</sup> Michèle Reiser et M. Emmanuel Gabla.

Soulignant la volonté du Conseil de développer la présence, sous toutes ses formes, du monde associatif dans l'audiovisuel, Michel Boyon a préconisé « l'établissement d'un partenariat équilibré et dynamique entre les associations et les chaînes de télévision et de radio. Ce partenariat devra garantir la transparence et l'équité dans l'accès à l'antenne des associations faisant appel à la générosité publique ».

### La composition de la commission

La commission de réflexion, coprésidée par M<sup>me</sup> Michèle Reiser et M. Emmanuel Gabla, comprend des personnes spécialistes des médias ou ayant une expérience de la vie associative ainsi que des représentants des pouvoirs publics.

Ont participé aux travaux de la commission :

#### Conseil supérieur de l'audiovisuel

Emmanuel Gabla, membre du Conseil  
Michèle Reiser, membre du Conseil

#### Trois représentants des pouvoirs publics

Un représentant de :

- la Direction de la jeunesse, de l'éducation populaire et de la vie associative (DJEPVA), du ministère de l'éducation nationale, de la jeunesse et de la vie associative,
- la Direction générale des médias et des industries culturelles du ministère de la culture,
- la Direction du Service d'information du gouvernement du Premier ministre.



### Treize personnalités qualifiées

Isabelle Altmayer-Barnier  
Édith Arnoult-Brill  
Claire Brisset  
Hélène Fatou  
Marc Gentilini  
Mélanie Gratacos  
Jacques Henrard  
Patricia Langrand  
Ivan Levai  
Jean-Marc Roirant  
Philippe Ryfman  
Michel Soublin  
Emmanuelle Wargon

### La méthode choisie par la commission

Pour la commission, le terme « association » vise à la fois les associations et les fondations. La commission a choisi de procéder à un grand nombre d'auditions de représentants du monde associatif et des médias audiovisuels de juin à novembre 2010, afin de recueillir leurs expertises et leurs attentes concernant l'accès des associations aux médias audiovisuels. La commission a procédé à 25 auditions dont la liste figure en annexe (associations et fondations, personnalités qualifiées, médias audiovisuels et organismes de contrôle). Une liste indicative de questions figurant en annexe a été dressée par la commission et communiquée aux différentes personnes auditionnées afin d'éclairer leur réflexion en amont de l'audition et de les familiariser avec l'objet de la commission.

Seize contributions écrites ont été adressées à la commission en réponse à ce questionnaire.

Par ailleurs, un état des lieux de la place occupée par les associations dans l'ensemble de leurs programmes pour l'année 2009 et le premier semestre 2010 a été demandé aux chaînes de télévision hertziennes (TF1, France 2, France 3, France 4, France 5, M6...). Ce document figure en annexe. Chaque chaîne a été invitée par la commission à lui fournir une liste de programmes au sein desquels des associations ont été évoquées ou mises en avant. Ces programmes ont ensuite été répartis par les services du Conseil par genres de programmes : magazines, documentaires, divertissement et jeux... puis répertoriés en précisant l'horaire de diffusion.

Enfin, l'Institut national de l'audiovisuel (INA) a réalisé, à la demande du Conseil, un recensement des sujets traités dans les journaux télévisés de 20 heures des chaînes hertziennes au cours de l'année 2009.

La commission a ainsi disposé d'éléments lui permettant d'apprécier les besoins et les attentes, tant des médias que des associations et des donateurs. Sur cette base, la commission, après avoir réaffirmé l'utilité sociale et la contribution civique des associations, le principe de liberté et la responsabilité conjointe des médias audiovisuels et des associations, a défini trois principes essentiels :

- **l'équité,**
- **la clarté,**
- **la promotion de l'engagement citoyen.**

Ils doivent servir de base à un partenariat responsable entre les associations et les médias audiovisuels. Ces principes ont servi de fil conducteur à la commission pour élaborer ses propositions.



Ces propositions sont les suivantes :

Proposition 1 : **Consacrer un temps d'antenne plus important aux acteurs de la vie associative et favoriser la parole des associations dans le débat public**

Proposition 2 : **Identifier clairement à l'antenne l'objet de l'appel aux dons et rendre compte à l'antenne de l'utilisation de l'argent recueilli**

Proposition 3 : **Diversifier les causes présentées dans les émissions d'appel aux dons et veiller à une information sur la variété des associations œuvrant pour une même cause**

Proposition 4 : **Désigner un référent-associations dans chaque média audiovisuel et le faire connaître**

Proposition 5 : **Demander à chaque média audiovisuel de définir et de rendre publics ses critères d'éligibilité des associations souhaitant être présentes sur son antenne et inciter les médias à s'appuyer sur les dispositifs existants de contrôle des associations**

Proposition 6 : **Inciter le secteur associatif à améliorer le recensement des associations grâce à des portails informant les médias audiovisuels et le public des choix possibles pour les différentes causes**

Proposition 7 : **Inviter les associations à respecter dans leur communication les règles de la déontologie audiovisuelle**

Proposition 8 : **Recommander aux associations nationales une plus grande collaboration avec les médias audiovisuels locaux**

Proposition 9 : **Mettre fin à des pratiques singulières consistant à vendre de l'espace publicitaire en échange de reportages**

Proposition 10 : **Créer un groupe de réflexion permanent afin de renforcer la place de la vie associative dans les médias audiovisuels**

\*

\* \*

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel tient à remercier l'ensemble des membres de la commission de réflexion pour leur implication et leur force de propositions.

Le Conseil remercie également l'ensemble des participants qui, lors de leur audition ou dans leur contribution écrite, ont fait preuve d'une grande transparence concourant ainsi efficacement à l'élaboration de ce rapport.

\*

\* \*





## I. ÉTAT DES LIEUX

Cet état des lieux repose sur la synthèse des auditions menées par la commission et des contributions écrites qui lui ont été adressées. Il évalue par ailleurs l'exposition des associations dans les médias audiovisuels grâce à des éléments statistiques fournis par l'Institut national de l'audiovisuel et par les déclarations des chaînes de télévision.

### I.1. Présentation des acteurs : un tissu associatif abondant et divers dans un espace médiatique limité

#### I.1.1. Le milieu associatif en France

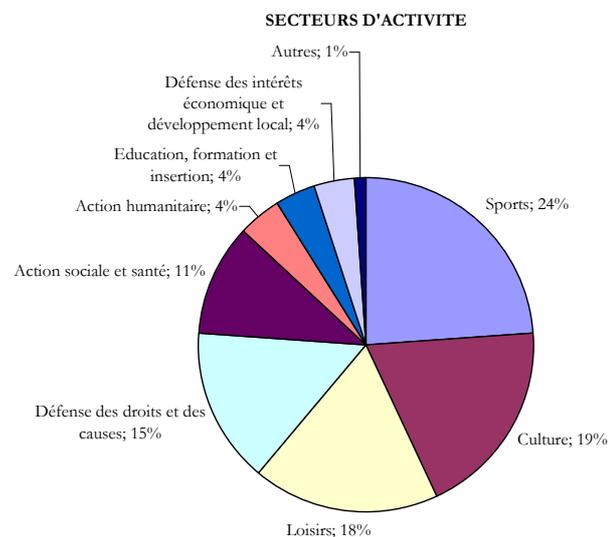
Le milieu associatif est extrêmement actif en France, comme en témoigne le nombre d'associations existantes et d'individus impliqués dans la vie associative.

##### I.1.1.1. Les associations en quelques chiffres

Les données chiffrées concernant les associations ont été fournies par le ministère de l'éducation nationale, de la jeunesse et de la vie associative, à l'appui d'un document figurant en annexe.

En 2005, 1,1 million d'associations a été recensé en France. Pour l'année 2010, ce chiffre a été réévalué à 1,4 million d'associations. Le nombre d'organisations faisant appel à la générosité du public n'est pas connu mais il ne représente vraisemblablement qu'une petite partie du nombre total d'associations.

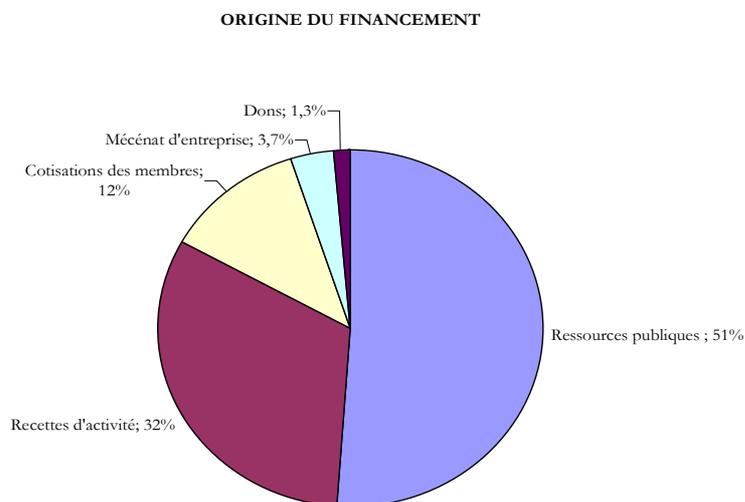
Selon une enquête de 2005<sup>1</sup>, les associations sont réparties selon leur secteur d'activité de la manière suivante :



<sup>1</sup> Enquête CNRS – Matisse/Centre d'économie de la Sorbonne – 2005-2006.



S'agissant de l'origine du financement des associations, les ressources publiques représentent 51 %, les recettes d'activité 32 %, les cotisations des membres 12 %, le mécénat d'entreprise 3,7 % et les dons atteignent seulement 1,3 %.



### Un secteur très contrôlé

L'utilisation des dons par le secteur associatif est soumise à un dispositif de contrôle important, notamment toutes les organisations faisant appel à la générosité du public ou bénéficiant de subventions pour un montant supérieur à 153 000 euros doivent avoir leurs comptes certifiés par un commissaire aux comptes.

La Cour des comptes et l'Inspection générale des affaires sociales (IGAS) ont une mission de contrôle des ressources collectées auprès du public dans le cadre de campagnes menées à l'échelon national, afin de vérifier la conformité des dépenses engagées par rapport aux objectifs poursuivis par l'appel aux dons. Leurs rapports de contrôle peuvent porter sur une association ou sur un sujet transversal.

Le champ d'intervention de la Cour des comptes s'étend à l'ensemble des causes d'appel à la générosité publique « scientifique, sociale, familiale, humanitaire, philanthropique, éducative, sportive, culturelle ou concourant à la défense de l'environnement ».

La mission de l'IGAS relative au contrôle des associations faisant appel à la générosité du public est de « mesurer la transparence quant aux buts de l'association et la conformité de ses objectifs avec l'utilisation qui est faite des dons, afin notamment d'apporter des garanties aux donateurs ». La compétence est identique à celle de la Cour des comptes, dans un nombre plus restreint de domaines : ceux « de la sécurité sociale et de la prévoyance sociale, de la protection sanitaire et sociale, du travail, de l'emploi et de la formation professionnelle ».

Le choix des organismes contrôlés se fait en concordance avec la Cour des comptes, ainsi que sur proposition des directions des ministères sociaux.



Les inspections des ministères (par exemple : Éducation nationale, Affaires étrangères...) qui subventionnent des associations ont la possibilité de les contrôler. Il en va de même pour les bailleurs de fonds internationaux (Exemple : ECHO de l'Union européenne).

De plus, les associations faisant appel à la générosité du public peuvent se soumettre volontairement à des contrôles déontologiques supplémentaires tels que ceux mis en place par le comité de la charte du don en confiance qui agit en qualité d'organisme privé d'autorégulation.

Par ailleurs, les associations qui souhaitent faire appel à la générosité du public sur les supports de communication doivent en faire la déclaration préalable<sup>2</sup>. Cette déclaration précise les objectifs poursuivis par l'appel à la générosité du public.

#### **I.1.1.2. Les donateurs et les bénévoles en quelques chiffres**

Le dynamisme du milieu associatif repose en grande partie sur l'implication de nombreux donateurs et bénévoles.

Selon les chiffres de l'Insee, en 2002, 21,6 millions de Français, soit un Français sur quatre, étaient membres d'une association. L'enquête de l'IFOP en juin 2010, à l'initiative de France Bénévolat, évalue à 14 millions le nombre de bénévoles en France. Ils peuvent être occasionnels, réguliers, permanents ou dirigeants.

#### **I.1.2. Les médias audiovisuels en France**

Par média audiovisuel, on entend les chaînes de télévision et les radios.

##### **I.1.2.1. Les chaînes de télévision**

###### **I.1.2.1.1. Les chaînes nationales hertziennes**

En diffusion par voie hertzienne terrestre en mode numérique, il convient de distinguer les chaînes gratuites qui totalisent à elles seules 80 % de l'audience globale du média télévisé et les chaînes payantes.

Dix-neuf chaînes gratuites hertziennes sont diffusées sur l'ensemble du territoire métropolitain<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> L'article 3 de la loi n° 91-772 du 7 août 1991, JORF n°186 du 10 août 1991 relative au congé de représentation en faveur des associations et des mutuelles et au contrôle des comptes des organismes faisant appel à la générosité publique, dispose : « Les organismes qui, afin de soutenir une cause scientifique, sociale, familiale, humanitaire, philanthropique, éducative, sportive, culturelle ou concourant à la défense de l'environnement, souhaitent faire appel à la générosité publique dans le cadre d'une campagne menée à l'échelon national soit sur la voie publique, soit par l'utilisation de moyens de communication, sont tenus d'en faire la déclaration préalable auprès de la préfecture du département de leur siège social. Cette déclaration précise les objectifs poursuivis par l'appel à la générosité publique. Les organismes effectuant plusieurs campagnes successives peuvent procéder à une déclaration annuelle. Les moyens mentionnés ci-dessus sont les supports de communication audiovisuelle, la presse écrite, les modes d'affichage auxquels s'appliquent les dispositions de l'article 2 de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes ainsi que la voie postale et les procédés de télécommunications. ».

<sup>3</sup> Les 19 chaînes gratuites de la TNT nationale sont les suivantes : TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, Direct 8, W9, TMC, NT1, NR J12, LCP-AN, Public Sénat, France 4, I-Télé, BFM TV, Direct Star, Gulli et France Ô.



Par ailleurs, neuf chaînes sont diffusées en décembre 2010 sur la TNT payante et disponibles sous condition d'abonnement. Il s'agit de Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, TPS Star, Eurosport, LCI, Paris Première, Planète et TF6. Certaines d'entre elles, comme Canal+ disposent de moments dans la journée où elles sont diffusées en clair. Disponibles pour l'ensemble des téléspectateurs, ces tranches en clair peuvent permettre de recueillir des audiences importantes<sup>4</sup>.

Les secteurs public et privé télévisuels ont des modes de financement différents.

Concernant le secteur public de la télévision, France Télévisions édite un ensemble de chaînes : France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô et 9 services Outre-mer 1<sup>ère</sup> (ex-RFO). Le financement de ces chaînes<sup>5</sup> est assuré principalement par la redevance audiovisuelle (65,8 % en 2009)<sup>6</sup>.

Les chaînes privées sont, quant à elles, financées par leurs ressources publicitaires, proportionnelles à l'audience réalisée par la chaîne, auxquelles s'ajoutent les recettes de diversification et les recettes issues des abonnements pour les télévisions payantes. Le secteur des chaînes privées est très concurrentiel.

#### **I.1.2.1.2. Les autres chaînes**

Le réseau des télévisions locales hertziennes s'est développé rapidement au cours des dernières années. Au 1<sup>er</sup> octobre 2010, 43 chaînes locales hertziennes étaient autorisées en métropole et une dizaine en outre-mer. Ce chiffre va rapidement augmenter en raison de plusieurs appels à candidatures lancés au cours des derniers mois par le Conseil.

Enfin, il existe des chaînes de télévision distribuées par des réseaux n'utilisant pas des fréquences assignées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel : 123 chaînes conventionnées ou déclarées au niveau national et une centaine au niveau local. Ces chaînes sont présentes sur le satellite et sur les réseaux filaires (câble, ADSL, fibre optique).

#### **I.1.2.2. Les radios**

S'agissant des radios privées, les quelque 900 opérateurs de ce secteur sont regroupés en cinq catégories définies par le Conseil<sup>7</sup>.

Des réseaux nationaux ainsi que des réseaux locaux existent sur le territoire.

<sup>4</sup> C'est notamment le cas pour Canal+ et son émission quotidienne *Le Grand Journal*.

<sup>5</sup> Ainsi que des radios de service public.

<sup>6</sup> Depuis le 5 janvier 2009, la possibilité de diffuser des publicités commerciales sur les antennes des chaînes de France Télévisions est restreinte à des contraintes horaires. Toute diffusion de publicité commerciale est interdite entre 20 heures et 6 heures.

<sup>7</sup> Les radios de catégorie A sont des radios associatives de proximité ou communautaires, éligibles au fonds de soutien à l'expression radiophonique (FSER).

Les radios de catégorie B sont des stations locales indépendantes et commerciales. Elles participent à l'animation de leur zone économique et contribuent à l'expression locale.

Les radios de catégorie C sont des stations locales ou régionales affiliées ou abonnées à des réseaux thématiques à vocation nationale.

Les radios de catégorie D sont des services thématiques à vocation nationale sans diffusion de décrochages locaux.

Enfin, les radios de catégorie E sont des services généralistes à vocation nationale, dont les programmes font une large part à l'information. Il s'agit d'Europe 1, RTL et RMC Info.



Certains services locaux ou régionaux se caractérisent par la diffusion du programme d'un réseau thématique à vocation nationale. Ainsi, le programme d'intérêt local diffusé quotidiennement est complété par la diffusion d'un programme de complément fourni par un réseau thématique à vocation nationale.

Il existe également des radios de proximité indépendantes de tout groupe audiovisuel qui diffusent des programmes entièrement locaux.

La radio dispose également d'un secteur associatif diversifié, qui se caractérise notamment par un ancrage local des programmes correspondant à la mission de communication sociale de proximité que le législateur a confié à ces radios.

Le service public radiophonique est assuré par trois sociétés nationales de programme : Radio France, Radio France internationale (RFI) et France Télévisions pour les radios Outre-mer 1<sup>ère</sup> (ex-RFO).

Radio France regroupe cinq stations à diffusion nationale<sup>8</sup> et des programmes locaux grâce aux stations décentralisées de France Bleu.

RFI a pour mission de promouvoir à l'étranger la francophonie et la culture française et de diffuser des émissions à l'intention des Français à l'étranger.

France Télévisions dispose de deux réseaux radio diffusés par ses neuf stations en outre-mer. Le premier réseau diffuse un programme local complété la nuit par France Inter et le second réseau assure la diffusion en direct des programmes de France Inter.

## **1.2. Bilan dressé par la commission de réflexion sur l'accès des associations aux médias audiovisuels**

Les constats ont été élaborés à partir des synthèses des auditions, des contributions écrites fournies à la commission ainsi que des chiffres fournis par l'Institut national de l'audiovisuel.

### **1.2.1 Les médias audiovisuels**

#### **1.2.1.1. Les médias audiovisuels sont devenus prescripteurs**

Pour faire connaître leurs actions au plus grand nombre, la communication et l'exposition dans les médias audiovisuels sont devenues essentielles. Les médias peuvent orienter les dons des donateurs en choisissant de mettre en avant telle ou telle association.

Dans le cas notamment des partenariats uniques, voire exclusifs, leur rôle de prescripteurs s'en trouve renforcé et a un impact sur le montant des dons en faveur de l'association qu'ils soutiennent.

Cela peut aussi avoir un effet négatif indirect en termes d'image, sur les associations œuvrant pour la même cause, mais qui ne font pas l'objet de ce partenariat. Le téléspectateur ou l'auditeur peut dès lors déduire de l'absence de citation par le média audiovisuel un manque de sérieux ou de compétence de l'association.

<sup>8</sup> France Inter, France Musique, France Culture, France Info et France Bleu.



Les associations ont conscience que les images diffusées sensibilisent les donateurs sur une catastrophe ou un besoin humanitaire. Lors des auditions, certaines associations ont signalé à la commission qu'en l'absence de diffusion d'images dans les médias audiovisuels, le public se sent moins sensibilisé et le montant des dons récoltés s'en ressent. Ainsi, les dons des Français pour Haïti ont été extrêmement nombreux après le tremblement de terre en janvier 2010. En revanche, pour les inondations au Pakistan en 2010, le manque d'empathie des médias et du public s'est traduit par une faiblesse des dons.

Le montant des dons pour faire face à une catastrophe naturelle est donc très souvent corrélé à la qualité de son exposition dans les médias audiovisuels.

### **1.2.1.2. Les médias audiovisuels ouvrent différents types d'émissions aux associations**

Les émissions ont été classées en fonction de certains critères, notamment la maîtrise du contenu éditorial par les chaînes de télévision ainsi que les conditions de production des émissions.

Cinq grandes catégories de programmes peuvent ainsi être identifiées concernant les différentes apparitions à l'antenne des associations :

- l'information (journal télévisé, documentaire, magazine),
- les émissions occasionnelles ou régulières d'appels aux dons,
- les émissions spéciales consacrées à des situations d'urgence,
- les émissions de soutien à une cause ou à une association,
- les messages d'intérêt général.

À noter qu'il n'existe plus aucune émission d'information sur les chaînes de télévision nationales consacrée aux associations en tant que telles depuis l'arrêt de l'émission *Vis-à-Vis* diffusée sur Direct 8 il y a quelques années. Notons par ailleurs que les chaînes en clair offrent une meilleure exposition pour les associations.

#### **1.2.1.2.1 L'information**

Cette catégorie regroupe les sujets d'information consacrés aux associations, diffusés dans les journaux télévisés, les documentaires et les magazines.

Ce type de programme privilégie le traitement éditorial et l'angle journalistique en présentant le fonctionnement de l'association et la cause défendue. Un regard critique peut être porté par le journaliste ou le présentateur de l'émission.

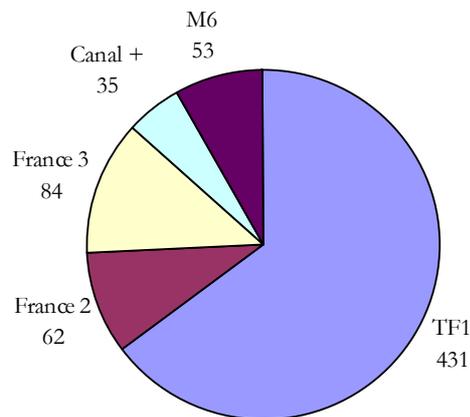
Le traitement éditorial aborde l'action des associations de manière très diversifiée au gré des sujets. Les rendez-vous d'information étant réguliers et variés, ils permettent aux médias d'évoquer de nombreuses associations différentes.

Selon les chiffres fournis par l'INA pour l'année 2009<sup>9</sup>, dans les seules éditions d'information diffusées aux alentours de 20 heures, les chaînes accordent une large place aux associations dans leurs journaux télévisés.

<sup>9</sup> Cette étude ne porte que sur l'édition de 20 heures du journal télévisé ou celui diffusé en avant-première partie de soirée. Ont été recensés comme « sujets de JT » les reportages, brèves avec ou sans images, plateaux avec invités et duplex.



Nombre de sujets consacrés aux associations dans le journal  
télévisé diffusé aux alentours de 20 heures (655)



**I.2.1.2.2. Les émissions régulières ou occasionnelles d'appel aux dons**

À la différence de la catégorie précédente, l'objectif principal des émissions d'appel aux dons est de susciter la générosité du public en faveur de certaines causes retenues par les chaînes de télévision ou les radios.

Des émissions récurrentes ou occasionnelles consacrées à la collecte de dons peuvent recouvrir différents genres : divertissements ou émissions de plateau. Certaines émissions annuelles sont devenues de véritables rendez-vous pour le téléspectateur, qui les identifient à une chaîne déterminée. Elles se caractérisent, d'une part par leur longévité sur une antenne, et, d'autre part, par des thématiques centrées autour de la santé ou de l'exclusion.



### Exemples d'émissions télévisées d'appel aux dons

Émissions	Genres	Chaînes et dates de diffusion			
		TF1	France 2	France 3	Chaînes de la TNT
<b>ELA (leucodystrophies)</b>	Divertissement	Diffusion depuis 2007. Diffusion en novembre 2010 de l'émission <i>Les stars se dépassent pour Ela</i> .	Diffusion de 2002 à 2006.		
<b>Les Enfoirés (exclusion sociale)</b>	Divertissement	Diffusion depuis 1986. Concert et mini-documentaire. En 2010, pour les 20 ans, outre le concert (mars), diffusion d'un florilège (décembre).			
<b>Pasteurdon (soutien à la recherche)</b>					Diffusion sur l'ensemble des chaînes de la TNT depuis 2009 de programmes courts, d'un clip et d'appels aux dons.
<b>Pièces jaunes (fondation AP-HP)</b>	Divertissement	<i>Opération pièces jaunes au soleil</i> Diffusion en janvier 2010		<i>Pour plus de vie</i> Émission annuelle. Diffusion en octobre 2010.	
<b>Pour Laurette (lutte contre la leucémie)</b>	Spectacle - concert	Diffusion en juin 2007 et en juin 2008.		Diffusion en mars 2003.	Rediffusion en août 2007 sur NRJ 12.
<b>Sidaction (sida)</b>	Diffusion sur l'ensemble des chaînes hertziennes, chaque année, au cours d'un week-end en mars. Présence du logo du Sidaction et d'un numéro d'appel pour effectuer les promesses de dons en incrustation pendant tous les programmes. En 2009, pour les 15 ans du Sidaction, diffusion d'un concert sur France 2.				
<b>Téléthon (myopathie)</b>	Divertissement		Diffusion chaque année au cours du premier week-end de décembre depuis 1987.		



Certaines émissions consacrées aux appels aux dons migrent d'une chaîne à une autre. Ainsi, l'émission de soutien à l'association ELA, auparavant diffusée sur France 3, est désormais programmée sur TFI.

De rares opérations font l'objet d'une action concertée entre les chaînes (exemples du *Sidaction* et du *Pasteurdon*). Certaines opérations sont également relayées sur les radios.

Des émissions ponctuelles d'appel aux dons sont parfois diffusées telles que l'émission de divertissement *Grégory, la voix d'un ange*, diffusée sur TFI le 4 mai 2007 ou *La Vie en rire*, diffusée sur une chaîne de la TNT en décembre 2009.

#### **1.2.1.2.3. Les émissions spéciales consacrées à des situations d'urgence**

Certaines de ces émissions sont organisées pour faire appel aux dons des téléspectateurs après des catastrophes naturelles, comme à la suite du tsunami en Asie du Sud-Est en 2004, du tremblement de terre en Haïti en janvier 2010, ou encore de la tempête Xynthia en France en février 2010.

Concernant le tsunami en Asie du Sud-Est en 2004, les chaînes les plus actives pour assurer un suivi de la catastrophe ont été TFI, France 2 et France 3, qui ont proposé des journaux d'information et des émissions spéciales entièrement consacrés à la catastrophe.

D'autres s'inscrivent davantage dans le cadre de la solidarité nationale. S'agissant de la tempête Xynthia qui a balayé la France dans la nuit du 28 février au 1<sup>er</sup> mars 2010, de nombreux reportages ont été diffusés au sein des journaux d'information ; et des émissions spéciales, composées de reportages et de témoignages sur la situation, ont été consacrées aux conséquences de la tempête (*Thalassa* sur France 3, *C dans l'air* sur France 5 ou encore *Mots Croisés* sur France 2, émission spéciale sur France Bleu La Rochelle).

France Télévisions a également lancé un appel aux dons en partenariat avec la Fondation de France pour venir en aide aux sinistrés de Charente-Maritime et de Vendée.

#### **1.2.1.2.4. Les émissions de soutien à une cause ou à une association**

À la différence de la catégorie précédente, où le but était de chercher à obtenir des promesses de dons de la part des téléspectateurs, des émissions régulières de divertissement peuvent également consacrer un ou plusieurs de leurs numéros à mettre en avant une ou plusieurs associations. Il s'agira dans ce cas exclusivement de divertissements, insistant davantage sur la notoriété des parrains de l'émission afin de susciter indirectement des dons pour l'association soutenue (exemple de *Fort Boyard*, *Qui veut gagner des millions*, *Attention à la marche*, *N'oubliez pas les paroles*).

Ce type de programme implique généralement la recherche d'une forte audience pour la chaîne. Certains divertissements reposent sur des personnalités qui jouent pour une cause, brièvement présentée à l'antenne par un court sujet en images ou une explication de la part de l'animateur-présentateur (*Qui veut gagner des millions*, *N'oubliez pas les paroles*...).

#### **1.2.1.2.5. Les messages d'intérêt général**

Ces messages peuvent être diffusés en toutes circonstances, au sein ou en dehors des écrans publicitaires.



Trois types de messages relèvent de l'intérêt général :

- la campagne à laquelle le Premier ministre a attribué le label « grande cause nationale » (pour une année) et qui est diffusée gratuitement et régulièrement sur France Télévisions et Radio France ;
- les campagnes dites « d'intérêt général » qui peuvent émaner des administrations ainsi que d'autres organismes et qui ont été reconnues par le Service d'information du Gouvernement comme relevant de l'intérêt général ;
- les messages d'associations caritatives ou humanitaires qui peuvent comporter des appels à la générosité du public.

### **Des obligations de diffusion à la charge des seuls opérateurs de service public**

La circulaire ministérielle du 20 septembre 2010<sup>10</sup> figurant en annexe impose des obligations de diffusion des messages d'intérêt général aux seuls opérateurs de service public. Les opérateurs de télévision privés sont, pour leur part, libres d'en diffuser ou de ne pas en diffuser.

#### *Diffusion sur le secteur public*

La circulaire organise la diffusion, sur les médias audiovisuels de secteur public, des campagnes d'intérêt général faisant appel à la générosité du public. Cette exposition audiovisuelle est organisée selon un ordre de priorité entre les demandes et est quantitativement limitée.

Trois cas doivent être distingués :

- la campagne agréée, chaque année, par le Premier ministre en tant que « grande cause nationale » donne droit à la diffusion gratuite de messages par les sociétés publiques de radio et de télévision (obligation inscrite dans leur cahier des charges<sup>11</sup>). Les organismes ayant bénéficié de cette assistance doivent informer le public, par la même voie radiophonique ou télévisée, du montant des collectes réalisées et de l'affectation des dons. La grande cause choisie en 2010 a été « la lutte contre les violences faites aux femmes ». Figure en annexe la liste des grandes causes choisies depuis 1987 ;
- les campagnes d'intérêt général sont agréées par le Premier ministre dans une limite de cinq au maximum par an. Les sociétés du secteur public de la communication audiovisuelle peuvent diffuser les messages de ces campagnes en leur appliquant un tarif spécial fixé par les régies publicitaires concernées ;
- les autres appels à la générosité du public peuvent faire l'objet d'informations à l'initiative des sociétés de programmes. Une liste des organismes autorisés à organiser des quêtes sur la voie publique, publiée chaque année par le ministère de l'intérieur, est communiquée aux sociétés. Les sociétés publiques de radio et de télévision ne sont pas tenues de programmer ces messages, ni de pratiquer des abattements sur les tarifs normalement applicables. Il ressort toutefois des conditions générales de vente de France Télévisions Publicité et de Radio France Publicité que les campagnes d'intérêt général bénéficient d'un abattement de 15 % sur France Télévisions et de 40 % sur Radio France. Ces messages sont, dans la plupart des cas, insérés au sein des écrans publicitaires.

En 2009, France Télévisions a déclaré avoir diffusé des messages d'intérêt général d'environ 60 associations.

<sup>10</sup> Circulaire du Premier ministre relative aux concours des sociétés du secteur public de la communication audiovisuelle aux campagnes d'intérêt général faisant appel à la générosité du public, JORF du 22 septembre 2010.

<sup>11</sup> Aux termes de l'article 44 du décret n° 2009-796 du 23 juin 2009 fixant le cahier des charges de la société nationale de programmes France Télévisions, modifié : « *France Télévisions diffuse gratuitement et régulièrement à des heures d'écoute appropriées sur chacun de ses services de télévision et de radio des messages de grande cause nationale agréée annuellement par le Gouvernement* ».



#### *Diffusion sur les chaînes privées*

Les chaînes privées sont libres de diffuser ou non des campagnes relevant de l'intérêt général. Elles ne sont pas non plus tenues de pratiquer des abattements sur les tarifs normalement applicables.

Toutefois les conditions générales de vente des régies des chaînes privées prévoient des abattements tarifaires : -30 % sur TFI, Canal+ et M6, -40 % pour les chaînes du groupe Lagardère par exemple.

En 2009, les chaînes hertziennes historiques diffusées en clair ont déclaré avoir dépensé de 10 à 20 millions d'euros en faveur de ces messages d'intérêt général.

Canal+ accorde également chaque année des messages d'intérêt général à une soixantaine d'associations.

### **I.2.1.3. L'accès aux médias audiovisuels est relativement opaque pour les associations**

Les médias audiovisuels font preuve d'une bonne volonté évidente pour permettre l'accès des associations à leur antenne. Néanmoins, le secteur audiovisuel peut paraître relativement opaque pour les associations qui ne le connaissent pas et ne disposent pas des contacts nécessaires au sein des médias.

À l'exception de quelques cas, il n'existe pas de point d'entrée clair au sein des chaînes de télévision et de radio pour les associations désireuses d'obtenir une présence médiatique. De surcroît, même si une procédure a été mise en place en interne, les associations ne sont pas pour autant informées de son existence.

#### **Les procédures actuelles existantes**

TFI, M6 et France Télévisions ont mis en place des procédures en interne pour choisir les associations.

Afin de répondre aux nombreuses sollicitations des associations de manière structurée, **TFI** a mis en place en 2001 un comité Solidarité qui se réunit quatre fois par an. Ce comité agit sur trois types d'engagements : l'espace publicitaire, les opérations spéciales et le don direct.

Pour les années 2009-2010, le comité a fixé les quatre priorités suivantes pour l'accès à l'antenne : l'enfance, la gestion du handicap, la diversité et l'urgence humanitaire.

**M6** a mis en place une procédure interne de sélection des associations ayant accès à l'antenne. Le choix des associations est réalisé par un comité composé notamment du « référent association » de la chaîne en relation avec la ligne éditoriale du service de télévision. Ce choix répond aux priorités suivantes : la maladie, la protection de l'enfance et la lutte contre la pauvreté et la précarité.

**France Télévisions** vient également de nommer un référent pour les associations souhaitant accéder à l'antenne, qui sera chargé de coordonner les différentes sollicitations auprès des chaînes du groupe.

**Canal+** a indiqué avoir d'ores et déjà désignés quelques personnes désignées en interne pour être le relais avec les associations.



En radio, le groupe **RTL** dispose au sein de sa régie publicitaire d'une personne référente qui rassemble toutes les demandes émanant des associations. Un groupe de travail se réunit avec un représentant de la régie, un de la rédaction et enfin un représentant des programmes. Une sélection de dossiers a lieu, en tenant compte de l'adéquation entre la cause soutenue et l'auditoire.

Le groupe **Lagardère** a mis en place la même procédure pour ses antennes radio.

Concernant les autres médias, la commission n'a pas eu connaissance d'une organisation spécifique. Les critères de choix des associations ayant accès à l'antenne sont généralement subjectifs et mis en œuvre en utilisant les connaissances, les affinités et les réseaux des employés ou dirigeants des médias audiovisuels ou encore en fonction de l'actualité.

#### **I.2.1.4. Des critères qui ne sont pas toujours clairement affichés par les médias audiovisuels**

Les critères utilisés par les médias audiovisuels pour sélectionner les associations ayant accès à leur antenne sont rarement portés à la connaissance des associations.

Certains médias audiovisuels ont décidé de privilégier une ou plusieurs causes, sans pour autant mettre en place une véritable procédure de sélection objective des associations soutenant ces causes.

Les médias audiovisuels semblent privilégier, pour les émissions d'appel aux dons, les associations ayant la capacité de leur proposer une émission clé en main, attrayante pour leur public.

#### **I.2.1.5. La pratique contractuelle n'est pas très répandue entre les médias audiovisuels et les associations**

La pratique des **partenariats** entre associations et médias audiovisuels mérite d'être clarifiée dans le domaine des associations faisant appel aux dons.

##### **I.2.1.5.1. Le cas des partenariats de type exclusif tant pour le média audiovisuel que pour l'association**

Seule la Fondation de France a bénéficié d'un partenariat avec France Télévisions et Radio France pour réaliser la collecte des dons effectués à la suite du tremblement de terre survenu en Haïti en janvier 2010 sur les antennes de France Télévisions et Radio France. Les autres associations agissant sur le terrain n'ont ainsi pu obtenir de visibilité sur ces médias pour bénéficier d'un soutien financier pour leur action.

##### **I.2.1.5.2. Le cas des contrats conclus entre un média audiovisuel et une association**

Pour le *Téléthon*, l'Association française contre les myopathies (AFM) et France Télévisions sont engagées sur la base d'un contrat triennal renouvelable. L'AFM est engagée uniquement sur l'exclusivité de sa participation à une émission de télévision auprès de France Télévisions. France Télévisions n'est pas engagée de son côté à ne réaliser aucune autre émission consacrée à la cause défendue par l'AFM.



La situation des Restos du cœur mérite également d'être soulignée. L'association réalise chaque année auprès des chaînes de télévision un appel d'offres afin de déterminer la chaîne sur laquelle sera diffusé le concert des *Enfoirés*. L'association est productrice du spectacle. La relation est ici inversée, l'association devenant décisionnaire et maître de son passage à l'antenne.

### **1.2.1.5.3. La pratique des offres couplées**

Au cours des auditions, des associations ont évoqué auprès de la commission une pratique utilisée par des médias audiovisuels et leur régie publicitaire. Il s'agit de la mise en place d'une offre couplée aux termes de laquelle le média s'engage à faire bénéficier l'association d'un traitement éditorial et d'évoquer ses actions au sein de ses programmes en échange de l'achat d'espace publicitaire par l'association.

Cette pratique entraîne une confusion entre le rédactionnel et les régies publicitaires, extrêmement préjudiciable pour le téléspectateur.

### **1.2.1.6. L'efficacité des campagnes publicitaires**

La diffusion des campagnes publicitaires a également été critiquée devant la commission. Ces campagnes se révèlent coûteuses tant pour la chaîne en cas de mise en place de tarifs spéciaux que pour l'association, sans efficacité assurée pour cette dernière.

En effet, face à un téléspectateur soumis à une forte pression publicitaire, le nombre limité de messages diffusés pour une même association a finalement un faible impact sur le donateur.

### **1.2.1.7. Les médias audiovisuels manquent d'informations sur le milieu associatif**

Un passage dans les médias audiovisuels crédibilise l'action de l'association concernée et la fait bénéficier d'une certaine notoriété. Les médias audiovisuels doivent avoir conscience de la responsabilité morale qui leur incombe. En effet, le choix d'ouvrir son antenne à une association la légitime implicitement.

Néanmoins, compte tenu de la densité du milieu associatif, il est difficile pour les médias audiovisuels de disposer d'informations fiables et complètes sur l'ensemble des associations œuvrant pour une cause donnée et présentant des garanties sérieuses de gestion et de fonctionnement.

#### **1.2.1.7.1. Le soutien apporté par une célébrité n'est pas suffisant pour garantir le sérieux d'une association.**

Plusieurs associations ont un accès aux médias audiovisuels facilité par le soutien de célébrités dans des émissions de divertissement, parfois de télé-réalité. Ainsi, le soutien d'une célébrité leur permet, à lui seul, de disposer d'une notoriété importante, alors que ce soutien ne constitue ni une garantie suffisante sur l'utilisation effective des dons ou sur la gestion de l'association, ni un gage de leur efficacité d'action sur le terrain.

Certaines des associations soutenues à l'antenne se sont ainsi révélées en cours de constitution, voire ont rencontré des difficultés dans l'exécution de leur objet social.

#### **1.2.1.7.2. L'absence de référencement généralisé**

Aucun recensement officiel ne regroupe les différentes associations pour les classer selon des critères identiques et prédéfinis, tels la fiabilité de la gestion de l'association, son mode de fonctionnement, etc., ce que déplorent les médias audiovisuels.

Toutefois, des procédures d'agrément ou de labellisation ont été mises en place.



Le comité de la charte du don en confiance, créé il y a 20 ans, en est un exemple. Il s'agit d'un organisme d'agrément et de contrôle des associations et fondations faisant appel à la générosité du public. Les 65 associations membres du comité de la charte ont mis en place un agrément délivré aux associations respectant les règles incluses dans une charte de déontologie. À travers l'agrément qu'il accorde à ses membres, le comité promeut ainsi la transparence et la rigueur de la gestion pour permettre le « don en confiance ».

Le comité de la charte a créé un *corpus* de règles déontologiques et développé une méthodologie des contrôles, en permettant de faire avancer les pratiques et les usages au sein du secteur caritatif : développement de la transparence, promotion de la bonne gouvernance, amélioration des comptes rendus et présentation initiale du compte d'emploi des ressources...

Cependant, il n'existe aucune obligation pour les associations d'adhérer au comité ou à des organismes ayant mis en place des mécanismes de contrôle équivalents. Les médias audiovisuels peuvent obtenir des informations standardisées sur les seules associations membres du comité. En outre, le comité de la charte constate que les médias radio et télévision n'ont pas le réflexe de faire appel à lui pour obtenir des informations sur la fiabilité des associations.

### **1.2.1.7.3. Cas particulier des collectes en situation d'urgence**

La commission souhaite insister sur le cas particulier des collectes en situation d'urgence. En cas de crise humanitaire ou de catastrophe naturelle, les médias audiovisuels doivent réagir dans des délais très courts pour mettre en place des émissions d'appel à la générosité du public.

Face au grand nombre d'associations œuvrant pour une même cause, ils ont alors tendance à solliciter une association connue, renommée, voire une association-ombrelle. Ce fut ainsi le cas lors du tremblement de terre en Haïti en janvier 2010 lorsque le secteur public fit appel à la Fondation de France comme collecteur unique des dons réalisés par les téléspectateurs, situation dont certaines associations œuvrant sur le terrain se sont émues auprès de la commission.

Les médias audiovisuels pensent trouver dans la renommée des associations un gage de qualité et de transparence dans l'utilisation des fonds par lesdites associations. Néanmoins, en raison de l'urgence, les médias ne vérifient que rarement la réalité de l'action sur le terrain de l'association choisie et la présence de relais locaux à même d'évaluer les besoins les plus urgents. On note que les médias audiovisuels n'indiquent pas forcément à l'antenne si les associations sont opérateurs ou redistributeurs des fonds récoltés.

De même, il apparaît difficile mais nécessaire pour les médias audiovisuels d'exposer à la fois les associations urgentistes et celles qui travaillent sur le moyen et le long terme.

## **1.2.2. Les associations**

### **1.2.2.1. Les associations partagent un besoin de communication selon des modalités différentes**

Les associations auditionnées par la commission ont insisté sur la nécessité d'accéder aux médias audiovisuels pour leur permettre de :

- promouvoir l'engagement citoyen ;
- promouvoir leur action auprès du grand public, asseoir leur notoriété auprès des pouvoirs publics et assurer ainsi leur financement ;
- faire émerger des thématiques particulières sur lesquelles une association souhaite sensibiliser un large public.



Mais ce besoin diffère selon l'objet social de l'association ou son mode de fonctionnement. Il varie en effet selon :

- **le type de média** : ainsi, une association peut souhaiter privilégier une communication sur un média local pour une problématique existante sur un territoire déterminé. A *contrario*, une association peut préférer avoir accès aux médias audiovisuels nationaux pour une campagne de grande envergure et toucher plus de donateurs potentiels ;
- **le type de communication** : certaines causes soutenues par des associations sont médiatisées lors de grandes émissions d'appel aux dons, diffusées à des heures de grande écoute sur des antennes nationales. Pour d'autres, un traitement éditorial peut être suffisant, voire privilégié par les dirigeants d'une association, pour évoquer la cause défendue, le fonctionnement de l'association et des exemples de son action au sein d'un journal télévisé ou d'un magazine d'information.

Certaines associations disposant d'une faible notoriété ont en revanche difficilement accès aux médias audiovisuels.

Ne disposant pas de contacts identifiés dans les chaînes ni de connaissance particulière concernant les médias audiovisuels, l'accès aux médias leur est difficile malgré leur volonté d'accroître leur notoriété auprès du grand public.

#### **I.2.2.2. De plus en plus d'associations ont recours à des techniques issues du marketing et de la communication**

Plusieurs d'entre elles ont reconnu la nécessité de la professionnalisation dans la recherche des dons. Ainsi recrutent-elles des cadres de haut niveau spécialisés dans les domaines du marketing et de la communication. Des formations spécifiques se multiplient sur la gestion et la collecte des associations.

De grandes associations qui font reposer leur action sur la générosité du public apportent une attention et des moyens particuliers à la communication et au marketing. Elles peuvent alors se comporter comme des marques, concurrentes entre elles sur le marché du don. Ces associations soignent leur image auprès du public, notamment grâce à l'aide de personnalités reconnues et appréciées du public.

Les associations doivent faire face à une double logique : elles sont conscientes du fait que la diffusion d'images fortes est nécessaire pour susciter la générosité des téléspectateurs et que certains médias audiovisuels leur demandent d'aller au-delà de leur rôle associatif en devenant de véritables correspondants locaux. Les médias audiovisuels disposent en effet de moins en moins de correspondants locaux susceptibles de faire remonter au siège des informations et des images lors lorsque survient une catastrophe dans un pays étranger.

Quelques associations fournissent des reportages aux médias audiovisuels, des images des catastrophes humanitaires. Ces reportages peuvent être entièrement libres de droit afin d'inciter les médias audiovisuels à reprendre les images de la catastrophe sur leur antenne.

Par ailleurs, certaines associations offrent des billets d'avion aux journalistes pour les emmener et les guider sur le lieu d'une catastrophe humanitaire.



### **I.2.2.3. Les pratiques des associations méconnaissent parfois les principes déontologiques de la communication audiovisuelle**

Pour compenser un accès aux médias audiovisuels restreint pour chaque cause, voire l'efficacité relative de certains dispositifs d'accès aux médias audiovisuels, des associations ont tendance à pratiquer une surenchère des images au mépris parfois des droits des victimes et du respect du droit à l'image.

La victime subit alors, outre la violence liée à la catastrophe humanitaire, le conflit armé, la souffrance dans la maladie, l'exclusion, la violence de l'utilisation de son image sans son autorisation.

Des associations sont parfois tentées de privilégier les opérations de provocation relayées par les médias audiovisuels pour gagner en notoriété et en visibilité.

### **I.2.2.4. Les associations ne bénéficient pas toutes du même accès aux médias audiovisuels**

L'accès aux médias audiovisuels est inégal et largement favorable aux associations les plus connues ou à celles qui peuvent mobiliser des dirigeants ou des personnalités.

Ces associations disposent en effet de réseaux de contacts développés et d'une notoriété leur permettant d'accéder plus facilement aux médias audiovisuels. S'agissant de l'éditorial, les journalistes se réfèrent plus volontiers à ces associations de grande notoriété pour illustrer leurs sujets. Elles leur apparaissent comme plus fiables, indépendamment de leur présence ou non sur le terrain.

Par ailleurs, le budget important consacré à la communication par les associations renommées leur permet de réaliser des campagnes de communication sur les antennes des grands médias audiovisuels, outre leur accès au contenu éditorial.

Certaines associations reconnues estiment cependant pâtir de leur grande notoriété auprès du public et de leur budget important. Les médias considèrent alors que l'association n'a pas de réel besoin de communication auprès du grand public.

D'autres - et notamment les associations citoyennes de taille plus modeste - soulignent quant à elles leur difficulté d'accès aux médias audiovisuels. Malgré la diffusion de communiqués de presse informant les médias audiovisuels sur leurs actions et l'organisation de conférences de presse relayées auprès des rédactions, elles ont peu de retour de la part des médias audiovisuels nationaux.

### **I.2.2.5. Les médias audiovisuels locaux sont plus accessibles aux associations**

Les médias audiovisuels locaux semblent plus prompts à ouvrir leur antenne aux associations de toute nature et sont davantage désireux de développer l'accès des associations à leurs programmes que les médias audiovisuels nationaux. Ces derniers privilégient la mise en place de programmes événementiels pour ouvrir leur antenne à la cause défendue par une association.

Les médias audiovisuels locaux constituent alors un relais indispensable pour médiatiser les actions de beaucoup d'associations en développant des partenariats réguliers et privilégiés avec nombre d'entre elles présentes au niveau local.



Certaines radios et télévisions locales indépendantes ont intégré dans leur grille de programmes un rendez-vous régulier consacré aux associations locales ou nationales disposant d'une antenne en région, ainsi que des espaces d'expression consacrés aux associations.

Les antennes de Radio France, les médias associatifs et institutionnels paraissent parmi les rares médias audiovisuels intéressés à ouvrir leur antenne à ces petites structures.

### **I.2.3. Les donateurs et les bénévoles**

#### **I.2.3.1. Les donateurs sont inquiets en cas de polémique sur les associations**

Les donateurs ont un besoin légitime de se trouver dans un climat de confiance et d'être sécurisés quant à la fiabilité des associations auxquelles ils vont donner. Les donateurs doivent bénéficier d'une traçabilité de leurs dons et d'un compte-rendu de l'utilisation qui en a été faite. Cela constitue un devoir de la part non seulement des associations qui les sollicitent mais également de la part des médias audiovisuels qui ouvrent leur antenne à des associations et orchestrent ce don. De ce fait, les médias deviennent des acteurs à part entière de la collecte.

Il a été constaté qu'en cas de polémique sur la gestion effectuée par une association, les dons ont tendance à baisser consécutivement. Ainsi, la confiance des donateurs a été fragilisée par un scandale datant d'il y a quelques années qui a révélé des dérives financières des dirigeants d'une association faisant appel à la générosité du public.

#### **I.2.3.2. Les donateurs sont de plus en plus exigeants sur l'utilisation de leurs dons**

De plus en plus de donateurs se soucient de l'utilisation concrète de leur don et peuvent se heurter à un fonctionnement des associations manquant de transparence. Par exemple :

- Peu de donateurs savent qu'une partie de l'argent récolté en France peut aller à une structure internationale qui ensuite les répartit.
- Le média audiovisuel peut faire le choix de n'évoquer que quelques-unes des recherches médicales financées par l'association qu'elle met en valeur dans une émission. Les téléspectateurs peuvent alors penser que la chaîne fait état de l'intégralité des actions de cette association, ou au moins de ses actions principales.
- L'impact médiatique d'une catastrophe peut inciter à collecter pour l'urgence alors qu'une partie des fonds sera affectée, en adéquation avec le besoin, à la reconstruction ou au développement de la région du monde concernée dans une perspective durable.

#### **I.2.3.3. Les bénévoles peinent à s'engager sur le long terme**

Les associations se plaignent de la difficulté à recruter des bénévoles sur le long terme : la transformation de la mobilisation temporaire dans un engagement durable, notamment chez les jeunes généralement plus versatiles, n'est pas aisée. L'insuffisance d'engagement pérenne citoyen a été régulièrement mis en avant devant la commission.

Le rôle incitatif des médias audiovisuels dans la promotion de l'engagement associatif reste limité.



### **I.3. Quelques exemples étrangers<sup>12</sup>**

La commission a interrogé quelques attachés audiovisuels des ambassades de France sur les pratiques des médias audiovisuels étrangers concernant l'exposition des associations sur les antennes des médias audiovisuels. Des pratiques ont été reprises ci-dessous.

#### **I.3.1. L'Allemagne**

Les chaînes nationales publiques, l'ARD et la ZDF, avaient mis en place un système de loterie télévisée au bénéfice d'associations chaque mois différentes. Les téléspectateurs étaient tenus informés de l'usage des dons et des suites de l'opération grâce à des bandeaux déroulants diffusés à l'antenne et des informations sur le site internet des chaînes.

Une nouvelle loi interdisant la publicité des jeux de hasard à la télévision vient compromettre largement le succès de ces opérations et le montant des dons collectés.

#### **I.3.2. Le Canada**

En cas d'émissions d'appel aux dons, les chaînes récupèrent les fonds collectés et les reversent elles-mêmes aux associations concernées.

L'information des téléspectateurs sur l'utilisation des fonds est réalisée par le biais d'annonces au cours des émissions et par le site internet des associations.

#### **I.3.3. Les États-Unis**

Aux États-Unis, il existe plusieurs « téléthons », essentiellement organisés au niveau local.

Le plus ancien « téléthon » annuel, diffusé sur le même canal, sans interruption, est le « téléthon » local de lutte contre l'infirmité motrice cérébrale (*Cerebral Palsy Telethon*) diffusé par WBAY-TV, à Green Bay, dans le Wisconsin. Il en est aujourd'hui à sa cinquante-sixième édition. En longévité, juste après le « téléthon » de Green Bay, on peut citer la *WHAS Crusade for Children* créée en 1954 et diffusée par la chaîne de télévision WHAS-TV et la radio AM WHAS à Louisville, dans le Kentucky.

Le principal « téléthon » au niveau national a été créé par Jerry Lewis en 1966, sous le nom de *Jerry Lewis MDA Telethon*, afin de rassembler des fonds pour le traitement de la dystrophie musculaire.

En outre, des plages publicitaires gratuites, toutes chaînes confondues, sont accordées aux organisations non gouvernementales (ONG) ayant des programmes intéressant la politique intérieure grâce à l'intervention de l'*AdCouncil* (une organisation privée, à but non-lucratif, produisant des spots publicitaires à caractère informatif, éducatif et préventif), Avec rotation des causes présentées.

#### **I.3.4. L'Italie**

En cas de diffusion d'une émission d'appel aux dons, une rubrique du site internet de l'émission informe les donateurs de l'usage de leurs fonds (graphiques, tableaux, courts métrages d'information).

<sup>12</sup> Le détail des contributions des attachés audiovisuels figure en annexe.



Le choix des associations présentes lors des émissions consacrées à un événement exceptionnel se fait au cas par cas, sans règle définie, en fonction de l'actualité.

### **I.3.5. Le Royaume-Uni**

L'argent récolté par les deux principales émissions de soutien organisées en alternance sur la BBC, *Red Nose Day* et *Sport Relief*, est géré par l'association caritative ombrelle *Comic Relief* qui répartit les fonds entre de multiples associations œuvrant contre la pauvreté au Royaume-Uni et en Afrique.

Un huissier (ITACU) vérifie les donations exécutées par téléphone, SMS et le bouton rouge de la télécommande pour ceux qui regardent l'émission sur le câble. Il en rend compte à l'association dont il est le principal interlocuteur.

### **I.3.6. La Suède**

Pour les chaînes publiques, tous les appels aux dons sont organisés avec *Radiohjälpen*, organisme historique chargé de la collecte des dons pour les émissions de l'audiovisuel public suédois. L'argent collecté par les chaînes privées passe souvent par la *FRII* (Conseil suédois de la collecte de fonds) qui le redistribue entre les différentes associations représentées.

Toute organisation recevant des fonds pour une cause caritative doit être contrôlée par le SFI, autorité de déontologie faisant partie de l'*ICFO* (*International Committee of Fundraising Organizations*) qui veille à la méthode de collecte, à l'information faite auprès du public et à la compatibilité de ces associations.





## II- PRINCIPES ET OBJECTIFS FONDAMENTAUX GUIDANT LA RÉFLEXION DES TRAVAUX DE LA COMMISSION

### II. I. Principes

La commission souhaite réaffirmer les principes fondamentaux qui ont guidé l'ensemble de ses travaux : la reconnaissance de l'utilité sociale des associations et de la contribution civique, le principe de liberté qui régit les relations entre les trois acteurs donateurs-associations-médias et l'affirmation d'une responsabilité morale conjointe des médias et des associations.

#### II.1.1. L'utilité sociale et la contribution civique des associations

La commission réaffirme l'utilité sociale et la contribution civique des associations.

Le développement des projets des associations crée un lien social de proximité entre les individus. Il génère l'engagement désintéressé des citoyens dans une démarche collective porteuse de sens et de valeurs.

L'utilité sociale se manifeste tout autant par les actions menées en France et à l'étranger par les associations que par leur caractère non lucratif, leurs méthodes et leur mode de fonctionnement interne.

De ce fait, les associations jouent un rôle extrêmement important dans la société en tissant un lien permanent entre les individus qui la composent. Leur capacité à défricher de nouvelles demandes sociales en fait des acteurs indispensables.

#### II.1.2. Le principe de liberté

La commission rappelle le principe de liberté qui s'applique à chacun des acteurs : donateurs, associations, médias audiovisuels.

- Le **donateur** - convenablement éclairé - doit pouvoir choisir librement de soutenir financièrement ou par son engagement une cause ou une association déterminées.
- L'**association** doit pouvoir choisir librement les relations qu'elle établit avec les médias audiovisuels.
- Le **média audiovisuel** est maître de sa ligne éditoriale<sup>13</sup> et doit pouvoir choisir librement les relations qu'il établit avec les associations.

#### II.1.3. La responsabilité morale conjointe des médias audiovisuels et des associations

La commission insiste sur la responsabilité morale partagée entre médias audiovisuels et associations, notamment lorsqu'il y a appel aux dons. Le média audiovisuel est un acteur déterminant dans la promotion du geste de solidarité.

En ouvrant son antenne à une association dans le cas d'un appel à dons, le média audiovisuel s'engage à ses côtés et joue un rôle de prescripteur à l'attention de son public.

<sup>13</sup> L'article 1<sup>er</sup> de la loi du 30 septembre 1986 applicable aux médias audiovisuels fixe en effet le principe de la liberté de la communication audiovisuelle. Elle ne peut être restreinte que pour des raisons d'ordre public, de respect de la dignité humaine ou encore de protection de l'enfance et de l'adolescence.



## II.2. Objectifs

À l'issue des auditions et de la réflexion menées par la commission, trois grands objectifs tendant à l'amélioration de l'accès des associations aux médias audiovisuels s'imposent : l'équité, la clarté et la promotion de l'engagement associatif.

### II.2.1. L'équité

Dans son courrier de saisine, le Premier ministre demandait au Conseil supérieur de l'audiovisuel la création d'une commission *ad hoc* qui serait notamment chargée d'« examiner dans quels termes la question de l'équité entre associations dans leur accès aux médias se pose [...]».

Pour la commission, la visée d'équité ne doit pas être entendue comme une volonté égalitariste inadaptée au foisonnement et à l'hétérogénéité du milieu associatif, des causes défendues et des souhaits des donateurs.

L'équité dans l'accès des associations aux médias audiovisuels doit donc être conçue comme la nécessité de mettre en place un équilibre dans la relation médias audiovisuels-associations.

### II.2.2. La clarté

L'objectif de clarté est indispensable pour consolider la relation de confiance entre les trois acteurs, donateurs, médias et associations, engagés pour une même cause.

Cette clarté s'applique autant aux critères de choix des associations présentées à l'antenne, aux relations contractuelles entre les médias audiovisuels et les associations, au respect par les associations de règles déontologiques qu'à l'utilisation des fonds collectés par les associations.

### II.2.3. La promotion de l'engagement citoyen

Au-delà de la défense et/ou de la promotion des causes, les associations, par la diversité des projets qu'elles portent, favorisent l'accès à l'autonomie, l'initiative, la prise de responsabilité et génèrent par là solidarité et engagement. Lieu de vie collective et d'expression, elles participent à la construction d'une citoyenneté active au cœur de la société civile.

Cette réalité qui sous-tend une ambition de participation à la vie en société a encore trop peu de visibilité dans les médias alors que le délitement de la conscience civique est souvent la cause des fractures de la société.

Ainsi, les médias audiovisuels doivent rendre compte de la réalité de l'engagement citoyen dans sa diversité au sein de leurs programmes et ne pas cantonner la présence des associations à l'antenne aux seules situations d'urgence.

Le rôle d'expertise des associations devrait être mis en valeur notamment par une participation accrue à des émissions de débat. Une plus large place devrait leur être accordée en raison de leur connaissance concrète de la réalité sociale française et internationale et de leur capacité à formuler des propositions.

\*

\* \*

La commission a traduit ces trois objectifs en préconisations à destination tant des médias audiovisuels que des associations.



### III. PROPOSITIONS

#### Proposition 1 : **Consacrer un temps d'antenne plus important aux acteurs de la vie associative et favoriser la parole des associations dans le débat public**

- en accroissant le nombre d'émissions spéciales au profit d'associations et en les diversifiant ;
- en incitant les médias à réserver un temps d'antenne supplémentaire consacré à la vie associative, par exemple sous la forme de programmes courts, (éventuellement parrainés). En 2011, année européenne du bénévolat et du volontariat, ces programmes pourraient traiter cette thématique ;
- en encourageant la participation de représentants d'associations dans les émissions de débat.

#### Proposition 2 : **Identifier clairement à l'antenne l'objet de l'appel aux dons et rendre compte à l'antenne de l'utilisation de l'argent recueilli**

Définir une politique contractuelle entre le média audiovisuel et l'association, acteurs solidaires dans la collecte de fonds, prévoyant notamment :

- l'obligation d'informer le téléspectateur sur l'objet précis de l'appel aux dons ;
- le montant exact des dons récoltés ;
- l'affectation des fonds envisagée ;
- l'utilisation effective des fonds collectés.

Dans un but de traçabilité complète, l'information doit être faite à l'antenne pendant l'émission de collecte et à une échéance permettant de rendre compte de l'utilisation des dons collectés.

#### Proposition 3 : **Diversifier les causes présentées dans les émissions d'appel aux dons et veiller à une information sur la variété des associations œuvrant pour une même cause**

- en contrepartie du temps d'antenne accordé à une association faisant appel aux dons, demander aux chaînes de diffuser, lors de l'émission de télévision, à intervalles réguliers un bandeau déroulant renvoyant vers le site internet de la chaîne. Celui-ci recenserait d'autres associations œuvrant sur la même cause ;
- prévoir un accès à l'antenne d'autres associations quand une émission faisant appel aux dons est diffusée en première partie de soirée. Ce pluralisme en faveur d'associations œuvrant sur la même cause pourrait être effectué dans d'autres émissions (journaux télévisés, magazines, divertissements).

#### Proposition 4 : **Désigner un référent-associations dans chaque média audiovisuel et le faire connaître**

#### Proposition 5 : **Demander à chaque média audiovisuel de définir et de rendre publics ses critères d'éligibilité des associations souhaitant être présentes sur son antenne et inciter les médias à s'appuyer sur les dispositifs existants de contrôle des associations**

- Pour la fixation de ces critères, les médias audiovisuels peuvent s'appuyer sur ceux déjà établis par les pouvoirs publics nationaux, européens ou internationaux.

Devraient être privilégiées les associations prenant l'engagement moral vis-à-vis des médias audiovisuels de leur fournir les éléments de garantie sur leur gouvernance, leur déontologie et leur processus de redevabilité.



- Le législateur d'une part, et le secteur lui-même d'autre part, ont mis en place un ensemble de moyens de contrôle sur les associations et en particulier sur celles qui font appel à la générosité publique.

Il repose notamment sur le rôle du ministère de l'intérieur et des agréments ministériels ; de la Cour des comptes ; des inspections des ministères concernés, de l'Inspection générale des affaires sociales et des bailleurs de fonds ; des Commissaires aux Comptes ; du comité de la charte et autres organismes vérificateurs reconnus.

**Proposition 6 : Inciter le secteur associatif à améliorer le recensement des associations grâce à des portails informant les médias audiovisuels et le public des choix possibles pour les différentes causes**

Les portails listeraient les associations œuvrant pour une cause donnée. En cas de sélection, les critères d'admission devraient être clairement explicités.

**Proposition 7 : Inviter les associations à respecter dans leur communication les règles de la déontologie audiovisuelle**

Dans leur communication audiovisuelle, les associations doivent éviter l'évocation appuyée de la souffrance de la personne humaine et respecter le droit à l'image des personnes.

**Proposition 8 : Recommander aux associations nationales une plus grande collaboration avec les médias audiovisuels locaux**

Les médias audiovisuels locaux peuvent constituer un relais efficace pour mettre en valeur les actions de terrain des associations nationales.

**Proposition 9 : Mettre fin à des pratiques singulières consistant à vendre de l'espace publicitaire en échange de reportages**

De telles pratiques entraînent une confusion entre d'une part, l'information et les programmes et d'autre part, la publicité et le parrainage.

**Proposition 10 : Créer un groupe de réflexion permanent afin de renforcer la place de la vie associative dans les médias audiovisuels**

Ce groupe comprenant des représentants des médias audiovisuels et des associations permettrait une meilleure connaissance mutuelle et une meilleure représentation des associations au sein des médias audiovisuels. Il assurerait en outre le suivi des propositions retenues.

\*

\* \*

## ANNEXES

Annexe 1	: Lettre de mission du Premier ministre	39
Annexe 2	: Liste des entités sollicitées et/ou entendues	41
Annexe 3	: Questionnaires	43
Annexe 4	: État des lieux : liste (non exhaustive) des émissions transmises par les chaînes	47
Annexe 5	: Chiffres clés sur la vie associative	95
Annexe 6	: Circulaire du Premier ministre relative aux concours des sociétés du secteur public de la communication audiovisuelle aux campagnes d'intérêt général faisant appel à la générosité du publique, JORF du 22 septembre 2010	99
Annexe 7	: Liste des grandes causes nationales	101
Annexe 8	: Synthèse des réponses étrangères	103



*Le Premier Ministre*

0 4 6 7 8

Annexe 1

Paris, le 19 JAN. 2010

Monsieur le Président,

*Des débats récents ont rappelé combien l'accès aux médias audiovisuels est un enjeu important pour les associations et les causes qu'elles défendent. Elles peuvent par ce biais faire connaître leur action et, pour celles qui font appel à la générosité publique, disposer de leviers puissants pour sensibiliser et convaincre des donateurs.*

*A l'approche du Téléthon 2009, une polémique est intervenue sur la place qui pouvait être accordée au sein des médias audiovisuels à une cause défendue par une association déterminée. Le risque d'une rivalité entre associations ou d'une concurrence entre des causes d'intérêt général souligne, à cet égard, toute l'importance de l'enjeu que constitue le lien entre audiovisuel et associations.*

*Dans ce contexte et pour clarifier ce lien, le gouvernement a décidé qu'une réflexion spécifique sera conduite sur l'accès des associations aux médias audiovisuels pour poser les fondations d'un partenariat de long terme sur des bases communes et applicables à tous. La deuxième conférence de la vie associative, qui s'est tenue le 17 décembre 2009 et à laquelle vous avez bien voulu participer, a souligné l'utilité d'une telle réflexion. Votre intervention a précisément illustré quelle pouvait en être la portée.*

*C'est pourquoi je souhaite que le Conseil supérieur de l'audiovisuel prenne l'initiative de constituer un groupe de travail sur ce sujet. Celui-ci s'attachera à caractériser la place actuellement donnée aux associations dans les médias et à déterminer leurs attentes et leurs besoins ainsi que la manière dont ils pourraient éventuellement être mieux satisfaits. Le groupe de travail s'efforcera aussi d'examiner dans quels termes la question de l'équité entre associations dans leur accès aux médias se pose et, le cas échéant, de formuler des recommandations pour réguler leurs relations avec les chaînes.*

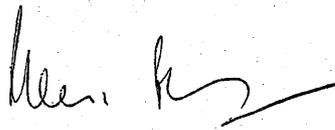
*M. Michel BOYON  
Président du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel  
Tour Mirabeau  
39-43, quai André Citroën  
75739 Paris Cedex 15*

*Je vous remercie de bien vouloir veiller à ce que des représentants du monde associatif participent à ce groupe de travail, mis en place en liaison avec le Haut Commissaire à la jeunesse, en charge de la vie associative au sein du Gouvernement.*

*Je vous serais très reconnaissant de me remettre l'ensemble de vos réflexions avant l'été 2010.*

*En vous remerciant très vivement pour votre implication personnelle sur ce thème important, je vous prie de croire, Monsieur le Président, en l'expression de mes sentiments les meilleurs.*

*Amicalement,*



François FILLON

## LISTE DES ENTITES SOLLICITEES ET/OU ENTENDUES

Entités sollicitées	Auditions	Contributions écrites
ACP	x	
Action contre la faim		x
AFM	x	x
ANACEJ		
Armée du salut		
ATD Quart Monde		
Bureau de la radio	x	
Canal +	x	
CIDEM		
CNRA	x	
Comité catholique contre la faim et pour le développement		x
Comité de la charte	x	
Communication sans frontières	x	x
Coordination sud		x
Cour des comptes (Président de la 5 <sup>ème</sup> Chambre)	x	
Croix Rouge	x	
Emmaüs		
Fédération des vidéos de pays et de quartiers	x	
Fédération internationale de la Croix Rouge et du Croissant Rouge		
Fédération nationale des CMR		x
FFMJC		
FNAFR		
FNR		
Fondation de France	x	x
Fondation Raoul Follereau		
France Générosités	x	x
France Télévisions	x	
Handicap International		
Génération Précaire		
Groupe Bolloré	x	
IGAS		x
Information et Citoyenneté		
Institut de France		
Jeunesse au plein air		
Laurette Fugain		
Les Petits Frères des pauvres		
Les Restos du cœur		x
Ligue contre le cancer	x	
M6	x	
MDM	x	
MSF		x
OMD, groupement d'achat d'espace		
Ordre de Malte		
Radio France	x	
RIP	x	
Secours catholique		x
Secours islamique		x
Secours populaire	x	
Sidaction / ELA	x	
SIRTI	x	
SNRL	x	
Solidarité Sida		
TF1	x	
UNICEF	x	
Laurent Terisse, Président de l'Agence Limite		x
Antoine VACCARO, Vice-président du groupe Faircom		
Vaincre la mucoviscidose		x
Denis Vienot, ex-Secrétaire général du Secours catholique, ex-Président de Caritas Internationalis		x



## *Questionnaire aux associations*

### **A. Votre association et les médias**

#### A.1 Objectifs :

1. *L'accès aux médias constitue-t-il un élément essentiel dans la stratégie de votre association ?  
Quels objectifs y assignez-vous ?*

#### A.2 Relation avec les médias :

2. *Comment s'organise, au sein de votre association, la relation aux médias (service communication, attaché(e) de presse, porte-parole,...) ?*
3. *Avec quels types de médias êtes-vous le plus en relation ?*
4. *Avez-vous un partenariat avec un média en particulier?*
  - *Dans l'affirmative, de quelle nature est-il ? Contrat annuel ? Pluriannuel ? Contrat écrit ? Avez-vous signé une clause d'exclusivité ?*
  - *Comment votre association est-elle associée au choix de l'émission où elle pourra être représentée ?*
5. *Votre accès aux médias concerne-t-il, uniquement ou principalement :*
  - *la collecte de fonds, ou*
  - *la promotion de la cause que vous défendez, mais sans connexion avec un appel à dons ?*
6. *Les télévisions ou les radios avec lesquelles votre association est en relation vous demandent-elles un retour d'information par rapport aux sommes récoltées ?*
7. *Comment s'organise l'utilisation des droits relatifs aux images produites par les chaînes et à leur utilisation par les associations ?*
8. *Une harmonisation des calendriers des opérations spéciales programmées est-elle souhaitable afin d'éviter un encombrement sur une période de l'année ?*
9. *Comment qualifieriez-vous les relations qu'entretient votre association avec les médias ?*
10. *De manière générale, quelles difficultés rencontrez-vous ?*

#### A.3 Retombées de l'accès aux médias :

11. *Quels ont été, jusqu'alors, les type de débouchés obtenus par votre association dans les médias (interview sur des enjeux relatifs à votre champ d'action, reprise de communiqués de presse ou de tribunes, couverture d'évènements réalisés par votre association, partenariat sur une émission régulière/ponctuelle, etc.)*
12. *Qu'attendez-vous d'un passage dans les médias ? Une meilleure exposition auprès du public ? Plus de dons ? Plus de donateurs ?*

## **B. La place des associations dans les médias :**

13. *Faut-il augmenter le temps consacré à la vie associative dans les médias ?*
14. *Estimez-vous suffisant le degré de transparence actuellement en vigueur pour le choix des associations exposées ?*
15. *Quels critères devraient, selon vous, présider à la sélection des associations par les médias ?*
16. *Quels seraient les critères pertinents pour favoriser la diversité des associations exposées dans les médias : taille de l'association, région du monde concernée, mode d'action utilisé, populations visée ?*
17. *Avez-vous un avis sur un système collectif (ou coordonné) de collecte de fonds, réunissant une série d'associations impliquées sur la même cause ? Par exemple la solidarité, la lutte contre le cancer, l'enfance... Si vous y êtes favorables, quel système de répartition des fonds collectés proposeriez-vous ?*

\* \*  
\*

18. *De manière générale, quelles sont vos préconisations ?*

## **Questionnaire aux chaînes de télévision et aux radios**

### **A. Choix des associations**

1. *Les associations constituent-elles des interlocuteurs naturels / privilégiés pour votre antenne ? Sur quels types de sujets sollicitez-vous les associations ?*
2. *Quelles associations sont représentées sur votre antenne ?*
3. *Comment sont sélectionnées les associations qui ont accès à votre antenne ? Selon quels critères ces choix sont-ils effectués ? Ces critères sont-ils rendus publics, notamment auprès des associations ?*
4. *Quelles garanties exigez-vous de la part des associations : certification des comptes ? agrément par le comité de la charte ? accès des donateurs aux informations financières ? Autres ?*
5. *Qui, au sein de votre télévision / radio, décide du choix de l'association qui sera mise à l'antenne ?*
6. *Etes-vous sollicité par des associations ? Si oui, leurs demandes sont-elles toujours en adéquation avec votre ligne éditoriale ?*
7. *Faites-vous parfois la démarche de contacter les associations avec lesquelles vous souhaitez collaborer ?*
8. *Dans le cas d'une catastrophe naturelle, selon quels critères est retenue l'association qui sera citée dans le journal télévisé, par exemple, pour récolter des fonds ?*
9. *Estimez-vous souhaitable d'augmenter le temps consacré à la vie associative sur votre antenne ?*
10. *Estimez-vous souhaitable d'améliorer la rotation des associations présentes sur votre antenne ?*
11. *De quels outils disposez-vous pour rendre compte sur votre antenne de l'action des associations plus petites ?*

### **B. Emissions concernées**

12. *A quel type d'émissions les associations participent-elles ? Émissions dédiées ou non (émissions récurrentes, du type Téléthon, ou exceptionnelles car liées à un phénomène précis), journaux d'information ?*
13. *Ces émissions réalisent-elle en moyenne de bonnes audiences ? Dans le cas de jeux ayant une programmation régulière, lorsque, pour une émission donnée, les gains sont reversés à une ou des associations, l'audience diffère-t-elle de celle habituellement constatée ?*
14. *Quel volume annuel représentent toutes ces émissions ?*
15. *Comment se répartissent les coûts de ces productions et diffusions entre votre société et l'association ?*
16. *Diffusez-vous des campagnes pour certaines associations ? Dans l'affirmative :*
  - *combien en diffusez-vous en moyenne par an ?*
  - *comment ces campagnes sont-elles sélectionnées ?*
  - *selon quelles modalités sont-elles diffusées ? (tarifs préférentiels)*

17. *Attachez-vous une importance particulière à une répartition homogène de la présence des associations sur votre antenne tout au long de l'année ?*

### **C. Relations avec les associations**

18. *Quelle est la nature de vos relations (ponctuelle / pérenne / contrat annuel ou pluriannuel) avec les associations ? Demandez-vous une clause d'exclusivité ? Comment se définit le plan média ?*

19. *Comment s'organise l'utilisation des droits relatifs aux images produites par les chaînes et à leur utilisation par les associations ?*

20. *Comment contrôlez-vous la gestion et l'utilisation des fonds récoltés ? Avez-vous un droit de regard ? Une évolution dans le mode de contrôle de la gestion des fonds récoltés est-elle souhaitable ? Si oui, selon quels principes ?*

21. *Avez-vous un avis sur un système collectif (ou coordonné) de collecte de fonds, réunissant une série d'associations impliquées sur la même cause ? Par exemple la solidarité, la lutte contre le Cancer, l'enfance... Si vous y êtes favorables, quel système de répartition des fonds collectés proposeriez-vous ?*

22. *De façon plus générale, quelles difficultés rencontrez-vous ?*

\* \*  
\*

23. *De manière générale, quelles sont vos préconisations ?*

**État des lieux : liste (non exhaustive) des émissions transmises par les chaînes**

- TF1
- France 2
- France 3
- France 4
- France 5
- M6
- Canal+
- Direct 8
- Gulli
- NRJ 12
- Virgin 17 devenue Direct Star
- NT1 et TMC
- W9



## Présence des associations dans les programmes de "flux"

DATE / PÉRIODE DE DIFFUSION	HEURE DE DIFFUSION	INTITULÉ DE L'ÉMISSION	ASSOCIATIONS REPRÉSENTÉES
<b>JEU</b>			
...	...	Attention à la marche	cf Annexe 1
...	...	Prime Qui veut gagner des millions?	cf Annexe 2
25/07/09	20h40	Une famille en or (1ère partie de soirée)	Institut Pasteur
05/06/10	20h40	Identity	Enfants d'Asie / Fondation recherche médicale
<b>MAGAZINES</b>			
Mensuelle - Vendredi	23h00	C'est quoi l'amour?	cf Annexe 3
Mensuelle - Mardi	23h00	Enquêtes et révélations	cf Annexe 4
Hebdo - Samedi	18h00	Tous ensemble	Solidarité / Entraide / Bénévolat
Mensuelle - Vendredi	00h00	Link : la vie en face	Solidarité / Entraide / Bénévolat
Hebdomadaire - Jeudi	23h00	Ca va s'cauet	Associations diverses (exemples : PETA / femmes battues...)
Hebdomadaire - Samedi	18h45	50 min inside	Associations diverses (exemple : Grégory Lemarchal...)
Quotidienne	10h00	10h le mag	Associations diverses (exemples : Enfants malades / femmes battues / Transplantation / femmes obèses...)
Hebdomadaire - Dimanche	18h45	Sept à huit	Associations diverses (exemples : SOS Benjamin / Les Restos du cœur / MDM / Grégory Lemarchal...)
22/01/09	23h15	Opération Tambacounda	ICD Afrique (Institut de coopération pour le développement en Afrique)
06/03/09	23h35	Resto du cœur : Une chance d'être responsable	Les Restos du cœur
12/03/10	23h30	Resto du cœur : La faim justifie les moyens	Les Restos du cœur
<b>DIVERTISSEMENTS / TV-RÉALITÉ</b>			
12/03/10	20h45	Le concert des enfoirés	Les Restos du cœur
17/01/09	20h50	NRJ Music Awards	
22/01/10	20h45	Les 100 plus grands... Moments de délire	Croix-Rouge française (Tremblement de terre à Haïti)
Du 29/01/10 au 09/04/10	20h50	La Ferme célébrités	Chaque candidat représente une association : Tout le monde chante contre le cancer / Orphelins Sida International / Cent familles / Fondation Maman Dion / Mécénat chirurgie cardiaque / SOS Enfants disparus / Plus fort la vie / Rêves / Sidaction / Naevi / Fondation Assistance aux animaux / Fondation Maud Fontenoy / Secours Populaire / Association Caméléon / l'AMADE
30/12/09	20h45	La chanson de l'année	Ela (Association Européenne contre les leucodystrophies)
<b>DOCUMENTAIRES</b>			
20/05/09 24/10/09 02/01/10 13/03/10	20h50	Ushuaïa Nature	Fondation Nicolas Hulot pour la nature et l'homme
06/08/09 13/08/09	20h45	Les Mondes d'Ushuaïa	
En moyenne : 10 diff par mois	04h30	Sur les routes d'Ushuaïa	
09/06/09	23h20	Resto du cœur : Ca va me changer la vie	Les Restos du cœur
08/06/10	23h15	Resto du cœur : SDF, précaires et travailleurs pauvres : un même désir...	
<b>PROGRAMMES COURTS</b>			
Du 01/01/09 au 31/12/09 (45 diff) Du 01/01/10 au 31/12/10 (31 diff)	13h50	Au cœur des restos du cœur	Les Restos du cœur
Du 16/03/09 au 19/03/09 (3 diff) Du 22/03/10 au 26/03/10 (6 diff)	13h50	Ensemble contre le sida	Sidaction
Du 01/03 au 12/03/10	3ème PS	Flagrants délits	La Haïde (Haute Autorité de Lutte contre les Discriminations et pour l'Égalité)
Du 26/12/09 au 06/01/10	3ème PS	Vivre ensemble	SOS Racisme
Du 29/01/09 au 01/02/09 (11 diff) Du 30/01/10 au 31/01/10 (5 diff)	Variable	Pièces jaunes	Fondation Hôpitaux de Paris - Hôpitaux de France
Du 02/04/09 au 14/04/09 (30 diff)	3ème PS	Action innocence	Action Innocence
<b>INTERPROGRAMMES</b>			
Du 16/03/09 au 22/03/09 (17 diff) Du 15/03/10 au 09/04/10 (38 diff)	Variable	Spot "Appels aux Dons" - Sidaction	Sidaction
Du 01/01/09 au 07/02/09 (72 diff) Du 07/01/10 au 19/02/10 (98 diff)	Variable	Spot "Appels aux Dons" Pièces jaunes	Fondation Hôpitaux de Paris - Hôpitaux de France
Du 01/01/09 au 31/12/09 (170 diff) Du 01/01/10 au 20/03/10 (118 diff)	Variable	Spot "Appels aux Dons" et clip annonce CD + DVD les enfoirés - Les Restos du cœur	Les Restos du cœur
Du 23/01/10 au 27/01/10 (27 diff)	Variable	Clip "1 geste pour Haïti"	Croix-Rouge française



**ASSOCIATIONS PRÉSENTÉES  
AU SEIN DES JOURNAUX TELEVISÉS DE 13H ET 20H**

**ANNÉE 2009 / 1er SEMESTRE 2010**

ASSOCIATIONS DE VICTIMES
Association Pour la vérité et pour la Défense des Droits des Victimes du Vol AF447 Les sinistrés de Xynthia
LUTTE CONTRE LA PAUVRETÉ
Emmaüs Les enfants de Don Quichotte Restos du Cœur Association Appel Détresse Association Numeri'cannes Association "Les enfants du canal" Les petits Frères des pauvres Association amis sans frontière- Moselle L'association Autre Monde Le secours Catholique Secours Populaire Les enfants du canal Cuisines association mosaïque, Strasbourg Association "Parrains par mille" La Croix-Rouge Solidaribus Association SOS bébés 87 La soupe pour les sans-abri Association Coffee Bus
ENVIRONNEMENT
Association accueil et sauvegarde des perroquets Cuisines association mosaïque, Strasbourg L'association Ecorev Association Oxygène "OSE" (Organe de Sauvetage Ecologique)
SANTÉ
Aides Association droits des non fumeurs ELA (Association Européennes contre les Leucodystrophies) Association Rêve d'enfance Association soif de vivre Association "Carlesimo" Association de Gestion de la Maison des Familles (Pièces Jaunes)
CULTURE
Association pour l'Autobiographie Association "Les Concerts de Poche " L'association FESTIJEUX
DIVERS
Membres de l'association L'Age d'or de Vallet (personnes âgées) L'association "Slow Food" (Sauvegarde produits rares) Association Atos (réinsertion chômeurs) Association Insert' Croix (réinsertion chômeurs) Association contre les PV abusifs ( ACPVA ) Association Les Galapiats (jeunes passionnés de voitures) Association française d'audio description Association Valentin Haüy "L'outil en main" réseau de 70 associations Association Elele - Migrations et Cultures de Turquie

Année 2009/1er sem



**DISPOSTIF SPECIAL "ANTENNE"**



**OPÉRATION "SIDACTION"**

<b>ANNÉE 2010</b>	Week-end du 26, 27 et 28 mars	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibilité aux téléspectateurs de faire des dons en direct en appelant le <b>110</b></li> <li>• Présence de "la mouche 110" sur l'ensemble des programmes de l'antenne</li> <li>• Appel au don dans les émissions de l'antenne (JT 13h/20h, Téléfoot, Auto-moto, C'est quoi l'amour...)</li> </ul>
<b>ANNÉE 2009</b>	Week-end du 20, 21 et 22 mars	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diffusion d'un programme court du 16 au 20 mars 2009 et du 22 au 26 mars 2010 à 13h50 (Ensemble contre le sida)</li> <li>• Diffusion d'un spot d'appel au don</li> </ul>



**OPÉRATION "PIECES JAUNES"**

<b>ANNÉE 2010</b>	Week-end du 29, 30 et 31 janvier (Opération du 7 janvier au 13 février 2010)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibilité aux téléspectateurs de faire des dons en direct en appelant le <b>3280</b></li> <li>• Présence de "la mouche 3280" sur l'ensemble des programmes de l'antenne</li> <li>• Appel au don dans les émissions de l'antenne (Téléfoot, Auto-moto, 50 mn inside, météo...)</li> </ul>
<b>ANNÉE 2009</b>	Week-end du 30, 31 janvier et 1er février (Opération du 7 janvier au 7 février 2009)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diffusion d'un programme court du 29 janvier au 1er février 2009 et du 29 au 31 janvier 2010</li> <li>• Diffusion d'un spot d'appel au don</li> </ul>



**OPÉRATION "KIT PLIO"**

<b>ANNÉE 2010</b>	Du 15 juillet au 15 septembre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Communication par les animateurs de l'opération "<i>Rentrée des classes</i>"</li> <li>• Présentation du <i>Kit Plio</i> dans leurs émissions (50 min inside, Au field de la nuit, les 12 coups de midi, une famille en or, météo, JT, ...) + Appel au don</li> </ul>
<b>ANNÉE 2009</b>	Du 1er juillet au 15 septembre	



**OPÉRATION "SAC A SAPIN"**

<b>ANNÉE 2010</b>	Du 25 décembre 2010 au 3 janvier 2011	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Communication par les animateurs de l'opération "<i>Sac à sapin</i>"</li> <li>• Présentation du <i>sac à sapin</i> dans leurs émissions (50 min inside, Au field de la nuit, les 12 coups de midi, une famille en or, météo, JT, ...) + Appel au don</li> </ul>
<b>ANNÉE 2009</b>	Du 25 décembre 2009 au 3 janvier 2010	



**OPÉRATION "FLAMME / ROSE MARIE-CLAIRE"**

<b>ANNÉE 2010</b>	Du 7 au 31 mai	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diffusion du spot</li> <li>• Communication de l'opération dans les JT et les météos</li> </ul>
<b>ANNÉE 2009</b>	Du 2 au 8 mars	



**OPÉRATION "WWF"**

<b>ANNÉE 2010</b>	27-mars	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diffusion du spot</li> <li>• Appel à la participation dans les JT et les météos</li> </ul>
<b>ANNÉE 2009</b>	Du 26 au 28 mars	



**OPÉRATION "LES RESTOS DU CŒUR"**

<b>ANNÉE 2010</b>	Du 1er décembre à juillet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diffusion en première partie de soirée du concert des Enfoirés</li> <li>• Diffusion du magazine le 6 mars 2009 et le 12 mars 2010</li> <li>• Diffusion de documentaire consacré aux Restos le 9 juin 2009 et le 8 juin 2010</li> <li>• Diffusion de 24 programmes courts en 2009 et de 25 en 2010 « <i>Au cœur des Restos du Cœur</i> »</li> <li>• Appel aux dons et clip annonce CD + DVD (gains reversés à l'association)</li> </ul>
<b>ANNÉE 2009</b>	Du 1er décembre à juillet	

**ANNEXE I****Emission "Attention à la marche" - Spéciale associations****BILAN 2009**

<b>DATE DE DIFFUSION</b>	<b>ASSOCIATIONS REPRESENTÉES</b>
<b>Samedi 03 janvier</b>	Les petits citoyens
<b>Dimanche 11 janvier</b>	Adicare
<b>Dimanche 25 janvier</b>	Mécénat Chirurgie Cardiaque
<b>Dimanche 15 février</b>	Cheval Dire...
<b>Dimanche 15 mars</b>	Mira Europe
<b>Dimanche 22 mars</b>	Un Regard, Un Enfant
<b>Dimanche 29 mars</b>	Avenir Enfants du Monde
<b>Dimanche 19 avril</b>	Soleil d'Enfance
<b>Dimanche 26 avril</b>	Ondes de Block
<b>Dimanche 10 mai</b>	Ti'Toine
<b>Lundi 01 juin</b>	Caméléon
<b>Dimanche 14 juin</b>	Les tout-petits
<b>Dimanche 28 juin</b>	Eveil du Laos
<b>Dimanche 05 juillet</b>	J'ai un rêve
<b>Dimanche 12 juillet</b>	Huntington Avenir
<b>Dimanche 26 juillet</b>	Enfants Soleil
<b>Dimanche 16 août</b>	Carlesimo
<b>Dimanche 04 octobre</b>	Un Maillot pour la vie

**BILAN 1er SEMESTRE 2010**

<b>DATE DE DIFFUSION</b>	<b>ASSOCIATIONS REPRESENTÉES</b>
<b>Dimanche 17 Janvier</b>	Fondation IFRAD
<b>Dimanche 24 Janvier</b>	Enfant Star & March
<b>Dimanche 28 Mars</b>	Etincelle
<b>Dimanche 04 Avril</b>	Caméléon
<b>Dimanche 02 Mai</b>	Mécénat Chirurgie Cardiaque
<b>Dimanche 15 Mai</b>	La Marie Do
<b>Dimanche 23 Mai</b>	Cheer Up!
<b>Dimanche 06 Juin</b>	Parrains par mille



## ANNEXE 2

### Emission "Qui veut gagner des millions" - Spéciale associations diffusée en première partie de soirée

#### BILAN 2009

DATE DE DIFFUSION	ASSOCIATIONS REPRESENTÉES
Vendredi 20 mars	<i>Spéciale Sidaction</i>
Samedi 11 avril	Un regard, Un enfant - Toutes à l'école - Mécénat Chirurgie Cardiaque
Samedi 16 mai	Les toiles enchantées - Fondation La Recherche Médicale - Action Innocence - Fondation IFRAD
Samedi 27 juin	Maud Fontenoy Fondation - WWF - Fondation Greffe de Vie - E-enfance
Samedi 04 juillet	Le Papotin - ASF des Sclerodermiques de France - Enfants du Noma - Rire Medecin
Samedi 11 juillet	Paroles de femmes - Enfants Bonheur - Don de vie - Grégory Lemarchal
Samedi 18 juillet	Orphan Aid Africa - Nos petits frères et sœurs - Fight Aids Monaco
Samedi 15 août	Chaîne de l'espoir - SPA - Française des Hémophiles - Ti'Toine
Samedi 22 août	SOS Villages d'enfants - Groupe Polyandicap France - ELA - Unicef
Samedi 29 août	Fondation Brigitte Bardot - Croix Verte et Ruban Rouge - Espoir Autisme Corse - Don de soi, Don de vie

#### BILAN 1er SEMESTRE 2010

DATE DE DIFFUSION	ASSOCIATIONS REPRESENTÉES
Vendredi 01 janvier	Restaurant sans Frontières - Association pour la Recherche sur la Sclérose Latérale (ARSLA) - Petits Princes - Blouses Roses - Les Bouchons d'Amour
Vendredi 30 janvier	<i>Spéciale Pièces Jaunes</i> >> Fondation Hôpitaux de Paris - Hôpitaux de France
Samedi 27 mars	<i>Spéciale Sidaction</i>

Année 2009/1er semestre 2010



**ANNEXE 3**  
**Emission "C'est quoi l'amour"**

**BILAN 2009**



<b>Vendredi 22 mai</b>	ALIS (Association du Locked-In Syndrome)
<b>Vendredi 9 octobre</b>	Le combat de Nathan (Lutte contre la trisomie 7)
<b>Vendredi 23 octobre</b>	"Sur le chemin des écoliers" et "Association Sésame Autisme" (2 associations qui aident les parents d'enfants atteints d'autisme + aide à la construction de foyers pour personnes autistes)

**BILAN 1er SEMESTRE 2010**



<b>Vendredi 5 février</b>	ALIS (Association du Locked-In Syndrome)
<b>Vendredi 7 mai</b>	AFTC (Association Française des Traumatismés Crâniens) et association INJENO qui vient en aide aux parents d'enfants handicapés
<b>Vendredi 4 juin</b>	Ela (Association Européenne contre les leucodystrophies)



## ANNEXE 4

### Emission "Enquêtes et Révélations"

#### BILAN 2009

DATE DE DIFFUSION	NOM DE L'EMISSION ET ASSOCIATIONS REPRESENTEES
Mardi 03 février	"Enquête sur le bébé business" - Association d'aide à l'adoption et de prévention de la "traite d'enfants" aux Cambodge
Mardi 01 décembre	"Promoteurs véreux et artisans sans scrupule" - Association de défense des consommateurs contre les abus dans l'immobilier

#### BILAN 1er SEMESTRE 2010

DATE DE DIFFUSION	NOM DE L'EMISSION ET ASSOCIATIONS REPRESENTEES
Mardi 21 janvier	"Délinquance routière" - Association de prévention de la délinquance routière (à destination des jeunes)
Mardi 9 mars	"Vente forcée et abus de confiance" - Mise en avant de différentes associations de consommateurs
Mardi 26 avril	"Les huissiers" - Mise en avant de différentes associations d'aide aux personnes surendettées
Mardi 21 juin	"Pièges des vacances à prix cassés" - Mise en avant de différentes associations de défense des consommateurs

PRESENCE DES ASSOCIATIONS SUR L'ANTENNE DES TELEVISIONS HERTZIENNES NATIONALES EN 2009-2010

France 2

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
Téléthon 2008 les grands projets	Téléthon	10/04/2009	Mag. plateau	01 h 07	AFM		
Téléthon 2009 c'est parti	Téléthon	04/12/2009	Mag. plateau	00h52	AFM	OUI	
Téléthon 2009 - j'ai quelque chose à vous dire	Téléthon	04/12/2009	Mag. plateau	02h30	AFM	OUI	
Téléthon 2009 - des mots pour le dire	Téléthon	05/12/2009	Magazine	06h24	AFM	OUI	
Téléthon 2009 - c'est pas trop tôt	Téléthon	05/12/2009	Mag. plateau	02h28	AFM	OUI	
Téléthon 2009 - tel est mon mag	Téléthon	05/12/2009	Mag. plateau	01h57	AFM	OUI	
Téléthon 2009 - tous pour un défi	Téléthon	05/12/2009	Mag. plateau	01h15	AFM	OUI	
Téléthon 2009 - soyons sport 1ère partie	Téléthon	05/12/2009	Mag. plateau	01h21	AFM	OUI	
Téléthon 2009 - soyons sport 2ème partie	Téléthon	05/12/2009	Mag. plateau	02h04	AFM	OUI	
Téléthon 2009 - tous en scène	Téléthon	05/12/2009	Mag. plateau	01h21	AFM	OUI	
Téléthon 2009 - la grande fête	Téléthon	05/12/2009	Mag. plateau	04h28	AFM	OUI	

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
Télématin	Leucémie	27/03/2009	Magazine		Capucine		
	La Parisienne	01/09/2009			La Parisienne, Odyssea, FRM, la marche nordique des comités féminins		
	Art-thérapie et Alzheimer	17/09/2009			France Alzheimer		
	Thérapie génique	10/11/2009			AFM, Ela		
	Téléthon	5 et 6/12/2009	Magazine		AFM	OUI	
	Séisme Haïti	12/01/2010			Fondation de France	OUI	Séisme en Haïti
	Sidaction	25/03/2010			Sidaction	OUI	
	Fibromyalgie	02/04/2010			Fybromyalgie France (Ufaf)		
	Hépatite	19/05/2010			Sos Hépatite		
	greffe du foie	22/06/2010			Don d'organes		
Donnez du sang à la vie	Don d'organes, de sang...	19/06/2009	Magazine	01 h 56			Grande cause nationale
C'est au programme	Presbyacousie	13/02/2009	Magazine		France Presbyacousie		
	Sidaction	20/03/2009			Sidaction	OUI	
	Cancer du sein	11/09/2009			Cancer info service		
	Maladie de la thyroïde	29/09/2009			Vivre sans thyroïde		
		14/10/2009			Action contre la faim	OUI	Opération spéciale : "je déj, je donne"
	Cancer	24/11/2009			Ligue contre le cancer		
	Téléthon	04/12/2009			AFM	OUI	

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
C'est au programme	Sapin... de récup	09/12/2009	Magazine		Handicap international	OUI	Opération "sac à sapin"
	Déco bougies	15/12/2009			Unicef	OUI	Opération "Bougie Unicef"
	Violences sur les femmes	18/01/2010			SOS Femmes		
	Vaccins	27/01/2010			Réseau vaccin Hépatite B, Association entraide aux malades de Myofasciite à Macrophages, Hépatites Info Service		
	Cerveau	09/03/2010			Fédération pour la recherche sur le cerveau		
		19/05/2010			Toutes à l'Ecole, la Chaîne de l'Espoir, l'Afev	OUI	Opération "la flamme Marie-Claire"
	Recherche médicale	25/05/2010			Fondation pour la recherche médicale		
Les 100 qui font bouger la France		03/03 et 20/05/2009	Magazine	04 h 28			
Joseph Wresinski 50 ans de combat contre la misère		16 et 19/10/2009	Documentaire	01 h 55	ATD Quart-Monde		Emission spéciale
Fort Boyard		27/06/2009	Jeu	01 h 58	Make a wish France		
		04/07/2009	Jeu	01 h 53	FXB International		
		11/07/2009	Jeu	01 h 56	Institut Pasteur		
		18/07/2009	Jeu	01 h 54	Grain de sable		
		25/07/2009	Jeu	01 h 57	J'ai un rêve		
		01/08/2009	Jeu	01 h 59	Vol du fer AHF		
		08/08/2009	Jeu	01 h 55	Gendarmes de cœur		

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
Fort Boyard		15/08/2009	Jeu	01 h 52	Action innocence		
		22/08/2009	Jeu	01 h 57	Un maillot pour la vie		
		29/08/2009	Jeu	01 h 57	Le Secours Populaire		
N'oubliez pas les paroles		12/02/2010	Jeu	02 h 24	Fondation Abbé Pierre - Secours Populaire - Un pas vers l'avenir		Emission spéciale St Valentin
		04/06/2010	Jeu	02 h 25	Faire Face - FRM - WWF		Emission spéciale
Les stars chantent ensemble dans les rues de Paris	Lutte contre le sida	21/03/2009	Div. variétés	02 h 10	Solidarité Sida		
Pour Haïti	Concert	24/01/2010	Div. variétés	02 h 53	Fondation de France		Séisme en Haïti
Rire ensemble : un spectacle contre le racisme		05/09/2009	Div. humour	02 h 24	SOS Racisme - UEJF		En direct de l'Olympia
Les stars du rire contre le sida		27/03/2010	Div. humour	02 h 28	Sidaction		Emission spéciale

PRESENCE DES ASSOCIATIONS SUR L'ANTENNE DES TELEVISIONS HERTZIENNES NATIONALES EN 2009-2010

France 3

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
Téléthon, guérir, on en parle	Téléthon	04/12/09	Magazine	02h06	AFM	OUI	
Téléthon, décrochage régional	Téléthon	05/12/09	Magazine	00h52	AFM	OUI	
Téléthon 2009 - soyons sport 2ème partie	Téléthon	05/12/2009	Mag. plateau	02h04	AFM	OUI	
Sidaction	Sidaction	26/27/28 mars 2010	Magazine		Sidaction	OUI	
Ce soir (ou jamais)	Louis-George Tin	mars-09	Magazine		Comité Idaho		
	Sihem Habchi	mars-09			Ni putes, ni soumises		
	Suzanne George	avr-09			ATTAC		
	Odile Tobner	mai-09			Survie France		
	Gilles Finchelstein	08/06/09			Fondation Jean Jaurès		
	Maya Surduts	10/11/09			Collectif national du droit des femmes		
	Dr Francis Charhon	19/01/10			Fondation de France		
	Thierry Durand	19/01/10			Médecins sans frontières		
	Danielle Mitterand	09/02/10			France Libertés		
	Christian Charrière-Bourzanel	08/03/10			LICRA		
	Florence Montreynaud	08/03/10			Chiennes de garde		
Jean-François Mattéi	11/03/10		Croix-rouge française				

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
Ce soir (ou jamais)	Etienne Cendrier	11/03/10			Robin des Toits		
	Maya Surduts	16/03/10			Collectif national du droit des femmes		
	Sonia Imloul	08/04/10			Respect 93		
Vu du ciel		2009 ET 2010	Magazine		Friendship (Bangladesh)		
					Wildlife SOS (Inde)		
					BRAC (Bangladesh)		
		2009 ET 2010	Magazine		Waste Concern, Nature Québec, Malartic (Canada)		
Fred et Jamy en route pour la Junge		14/04/2010	Magazine		Projet protection des gorilles au Congo		
Des Racines et des Ailes	Paris secrète, Paris insolite	21/01/2009	Magazine		Association Passages et galeries		
	Gardiens des trésors de Corse	18/02/2009			Les amis de la Punta		
	Passion jardins, passion nature	27/05/2009			Association des usagers de l'Yèvre et de la Voiselle		
	Passion Provence	10/06/2009			APARE : association pour la participation à l'action régionale		
	Chefs d'œuvre à restaurer	16/09/2009			Château des lumières		
	Gardiens des trésors des Caraïbes	30/09/2009			Karisko et la fondation Garcia Arevalo		
	Passion patrimoine, les français s'engagent	13/01/2010			Rempart Bourgogne, la Mémoire médiévale, Tremplin Homme et Patrimoine, Picardie Nature		

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
Des Racines et des Ailes	Passion patrimoine ? Au plaisir des saveurs de France	17/02/2010	Magazine		Les abeilles noires		
	Paris rive droite	24/02/2010			Fondation de la Maison de la Chasse et de la Nature		
	Passion Patrimoine, des histoires d'aujourd'hui	21/04/2010			Groupe Acta Vista, ASERP Montauroux, Chantier des Jeunes Provence Côte d'Azur, Fondation SEPANSO		
30 millions d'amis		07/06/2009	Magazine		Les Quatre "A", les Amis du Jardin Louis-Kerdilès		
		28/06/2009			Aides aux Anes		
		12/09/2009	Magazine		Association Romande des Clubs Aquariophiles et Terrariophiles, association "Vier Pfofen" (Autriche)		
		11/10/2009			Sauvegarde Faune Sauvage		
		17/10/2009			Association "On est là"		
		25/10/2009			Les amis des animaux de Cadaqués		
		31/10/2009			Li-Za		
		08/11/2009			Au bonheur des chevaux		
		15/11/2009			Galgos France, Cani-nursing		
		29/11/2009			La ferme du bonheur		
		05/12/2009			Handi'chiens		
		06/12/2009			Les amis des chats		
		09/01/2010			association du refuge de Saint-Quentin, Entretiens		

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
30 millions d'amis		10/01/2010	Magazine		Préface		
		17/01/2010			MIR		
		24/01/2010			Ecole du chat libre		
		31/01/2010			Pattes de velours		
		14/02/2010			Friendicoes (Inde)		
		20/02/2010			Mira Europe		
		06/03/2010			Tonga terre d'accueil, Mira Europe		
		07/03/2010			Association Chiens Thaïlande Bangkok, les furets de la 2ème chance		
		13/03/2010			SOS drogue international		
		14/03/2010			Aquitaine Sauvetage		
		21/03/2010			Tendres Oreilles, Accueillir l'autisme, l'île aux chats		
		27/03/2010			Elephant Nature Park (Thaïlande)		
		04/04/2010			B.E.T.A (Liban)		
		10/04/2010	Magazine		Association "70's"		
		17/04/2010			Nobody's Dog		
		18/04/2010			Chat libre Vals d'Yerres et de Seine, Lion Rescue (Afrique du Sud)		
		24/04/2010			Love for cows		
		01/05/2010			Association "Une nouvelle chance"		
		02/05/2010			Elefantasia (France-laos)		
		15/05/2010			Société des animaux en détresse		

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
30 millions d'amis		06/06/2010			G.R.A.A.L		
Du poison dans l'eau du robinet		17/05/2010	Documentaire		Nature Environnement 77, Criirad		
Victime d'un pédophile		11/01/2010	Documentaire		Association Maryse Nozet		
Chansons d'amour pour plus de vie		05/10/2009	Variétés	1H54	Fondation Hôpitaux de Paris, Hôpitaux de France	OUI	MME CHIRAC
La vie en rire	spectacle	29/12/2009	Div. variétés		Association 100% la vie		
Gala Ni putes ni soumises	spectacle	22/12/2009	Div. variétés		Ni putes ni soumises		
Les Victoires de la musique classique		06/02/2010	Div. variétés		Association des Victoires de la Musique		
Les Victoires du Jazz		20/07/2010	Div. variétés		Association des Victoires de la Musique		
Plus belle la vie			fiction		le blé de l'espérance		
Slam		oct/nov-09	Jeu		Petits Princes		
		nov/déc - 09			AFM		
		déc-09/janv-10			Le Rire médecin		
		janv/fev-10			Secours Populaire		
		fev/mars-10			ELA		
		mars/avril-10			Sidaction		
		avril/mai-10			LNCC		
		mai/juin-10			Tous ensemble pour l'avenir de Chloë		
		juin/juil-10			Vacances et Familles		
Questions pour un champion		2009 ET 2010	Jeu		AFM - Sidaction		

PRESENCE DES ASSOCIATIONS SUR L'ANTENNE DES TELEVISIONS HERTZIENNES NATIONALES EN 2009-2010

France 4

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
Louise attaque... Solidays 09	Concert	27/06/2009	Div. variétés	03 h 10	Solidarité Sida		
Louise contre attaque...Solidays 2010	Concert	26/06/2010	Div. variétés	03h03	Solidarité Sida		
Gala Ni putes ni soumises	Spectacle	27/11/2009	Div. variétés	01h24	Ni putes ni soumises	OUI	
Gala Ni putes ni soumises	Spectacle	6 rediffs entre nov 09 et juil 10	Div. variétés	08h24	Ni putes ni soumises	OUI	
On achève bien l'info		26/03/2010	Magazine	01h02	AIDES	OUI	
La porte ouverte à toutes les fenêtres		16/10/2009	jeu	01h18	Sol en si		

PRESENCE DES ASSOCIATIONS SUR L'ANTENNE DES TELEVISIONS HERTZIENNES NATIONALES EN 2009-2010

France 5

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
Les Maternelles	Création d'école	20/01/2009	Magazine		La Fondation pour l'école		
	Inceste	02/02/2009			Association internationale des victimes de l'inceste		
	Leucémie	09/02/2009			Association Laurette Fugain		
	Congé parental	23/02/2009			Association Retravailler		
	Antennes-relais	16/03/2009			Association Santé et radio-fréquence		
	Jumeaux	03/04/2009			Jumeaux et plus		
	Adoption	21/04/2009			Enfance et famille d'adoption		
	Inceste	04/05/2009			Association internationale des victimes de l'inceste		
	Autisme	15/05/2009			Autisme France		
	Unité mère-enfant	14/09/2009			Association Baby-blues		
	Dyslexie	12/11/2009			Dyslexia		
Peurs	08/02/2010		Association Sparadrap				
C dans l'air	Permis à points	13/01/2009	Magazine		40 millions d'automobilistes		
	Personnes âgées	15/01/2009			Association des directeurs au service des personnes âgées		
	Hôpitaux	11/02/2009			Collectif inter-associatif sur la santé		
	Antilles	16/02/2009			Collectif DOM		
	Salaires	17/02/2009			France initiative, Emmaüs Habitat		

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
C dans l'air	Antilles	18/02/2009	Magazine		Collectif marche du 23 mai 1998		
	AZF	23/02/2009			Association des sinistrés du 21 septembre		
	Prison à l'étranger	09/03/2009			Association de soutien à Michaël Blanc		
	Banques	10/03/2009			Association française des usagers de banques		
	Enfants du divorce	23/03/2009			SOS Papa		
	Mayotte	30/03/2009			Fédération des associations Mahoraises de Métropole		
	Impôts locaux	08/04/2009			Association contribuables associés		
	Hôpitaux	21/04/2009			Collectif inter-associatif sur la santé		
	Transports en commun	23/04/2009			Association des usagers des transports en commun		
	Antennes-relais	24/04/2009			Robin des toits, AFOM		
	Grippe	27/04/2009			Association interprofession nationale porcine		
	Prisons	05/05/2009			Association nationale des juges de l'application des peines		
	Pillule minceur	08/05/2009			Allegro Fortissimo		
	Facultés	11/05/2009			Sauvons la recherche		
	Cannabis	13/05/2009			Pour une jeunesse sans drogue, Mouvement de légalisation contrôlé		
Délai de prescription	18/05/2009		Association des parents d'enfants victimes				

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
C dans l'air	Sectes	19/05/2009	Magazine		Union Nationale des association de défense des familles et de l'individu victime de sectes		
	Crash avion	01/06/2009			Aéro-club de France, PNT 65		
	Crash avion	05/06/2009			Association de défense des familles des victimes de la catastrophe de Charm-el-cheikh		
	Gabon	09/06/2009			Association de la presse pan-africaine		
	Soleil	12/06/2009			Association française d'Astronomie		
	Banques	01/07/2009			Association française des usagers de banques		
	Electricité	02/07/2009			Association des producteurs d'électricité solaire indépendants		
	Météo	03/07/2009			Association des directeurs au service des personnes âgées		
	Prévention routière	10/07/2009			Prévention routière		
	Mars	17/07/2009			Association Planète Mars		
	TVA	22/07/2009			Comité fondateur pour la modernisation de l'hôtellerie française		
	Faux billets	21/08/2009			Fédération française des associations de commerçants		
	Taxe carbone	27/08/2009			UFC-Que choisir		
	Cavale	16/09/2009			Association nationale des juges de l'application des peines		

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
C dans l'air	Clandestins	23/09/2009	Magazine		Aidons, luttons, agissons pour les migrants		
	Scientologie	27/10/2009			Union Nationale des association de défense des familles et de l'individu victime de sectes		
	Identité nationale	29/10/2009			Conseil Représentatif des Associations Noires de France		
	Hôpitaux	30/10/2009			Collectif inter-associatif sur la santé		
	Plan anti-cancer	04/11/2009			Association pour la recherche thérapeutique anti-cancéreuse, Association Vivre avec		
	Homoparentalité	12/11/2009			Association des parents et futurs parents gays et lesbiens		
	Téléthon	24/11/2009			Association Recherches et Solidarités		
	Vin	26/11/2009			Association générale de la Production Viticole		
	Violences familiales	08/12/2009	Magazine		Fédération nationale solidarité femme		
	Dons	09/12/2009			Recherches et Solidarités, Banque Alimentaire Loire-Atlantique, Secours Catholique, Association pour la recherche thérapeutique anti-cancéreuse		

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
C dans l'air	Banques	07/01/2010	Magazine		Association française des usagers de banques		
	Mauvais traitements à l'hôpital	20/01/2010			Association des Médecins Urgentistes de France, Collectif inter-associatif sur la Santé		
	Banques	25/01/2010			Association française des usagers de banques		
	Identité nationale	08/02/2010			Conseil Représentatif des Associations Noires de France, Conseil représentatif des Institutions Juives de France		
	Trains	16/02/2010			Transports Passion		
	Retraités	17/02/2010			Fédération nationale des associations de retraités		
	Afrique	26/02/2010			Association de la presse pan-africaine		
	Agriculteurs	02/03/2010			Association de consommateurs CLCV		
	Réchauffement climatique	10/03/2001			Transports Passion		
	Vin	05/04/2010			Association générale de la Production Viticole		
	Mondial de foot	14/04/2010			Association de la presse pan-africaine		
	Soleil	28/05/2010			Association Sécurité solaire		
	Afrique	14/07/2010			Association de la presse pan-africaine		

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
C à dire	Livret A	15/01/2009	Magazine		Association française des usagers de banques		
	Hôpital et patients	03/03/2009			Association vin et société		
	Homoparentalité	04/03/2009			Association des parents gays et lesbiens		
	Statistiques ethniques	09/03/2009			Conseil Représentatif des Associations Noires de France		
	Essais nucléaires	25/03/2009			Association des vétérans des essais nucléaires		
	Excision	16/04/2009	Magazine		Association Fatoumata pour l'émancipation des femmes		
	Permis à points	20/04/2009			Association 40 millions d'automobilistes		
	Crash avion	03/06/2009			Association française des victimes du terrorisme		
	Crash avion	01/09/2009			Entraide et Solidarité		
	Lait	15/09/2009			Association de producteurs de lait indépendant		
	SPA	22/11/2009			SPA		
	Inceste	30/10/2009			Association internationale des victimes de l'inceste		
	Polygamie	23/11/2009			Respect 93		
	Lune	02/02/2010			Ciel et Espace		
	Tempête Xynthia	30/03/2010			Association des victimes des inondations de la Faute-sur-mer		
	Tempête Xynthia	13/04/2009			Association Reconstruire Charron		

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
Revu et corrigé	Petits commerces	17/01/2009	Magazine		Fédération française des Associations des commerçants		
	Infections nosocomiales	24/01/2009			Association le Lien		
	Beaux-parents	07/03/2009			Association pour la protection de l'enfance		
	Armée	07/03/2009			Association de défense des droits des militaires		
	Jeunesse	14/03/2009	Magazine		Vin et société, Association Mères de famille		
	Antennes-relais	11/04/2009			Robin des Toits		
	SDF	25/04/2009			Paroles de femmes		
	Réforme de l'hôpital	16/05/2009			Association des médecins urgentistes de France		
	La nutrition	17/10/2009			Association pour la recherche sur le diabète		
	Copropriétés	31/10/2009			Association des responsables de copropriété		
	Débat sur la fessée	28/11/2009			Association pour la protection de l'enfance, Collectif pour l'Enfant		
	SDF	19/12/2009			Don Quichotte, Ni putes ni Soumises		
	Jeux dangereux	13/02/2010			Association faisant de la prévention sur le jeu du foulard		
	Pub anti-tabac	27/02/2010			Association des droits des non-fumeurs, La Meute		
	Crédit à la consommation	27/03/2009			Association CAPE		

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
C à vous	Vaccinations	07/12/2009	Magazine		Association des médecins urgentistes hospitaliers de France		
		18/01/2010			Médecins sans frontières		
		21/01/2010			Allegro Fortissimo		
	Orphelins d'Haïti	02/06/2010			SOS Haïti enfants adoptés		
	Vacances d'été	18/06/2010			Association des Tours Opérateurs français		
		01/02/2010			Fondation Abbé Pierre		
		02/02/2010			Ligue Nationale Contre le Cancer		
		11/03/2010			SOS Racisme		
C notre affaire	Pièces détachées	14/01/2009	Magazine		Signalspam		
	Crédits conso	04/02/2009			UFC-Que Choisir, association des accidentés de la vie		
	Créances	11/02/2009			Association française des usagers des banques		
	Contrefaçon	18/02/2009	Magazine		CLCV		
	Prix à la consommation	25/02/2009			60 millions de consommateurs, CLCV		
	Constructions	04/03/2009			UFC-Que Choisir, association Familles rurales		
	Téléphonie mobile	11/03/2009			UFC-Que Choisir, Comité des victimes du bruit		
	OGM	18/03/2009			France Nature Environnement, CLCV		
	Syndics	25/03/2009			Association des responsables de copropriétés, Association des Familles rurales		

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
C notre affaire	Dépannage sur autoroute	08/04/2009	Magazine		40 millions d'automobilistes, CLCV		
	Multipropriété	22/04/2009			Association des propriétaires de vacances en temps partagés		
	Téléphonie mobile	29/04/2009			UFC-Que Choisir, Association française des utilisateurs de télécommunication		
	Crèmes amincissantes	06/05/2009			60 millions de consommateurs, association des Familles rurales		
	Chambres d'hôtes	13/05/2009			Association des Familles rurales		
	Essence	10/06/2009			France Nature Environnement, SOS Voyages		
Magazine de la santé	7' pour une vie	01/09/2009	Magazine		Les voiles de l'espoir		
	Journal de la santé	03/09/2009			Handicap International		
	psychiatrie	04/09/2009			Urgence psychiatrie		
	invité thème santé	14/09/2009			Réseau environnement santé		
	7' pour une vie	14/09/2009			Association Etincelle		
	Journal de la santé	15/09/2009			Association française d'urologie		
	Carnet de santé	16/09/2009	Magazine		Association Calyxis		
	Journal de la santé	21/09/2009			Association BruitParif		
	7' pour une vie	22/09/2009			Calcutta Rescue		
	Chronique	22/09/2009			Urofrance		
	Carnet de santé	24/09/2009			Asso des filles Distilbène		
	Allô docteur	28/09/2009			Vie Libre		
	7' pour une vie	12/10/2009			Dépendants affectifs et sexuels anonymes (DASA)		

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
Magazine de la santé	Carnet de santé	22/10/2009	Magazine		AIDES		
	Journal de la santé	04/11/2009			Association Mouvement français pour le planning familial		
	7' pour une vie	16/11/2009			Association Sol en Si		
	7' pour une vie	26/11/2009			La chaîne de l'espoir		
	Journal de la santé	14/12/2009			Médecins du monde		
	7' pour une vie	18/12/2009			association Mecenat chirurgie cardiaque		
	Carnet de santé	06/01/2010			Association les tréteaux blancs		
	Journal de la santé	19/01/2010			Médecins sans frontières		
	7' pour une vie	02/02/2010			Association enfants autistes		
	Téléthon	11/02/2010			Telethon		
	7' pour une vie	15/02/2010			La clé		
	Mucoviscidose	26/02/2010			Association Grégory Lemarchal		
	Essais nucléaires	01/03/2010			Association des vétérans des essais nucléaires		
	Carnet de santé	16/03/2010			association de prévention et d'information sur le sida		
	Journal de la santé	16/03/2010			Prévention routière		
	Journal de la santé	26/03/2010			Ligue Contre le cancer		
	Journal de la santé	06/04/2010			Association pour la recherche sur les maladies alcooliques		
	Carnet de santé	13/04/2010			Audition Solidarité		
	Journal de la santé	12/05/2010			Association Amiante et sécurité		
	Allô docteur	28/05/2010			France depression		
Allô docteur	17/06/2010		Association Etincelle				
Mélanome	18/06/2010		Vaincre le mélanome				

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
Magazine de la santé	Allô docteur	23/06/2010	Magazine		Jeunes Violences écoute		
	Carnet de santé	22/09/2010			Handicap international		
	Journal de la santé	23/09/2010			Association Laurette Fugain		
	Journal de la santé	23/09/2010			Fondation greffe de vie		
	Myasthénie	24/09/2010			AMIS		
	Myasthénie	24/09/2010			AFM		

## **L'accès des associations aux antennes et sites internet du Groupe M6 : Etat des lieux 2009-2010**

Depuis de nombreuses années, un grand nombre d'associations caritatives de tailles et de notoriétés variées, intervenant dans différents domaines ont accès aux antennes ainsi qu'aux sites internet du Groupe M6 pour cibler un éventail très large de téléspectateurs – tous âges confondus - sur toutes les tranches horaires de la grille.

### ➤ Présence des associations dans les programmes réguliers de M6 :

Ces associations ont ainsi été présentées dans un large panel d'émissions de la chaîne :

- les magazines d'information : *Capital, Zone interdite, Enquête Exclusive* ont évoqué des associations peu connues telles que, par exemple, Action pour les enfants, Associations des familles roumaines de Palaiseau, Association « Coup de main », Association anti-prostitution fondation Scelle ...

- le journal télévisé : *le 19.45* a évoqué le Kit Plio de Handicap International,

- les magazines de société : *100% Mag, D&Co* pour La croix rouge, Action contre la faim, Les Restos du cœur, Unicef, Ela ...

- les documentaires : par exemple, *Les Français, l'amour et le sexe* à propos de l'association Sésame qui propose des cours d'éducation sexuelle aux adolescents en milieu scolaire,

- les divertissements : *Nouvelle Star, le chef contre-attaque, Absolument Star, Accès privé* ont mis en avant les associations Cœur de gazelle, Tout le monde chante contre le cancer, Solidays, la flamme Marie-Claire, les fourneaux en folie, graines de quartier, un restaurant associatif ...

- les programmes courts : *Vivre ensemble* en partenariat avec SOS Racisme..

- les concerts : *Rockcorps* au profit de 70 associations, *Concert pour la tolérance*.

Les associations de terrain sont souvent sollicitées dans le cadre du travail de réflexion des journalistes qui coopèrent régulièrement avec elles pour leurs reportages : il s'agit de trouver des experts à interviewer ou des lieux de tournage pour leurs sujets. Les responsables de ces associations sont parfois amenés à témoigner à l'antenne et le nom ou les coordonnées de l'association sont alors indiqués à l'antenne.

### ➤ Présence des associations lors des opérations spéciales du Groupe M6 :

- Associée à l'opération **Rockcorps en 2009**, M6 a encouragé le bénévolat de façon originale et concrète, favorisant largement sur son antenne, au travers de bandes-annonces, le concept du projet solidaire : « *tu donnes, tu reçois* ». En échange de 4 heures de bénévolat au profit d'une des 70 associations partenaires, les volontaires ont reçu une place de concert. Arborant le T-shirt de l'opération, les animateurs du Groupe se sont fortement impliqués et M6 a également diffusé le concert.

- En janvier 2010, en solidarité avec les victimes du **séisme en Haïti**, M6 et W9 ont organisé une récolte de dons sur leurs antennes et leurs sites en faveur de Fondation de France puis d'Unicef. Les **appels aux dons** ont été lancés dans de nombreuses émissions, dans des campagnes hors écran mais aussi sous la forme d'un clip tourné avec les présentateurs emblématiques des chaînes. De nombreux reportages ont également relayé les informations sur cette catastrophe.

- **Chaque année**, l'ensemble du Groupe M6 se mobilise autour de l'**opération Sidaction** : un grand nombre d'émissions sur les différentes chaînes du Groupe sont habillées aux couleurs du Sidaction et lancent pendant ces trois jours des appels aux dons, également au travers notamment d'un clip diffusé sur les antennes et sur les pages d'accueil des sites internet, ainsi tous les internautes sont, pendant 3 jours, sensibilisés au sidaction. Par ailleurs, tous les sites internet (M6.fr, W9.fr, M6Replay.fr, M6Bonus.fr, Teva.fr, Deco.fr, Turbo.fr, Fan2.fr) et les services mobiles (M6.fr Mobile, M6Mobile by Orange) ont été mis à contribution pour donner des informations complètes sur les actions du Sidaction et lancer des appels aux dons

- M6 a signé une **convention avec Handicap International** dont elle est désormais le partenaire média officiel depuis 2006. Chaque année, le groupe soutient l'association en relayant à l'antenne et sur ses sites internet les 3 opérations récurrentes : la pyramide de chaussures, le kit plio et le sac à sapin au travers de ses émissions.

➤ **Diffusion de campagnes à titre gracieux**

Chaque année, le Groupe soutient près de 60 associations caritatives intervenant principalement :

- en faveur de l'enfance,
- dans la lutte contre la maladie
- et dans le combat contre la pauvreté et la précarité.

Sur toutes ses antennes, leurs nombreuses campagnes publicitaires sont diffusées à titre gracieux et à des horaires variés permettant de toucher un large public.

En 2009, ces campagnes gracieuses diffusées en faveur des associations, ainsi que celles de certains ministères et du CSA ont représenté une valeur de 11,5 millions d'euros sur l'ensemble du Groupe.

- **Les antennes de toutes les chaînes du Groupe, à commencer par M6, favorisent un accès large, diversifié et original des associations aux contenus et aux espaces commerciaux.**
- **Le choix des associations mises en valeur repose sur les ambitions éditoriales des émissions, indépendamment les unes des autres, et sur l'actualité. Les associations ont également la possibilité de se faire connaître librement auprès des producteurs.**
- **Cette action a permis de faire connaître au public uniquement sur la période 2009/2010 une cinquantaine d'associations différentes.**

PRESENCE DES ASSOCIATIONS SUR L'ANTENNE DES TELEVISIONS HERTZIENNES NATIONALES EN 2009-2010

M6

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte / commentaires
CAPITAL	NC		Magazine d'information				
ENQUETE EXCLUSIVE	Sdf, prostituées, milliardaires : les dessous du bois de Boulogne	02/05/2010	Magazine d'information	70'	Associations Aurore Associations Arcat Associations Magdalena		
	Tourisme sexuel : sur la trace des prédateurs	23/05/2010		59'	Action pour les enfants Friends International Our Home		
	Roms, tsiganes: des vérités qui dérangent	03/06/2009		1h05'	Association des familles roumaines de Palaiseau Association « Coup de main »- émanation d'Emmas Association Pactarim 93/ALJ 93		
	Jeunes des cités: entre espoir et révolte	01/03/2009		50'	Association - atelier d'écriture à Vigneux avec mabrouk rachedi		
	Brigade des mœurs: jeunes filles en danger	25/10/2009		54'	Assos anti prostitution fondation Scelle		
	Braqueurs, délinquants, hooligans: Marseille sous haute tension	31/01/2010		51'	Assos de protection de l'enfance Appel d'Aire		
ZONE INTERDITE	Cuisiniers amateurs ou chefs étoilés	14/07/2010	Magazine d'information	60'	Pachamama	non	Ils ont à peine 20 ans et n'ont jamais quitté leur île, Madagascar. Passionnés de cuisine, ces jeunes malgaches rêvent d'en faire leur métier. Grâce à Jeff Tordo, un ancien rugbyman du XV de France à la tête de l'association Pachamama, qui soutient le développement de l'île, et grâce à Yannick Alléno, l'un des plus grands chefs français, ce rêve peut devenir réalité.
100% MAG	26 sujets	2009-1er trim 2010	Magazine	26 x 6'	non-recensées	non	Les associations sont souvent la base de réflexion des journalistes pour trouver des experts ou des pistes de lieux de tournages pour leurs sujets. Ils les contactent donc très régulièrement et parfois interviewent les responsables des associations en indiquant leurs noms ou coordonnées sur un bandeau.
	Charity Business	09.02.2009		7'	La Croix-Rouge, Action Contre la Faim, Les Restos du Cœur, Ets, Unicef	non	
	Elle restaure les maisons des plus démunis	17.05.2010		6'	ça se passe près de chez vous	oui	suite à la diffusion du reportage, cette association, fondée par une personne privée pour aider les ménages en difficulté à rénover leur intérieur grâce à un réseau de solidarité locale (bénévoles, artisans, fournisseurs de matériel...), a reçu 150.000 € de dons
LE CHEF CONTRE ATTAQUE	Avec un peu de solidarité, on peut manger mieux et moins cher	18.01.2010	Magazine	90'	- Les Fourmeaux en Folie - Graines de quartier (jardins communautaires) - Un restaurant associatif de Fontenay-sous-Bois - La Confédération Syndicale des familles (création de repas associatifs)	non	Dans ce programme, Cyril Lignac crée une véritable chaîne de solidarité entre les habitants de la ville de Villers-Cotterêts (Picardie), afin de démontrer qu'en faisant les choses ensemble, on peut manger mieux, moins cher, le tout en s'amusant => Il lance 4 actions successives avec les habitants : Le « speed cooking », Le restaurant associatif, Le repas collectif et Le potager solidaire. Suite à ces actions, des associations ont été créées.
NOUVELLE STAR		13.05.2010	Diversissement musical jeux	20'	Flamme Marie Claire	oui	relais de opération "achat d'une bougie" qui permet d'aider à l'alphabétisation des petites filles
		16.06.2010	Diversissement musical jeux	20'	Solidays	oui	relais du concert
VIVRE ENSEMBLE	Vivre ensemble pour lutter contre le racisme ordinaire		Court-métrage		en partenariat avec SOS Racisme		Collection de courts métrages réalisés par 10 cinéastes en faveur de la diversité
	Interview de Pierre Lemarchal	20.01.2010 / 31.01.2010 / 02.02.2010 / 21.02.2010 / 02.05.2010	Diversissement musical	3'31"	Association GREGORY LEMARCHAL	Non	Sortie de l'album posthume de G. Lemarchal

ABSOLUMENT STAR	Tout le monde chante à Mogador	05.04.2010 / 15.04.2010 / 04.07.2010	Diversissement musical	2'51"	Tout le monde chante contre le cancer	Non	Soirée caritative au Théâtre Mogador et Festival en province
	Evénement	25.05.2010	Diversissement musical	2'46"	Soif de vivre	Non	Evénement en province
	Les chansons qui sauvent des vies	16.02.2010 / 25.03.2010	Diversissement musical	3'24"	Les restos du cœur	Non	Tournée des enfoirés
	Les stars en guerre contre le sida	26.03.2010 / 27.03.2010	Diversissement musical	3'25"	Sidaction	Oui	Sidaction
ACCES PRIVE		24.01.2009 31.01.2009 04.04.2009 11.04.2009 05.09.2009 19.09.2009 31.10.2009 12.12.2009 23.01.2010 01.05.2010 22.05.2010 19.06.2010	Diversissement		Unicef Maud Fontenay, association d'aide aux enfants Cœur de gazelles Femmes battues + Sécurité routière Kit Pilo Rock corps (70 associations) One X One (Charize Theron) Pièces jaunes Yeke Haiti La Croix Rouge (pour Haiti) Mucoviscidose - Gregory Lemarchal Croix rouge Française	Non	Dans l'émission Accès Privé, de nombreuses associations ont eu accès à l'antenne de M6 au travers de sujets traitant de leurs actions ou de leurs ambassadeurs.
D&CO	NC		Magazine				
site M6kid.fr	la semaine internet	avril 2009 du 9 au 14 mai 2010	site internet M6kid		Action Innocence		A l'occasion de la semaine de l'Internet, la chaîne a soutenu l'association Action Innocence en faisant la promotion du jeu interactif de prévention en ligne : netcity.org, sur le site M6kid.fr. Ce jeu vise à apprendre aux enfants tout en s'amusant, les règles élémentaires pour se prémunir contre les risques d'internet.
CONCERT POUR LA TOLERANCE		07.11.2009	Spectacle / Concert				
ROCKCORPS		10.10.2009	Spectacle / Concert		70 associations différentes		M6 a encouragé le bénévolat en diffusant largement sur son antenne au travers de bandes-annonces le concept de ce projet solidaire "tu donnes tu reçois" au profit de 70 associations partenaires
Les Français, l'amour et le sexe		05.07.2010	Documentaire	10'	Sesame	non	Intervention de Denise Stagnara, une dame de 82 ans qui donne des cours d'éducation sexuelle aux adolescents, dans le cadre de son association Sésame qui propose une éducation affective et sexuelle en milieu scolaire. Mention des coordonnées de l'association en synthèse. Association laïque et apolitique créée en 1966, Sésame est agréée par les ministères de l'Education Nationale et de la Jeunesse et des Sports. Elle est également soutenue par le Conseil Général du Rhône.
19:45		26.09.2009	Information	20"	Kit Pilo		

#### Le Sidaction

Sur les sites de la chaîne - habillage cliquable des pages d'accueil des sites M6.fr, M6Replay.fr, M6Bonus.fr durant les 3 jours de l'opération  
- mini-site dédié qui présente l'association, met en avant le n° d'appel aux dons, les vidéos fournies par l'association etc... => 29000 PV sur le mini-site  
- mise en avant des appels aux dons sur tous les supports

#### Handicap International

Depuis 2006, le groupe M6 est LE partenaire média officiel de cette association qu'il soutient régulièrement autour de 3 opérations :

- La Pyramide des chaussures, vers la rentrée / automne
- Le Kit Pilo, chaque année à la rentrée également
- Le sac à sapin, autour de Noël



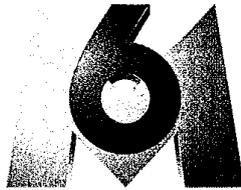
## DISPOSITIF SIDACTION 2010

- L'opération Sidaction 2010 se déroulera du **vendredi 26 au dimanche 28 mars 2010**. **Lancement le jeudi 25 mars vers 20h35 par la diffusion du clip de lancement.**
- Thème 2010 : « Sidaction seule association en France de lutte contre le sida, à lutter sur tous les fronts et à soutenir la recherche ».
- **Soirée de lancement le mercredi 3 mars** au Casino de Paris.
- Le clip de lancement du Sidaction (46") avec un animateur par media partenaire : **Estelle Denis représente M6 et Alexandre Devoise W9**. Une version de 7mn est utilisable sur le web (7 mn divisées par 14 = 30 sec par partenaire, soit 2x30" pour le Groupe M6).
- **Nouveauté : un clip « Merci » (30") pour diffusion le dimanche 28/03 en fin de dispositif.**
- Le clip d'appel aux dons sera diffusé sur nos antennes et sites web.
- Les dons se font toujours par audiotel (N° 110 ouvert du 9 mars au 11 avril), par SMS (« DON » au 33000) ou Internet ([www.sidaction.org](http://www.sidaction.org)).

En 2010, **l'ensemble du Groupe M6** se mobilise à nouveau autour du Sidaction :

- **M6** : 100% Mag, Capital, D&CO, Accès privé, 66 Minutes, Turbo, E=M6, ... Nos émissions parleront des combats du Sidaction et l'antenne sera habillée aux couleurs du Sidaction et lancera des appels aux dons.
- **W9** : l'ensemble des animateurs de W9 enregistreront des clips de soutien et de mobilisation qui viendront compléter l'habillage aux couleurs du Sidaction de la chaîne durant ces 3 jours
- **Série Club** : Diffusion dans le cadre du Sidaction 2010 de la première fiction produite pour Série Club : « MANEGE » : 7 formats inédits de 5'. L'antenne sera habillée aux couleurs du Sidaction et lancera des appels aux dons.
- **M6 Web** : La puissance cumulée de nos sites internet (M6.fr, W9.fr, M6Replay.fr, M6Bonus.fr, Teva.fr, Deco.fr, Turbo.fr, Wideo, Fan2.fr ...) et de nos services mobiles (M6.fr Mobile, M6Mobile By Orange, ...) sera utilisée pour donner des informations complètes sur les actions du Sidaction et lancer des appels aux dons via un dispositif complet (mini site dédié).
- **Paris Première, Téva, M6 Music Hits / Club et Black, TF6** : Les chaînes du Groupe M6 se mobiliseront également en habillant leurs antennes et en diffusant le plateau de lancement et les clips d'appels aux dons.

*Ci-après détail du dispositif du Groupe M6*



## Présence antenne sur M6 :

### Jeudi 25/3 :

heure	Prog	Projet de mise en avant
09h55	<b>ABSOLUMENT STARS</b>	Diffusion d'un reportage sur les "chansons humanitaires" ... qui permettra un teasing du nouveau spot SIDACTION 2010. Ruban rouge + Appels aux dons.
20h35	<b>CLIP DE LANCEMENT</b>	Diffusion du plateau commun de lancement Sidaction (42")

### Vendredi 26/03 :

Heure	Programme	Projet de mise en avant
09h55	<b>ABSOLUMENT STARS</b>	Diffusion du reportage : "Les Stars partent en guerre" (contre le sida). Ruban rouge + Appels aux dons (diffusion du spot).
12h40	<b>METEO</b> (+ 13h30, 19h40 et 01h00)	<b>Alex Goude</b> portera le ruban et fera un appel aux dons.
12h45	<b>LE 1245</b>	<b>Un sujet concernant le Sidaction</b> sera diffusé + ruban et appel aux dons
18h50	<b>100% MAG</b>	<b>Estelle Denis</b> fera un appel aux dons en fin d'émission et portera le ruban.
19h45	<b>LE 1945</b>	<b>Un sujet concernant le Sidaction</b> ou invité plateau (sous réserve disponibilité) sera diffusé + appel aux dons
Nuit	<b>M6 MUSIC</b>	Diffusion des clips dédiés à la lutte contre le sida.

### Samedi 27/03 :

Heure	Programme	Projet de mise en avant
08h00	<b>ABSOLUMENT STARS</b>	Diffusion du reportage : "Les Stars partent en guerre" (contre le sida). Ruban rouge + Appels aux dons (diffusion du spot).
13h30	<b>METEO</b> (+ 19h40 et 01h00)	<b>Alex Goude</b> portera le ruban et fera un appel aux dons.
17h50	<b>ACCES PRIVE</b>	<b>Virginie Guilhaume</b> donnera des informations sur le Sidaction 2009 + appel aux dons + port du ruban.
19h45	<b>LE 1945</b>	<b>Un sujet concernant le Sidaction</b> ou invité plateau (sous réserve disponibilité) sera diffusé + appel aux dons
Nuit	<b>M6 MUSIC</b>	Diffusion des clips dédiés à la lutte contre le sida.

### Dimanche 28/03

Heure	Programme	Projet de mise en avant
07h30	<b>ABSOLUMENT STARS</b>	Diffusion des sujets : "Les Stars partent en guerre" (contre le sida) + les "chansons humanitaires" + Ruban rouge + Appels aux dons (diffusion du spot)
11h35	<b>TURBO</b>	<b>Dominique Chapatte</b> sensibilisera les fidèles de « Turbo » aux actions à mener pour la lutte contre le sida + port du ruban.
13h30	<b>METEO</b> (+ 19h40 et 01h00)	<b>Alex Goude</b> portera le ruban et fera un appel aux dons.
17h45	<b>66 MINUTES</b>	<b>Aida Thouihri</b> donnera des informations concernant la lutte contre le sida + appel aux dons + port du ruban.
18h50	<b>D&amp;CO</b>	<b>Valérie Damidot</b> parlera du Sidaction + appel aux dons + port du ruban.
19h45	<b>LE 1945</b>	Un sujet concernant le Sidaction ou invité plateau (sous réserve disponibilité) sera diffusé + appel aux dons
20h00	<b>E=M6</b>	<b>Mac Lesggy</b> terminera l'émission en donnant des informations sur le Sidaction + appel aux dons.
20h40	<b>CAPITAL</b>	<b>Guy Lagache</b> terminera l'émission en donnant des informations sur le Sidaction + appel aux dons + port du ruban.
22h45	<b>ENQUETE EXCLUSIVE</b>	<b>Bernard de la Villardière</b> donnera des informations sur le Sidaction+ appel aux dons + port du ruban.
00h05	<b>100% FOOT</b>	Toute l'équipe portera le ruban et fera des appels aux dons.
Nuit	<b>M6 MUSIC</b>	Diffusion des clips dédiés à la lutte contre le sida.

### Lundi 29/03

Heure	Programme	Projet de mise en avant
12h45	<b>LE 1245</b>	Un sujet sur le bilan du Sidaction (sous réserve de l'actualité)

### Autre mise en avant de l'opération sur l'antenne M6 :

- Logo antenne « Sidaction » (avec N° 110) du vendredi 26 mars (à partir de 06h00) jusqu'au dimanche 28 mars (jusqu'à 27h00) sur toutes nos émissions excepté nos journaux d'information et les kids.
- Plan de diffusion gracieux des spots d'appel aux dons.

## CANAL +

Emissions	Dates de diffusion	Associations concernées	Appels aux dons
<i>Le Grand Journal</i>	25/03/2010	Sidaction	oui
<i>Le Grand Journal</i>		Rose Marie-Claire	oui
<i>Le Grand Journal</i>		Toiles enchantées	oui

**DIRECT 8 - PRESENCE DES ASSOCIATIONS SUR L'ANTENNE DES TELEVISIONS HERTZIENNES NATIONALES**

Periode du 01/01/2009 au 31/03/2010

**Direct 8**

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
DIEU MERCI	Projet de construction d'un sanctuaire marial a Jérusalem	07/01/2009	Magazine	00:52:00	Association des œuvres pontificales Missionnaires		
		16/01/2009		00:52:00	Association Enfance et sainteté + Association des amis d'Anne De Guigné		
	Journée mondiale contre la lèpre	06/02/2009		00:52:00	Association Action Damien		
		07/05/2009		00:52:00	Association des œuvres mariales		
		09/10/2009		00:52:00	Association de l'Œuvre d'Orient		
		08/01/2010		00:52:00	Associations des œuvres pontificales missionnaires +		
		15/01/2010		00:52:00	Société Saint-Jacques (Séisme Haïti) / Aide à l'église en détresse (Séisme Haïti)		
		12/02/2010		00:52:00	Association Marie de Nazareth		
		05/03/2010		00:52:00	Association des "Prêtres pour toutes les nations" / Association Corpus		
		12/03/2010		00:52:00	Association "Le droit de décider" / Association "A bras ouvert" / Office chrétien des personnes handicapées		
	23/03/2010	00:52:00	Association "Alliance pour les Droits de la vie"				
LES ENFANTS D'ABRAHAM		14/09/2009	Magazine	00:52:00	Fondation Scelles (contre la traite des êtres humains)		
		03/11/2009		00:52:00	Institut Montaigne		
		24/11/2009		00:52:00	Samu Social / Association des parents gays et lesbiens		
		16/03/2010		00:52:00	Association Respectons la terre		
		30/03/2010		00:52:00	Association pour la protection des animaux sauvages / Association Coexister		
POLITIQUEMENT PARLANT		20/10/2009	Magazine	00:52:00	Association génération précaire		
		01/12/2009		00:52:00	Association AIDES		
		30/03/2010		00:52:00	Association club de la presse		
BUSINESS	Peut-on faire confiance aux associations caritatives ?	18/01/2010	Magazine	00:26:00	Secours Populaire / AFM / Médecins sans Frontières / Comité de la Charte	Non	
	La face cachée du commerce canin	03/05/2010		00:26:00	Association Stéphane Lamart pour la défense des animaux / Association Nationale contre le Trafic des Animaux de Compagnie / SPA / Société Nationale de Défense des Animaux	Non	
		12/04/2009	Magazine	00:26:00	Cheval Dire	Non	Synthé
		26/04/2009		00:13:00	Parc Chalandes		
		01/09/2009		00:26:00	Association ATEA		
				00:26:00	Ferme de la nature		
LES PERLES DU NET		09/01/2009	Divertissement - Jeux	01:30:00	Association ELA - ledondelachance.com	OUI	Synthé déroulant
		06/11/2009		01:30:00	Association l'ange bleu	Non	
		22/01/2010		01:30:00	Association enfants stars et match	Non	
		05/02/2010		01:30:00	Association Grégory Lemarchal	Non	
		19/02/2010		01:30:00	Association la voix de l'enfant	Non	
	11/09/2010	01:30:00	Association Handicap International	Non			
PAROLE D'AFRIQUE		27/05/2009	Magazine	00:52:00	Association de la presse parafraicain	Non	
		Avril 2009		00:52:00	Association Afrique SA	Non	
		Mars 2009		00:52:00	Cap Afrique	Non	
TOUS LES GOUTS SONT DANS LA CULTURE		24/03/2010	Magazine	00:26:00	Association Les plits cracks	Oui	Synthé déroulant
FEMMES D'EXCEPTION		01/04/2009	Magazine	00:26:00	Association Laurette Fugain	OUI	Synthé déroulant
FOOT FEMININ		27/03/2010	Sport	00:02:00	Sidaction		Synthé déroulant
MESSAGES D'INTERET GENERAL	Institut National du Cancer, Ministère de l'écologie et du développement durable, Sidaction, Pasteurdon, La ville de Suresnes se mobilise pour Haïti, Internet sans crainte, ANIA, programme européen de lutte contre le tabagisme, ARC ...	2009		14:17:29			
		1er trimestre 2010		1:54:40			

En rouge , les émissions diffusées en premiere partie de soirée.

Total

43:13:09

PRESENCE DES ASSOCIATIONS SUR L'ANTENNE DES TELEVISIONS HERTZIENNES NATIONALES EN 2009-2010

GULLI

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
MESSAGE D'INTERET GENERAL		2009		7:13:03			
MESSAGE D'INTERET GENERAL		1er trimestre 2010		2:00:17			
Pasteurdon		oct-09	programmes courts	01:30	Institut Pasteur	oui	soutenir les chercheurs de l'institut Pasteur
Portraits / autoportrait		nov-09	programmes courts	01:00	UNICEF		commémorer le 20ème anniversaire de la convention des droits de l'enfant
Gulli Mag	Opération Frimousses UNICEF	14/01/2009	magazine	01:13	UNICEF		Reportage sur l'action de l'association
Gulli Mag	Opération Cahier Vert avec N Vannier	25/02/2009	magazine	01:40	Association N Vannier		Reportage sur l'action de l'association
Gulli Mag	Opération Cahier Vert avec N Vannier, épisode 2	04/03/2009	magazine	01:41	Association N Vannier		Reportage sur l'action de l'association
Gulli Mag	Handicirque	09/04/2009	magazine	02:30	Handicirque		Reportage sur l'action de l'association
Gulli Mag	Vitality Tour	07/06/2019	magazine	01:30	Association Vitality		Reportage sur l'action de l'association
Gulli Mag	Internet sans crainte	11/09/2009	magazine	02:08	Association Internet sdans crainte		Reportage sur l'action de l'association
Gulli Mag	Droits des enfants	19/11/2009	magazine	01:20	UNICEF		Reportage sur l'action de l'association
Gulli mag	Cadeaux Solidaires	28/12/2009	magazine	01:02	UNICEF		Reportage sur l'action de l'association
Gulli mag	Droits des enfants	21/01/2010	magazine	01:54	UNICEF		Reportage sur l'action de l'association
Gulli mag	Semaine du Goût	02/02/2010	magazine	01:46	Association Semaine du Goût		Reportage sur l'action de l'association
Gulli mag	Vitality Tour	24/03/2010	magazine	01:32	Association Vitality		Reportage sur l'action de l'association
Fais-moi signe	Langue des signes	à partir du 02/01/10	magazine	03:00	Association IVT		Pour promouvoir l'apprentissage de la langue des signes en tant que langue vivante
FORT BOYARD		02/01/2009	Jeu	02:00:00	POUSSE DE BAMBOU		Soutenir l'association
FORT BOYARD		08/02/2009	Jeu	02:00:00	ASSOCIATION LE SOURIRE DE LUCIE		Soutenir l'association
FORT BOYARD		13/02/2009	Jeu	02:00:00	ASSOCIATION PERCE NEIGE		Soutenir l'association
FORT BOYARD		22/02/2009	Jeu	02:00:00	ASSOCIATION DES PAPILLONS DE CHARCOT		Soutenir l'association
FORT BOYARD		01/03/2009	Jeu	02:00:00	JUSTE POUR EUX		Soutenir l'association
FORT BOYARD		08/03/2009	Jeu	02:00:00	AIRG		Soutenir l'association
FORT BOYARD		05/04/2009	Jeu	02:00:00	Neurofibromatoses Etrecklinghausen		Soutenir l'association
FORT BOYARD		12/04/2009	Jeu	02:00:00	EQUIPE FONDATION POUR LA RECHERCHE MEDICALE		Soutenir l'association
FORT BOYARD		19/04/2009	Jeu	02:00:00	ASSOCIATION ARC EN CIEL		Soutenir l'association
FORT BOYARD		26/04/2009	Jeu	02:00:00	DEMAIN DEBOUT		Soutenir l'association
FORT BOYARD		03/05/2009	Jeu	02:00:00	REVES		Soutenir l'association
FORT BOYARD		25/10/2009	Jeu	02:00:00	ASSOCIATION LES AILES BRISEES		Soutenir l'association
FORT BOYARD		01/11/2009	Jeu	02:00:00	ASSOCIATION NAEVUS 2000		Soutenir l'association
FORT BOYARD		20/12/2009	Jeu	02:00:00	ENFANCE MAJUSCULE		Soutenir l'association
FORT BOYARD		27/12/2009	Jeu	02:00:00	ASSOCIATION MECENAT CHIRURGIE CARDIAQUE		Soutenir l'association
FORT BOYARD		03/01/2010	Jeu	02:00:00	ASSOCIATION CALCUTTA		Soutenir l'association
FORT BOYARD		12/02/2010	Jeu	02:00:00	ASSOCIATION J'AI UN REVE		Soutenir l'association
FORT BOYARD		19/02/2010	Jeu	02:00:00	ASSOCIATION ACTION INNOCENCE		Soutenir l'association
FORT BOYARD		26/02/2010	Jeu	02:00:00	ASSOCIATION FXB :		Soutenir l'association
FORT BOYARD		05/03/2010	Jeu	02:00:00	ASSOCIATION MAKE-A-WISH FRANCE		Soutenir l'association
Trop la pêche	équilibre alimentaire	févr-10	magazine	00:01:30	ANIA		favoriser le bon équilibre alimentaire
Appel à un rassemblement contre la déforestation	environnement	avr-09	programme court	00:01:00	Planète Urgences		Gulli soutient la Journée mondiale de la Terre

## ETAT DES LIEUX DE LA PRESENCE DES ASSOCIATION SUR L'ANTENNE NRJ12 2009/2010

EMISSION	EPISODE	ASSOCIATION	APPEL AU DON	DIFFUSION	GENRE
TELELEMENT VRAI	Les célébrités de cœur	- La Croix rouge française - Make a wish - Unicef - Les Restos du coeur		2009/2010	Magazine
TELELEMENT VRAI	Etre une famille de cœur	La chaine de l'espoir		2009/2010	Magazine
LA VIE D'AUJOURD'HUI	Maigrir pour mieux vivre	- Handicap international - Manger bouger		2009/2010	Magazine
LA VIE D'AUJOURD'HUI	Maigrir pour mieux vivre : 1 an après	- Mission Locale de St Nazaire - Manger bouger		2009/2010	Magazine
LA VIE D'AUJOURD'HUI	Tout pour plaire	Conseil national des médecins.fr		2009/2010	Magazine
AMNESIA	Franck Dubosc	Les copains d'Elsa		2009	Divertissement
AMNESIA	Christine Bravo	Village Terrané		2009	Divertissement
AMNESIA	Jean-Luc Lemoine	Association Robert Debré		2009	Divertissement
AMNESIA	Eve Angéli	SPA de Pierrelatte		2009	Divertissement
AMNESIA	Manu Payet	Un cœur pour la paix		2009	Divertissement
MISTER FRANCE 2010	Mister France 2010	SOS Village d'enfant Tahiti		2010	Divertissement
CHARITY POKER FESTIVAL	Charity poker festival	- Venice family clinic - Actor's gang - Oasis preserve international - Enfant et santé - Hawn foundation		2009	Divertissement
NRJ D'ENTREPRENDRE	10 épisodes	Collectif liberté d'entreprendre		2009	Magazine
ET TOI TU MANGES QUOI?	16 épisodes	Manger Bouger		2009/2010	Message d'intérêt général
PASTEURDON	9 Clips	Institut Pasteur	x		Message d'intérêt général
SIDACTION	Habillage antenne	Appel au 110	x	2009/2010	Message d'intérêt général

SIDACTION	Spot Remerciements	Appel au 110	x	2010	Message d'intérêt général
MESSAGE D'INTERET GENERAL	Spot CSA Grippe	INPES		2009	Message d'intérêt général
MESSAGE D'INTERET GENERAL	Spot CSA Internet Sans crainte	INPES		2009/2010	Message d'intérêt général
LIVE JT 04/09/09 > <b>12 INFOS</b> PORTE DE VERSAILLES	BLOUSES ROSES	Association Les blouses roses		2009	Information
LIVE JT 21/09/09 > <b>12 INFOS</b> GRAND REX 75002	RETOUR SUR CONCERT PEACE ONE DAY	Association Peace One Day		2009	Information
LIVE JT 22/09/09 > <b>12 INFOS</b> HOTEL MEURICE 75001	SOIREE MAKE A WISH	Make a wish		2009	Information
LIVE JT 24/09/09 > <b>12 INFOS</b> NANTERRE 92	DAVID GUETTA ET VALERIE DAMIDOT A NANTERRE	Association Zyva		2009	Information
LIVE JT 01/10/09 > <b>12 INFOS</b> RUE DE L'OBSERVATOIRE 75006	KOFI ANNAN ET STARS LANCENT BEDS ARE BURNING	Beds are burning (réchauffement climatique)		2009	Information
12 INFOS 02/10/09	12+1 - FRANCOIS XAVIER DEMAISON	Association Handigrafik		2009	Information
LIVE JT 05/10/09 > <b>12 INFOS</b> CHATEAU DE VINCENNES 94	OFF COURSE EN ROSE	Institut Gustave Roussy		2009	Information
12 INFOS 28/10/09 APTN	OFF MADONNA AU MALAWI	Association Aide au Malawi		2009	Information
12 INFOS 13/10/09 APTN	OFF ORLANDO BLOOM AMBASSADEUR DE L ONU	UNICEF		2009	Information
LIVE JT 02/11/09 > <b>12 INFOS</b> PLACE DES VOSGES 75004	JEUDI NOIR REQUISITION PLACE DES VOSGES	Association Jeudi noir		2009	Information
LIVE JT 10/11/09 > <b>12 INFOS</b> PETIT PALAIS 75008	POUPEES CREATEURS POUR UNICEF	UNICEF		2009	Information
12 INFOS 16/11/09 APTN	OFF MADONNA AU BRESIL	Association Aide au Malawi		2009	Information
LIVE JT 17/11/09 > <b>12 INFOS</b>	VENTE AUX ENCHERES BERGE SAINT LAURENT	Fondation Bergé-St Laurent		2009	Information
12 INFOS 17/11/09 APTN	LIVE FROM NEW YORK - FONDATION CONTRE SIDA	Fondation contre le Sida		2009	Information

12 INFOS 17/11/09 APTN	OFF EVA LONGORIA PHILANTROPE DE L'ANNEE	Pour la cause de la communauté latino		2009	Information
LIVE JT 19/11/09 > <b>12 INFOS</b> CHAMP DE MARS 75007	SOS VILLAGES D ENFANTS	SOS Village d'enfants		2009	Information
12 INFOS 23/11/09 AFP/NRJ PARIS	20H60S - 23/11/09 PORTABLE URGENCE FEMMES BATTUES POLEMIQUE BERGE TELETHON CAMPAGNE SOURDS CSA	- Urgences femmes battues - Téléthon -Campagne sourds et malentendants CSA		2009	Information
LIVE JT 20/11/09 > <b>12 INFOS</b> MUSEE QUAI BRANLY 75007	20 ANS UNICEF MUSEE QUAI BRANLY	UNICEF		2009	Information
LIVE JT 30/11/09 > <b>12 INFOS</b> RUE D ALLERAY 75015	LANCEMENT CAMPAGNE RESTOS DU COEUR 2009-10	Restos du cœur		2009	Information
12 INFOS 30/11/09 AFP/NRJ PARIS	20H60S - 30/11/09 CAMPAGNE RESTOS DU COEUR POLLUTION FIOUL EN VENDEE	Restos du cœur		2009	Information
LIVE JT 01/12/09 > <b>12 INFOS</b>	CLIP AIDES ARTISTES MOBILISES CONTRE LE SIDA	Aids		2009	Information
12 INFOS 01/12/09 APTN	OFF BONO ET DIDIER DROGBA MOBILISES CONTRE VIH	Aids		2009	Information
12 INFOS 04/12/09AFP/NRJ PARIS	20H60S - 04/12/09DEBUT TELETHON	Téléthon		2009	Information
12 INFOS 04/12/09	OFF BONO ENGAGE LADY GAGA CONTRE LE SIDA	Aids		2009	Information
12 INFOS 13/01/10 AFP/NRJ PARIS	20H60S - 13/01/10 SEISME HAITI ASSISTANCE INTERNATIONALE HAITI ASSISTANCE FAMILLES FRANCAISES	Haiti		2010	Information
12 INFOS 14/01/10 IMAGES : AFP/NRJ PARIS	20H60S - 14/01/10 HAITI SUITE PBS SANITAIRES ET SECURITE HAITI AIDE INTERNATIONALE HAITI	Haiti		2010	Information

12 INFOS 14/01/10 IMAGES : ILLUSTRATION	OFF STARS AUSSI SE MOBILISENT POUR HAITI	Haiti		2010	Information
12 INFOS 15/01/10 IMAGES : ILLUSTRATION	OFF TELETHON ANIME PAR CLOONEY POUR HAITI	Haiti		2010	Information
12 INFOS 15/01/10 IMAGES : AFP / NRJ PARIS	20H60S - 15/01/10 (SOLIDARITE HAITI)	Haiti		2010	Information
12 INFOS 18/01/10 IMAGES : AFP / NRJ PARIS	20H60S - 18/01/10 HAITI SUITE	Haiti		2010	Information
12 INFOS 19/01/10 IMAGES : AFP / NRJ PARIS	20H60S - 19/01/10 SUITE HAITI	Haiti		2010	Information
12 INFOS 20/01/10 IMAGES : AFP/NRJ PARIS	20H60S - 20/01/10 HAITI SUITE, NOUVELLE SECOURSSE	Haiti		2010	Information
12 INFOS 21/01/10 IMAGES : AFP/NRJ PARIS	20H60S - 21/01/10 (SOLIDARITE HAITI)	Haiti		2010	Information
12 INFOS 21/01/10 IMAGES : INTERNET	BUZZ - OFF+IN SINGLE RIHANNA POUR HAITI	Haiti		2010	Information
12 INFOS 21/01/10 IMAGES : ILLUSTRATION	OFF TELETHON HAITI EN MONDOVISION	Haiti		2010	Information
12 INFOS 22/01/10 IMAGES : APTN	PLANETE PEOPLE - 22/01/10			2010	Information
12 INFOS 22/01/10 IMAGES : AFP/NRJ PARIS	20H60S - 22/01/10 (SOLIDARITE HAITI)	Haiti		2010	Information
12 INFOS 25/01/10 IMAGES : AFP/NRJ PARIS	20H60S - 25/01/10 (SOLIDARITE HAITI)	Haiti		2010	Information
12 INFOS 25/01/10 IMAGES : INTERNET	OFF QUATUOR EXCEPTIONNEL POUR HAITI	Haiti		2010	Information
12 INFOS 26/01/10 IMAGES : AFP/NRJ PARIS	20H60S - 26/01/10 HAITI REUNION A NY EN MARS	Haiti		2010	Information
LIVE JT 29/01/10 > 12 INFOS PAVILLON D ARMENONVILLE 75016	DINER DE LA MODE 2010	Sidaction		2010	Information

12 INFOS 16/02/10 IMAGES : NRJ PARIS	OFF+IN HAITI DESOLE	Haiti		2010	Information
LIVE JT 16/02/10 > <b>12 INFOS</b> PALAIS DE TOKYO 75016	ENCHERES EVENEMENT TAGS ET GRAFF POUR SIDACTION	Sidaction		2010	Information
12 INFOS 22/02/10 IMAGES : APTN + ILLUSTRATION	PLANETE PEOPLE - 22/02/10 RICKY MARTIN POUR HAITI	Haiti		2010	Information
12 INFOS 12/03/10 IMAGES : ILLUSTRATION	OFF LES ENFOIRES DVD DEMAIN	Restos du cœur		2010	Information
12 INFOS 15/03/10 IMAGES : INTERNET	OFF AGASSI SEMPRAS FEDERER ET NADAL POUR HAITI	Haiti		2010	Information
12 INFOS 26/03/10 IMAGES : AFP/NRJ PARIS	20H60S - 26/03/10 SIDACTION PENDANT 3 JOURS	Sidaction		2010	Information
12 INFOS 29/03/10 IMAGES : AFP/NRJ PARIS	20H60S - 29/03/10 SIDACTION BAISSSE DES DONS	Sidaction		2010	Information
12 INFOS 31/03/10 IMAGES : AFP/NRJ PARIS	20H60S - 31/03/10 CONFERENCE ONU HAITI	Haiti		2010	Information
12 INFOS 06/04/10 IMAGES : APTN	PLANETE PEOPLE - 06/04/10 MADONNA AU MALAWI	Association Aide au Malawi		2010	Information
12 INFOS 12/04/10 IMAGES : APTN	OFF HAITI 3 MOIS APRES SEISME SHAKIRA S PENN	Haiti		2010	Information
LIVE JT 13/04/10 > <b>12 INFOS</b> SIEGE UNESCO 75007	FLAMME MARIE CLAIRE	Flamme Marie Claire / La chaine de l'espoir		2010	Information
LIVE JT 15/04/10 > <b>12 INFOS</b> RUE BOILEAU 75016	ESTELLE LEFEBURE VISITE NRJ AVEC DES ADOS	Maison des adolescents du Havre		2010	Information
LIVE JT 16/04/10 > <b>12 INFOS</b> PALAIS DE TOKYO 75007	DOUDOUS DE STARS VENTE AUX ENCHERES	Association Les toiles enchantées (Alain Chabat)		2010	Information
12 INFOS 03/05/10 IMAGES : APTN	OFF STARS MONDIALES CONTRE VIH	Aids		2010	Information
LIVE JT 06/05/10 > <b>12 INFOS</b> MUSEE QUAI BRANLY 75007	ZIDANE ET PPDA POUR ELA	Association ELA		2010	Information

LIVE JT 11/05/10 > <b>12 INFOS</b> CAFE BARGE 75012	PATRICK CHESNAIS ASSOCIATION FERDINAND	Association Ferdinand		2010	Information
12 INFOS 14/06/10 IMAGES : AFP/NRJ PARIS	20H60S - 14/06/10 JOURNEE DON DU SANG	Fédération française du don du sang		2010	Information
12 INFOS 24/06/10	PLANETE PEOPLE - 24/06/10 ARTHUR D BOON BOUJENAH CASINO DE PARIS	Fondation France-Israël et de l'association Hadassah France pour lutter contre les maladies neurodégénératives.		2010	Information
LIVE JT 25/06/10 > <b>12 INFOS</b> HIPPODROME DE LONGCHAMP 75016	SOLIDAYS 2010 OUVERTURE	Solidays		2010	Information
LIVE JT 28/06/10 > <b>12 INFOS</b> HIPPODROME DE LONGCHAMP 75016	SOLIDAYS 2010	Solidays		2010	Information
12 INFOS 28/06/10	PLANETE PEOPLE - 28/06/10 KYLIE MINOGUE VEND ROBE JPG GALA AMFAR	AMFAR (The Foundation for AIDS research)		2010	Information
12 INFOS 29/06/10 IMAGES : AFP/NRJ PARIS	20H60S - 29/06/10 RSF MOBILISATION OTAGES	Reporters sans frontières		2010	Information
12 INFOS 29/06/10	PLANETE PEOPLE - 29/06/10 KYLIE MINOGUE CONCERT GAY PRIDE EVA LONGORIA TONY PARKER GALA DU COEUR	Gay pride / marche des fiertés - Make a wish		2010	Information
12 INFOS 10/11/09 AFP / NRJ PARIS	20H60S - 10/11/09 OBESITE EN HAUSSE EN France	Association CNAO (Collectif National des Associations d'Obèses)		2010	Information
12 INFOS 03/12/09 AFP	OFF MANGE T ON BIEN DANS LES CANTINES FRANCAISES	Manger Bouger		2010	Information / intérêt général
12 INFOS 22/01/10 IMAGES : AFP/NRJ PARIS	20H60S - 22/01/10	Pour l'adoption des enfants haitiens		2010	Information
12 INFOS 25/06/10 IMAGES : AFP/NRJ PARIS	20H60S - 25/06/10 CHARTRE ALIMENTAIRE CSA	Manger Bouger		2010	Information / intérêt général

PRESENCE DES ASSOCIATIONS SUR L'ANTENNE DES TELEVISIONS HERTZIENNES NATIONALES EN 2009-2010

**VIRGIN 17 devenue DIRECT STAR**

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
RESTOS 20 ANS DÉJÀ		01/12/2009	Documentaire	52'	Les restos du cœur	non	
Tous dans le même bateau, spectacle des enfoirés 2002		01/12/2009	Concert	2h15'	Les restos du cœur	non	

## NT1 et TMC

Date	Chaîne	Horaire diffusion	Programme	Nom de l'association
2009	NT1	Première partie de soirée	MISSION SAUVAGE - Hélène Segara	ElefantAsia
2009	NT1	Première partie de soirée	MISSION SAUVAGE - Astrid Veillon	Ikamaperu
2009	NT1	Première partie de soirée	MISSION SAUVAGE - Nadiya	Te mana o te moana (via le centre vétérinaire Moorea Dolphin Center)
2009	NT1	Deuxième partie de soirée (21h30)	MISSION SAUVAGE - Hélène Segara (rediff)	ElefantAsia
2009	NT1	Première partie de soirée	MISSION SAUVAGE - Ingrid chauvin	Western Cape Cheetah Conservation
2009	NT1	Deuxième partie de soirée (21h30)	MISSION SAUVAGE - Astrid Veillon (rediff)	Ikamaperu
2009	NT1	Diffusion journée (14h00)	MISSION SAUVAGE - Nadiya (rediff)	Te mana o te moana (via le centre vétérinaire Moorea Dolphin Center)
2009	NT1	Diffusion journée (15h00)	MISSION SAUVAGE - Hélène Segara (rediff)	ElefantAsia
2009	NT1	Diffusion journée (15h00)	ON VA TOUT VOUS DIRE « Quand les stars passent à l'action »	Associations diverses
2009	TMC	Première partie de soirée	90'Enquête « Français sous surveillance »	Dominique Legrand, Président de l' <b>Association nationale des villes vidéo surveillées</b>
2009-2010	TMC	-	90'Enquête Intervention ponctuelle d'experts dans des sujets sur la consommation	<b>UFC Que choisir</b> <b>60 millions de consommateurs</b>
06/01/2010	TMC	Première partie de soirée	90'Enquête « Alcool et jeunes »	Alain CALLES. <b>Association Vie Libre, Montreuil</b> . Mouvement d'anciens buveurs.  Renaud BOUTHIER. <b>Association Avenir Santé, Lyon</b> . Prévention de l'alcoolisme chez les jeunes.
18/05/2010	TMC	Première partie de soirée	90'Enquête « Construire sa maison seul »	Réseau français de la construction en paille « <b>Les Compailleurs</b> »
08/06/2010	TMC	Première partie de soirée	90'Enquête « Arnaque à la formation »	<b>Génération Précaire</b> . Collectif étudiant (défense du statut des stagiaires). <b>Jeudi Noir</b> . Collectif étudiant (droit au logement).

PRESENCE DES ASSOCIATIONS SUR L'ANTENNE DES TELEVISIONS HERTZIENNES NATIONALES EN 2009-2010

W9

Emissions	Sujets	Dates de diffusion	Genre	Durée	Associations concernées	Appels aux dons	Contexte
<b>ANNEE 2009</b>							
ENQUETE D'ACTION	Paris Enquête sur la face cachée de la capitale	16/10/2009	Magazine	6 diffusions	invité plateau Claude ROMEO, Directeur de la protection des mineurs isolés étrangers à l'Association France Terre d'Asile		
ENQUETE D'ACTION	Déco, marchés aux puces, trafic et arnaques	30/10/2009	Magazine	5 diffusions	témoïn, le Directeur de Sauve qui peut (Association qui milite pour la défense des biffins)		
EN QUETE D'ACTION	Noël, la folie des achats	18/12/2009	Magazine	4 diffusions	Sac à Sapin		
SIDACTION Ensemble contre sida 2009		19/03 au 23/03/2009	Autres émissions MIG	15 passages			
CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRACIEUSE		07/02/2009		2 passages	ASSOCIATION RMC BFM		
CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRACIEUSE		07/03 au 17/03/2006		28 passages	AGENCE DE LA BIOMEDECINE		
CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRACIEUSE		23/03 au 05/04/2009		10 passages	ARTHRITIS FONDATION COURTIN		
CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRACIEUSE		04/05/ au 10/05/2009		10 passages	ACTION INNOCENCE		
CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRACIEUSE		15/06 au 30/06/2009		10 passages	ARTHRITIS FONDATION COURTIN		
CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRACIEUSE		15/06 au 31/08/2009		10 passages	PLAN INTERNATIONAL		
CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRACIEUSE		17/06 au 26/06/2009		20 passages	MAUD FONTENOY FONDATION		
CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRACIEUSE		01/10 au 20/10/2009		18 passages	ACTION CONTRE LA FAIM		
CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRACIEUSE		05/10 au 11/10/2009		10 passages	INSTITUT PASTEUR "Pasteurdon"		
CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRACIEUSE		08/12 au 14/12/2009		4 passages	SURFRIDER FOUNDATION		
CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRACIEUSE		11/12 au 20/12/2009		8 passages	CROIX ROUGE FRANCAISE		
<b>ANNEE 2010 1er janvier - 30 juin</b>							
SIDACTION Ensemble contre sida 2010		25/03 au 29/03/2010	Autres émissions MIG	18 passages	mobilisation des animateurs de la chaîne pour le SIDACTION 2010		
CONCERT POUR LA TOLERANCE		16/01/2010	Spectacle Concert	2 diffusions	enregistré au Maroc à Agadir, promotion de la diversité.		
CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRACIEUSE		14/01 au 05/02/2010		57 passages	Appel aux dons / Plan Unicef Haiti		
CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRACIEUSE		06/03 au 20/03/2010		30 passages	CNIL - Internet sans garantie		
CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRACIEUSE		13/03 au 15/03/2010		5 passages	EMI - LES ENFOIRES		
CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRACIEUSE		15/03 au 31/03/2010		15 passages	ASSOCIATION DES DROITS DES NON-FUMEURS		
CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRACIEUSE		25/03 au 28/03/2010		10 passages	SIDACTION 2010		
CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRACIEUSE		03/05 au 09/05/2010		10 passages	FONDATION ABBE PIERRE		
CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRACIEUSE		12/07 au 25/07/2010		2 passages	ASSOCIATION RMC / BFM		
VIES CROISEES	Avec le Smic: comment préserver la famille quand on a tout perdu?	09/06/2010	Magazine	2 diffusions	ASSOCIATION EMMAUS / LE SECOURS POPULAIRE		
DESTINS EXTRAORDINAIRES	La vraie vie des stars	23/05/2010	Magazine	1 diffusion	ASSOCIATION L'HEURE JOYEUSE		
DESTINS EXTRAORDINAIRES	Héros anonymes	30/05/2010	Magazine	1 diffusion	GREENPEACE / SEA SHEPERD		
ENQUETE D'ACTION	Français mal logés, ils se battent pour un toit	05/02/2010	Magazine	4 diffusions	invité Patrick Doutréigne, délégué général de la Fondation Abbé Pierre, membre du comité d'évaluation et de suivi de l'Agence nationale de rénovation urbaine.		
ENQUETE D'ACTION	Police secours, pompiers; l'urgence au quotidien	26/02/2010	Magazine	4 diffusions	invité Fabien Senet, membre de Pompier Sans Frontières sur Haïti	synthé : Opération chaîne solidarité pour Haïti	
ENQUETE D'ACTION	Six mois au cœur d'une prison	02/04/2010	Magazine	5 diffusions	invités Pierre Botton, chargé de mission sur l'humanisation de la détention et président de l'association "Prison de cœur", et Laurent Jacqua, écrivain et militant de Ban Public et Act Up		
ENQUETE D'ACTION	Logement, quand le rêve tourne au cauchemar	09/04/2010	Magazine	4 diffusions	invité Ginette Léger, Fondatrice de l'Association des amis de Jacky		

<b>CHIFFRES CLES SUR LA VIE ASSOCIATIVE</b>
---

<b>Nombre d'associations</b>		
Enquête CNRS Matisse 2000		880 000
Enquête CNRS Matisse CES 2005		1,1 million
ARUP (Min.Int., 2009)		1968
Durée de vie (CES 2005)	La moyenne d'âge des associations en activité est de :	26 ans
Territoire d'intervention (CES 2005)		La moitié des associations a pour territoire d'intervention la commune
Nombre de créations Données Recherches et Solidarités 2008	1995-96 2007-08	67350 72276 (+6% depuis 2005-2006)
Répartition des créations sur dix ans (1995-2004) Données CERPHI	Culture 21,3 % Loisirs 14,4 % Social 15,9 % Sports 12,6 % Recherche 10,6 % Autres 25,2 % Ensemble 100 %	(200 732) (135 922) (148 844) (118 800) (100 286) (238 460) 943044
Nombre d'associations par secteur Enquête CES 2005	Sports Culture Loisirs Défense des droits et des causes Action sociale et santé Action humanitaire Education, formation et insertion Défense des intérêts économiques et développement local Autres	24% 19% 18% 15% 11% 4% 4% 4% 1%
Evolution annuelle selon le secteur Enquête CES 2005	Défense des intérêts économiques Action humanitaire Sports Action sociale/santé Culture Défense des droits et intérêts Loisirs Education/insertion/formation	12,1% 8,7% 5,9% 5,7% 5,1% 3% 1,5% - 2,7%
<b>Adhésions</b> INSEE (2002)		21,6 millions soit 4 Français sur 10

Évolution		Chiffre constant depuis 1997, en légère augmentation, due à la participation active des 60-69 ans qui entraîne une augmentation sensible de l'âge moyen des adhérents
Longévité de l'adhésion		Seuls 50% des adhérents le sont depuis 5 ans ou plus
Adhésion moyenne par adhérent		1,4 association
Secteurs d'adhésion	associations sportives et culturelles associations de défense de droits associations de convivialité	37% des adhésions 36% des adhésions 27% des adhésions
Formes d'adhésion		55% des adhérents sont bénéficiaires ou participants
<b>Bénévoles associatifs</b> Enquête CES 2005		14 millions de bénévoles
Temps consacré Enquête CES 2005		935 000 ETP
Bénévolat régulier (Insee 2002)	Se <u>déclarent</u> réguliers Les bénévoles les plus engagés sont :	34% des bénévoles 1,7 million soit 12% des bénévoles qui consacrent au moins 16 heures par mois
Secteurs prépondérants du bénévolat	secteur du sport secteur de la culture	29% du temps de bénévolat en ETP 16% du temps de bénévolat en ETP
Valorisation monétaire du bénévolat formel dans les associations Estimation de L. Prouteau à partir des données de l'Insee de 2002		Entre 10 et 15 Md €
<b>Associations employeurs</b> Enquête CES 2005		172 000 soit 16% des associations
Salariés Enquête CES 2000 Enquête CES 2005	Nombre ETP	1,6 million 1,9 million 1 million
Répartition par secteur et ETP Enquête CES 2005	Secteur sanitaire et social Education, formation, insertion	49% 17,3%

Evolution de l'emploi Enquête CES 2005		La progression des salariés associatifs (+2,5% par an) est plus de 2 fois plus importante que la moyenne nationale de l'emploi salarié (+1,1% par an)
Répartition des associations employeurs en fonction du nombre de salariés	1 à 2 salariés 3 à 9 salariés 10 à 99 salariés 100 et plus	44% des associations employeurs 30% 24% 2%
<b>Budget moyen annuel</b> Enquête CES 2005	BM associations sans salariés BM associations employeurs	11 700€ 282 000€
Répartition des associations par la taille de leur budget Enquête CES 2005	Moins de 1 000 euros 1 000 à 10 000 euros 10 000 à 50 000 euros 50 000 à 200 000 euros 200 000 à 500 000 euros 500 000 euros et plus	15% 47% 26% 7% 3% 2%
Ressources budgétaires Enquête CES 2005	Ressources publiques par origine : dont Communes Etat Départements Régions Organismes sociaux Europe Autres ressources publiques	51 %  14% 12% 10% 4% 7% 1% 3%
Enquête CES 2005	Ressources privées dont recettes d'activité cotisations mécénat d'entreprise dons	49%  32% 12% 3,7% 1,3%
Enquête CES 2005	Total	59,3 Md €
Montant dons annuels Recherches et solidarités (2010)	Dons déclarés en 2008 Nombre de foyers fiscaux déclarant des dons	1,77 Md € 6 millions
DGI	Dons déclarés par les particuliers en 2007	1,65 Md €
DGI	Nombre de foyers fiscaux déclarant un don en 2007	5,8 millions
Cerphi (estimation 2005)	Estimation du don moyen Dons déclarés par les particuliers Montant total (dons déclarés et non déclarés)	280 € 1,5 Md € 2,5 Md €

Recherches et solidarités (2010) Admical (estimation 2008) Estimation 2010	Montant total (dons déclarés et non déclarés en 2008) mécénat d'entreprises (déclaré et non déclaré) En baisse, surtout chez les PME	3,2 Md € 2,5 Md € 2 Md €
<b>Contribution au PIB</b>	Associations employeurs (Kaminski, 2003) Bénévolat (Prouteau, 2004)	3% PIB + 0,75 à 1% PIB
<b>A titre de comparaison</b>	Tourisme Transports  BTP	6,2% PIB en 2007 12% du PIB 4,4% de l'effectif salariés 1 million d'ETP en 2007 1,2 million de salariés en 2002
<b>Mises à disposition</b> Enquête CES 2005	Nombre d'emplois mis à disposition dans les associations	139 600 soit 56 400 ETP
<b>Fondations</b> Min.Int. 2009  JO 2009 Observatoire Fondation de France 2007	Fondations RUP Fondations d'entreprises Fonds de dotation Fondations abritées (hors Institut de France)	559 235 23 709

JORF n°0220 du 22 septembre 2010

Texte n°1

CIRCULAIRE

**Circulaire du 20 septembre 2010 relative aux concours des sociétés du secteur public de la communication audiovisuelle aux campagnes d'intérêt général faisant appel à la générosité publique**

NOR: PRMX1024180C

Paris, le 20 septembre 2010.

Le Premier ministre à Madame et Monsieur les ministres d'Etat, Mesdames et Messieurs les ministres

Texte abrogé : circulaire du 30 novembre 2005 relative aux concours des sociétés du secteur public de la communication audiovisuelle aux campagnes d'intérêt général faisant appel à la générosité publique.

Divers organismes à but non lucratif organisent chaque année des campagnes d'intérêt général faisant appel à la générosité publique. Ils souhaitent souvent utiliser la radio et la télévision pour diffuser au public des informations sur ces campagnes et les actions qu'elles mettent en valeur.

La présente circulaire, qui abroge les instructions mentionnées ci-dessus, précise les procédures et conditions visant à déterminer un ordre de priorité entre les demandes, à limiter le nombre des campagnes afin de ne pas lasser le public et à sensibiliser l'opinion aux objectifs des œuvres considérées.

Trois cas doivent être distingués :

1. Chaque année, une campagne est agréée en tant que « grande cause nationale », ce qui ouvre droit à la diffusion gratuite de messages par les sociétés publiques de radio et de télévision.

L'appel à candidatures fait l'objet d'un communiqué qui est diffusé sur le portail du Gouvernement ([www.gouvernement.fr](http://www.gouvernement.fr)).

Les demandes d'agrément doivent être adressées par les organismes intéressés, dans le mois qui suit la publication de ce communiqué, au service d'information du Gouvernement. Ce dernier instruit les dossiers.

Les cahiers des missions et des charges des sociétés nationales de programme Radio France et France Télévisions leur font obligation de diffuser gratuitement des messages de la campagne retenue. Les présidents de ces sociétés déterminent les conditions dans lesquelles ils satisfont à cette obligation.

Ces campagnes sont soumises à la réglementation applicable à la publicité, notamment à l'article 7 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 fixant les principes généraux concernant le régime applicable à la publicité et au parrainage.

Les organismes ayant bénéficié de cette assistance doivent, par la même voie, radiophonique ou télévisée, informer le public du montant des collectes réalisées et de l'affectation des dons.

2. Un nombre limité de campagnes peut également être agréé, chaque année, pour leur permettre de bénéficier d'une assistance particulière de la part des sociétés publiques de radio et de télévision.

Ces campagnes, dites « d'intérêt général », peuvent être proposées à l'agrément, dans la limite de cinq par an, selon une procédure identique à celle décrite au point 1. Les demandes d'agrément doivent également être adressées, par les organismes intéressés, au service d'information du Gouvernement.

Les sociétés du secteur public de la communication audiovisuelle citées au point 1 peuvent diffuser les messages de ces campagnes en leur appliquant un tarif spécial fixé par les régies publicitaires concernées. La réglementation relative à la publicité doit, là aussi, être respectée.

3. Les autres appels à la générosité publique peuvent faire l'objet d'informations à l'initiative des sociétés nationales de programme.

Le ministère de l'intérieur publie chaque année au Journal officiel un avis relatif au calendrier fixant la liste des journées nationales d'appel à la générosité publique. Cette liste est communiquée, pour information, aux présidents des sociétés nationales de programme de radio et de télévision. Ceux-ci sont juges de l'opportunité et des conditions dans lesquelles des informations peuvent être diffusées sur leur antenne au sujet de ces campagnes.

François Fillon

**LISTE DES GRANDES CAUSES NATIONALES**

- 2010 - Lutte contre les violences faites aux femmes
- 2009 - Don de vie don de soi
- 2008 - le Pasteurdon
- 2007 - Collectif Alzheimer
- 2006 - Collectif Egalité des chances
- 2005 - Collectif SIDA
- 2004 - Les petits frères des pauvres
- 2003 - Le Handicap
- 2002 - Egalité (contre la discrimination raciale)
- 2001 - Conférence permanente de coordinations associatives (CPCA) pour le centenaire de la loi 1901
- 2000 - La sécurité routière
- 1999 - L'esprit civique
- 1998 - Défense des droits de l'homme
- 1997 - Protection de l'enfance maltraitée
- 1996 - Les petits frères des pauvres
- 1995 - Comité d'entente des personnes handicapées et des parents d'enfants handicapés
- 1994 - Groupement d'associations à vocation sociale et caritative (UNIOPSS)
- 1993 - Comité catholique contre la faim et pour le développement
- 1992 - Agence française de lutte contre le Sida
- 1991 - Secours populaire Français
- 1990 - Union nationale des associations de parents d'enfants inadaptés (UNAPEI)
- 1989 - Ligue contre le cancer
- 1988 - Secours catholique et Fondation pour la recherche médicale
- 1987 - Médecins sans frontières et Lutte contre le SIDA



**SYNTHESE DES CONTRIBUTIONS  
DES ATTACHES AUDIOVISUELS FRANÇAIS SUR LA PRESENCE DES ASSOCIATIONS  
DANS LES MEDIAS AUDIOVISUELS  
D'AUTRES PAYS**

**Allemagne**

La présence des associations notamment caritatives dans les médias allemands est importante et institutionnalisée. Elle est le reflet d'une réelle préoccupation d'une grande partie de la population allemande, très engagée dans la vie associative.

Plusieurs chaînes allemandes, publiques ou privées, ont mis en place des moyens d'actions dans le but de collecter des dons pour les associations caritatives.

⇒ Les chaînes nationales publiques, ARD et ZDF, ont mis en place un système de loterie télévisée qui a lieu tous les mois. Les tickets sont mis en vente sur Internet et une partie des gains est reversée aux associations caritatives.

L'émission *Ein platz an der sonne*<sup>1</sup> diffusée par ARD permet de faire gagner des vacances aux téléspectateurs possesseurs de tickets gagnants.

*Aktion Mensch*<sup>2</sup>, diffusée par ZDF, s'appuie sur les dons et une partie des gains de la loterie organisée par la chaîne pour développer divers projets articulés autour d'un thème différent chaque mois. Cette émission est la plus grande organisation allemande de levée de fonds et soutient plus de 1 000 projets nationaux chaque mois.

En 2009, 5 millions d'Allemands ont participé à la loterie organisée par ZDF et 166 millions d'Euros ont été reversés à des associations au nom d'*Aktion Mensch*.

Cependant, ces deux émissions ne peuvent désormais plus faire de promotion à la télévision car une nouvelle loi interdit la publicité des jeux de hasard à la télévision. Cette interdiction risque de compromettre largement le succès des opérations et le montant des dons collectés.

⇒ Les chaînes privées

La chaîne privée Prosieben a lancé en 2003 le *Red Nose Day* qui s'inspire d'une émission homonyme diffusée par la BBC et permet de récolter des fonds pour les associations caritatives grâce notamment à la vente de nez rouges en plastique.

Au cours de cette journée, des spots publicitaires faisant appel aux dons sont retransmis sur les chaînes Prosieben. En 2009, cette émission a permis de récolter 165 000 Euros.

Par ailleurs, une campagne de collecte de dons pour les associations se déroule tout au long de l'année.

<sup>1</sup> Traduction en français : une place au soleil.

<sup>2</sup> Traduction en français : agir pour l'homme.

La chaîne RTL a instauré un marathon des dons (*Spendenmarathon*) qui a lieu chaque année en novembre. Elle est diffusée en continu pendant 24 heures et ressemble en cela au Téléthon. En douze ans d'existence, plus de 71 millions d'Euros ont été récoltés et reversés à titre principal aux associations d'aide aux enfants.

⇒ Les différentes formes d'appels aux dons

Deux formes existent : les émissions proprement dites et les spots publicitaires d'appels aux dons.

Les chaînes et les associations concluent des accords de partenariat : les associations soumettent des projets aux chaînes lesquelles assurent la promotion d'un certain nombre de projets.

Les téléspectateurs sont tenus informés de l'utilisation des dons et des suites de l'opération grâce à des bandeaux déroulants diffusés à l'antenne et des informations sur le site internet des chaînes.

⇒ La diversité des associations présentes à l'antenne

Sur une émission de type téléthon, il existe une rotation des associations présentées à l'antenne, bien que cela ne soit pas obligatoire. La chaîne s'efforce de mettre l'accent sur la promotion de nouvelles organisations caritatives.

L'émission *Aktion Mensch* organisée par ZDF alloue une partie des dons de la loterie à plus de 1 000 projets qui varient tous les mois (aide aux personnes, aide au logement, aide aux réfugiés, encadrement des jeunes...)

En cas de survenance de catastrophes naturelles, les associations retenues pour passer à l'antenne sont choisies librement. En général, chaque chaîne soutient des organisations différentes. Globalement, les associations de forte renommée internationale sont mises en avant (*Croix rouge, Caritas international...*).

Il existe en Allemagne des associations ombrelles qui répartissent les fonds entre différentes associations : à titre d'exemple, *Kindernothilfe* regroupe une grande partie des associations caritatives à destination des enfants.

Concernant les associations ne faisant pas appel à la générosité du public, il n'existe pas d'obligation de leur accorder du temps d'antenne. Néanmoins, toutes les chaînes disposant d'une licence de chaîne généraliste doivent proposer des émissions d'information d'intérêt général qui couvrent la vie politique, économique, sociale et culturelle.

Les chaînes régionales traitent beaucoup de la vie associative locale.

En outre, un groupe audiovisuel détenant plus de 25 % de parts de marché doit accorder du temps d'antenne à des tiers, qui peuvent alors être des associations.

## Canada

⇒ Emissions récurrentes :

Il n'existe pas à proprement parler de téléthon annuel, à l'échelle nationale. Ce type d'émission se fait au niveau des provinces.

Parmi les principaux téléthons, on peut citer :

- l'émission *Children Miracle Network* organise, en collaboration avec des hôpitaux pour enfants, un téléthon : le *Children's Miracle Celebration*. Cette émission annuelle est rediffusée simultanément dans plusieurs provinces au début du mois de juin.

- au Québec, le réseau de télévision TVA, appartenant au groupe Québecor, organise son propre téléthon au même moment que le téléthon anglophone, en partenariat avec la même association. De très nombreux

artistes québécois participent à l'émission. Le 6 juin 2010, plus d'un million de Dollars canadiens ont été récoltés pour les enfants malades.

- En Saskatchewan, la Fondation *Kin Canada* organise chaque année un téléthon de 20 heures : *Télémiracle*. Il est diffusé au mois de mars sur la chaîne CTV. Depuis sa création en 1977, il a récolté plus de 85 millions de Dollars canadiens, dont la somme record de 5,6 millions de Dollars canadiens en 2007.

- Dans les provinces maritimes, le téléthon *Christmas daddies* est organisé chaque année en décembre et diffusés sur les chaînes locales du groupe CTV avec pour but de venir en aide aux enfants défavorisés.

- En Colombie britannique, l'émission *Show of hearts* diffusée en février sur la chaîne Chan-TV soutient l'association *Variety – the children's charity*.

- le téléthon américain *The Jerry Lewis MDA Téléthon* est retransmis chaque année dans certaines régions du Canada. Les dons recueillis au Canada durant cette émission sont destinés aux programmes de recherche et de soutien de l'association *Dystrophie musculaire Canada*.

Les émissions consacrées aux collectes de fonds sont diffusées indifféremment sur les chaînes publiques ou privées. Certaines sont diffusées simultanément sur des chaînes publiques et privées.

⇒ L'appel aux dons :

Il peut se faire par des annonces et des spots publicitaires à la télévision et à la radio ou au cours d'émissions télévisées. Les rapports entre les chaînes et les associations se font sur la base de partenariats débouchant sur des licences contenant l'ensemble des clauses régulant l'appel aux dons.

Les chaînes récupèrent les fonds collectés au cours des émissions et les reversent ensuite aux associations.

⇒ L'information des téléspectateurs sur l'utilisation des fonds :

L'information est réalisée par le biais d'annonces au cours des émissions et par le site internet des associations.

En cas de catastrophes naturelles, des émissions ponctuelles sont diffusées pour répondre à ces situations d'urgence. Les associations sont librement choisies par les chaînes de télévision et plusieurs associations peuvent bénéficier d'appels aux dons sur une même cause.

⇒ La sélection des associations :

Le plus souvent, les organisations de renommée internationale sont sélectionnées pour maximiser la visibilité de la cause.

Il n'existe pas d'organisation ombrelle pour répartir les fonds entre les différentes associations. Les chaînes rassemblent les dons et les reversent elles-mêmes aux associations concernées. Ainsi, à la suite du tremblement de terre en Haïti, l'émission *Canada for Haïti* a été diffusée sur CBS (chaîne publique), CTV et Global TV (chaînes privées). Un grand nombre de célébrités ont participé à cette émission spéciale. Les dons recueillis auprès du public ont été reversés à de nombreux organismes comme la Croix Rouge canadienne, Vision mondiale, Care, Free ou encore l'Unicef.

Aucun texte n'impose d'accorder un temps d'antenne spécifique aux associations ne faisant pas appel à la générosité du public. Il peut exister des émissions mises en place en fonction de la demande des chaînes de télévision ou des associations.

## Etats-Unis

### ⇒ Les téléthons aux États-Unis

Aux États-Unis, il existe plusieurs téléthons, mais ils ont lieu essentiellement au niveau local.

Le plus ancien téléthon annuel, diffusé sur le même canal, sans interruption, est le téléthon local de lutte contre l'infirmité motrice cérébrale (« *Cerebral Palsy Telethon* ») diffusé par *WBAY-TV*, à Green Bay, dans le Wisconsin. Ce téléthon a débuté en mars 1954 par 22 heures d'émission consécutives. Il en est aujourd'hui à sa cinquante-sixième édition. En longévité, juste après le téléthon de Green Bay, on trouve également la « *WHAS Crusade for Children* » diffusée par la chaîne de télévision *WHAS-TV* et la radio *AM WHAS* à Louisville, dans le Kentucky. Cette « croisade pour les enfants » a débuté en octobre 1954 à Louisville et s'est, depuis, étendue au reste de l'état du Kentucky et à une partie de l'Indiana. Aujourd'hui, la « croisade pour les enfants » réunit annuellement plus de 5 millions de Dollars, et est, de ce fait, le téléthon local qui connaît le plus grand succès aux États-Unis.

Au niveau national, les téléthons sont plus rares, et ne connaissent pas le même succès ni la même notoriété que le téléthon français.

Le principal téléthon au niveau national a été créé par Jerry Lewis en 1966, sous le nom de « *Jerry Lewis MDA Telethon* », pour rassembler des fonds pour le traitement de la dystrophie musculaire. En 1966, ce téléthon a récolté 63,8 millions de Dollars.

### ⇒ Emissions organisées à la suite de catastrophes naturelles

Si les associations ou ONG américaines n'ont pas ainsi recours généralement au format du téléthon à des fins de levées de fonds régulières, il arrive en revanche que des programmes diffusés simultanément sur plusieurs chaînes, publiques et privées, soient mis en place après une catastrophe naturelle (tsunami en Indonésie, ouragan Katrina, tremblement de terre en Haïti) afin d'alimenter un fonds commun, ensuite réparti entre plusieurs ONG. Ces programmes sont souvent à l'initiative de célébrités souhaitant prêter leur image à une cause humanitaire, comme cela a été typiquement le cas pour le concert « *Hope for Haiti* » en janvier 2010 (diffusé simultanément sur ABC, CBS, NBC, Fox, CNN, MTV et BET), ou celui d'« *American Idol* », à la suite du tremblement de terre en Haïti. Il arrive également, à la suite de catastrophes naturelles, que les chaînes acceptent de donner gratuitement du temps d'audience à des ONG, mais ce cas de figure est rarissime.

On peut considérer l'opération « *Hope for Haiti* » comme une association ombrelle dont les fonds ont ensuite été répartis entre différentes ONG.

La Croix Rouge fait toujours partie des bénéficiaires et essaie généralement de limiter les autres ONG bénéficiaires à moins de 10 ; néanmoins il revient en dernier lieu aux chaînes de télévision de fixer le nombre final des organisations bénéficiaires des dons. Dans certains cas, il peut y avoir une sorte d'appel à candidatures, réservé aux ONG, pour qu'elles puissent se porter bénéficiaire de la levée de fonds. Ceux-ci sont ensuite distribués à parts égales, ou en fonction d'une formule préalablement établie. Le public effectue généralement des dons en appelant un numéro gratuit, en envoyant un SMS, ou encore en se rendant sur un site web. Les ONG visent généralement les chaînes à large audience, sans considération de leur statut public ou privé.

### ⇒ Espace publicitaire :

Il faut noter enfin que certaines ONG achètent du temps publicitaire pour mettre en avant leur travail, et il s'agit là en général de leur principale relation aux médias audiovisuels. Les ONG ayant des programmes

intéressant la politique intérieure se voient souvent accorder des plages publicitaires gratuites, toutes chaînes confondues, grâce à l'intervention de l'AdCouncil (une organisation privée, à but non-lucratif, produisant des spots publicitaires à caractère informatif, éducatif et préventif).

⇒ Un exemple d'ONG américaine très proactive dans les médias : « Save the Children »

« Save the Children » n'utilise pas la formule du téléthon ; seule la branche italienne de « Save the Children » s'en sert de manière régulière. Ce modèle est considéré comme dépassé aux Etats-Unis et ne permet pas vraiment de lever des fonds, sauf en cas de catastrophe naturelle.

« Save the Children » achète, de manière très limitée, des espaces publicitaires. Si l'ONG avait très souvent recours à ce procédé à la fin des années 1980 et au début des années 1990, force est de constater que les prix sont devenus prohibitifs et que le rapport coût-efficacité est aujourd'hui loin d'être rentable. De plus, il est très difficile de justifier auprès des donateurs de dépenser autant d'argent en matière de communication et de levée de fonds, alors que cet argent pourrait être utilisé sur des projets ayant un impact direct sur le terrain.

De fait, l'ONG a davantage recours aux médias sensibles à sa cause. « Save the Children » obtient ainsi régulièrement des *interviews* gratuites et des reportages sur son action, au journal télévisé ou lors de certaines émissions. Cette pratique est, selon l'ONG, la plus efficace en matière de levée de fonds : il suffit qu'une émission ou qu'une célébrité ait vanté les mérites de l'organisation sur une chaîne à large audience pour que l'organisation enregistre soudainement un pic dans les dons reçus. Il s'agit cependant d'un procédé très coûteux en temps et en ressources humaines, puisque 90% de l'équipe média (composée de 12 personnes) est employée à faire connaître l'action de « Save the Children » auprès des producteurs. L'ONG s'est fait un réseau de contacts dans le milieu de l'audiovisuel et se tient toujours prête à répondre à une interview. En cas de catastrophe naturelle, elle contacte elle-même les chaînes afin de leur proposer de passer à l'antenne et de parler de leurs actions sur le terrain.

L'ONG a également de plus en plus recours aux média en ligne, notamment les réseaux sociaux, ayant conscience qu'elle touche là une très forte audience. Une équipe vidéo et un studio réalisent ainsi de nombreux clips vidéo de 60 à 90 secondes, à diffuser sur *youtube*.

## Italie

⇒ Contexte :

Il existe un téléthon italien, son organisation est autonome et indépendante de l'AFM. Le téléthon existe en Italie depuis 1990 et se déroule généralement mi-décembre (en 2010 : les 11, 12 et 13 décembre). Son concept est identique à son équivalent français qu'il imite : un programme de plusieurs heures, associant chanteurs et personnalités, dans le but de récolter fonds et promesses de dons provenant d'entreprises et de particuliers. Le montant des sommes récoltées est affiché en direct sur un écran. Les audiences sont importantes et en progression (ex : soirée du 11 décembre 2009 sur Rai 1: 6,9 millions de téléspectateurs, 30% de parts de marché).

Par ailleurs, des programmes de solidarité faisant appel à la générosité des téléspectateurs peuvent aussi être organisés spontanément après de grandes catastrophes naturelles (ex : *Hope for Haiti Now*, le 22 janvier 2010, à la suite du tremblement de terre à Haïti, organisé par MTV et retransmis par MTV Italia. Les dons sont ensuite répartis à diverses associations d'aide aux victimes, comme Oxfam ou la Croix Rouge).

⇒ Chaînes qui diffusent des émissions d'appel aux dons

Le téléthon italien est diffusé par les chaînes du groupe RAI (surtout sur Rai 1 et Rai 2, complétées par Rai 3), tout au long de la journée. Une collaboration est établie avec la branche radio du groupe, Radio Rai, Rai International et Rai Cinema.

La RAI associe ses partenaires privés à l'évènement grâce à des reportages explicatifs et à la présence de personnalités. Le président du groupe, Paolo Garimberti, le directeur de Rai 1, Mauro Mazza, le président du Téléthon, Luca di Montezemolo, participent à l'émission. Les animateurs sont Milly Carlucci et Fabrizio Frizzi (2 présentateurs vedettes du paysage audiovisuel italien).

Lorsqu'il s'agit d'une chaîne privée et d'un évènement exceptionnel, l'approche est souvent dictée par le groupe auquel appartient la chaîne. Par exemple, lors de l'émission consacrée à Haïti, MTV Italia n'a fait que retransmettre le concert organisé par MTV Group, organisé à Los Angeles en présence de *stars* américaines (Bruce Willis, George Clooney etc).

#### ⇒ Modalités des appels aux dons et information des donateurs :

En 2009, le téléthon a atteint un nouveau record de dons : plus de 31 millions d'Euros. Les donations sont en hausse régulière malgré la crise. Les téléspectateurs sont invités à voter durant l'évènement télévisé, grâce à des appels aux dons lancés par les animateurs et les vedettes qui se succèdent à l'écran. Un grand écran informe en temps réel des promesses de dons. Les partenaires de l'évènement participent aussi financièrement : BNL (Groupe BNP Paribas) a versé 13 millions d'Euros en 2009. Autres *sponsors* : Telecom Italia, Simply Market ou GSK. Une autre source de revenu est la vente de produits dérivés sur les lieux de manifestation pendant la retransmission, ainsi que le centre d'appels (sms surtaxés à 2 Euros, appels surtaxés à 5 ou 10 Euros).

Une section du site internet du téléthon informe les donateurs de l'usage de leurs fonds. Des courts métrages sont réalisés sur l'amélioration de la recherche et des conditions de vie des malades permises par les financements apportés par le Téléthon. Des graphiques et des tableaux indiquent la répartition de ces fonds.

#### ⇒ Cause/association bénéficiant des financements du téléthon :

La recherche portait à l'origine sur la dystrophie musculaire et s'est depuis élargie à l'ensemble des maladies génétiques (près de 444), avec de multiples programmes de recherche. Les fonds sont utilisés :

- pour faire fonctionner la structure même du téléthon, et permettre sa pérennité ;
- pour financer les programmes de recherches, choisis par la commission médico-scientifique du téléthon ;
- pour financer des instituts externes associés (un à Naples, un à Milan, un à Sarcedo et un basé à Rome).

Les dons des particuliers sont déductibles des impôts à hauteur de 20 %, tout comme les dons en nature.

Les associations bénéficiaires sont à but non lucratif et sont associées à l'évènement de manière récurrente. Certaines maladies peuvent être plus médiatisées que d'autres selon le contexte.

#### ⇒ Choix des associations lors d'émission concernant un évènement exceptionnel (Tsunami, Haïti) et répartition des fonds :

Hormis le téléthon, le choix des associations se fait au cas par cas, sans règle définie, en fonction des évènements concernés.

Par exemple, pour Haïti, les plus grandes ONG ont été associées à la redistribution des sommes collectées : OXFAM ; la Croix Rouge, l'UNICEF, le Programme Alimentaire des Nations Unies...). Elles sont choisies par le comité d'organisation de l'évènement. Il n'y a pas d'information claire concernant le choix effectif des associations liées au projet. La chaîne n'a au final pas eu son mot à dire et n'a fait que retransmettre l'émission : si MTV Italia a rediffusé l'évènement spécial organisé à la suite du tremblement de terre à Haïti, elle l'a fait aux conditions décidées par la maison-mère aux Etats-Unis (horaires, lieux de la manifestation, artistes et célébrités invités).

## Royaume-Uni

Créés il y a 30 ans, les deux principaux téléthons organisés en alternance *Red Nose Day* et *Sport Relief* continuent à progresser : ils ont généré respectivement 45 M€ et 100 M€ en 2009 et 2010. L'argent récolté ne bénéficie pas à une seule cause, il est géré par l'association caritative ombrelle *Comic Relief* qui répartit les fonds entre de multiples associations œuvrant contre la pauvreté au Royaume-Uni et en Afrique.

Les Britanniques se montrent généreux lors des grands appels aux dons, la charité individuelle demeurant une tradition britannique fortement ancrée dans les mœurs.

### ⇒ Historique :

Le premier téléthon anglais *Thames Telethon* a été organisé par la chaîne locale Thames/ITV London en 1980 (et a récolté 1,5 M€), puis une seconde fois en 1985. Il s'agit d'une émission qui allie animations de terrain et invitations de célébrités pour récolter des dons. ITV a élargi le concept à un niveau national en 1988, 90 et 92 lors de téléthons de 27 heures, sur un modèle américain (20 M€ récoltés en 1992). Ces téléthons ont été arrêtés pour cause de récession et de protestations d'un groupe de personnes manifestant pour les droits des handicapés et " non pour la charité".

### ⇒ Les téléthons actuels au Royaume-Uni :

Actuellement, deux principaux téléthons ont lieu chaque année: le premier est organisé par l'association caritative *Comic Relief*, association-ombrelle créée en 1985 par le réalisateur de films Richard Curtis, en partenariat avec la BBC. L'autre événement annuel *Children In Need* est organisé par la chaîne BBC elle-même.

Le téléthon de *Comic Relief* a lieu chaque année en mars et alterne deux concepts d'une année sur l'autre:

- le *Red Nose Day*, créé en 1988, dont le concept est de "faire rire contre la pauvreté dans le monde" (nez rouge emblématique) est diffusé sur les deux chaînes principales de la BBC, BBC1 et BBC2 pendant 9 heures. En 2009, il a accueilli plus de 410 célébrités et a rapporté 100 M€. Il a recueilli une audience de 10 millions de téléspectateurs sur BBC1 et 7 millions sur BBC2 (<http://www.rednoseday.com/>) ;
- le *Sport Relief* : diffusé sur BBC1 et BBC2, il s'axe autour de l'idée d'un *challenge* sportif selon le modèle du téléthon français. En 2010, l'émission a duré 7 heures et a rapporté 45 M€ au profit des plus pauvres au Royaume-Uni et en Afrique (<http://www.bbc.co.uk/sportrelief>).

Le *BBC Children In Need* est organisé chaque année en novembre par la BBC elle-même. L'an dernier, l'émission a duré 7 heures et a récolté 20 M€ au profit des enfants défavorisés au Royaume-Uni (<http://www.bbc.co.uk/pudsey>).

### ⇒ Les procédures d'appel aux dons :

Deux mois avant l'émission, l'appel aux dons se fait par des campagnes de sensibilisation, des spots TV réguliers avec des célébrités faisant des appels aux dons et à projets.

Durant l'émission, le téléspectateur a plusieurs choix pour donner : il peut appeler le numéro inscrit en haut de l'écran, aller sur le site internet ou utiliser le bouton rouge de sa télécommande.

Toute l'année, des ventes de produits dérivés (les nez rouges se sont vendus à 60 millions d'exemplaires depuis 1988) ont lieu dans les magasins de l'ONG Oxfam et Sainsbury (grande surface). On peut continuer à donner par internet, téléphone, par virement ou chèque bancaire au-delà des jours clés.

### ⇒ L'utilisation et le contrôle des fonds :

L'information sur l'utilisation des fonds est peu précise tant durant les émissions que sur le site internet : *Comic Relief* est en effet une association-ombrelle qui subventionne, grâce à l'argent du téléthon mais aussi

en menant des collectes de fonds toute l'année, de nombreuses associations travaillant elles-mêmes pour de multiples causes (les enfants défavorisés, les personnes âgées isolées, les femmes battues, le commerce équitable...) au Royaume-Uni et en Afrique.

Un huissier (ITACU) vérifie les donations exécutées par téléphone, textos et le bouton rouge de la télécommande pour ceux qui regardent l'émission sur le câble. Il en rend compte à l'association dont il est le principal interlocuteur.

Pour le *Children In Need*, l'information sur le contrôle et l'utilisation des fonds est plus transparente: chaque penny donné va directement à la cause des enfants défavorisés au Royaume-Uni. *Children In Need* est membre du FRSB (*Institute of Fundraising and Fundraising Standards Board*), un organisme indépendant soutenu par de nombreuses institutions du Royaume-Uni, et a signé une charte de transparence.

#### ⇒ Les relations entre la chaîne et l'association caritative :

La BBC, qui diffuse l'émission, garde un contrôle éditorial sur tout le contenu de l'émission. La chaîne se refuse à ne soutenir qu'une seule et unique cause. Elle tient également à garder son impartialité en évitant d'inviter des personnages politiques sur le plateau. Un modérateur nommé par la BBC est chargé du dialogue entre la chaîne et l'association.

#### ⇒ Cas des catastrophes naturelles :

Lors du tremblement de terre en Haïti le 12 janvier 2010, c'est l'association privée britannique DEC (*Disasters Emergency Committee*) qui a été choisie par la BBC pour diffuser sur ses antennes les spots TV et radio de DEC pendant 36 heures après le tremblement de terre afin de récolter des dons et de les répartir ensuite sur le terrain. La DEC est une association ombrelle qui englobe 13 associations humanitaires dont les plus connues sont *the British Red Cross*, *ActionAid*, *Tearfund* et *Oxfam*.

#### ⇒ Commentaire :

Les téléthons en place en Grande-Bretagne génèrent des fonds au profit d'une grande association ombrelle, *Comic Relief*, qui ensuite répartit ces moyens financiers à de nombreuses associations et ONG sur le terrain. La BBC est la chaîne des grandes causes. Il n'existe pas d'obligation de rotation des associations présentes à l'antenne. Enfin, il convient de noter que les deux principaux téléthons constituent des moments forts de l'appel aux dons mais ne sont que des moments forts d'une collecte mise en place tout au long de l'année.

## Suède

#### ⇒ Les chaînes publiques SVT1 et SVT2 :

Elles diffusent des émissions régulières à visée caritative.

Sur SVT2, l'émission *Världens Barn* (Enfant du monde) permet de recueillir chaque année des fonds pour les associations humanitaires luttant contre le travail des enfants dans le monde.

Les chaînes publiques diffusent régulièrement des émissions liées à la princesse Victoria à l'occasion de fêtes particulières. L'appel aux dons bénéficie au *Victoria Fund*.

#### ⇒ Les chaînes commerciales :

Elles diffusent à la fois des émissions ponctuelles d'appel aux dons en cas de catastrophes naturelles et des émissions récurrentes.

La chaîne TV4 diffuse de façon récurrente la loterie *PostkodLotteriet* dans le cadre du *PostkodMiljonären* (*Qui veut gagner des millions ?*). Cette loterie est destinée à recueillir des fonds pour les organisations humanitaires et environnementales.

Sur TV8, une émission hebdomadaire met en lice deux groupes (juniors contre seniors) opposés dans plusieurs défis au bénéfice de la lutte contre le cancer de la prostate menée par le *Cancerfonden*, rendant ainsi cette cause populaire auprès du grand public.

⇒ Contrôle des relations entre les chaînes de télévision et les associations par le *Swedish Broadcasting Authority* (SBA) :

Les associations à but non lucratif ne relèvent pas de l'autorité de l'instance de régulation de l'audiovisuel suédoise, le SBA.

Le SBA exerce un contrôle en cas de confusion volontaire ou non entre présence d'une association ou d'un partenariat commercial et publicité faite pour cette association ou partenaire commercial dans une émission de type Téléthon.

Ainsi, la télévision publique suédoise avait collaboré avec *Posten* (la Poste suédoise) pour une émission caritative proposant aux téléspectateurs de faire des dons à une association caritative en achetant un certain type de timbres. Le SBA a considéré que cette pratique devait être qualifiée de publicité dérivée pour ce produit de la Poste.

En cas de manquement constaté, elle peut infliger une amende équivalent à un avertissement pour non-respect du principe de neutralité imposé à toute chaîne de télévision en Suède jusqu'en 2008.

Ce principe de neutralité a été supprimé en 2008 pour les télévisions commerciales. Les chaînes continuent tout de même à le respecter afin de ne pas diviser leur public. Le choix des actions d'appel aux dons s'effectue donc toujours dans le respect du pluralisme des causes défendues.

⇒ Choix des associations présentes à l'antenne :

Il n'existe aucune obligation pour les chaînes de télévision publiques ou privées de veiller à une rotation des associations présentes à l'antenne.

⇒ Information des téléspectateurs sur l'utilisation des dons :

L'utilisation des dons est présentée au cours des émissions à travers des exemples d'actions déjà réalisées. Une adresse électronique communiquée à l'antenne permet aux téléspectateurs d'exprimer leurs interrogations et commentaires. Les sites Internet des chaînes proposent également des informations textuelles ou visuelles et des renvois aux sites web des associations soutenues.

Les associations ayant bénéficié de dons doivent avoir une structure administrative répondant aux critères des organismes de contrôle suédois de la collecte. Ces critères imposent qu'un pourcentage limité des fonds collectés soit utilisé pour les frais administratifs (en général 10 %).

⇒ Processus d'appel aux dons :

Les appels aux dons se font en général lors de la diffusion des programmes par l'envoi de SMS (les opérateurs offrent alors la gratuité des SMS). Les téléspectateurs peuvent également appeler le standard pour faire un don. La chaîne TV4 fait alors entrer dans la collecte des dons toutes les recettes téléphoniques obtenues par le surplus facturé aux appelants.

⇒ Répartition des fonds et contrôle de leur usage :

Dans le cas où plusieurs associations sont représentées comme dans l'émission *Världens Barn* ou l'action pour Haïti, l'organisme soutenant ces associations répartit les fonds collectés.

Pour les chaînes publiques, tous les appels aux dons sont organisés avec *Radiohjälpen*, organisme historique chargé de la collecte des dons pour les émissions de l'audiovisuel public suédois. Il est organisé en trois grandes divisions (opérations spéciales lors des catastrophes naturelles, *Enfant du monde* et *Victoria Fund*) et réfère de son action au conseil d'administration qui préside tout l'audiovisuel de service public suédois.

L'argent collecté par les chaînes privées passe souvent par la FRII qui le redistribue entre les différentes associations représentées. Ce conseil réunit près de 110 associations différentes et promeut l'éthique dans l'usage des fonds collectés et dénonce toute organisation les utilisant à d'autres fins.

Toute organisation recevant des fonds pour une cause caritative doit être contrôlée par le SFI, autorité de déontologie faisant partie de l'ICFO (*International Committee of Fundraising Organizations*) qui veille à la méthode de collecte, l'information faite auprès du public et la compatibilité de ces associations.

Il n'existe aucune obligation pour les chaînes de télévision suédoises d'accorder un certain temps d'antenne aux associations bénévoles.