

La présence des femmes dans les éditions d'information du 1^{er} trimestre 2014

Synthèse :

L'étude réalisée par l'Institut national de l'audiovisuel (Ina), pour la deuxième année consécutive, à la demande du Conseil, montre que la présence des femmes dans les éditions d'information reste marginale. On peut toutefois constater de légères évolutions sur trois catégories d'indicateurs par rapport à ce qui avait été relevé au 1^{er} trimestre 2013 : les intervenantes à l'antenne (expertes et personnalités invitées), les sujets signés par des femmes journalistes et les présentatrices.

Sur la première catégorie, on relève, pour les intervenantes expertes, une légère augmentation de leur nombre dans les éditions d'information des chaînes généralistes (publiques et privées) et des radios (passant en moyenne de 18,9% en 2013 à 20,12% en 2014 pour les chaînes généralistes et de 16,56% en 2013 à 17,73% en 2014 pour les radios), à l'exception notable de RTL qui baisse de 2,15 points alors qu'Europe 1 enregistre la plus forte augmentation (+5,05 points). On note également, les progressions de France 2 (+2,62 points) et surtout de Canal Plus (+5,19 points). En revanche, les chaînes d'information en continu ne réalisent aucun progrès concernant la part des intervenantes à l'antenne. Par ailleurs, pour ce qui est des personnalités invitées, les femmes¹ sont totalement « absentes » de l'antenne sur certaines radios au cours de la période étudiée. Lorsqu'elles sont médiatisées, les seules femmes à bénéficier d'une exposition à la télévision et à la radio sont des femmes politiques. Ce même constat avait déjà été dressé en 2013.

Sur la deuxième catégorie, on note, alors même que la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels a montré que la population des femmes journalistes augmentait chaque année depuis 2000², que la part de sujets signés par des femmes journalistes est en diminution à la télévision (de 40,4% en 2013 à 38,5% en 2014 sur les chaînes généralistes et de 49,8% à 45,46% sur les chaînes d'information). En revanche, elle est en augmentation à la radio. Les femmes restent toujours un peu plus présentes sur les sujets de société, de santé et d'éducation, moins sur les sujets concernant le sport ou les sciences et la technique.

Enfin, lorsque le média ne comporte plus d'image mais seulement des voix, les présentatrices, en augmentation sur les écrans, disparaissent de l'antenne pour laisser place aux hommes. Ainsi, à la radio, on constate que les présentatrices sont très largement minoritaires voire inexistantes : elles ne sont présentes que dans 8,3% des éditions d'information contre 91,7% pour les hommes. A l'inverse, on les retrouve dans 76,4% des éditions des chaînes d'information en continu et dans 61,5% des éditions des chaînes généralistes.

¹ Hors journaliste ou présentatrice.

² Etude « Les journalistes encartés en 2012 : étude statistique des données fournies par la CCIJP »

1. Méthodologie et périmètre de l'étude

L'étude ad hoc sur la présence des femmes dans les émissions d'information, réalisée par l'Ina à la demande du Conseil en 2013 a été reconduite en 2014.

Comme pour l'année précédente, l'analyse de l'Ina a porté sur les éditions diffusées au cours du 1^{er} trimestre 2014 (du 4 janvier au 28 mars 2014) sur les chaînes généralistes (TF1, France 2, France 3, Canal+, Arte et M6), les radios généralistes (RMC, RTL, Europe 1, France Inter) et les chaînes d'information en continu de la TNT (BFM TV, iTélé, LCI).

L'analyse est réalisée grâce aux bases de données de la télévision et de la radio constituées par l'Ina dans le cadre de sa mission de dépôt légal³. Elle repose sur l'analyse des sujets des notices documentaires⁴.

Les éditions disponibles au titre du dépôt légal pour chacune des chaînes sont :

- Pour les chaînes généralistes, les éditions du journal de 20h et d'avant-soirée
 - o 20h00 : TF1 et France 2
 - o 19h30 : France 3 Nationale
 - o 18h45 : Canal Plus
 - o 19h45 : Arte et M6
- Pour les chaînes d'information, les éditions de référence diffusées dans la boucle de 18h/20h
- Pour les radios généralistes, les éditions de 8h de RTL, RMC, Europe 1 et de 19h de France Inter⁵.

Le périmètre de l'étude comprend :

Du 04/01/14 au 28/03/14	Nombre d'éditions analysées ⁶	Nombre de sujets analysés
Télévision	740 éditions de journaux télévisés	10 983 sujets
Radio	335 éditions de journaux parlés	2 083 sujets

³ Les recherches ont été menées par la Direction déléguée aux Collections qui collecte, conserve et documente 100 chaînes de télévision, 21 radios et 10 000 sites du web médias.

⁴ Dans les reportages, les brèves en images, les plateaux avec invités, les duplex diffusés dans le cadre des éditions entrant dans le champ de l'étude

⁵ Les Journaux parlés de ces stations n'ont pas les mêmes durées.

L'Ina a relevé la présence des femmes dans l'information selon quatre indicateurs :

- **La présence des intervenants** : toute personne sollicitée pour témoigner, commenter, rapporter un événement, exposer un avis, etc. (à l'exclusion des anonymes)
> *Taux de présence = % des interventions (en nombre d'occurrences) des femmes / hommes identifiés*
- **Les sujets conçus par les journalistes** : nombre de sujets conçus par des journalistes (sujet dans le JT ou JP signé par un homme ou une femme⁷ % des sujets d'une/d'un journaliste) et typologie des sujets traités (classement des sujets traités par les femmes par thèmes)
- **La présence de présentateurs/présentatrices dans les éditions** : présence en nombre (répartition homme/femme sur la période) et présence en passage antenne (répartition homme/femme dans l'ensemble des éditions diffusées).
- **La médiatisation des personnalités** : personnalité ayant bénéficié de trois passages et plus sur la période réparti par sexe et classement de ces personnalités par domaine d'intervention.

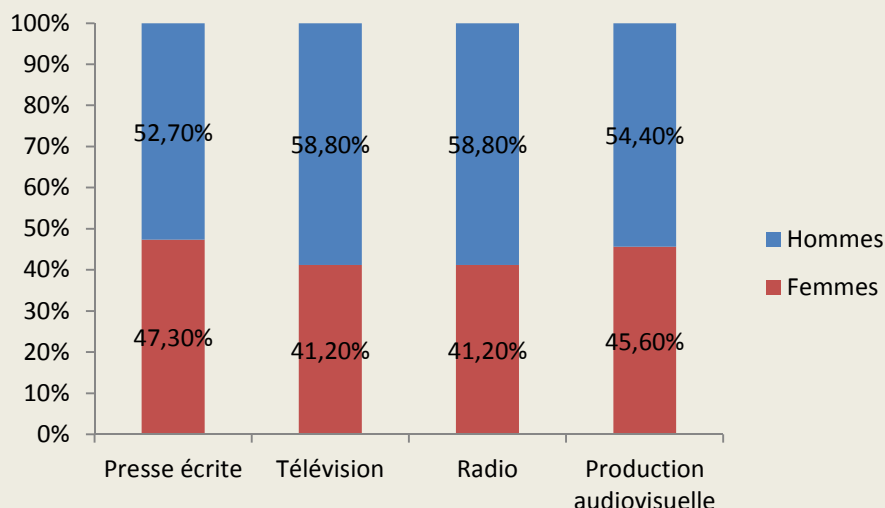
Rappel :

La Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels publie des données relatives à la répartition hommes/femmes au sein de la population des journalistes dans les différents médias.

La commission relève ainsi qu'en 2013⁸ la population globale des journalistes professionnels détenteurs de la carte de presse compte 46,1% de femmes contre 53,9% d'hommes.

Selon l'étude réalisée conjointement par la CCJIP, l'observatoire des métiers de la presse et l'AFDAS⁹ au titre de l'année 2012, la population des femmes journalistes est en constante augmentation depuis 2000 et a progressé dans tous les secteurs d'activité (presse, télévision, production audiovisuelle).

Répartition hommes/femmes des détenteurs de la carte de presse dans chacun des secteurs



Source : Etude « Les journalistes encartés en 2012 : étude statistique des données fournies par la CCIJP »

⁷ Les sujets mixtes sont également pris en compte

⁸ Statistiques au 3 janvier 2014 sur la base de l'ensemble des cartes attribuées en 2013 (renouvellements et premières demandes).

⁹ Etude « Les journalistes encartés en 2012 : étude statistique des données fournies par la CCIJP »

On pourra relever qu'en 2012 les données de la CCJIP montrent que les fonctions de direction sont majoritairement occupées par des hommes.

Ainsi, les cinq qualifications dites de « direction » représentent à elles seules 21,3% de l'ensemble des journalistes encartés. Elles sont occupées à 37,6% par des femmes et à 62,4% par des hommes en moyenne.

2. Résultats de l'étude

2.1. La présence des femmes à la télévision

2.1.1. Les chaînes généralistes

1^{er} constat : La présentation des éditions reste dominée en nombre par les femmes

Sur la période étudiée, le nombre de femmes présentant les éditions d'information de soirée est globalement supérieur aux hommes (14 femmes contre 8 hommes).

Nombre de présentateurs répartis par sexe sur les éditions du 1^{er} trimestre 2014

	Hommes	Femmes
Arte	0	3
Canal Plus	1	2
France 2	3	1
France 3	1	3
M6	1	3
TF1	2	2

Source : INA/étude CSA

Cependant, si l'on tient compte de la répartition hommes/femmes sur l'ensemble des éditions diffusées au cours de la période étudiée, on constate que la situation est moins tranchée : si les présentatrices sont très majoritaires dans les éditions de France 3 (94% contre 4,8% d'hommes, Canal+ (72,6% contre 11,9% d'hommes) et Arte (100% de femmes), elles sont minoritaires sur France 2 (11,9% contre 88,1% d'hommes), TF1 (42,9% contre 57,1% d'hommes) et M6 (46,4% contre 53,6% d'hommes).

Répartition des éditions hommes/femmes au 1er trimestre 2014

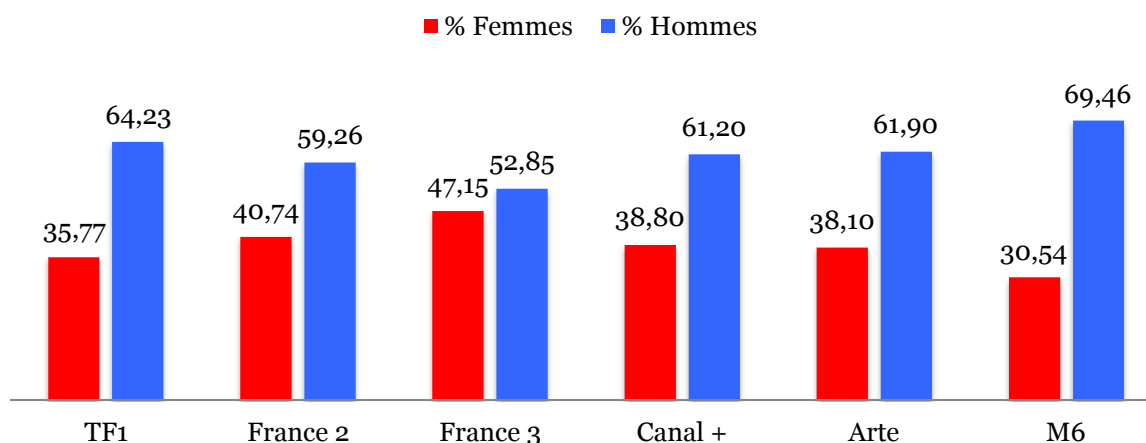
Chaînes	% Femmes	% Hommes	% Binôme H/F	Total
TF1	42,9	57,1		100%
France 2	11,9	88,1		100%
France 3	94,0	4,8	1,2	100%
Canal+	72,6	11,9		100%
Arte	100,0	0,0		100%
M6	46,4	53,6		100%

Source : INA/étude CSA

2ème constat : En 2014, le nombre de sujets conçus par des femmes journalistes est en diminution par rapport à 2013

En moyenne, 38,5% des sujets diffusés au cours de la période sur l'ensemble des éditions ont été signés par des femmes journalistes. Comme en 2013, les chaînes du service public se distinguent nettement avec un écart plus réduit entre hommes et femmes, atteignant même, pour France 3, les 47,15%. A l'inverse, M6 affiche, une nouvelle fois le taux le plus faible sur la période avec 30,54% de sujets signés par des femmes journalistes.

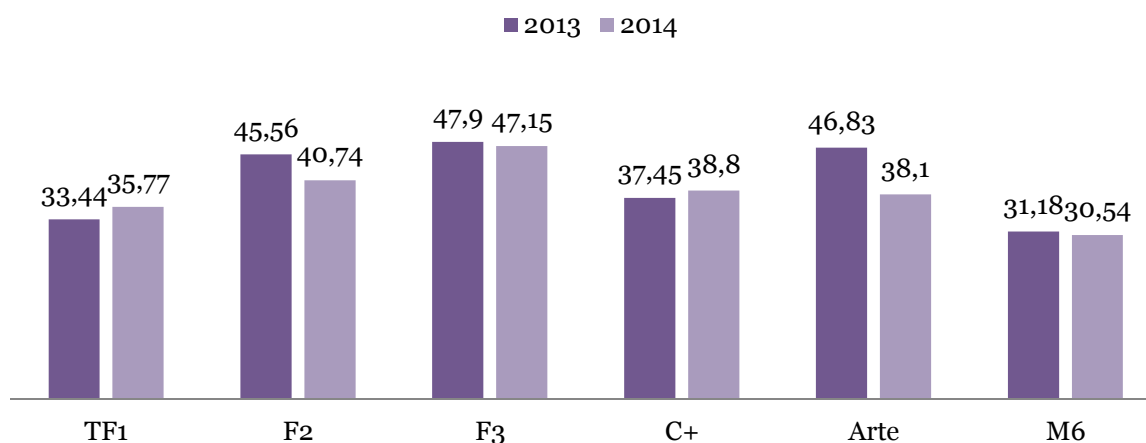
Part des sujets de journalistes H/F dans les journaux au 1^{er} trimestre 2014



Source : INA

Par rapport à 2013, le taux moyen de sujets signés par des femmes journalistes en 2014 est en baisse (il passe de 40,4% à 38,5%). TF1 et Canal Plus sont les seules chaînes qui se sont améliorées sur ce point (+2,33 points pour TF1 et +1,35 point pour Canal+), le taux de sujets signés par des femmes étant en diminution sur toutes les autres chaînes (-8,73 sur Arte, -4,82 sur France 2, -0,75 sur France 3 et -0,64 sur M6).

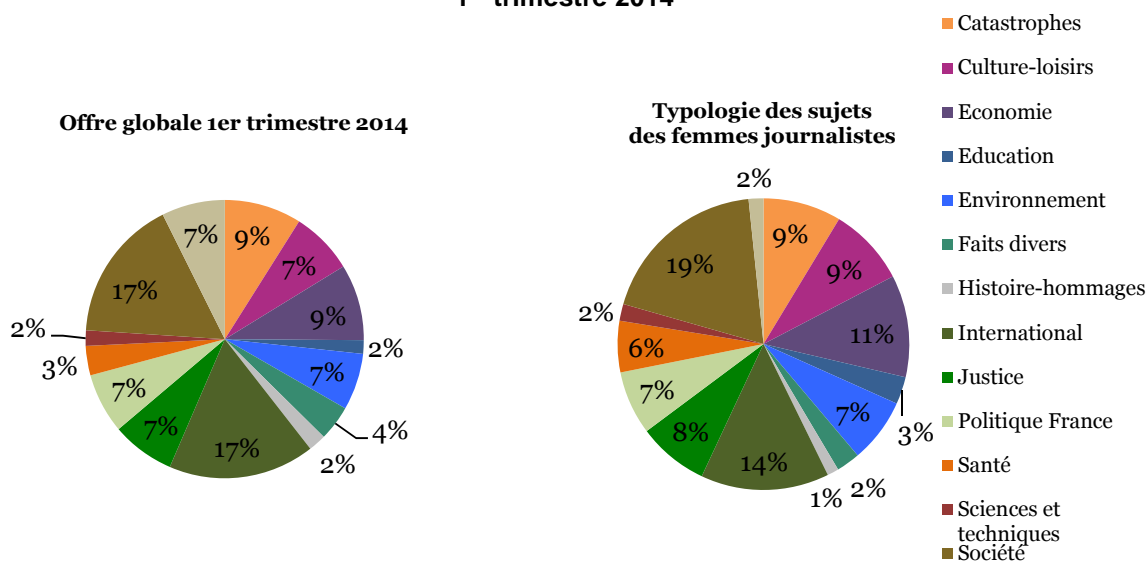
Evolution 2013/2014



La comparaison des sujets traités par les femmes journalistes au regard de l'ensemble des sujets traités dans les éditions met en évidence des structures thématiques assez proches, même si certains écarts existent : viennent en priorité les sujets de société (19% pour les femmes et 17% pour l'offre globale) suivi des sujets internationaux (14% pour les femmes et 17% pour l'offre globale), des sujets économiques (11% pour les femmes et 9% pour l'offre globale) des sujets « catastrophe » (9% pour les femmes et l'offre globale) et de la culture et des loisirs (9% pour les femmes et 7% pour l'offre globale).

Toutefois, on peut relever que les femmes traitent davantage de sujets économiques (+2,5 points), de santé (+2,3 points), de société (+ 2,2 points), de culture et de loisirs (+1,4 point) et d'éducation (+1,4 point) et moins de sujets de sport (-5,6 points) international (-2,8 points) et de faits divers (-1,5 point).

Typologie des sujets signés par des femmes / Typologie de l'ensemble des sujets traités 1^{er} trimestre 2014

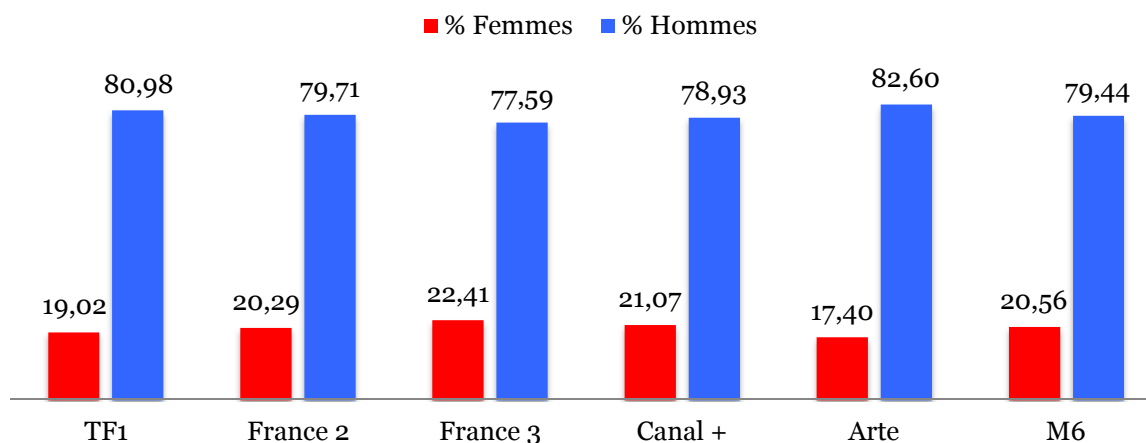


Source : INA

3^{ème} constat : En 2014, un effort s'agissant de la part des femmes intervenant à l'antenne est à constater pour les chaînes généralistes

Le taux moyen des femmes¹⁰ intervenant à l'antenne dans les journaux de 20 heures et d'avant soirée dépasse en effet, en 2014, le seuil des 20% alors que celui-ci était de 18,9% en 2013. Si on peut se réjouir de cette augmentation, on constate toutefois que la place des femmes intervenant dans les sujets des journaux télévisés des chaînes généralistes, qu'elles soient témoins ou expertes, en plateau ou en reportage, reste marginale.

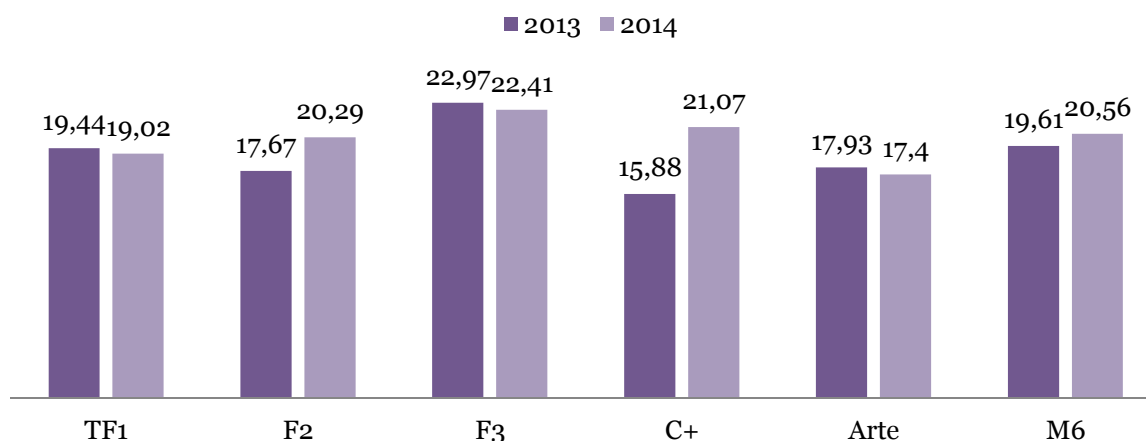
Part des interventions H/F dans les sujets des journaux au 1^{er} trimestre 2014
(Nombre d'occurrences)



Source : INA

Alors qu'en 2013 France 3 était la seule chaîne à se situer au-delà des 20%, en 2014, c'est le cas de toutes les chaînes, à l'exception de TF1 et d'Arte. La plus forte hausse est opérée par Canal Plus qui passe de 15,88% en 2013 à 21,07% en 2014.

Evolution 2013/2014



¹⁰ Hors journalistes/présentatrices

La médiatisation des personnalités féminines a, elle aussi, progressé en 2014 (20,2% de personnalités féminines contre 17,8% en 2013). Les femmes restent toutefois tout aussi peu visibles à l'antenne.

Répartition H/F des personnalités à 3 passages et plus

Chaînes	Nombre de femmes	Nombres de passages femmes	Nombre d'hommes	Nombre de passages hommes
TF1	10	40	33	170
France 2	6	23	25	146
France 3	9	33	21	113
Canal+	2	7	9	46
Arte	1	12	22	135
M6	5	19	20	103
TOTAL	33 (20,2%)	134 (15,8%)	130 (79,8%)	713 (84,2%)

Source : INA/étude CSA

Elles sont quatre fois moins présentes que les hommes et les trois quart de ces personnalités féminines sont des politiques¹¹. A l'inverse des hommes, elles sont totalement absentes de certains domaines comme la religion, la santé ou la société.

Domaines d'intervention des personnalités répartis par sexe

Domaines	Hommes	Femmes
Culture-loisirs	5	1
Economie	1	1
International	34	1
Justice	6	0
Politique France	61	25
Religion	0	0
Santé	1	0
Société	0	0
Sport	9	3
Syndicats et Associations	7	1
Autres	6	1
TOTAL	130	33

Source : INA/étude CSA

¹¹ Cf. en annexe les palmarès par chaînes des personnalités féminines ayant bénéficié de 3 passages et plus.

2.1.2. Les chaînes d'information en continu

1^{er} constat : Les présentateurs des éditions d'information sur les chaînes d'information en continu sont aussi bien des hommes que des femmes

Ainsi, 14 hommes et 14 femmes sont présentateurs des éditions d'information sur les chaînes d'information en continu.

	Hommes	Femmes
BFM	3	3
I>Télé	3	4
LCI	8	7

La répartition hommes/femmes montre toutefois une présence majoritaire des présentatrices dans les éditions d'information au cours de la période étudiée.

Répartition hommes/femmes des éditions au 1^{er} trimestre 2014

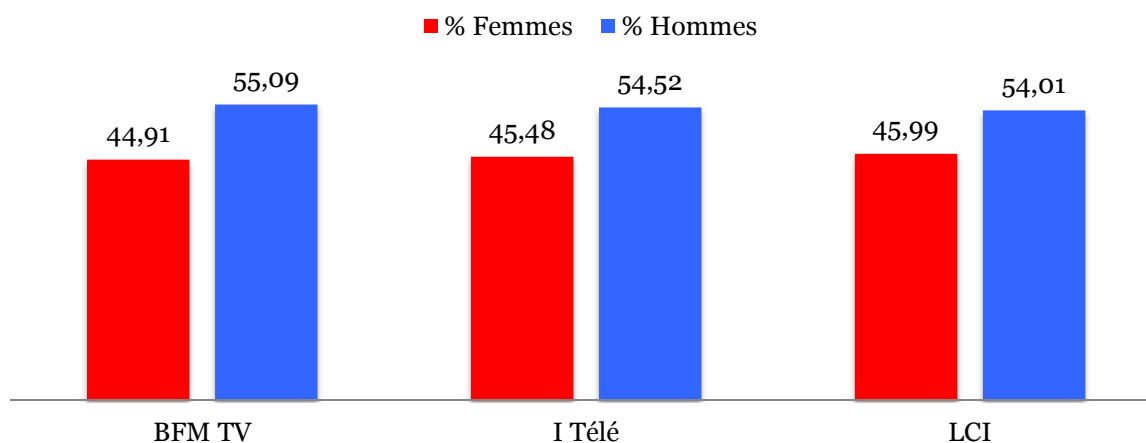
Chaînes	% Femmes	% Hommes	% binôme	% trinôme	Total
BFM TV	59,0	2,4	37,3	1,2	100%
I Télé	20,5	17,1	61,4		100%
LCI	41,6	39,3	9,5	9,5	100%

Source : INA/étude CSA

2^{ème} constat : En 2014, comme pour les chaînes généralistes, le nombre de sujets conçus par les femmes journalistes est en diminution par rapport à 2013.

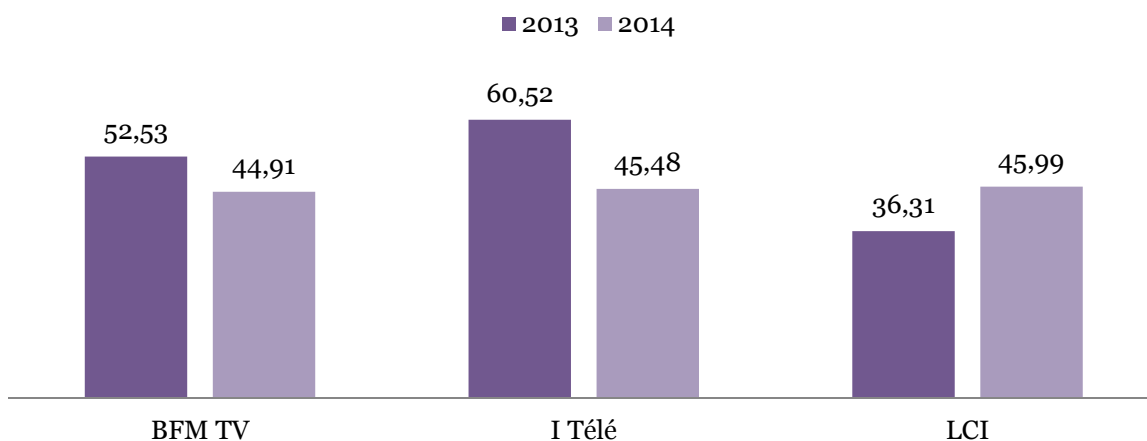
Le taux moyen de sujets signés par des femmes journalistes est de 45,46%, soit proche de la moyenne.

Part des sujets de journalistes H/F dans les journaux au 1^{er} trimestre 2014

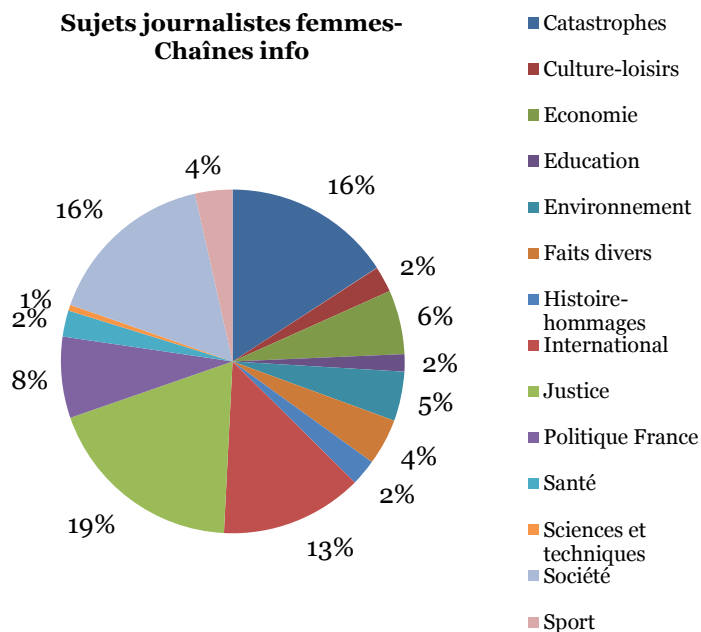


Si les chaînes d'information présentent un taux moyen de sujets signés par des femmes journalistes plus élevé que sur les chaînes généralistes (38,5%), celui-ci est, pour les deux catégories de chaînes, en diminution par rapport à 2013 (respectivement 40% et 49,8% en 2013). Il est cependant à noter que LCI est la seule chaîne sur laquelle le taux de sujets traités par des femmes journalistes a augmenté.

Evolution 2013/2014



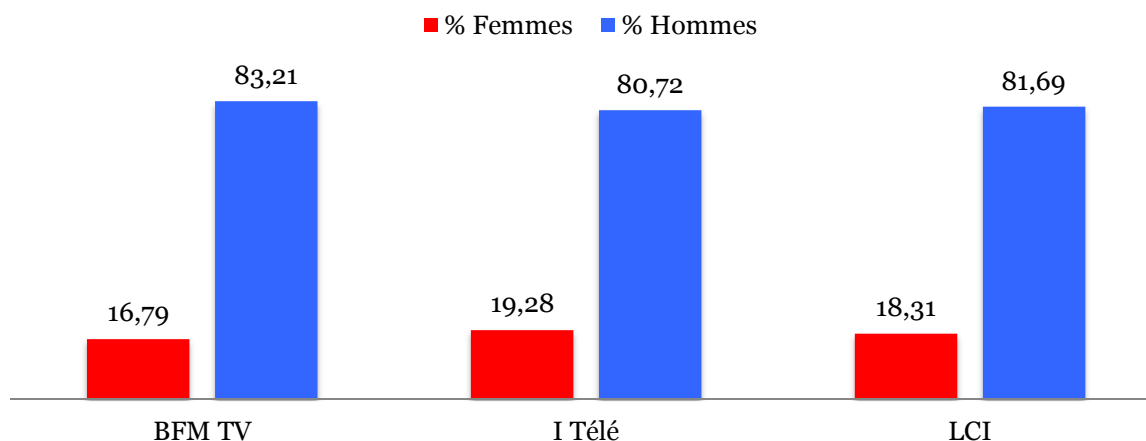
**Sujets journalistes femmes-
Chaînes info**



3^{ème} constat : A l'inverse des chaînes généralistes, aucune évolution n'est à constater s'agissant de la part des femmes intervenant à l'antenne dans la boucle de référence 18h/20h des chaînes d'information en continu.

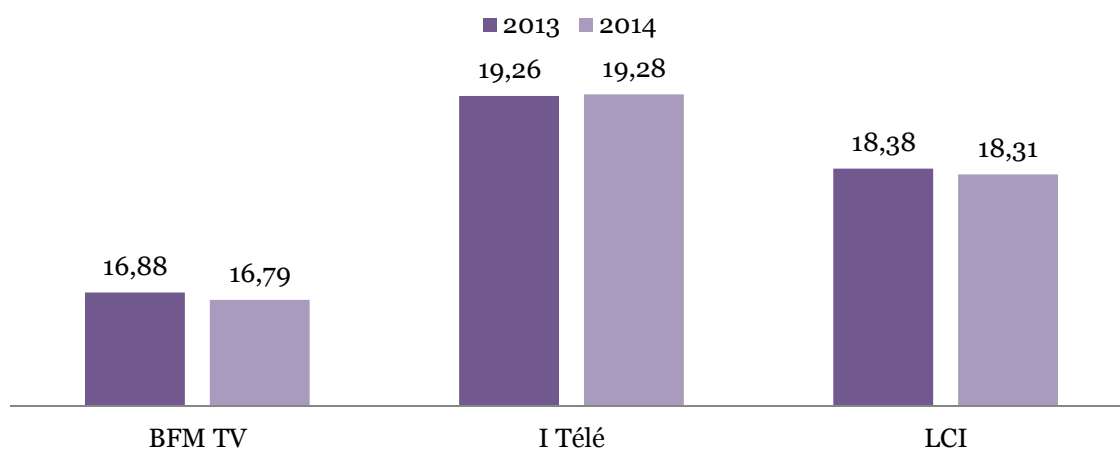
Leur taux de présence s'établit en moyenne (toutes chaînes confondues) à 18.12% sur le 1^{er} trimestre 2014.

Part des interventions H/F dans les sujets des journaux au 1^{er} trimestre 2014
(Nombre d'occurrences)



Presqu'aucune évolution n'est à constater entre 2013 et 2014 sur les chaînes d'information en continu.

Evolution 2013/2014



Répartition H/F des personnalités à 3 passages et plus

Chaînes	Nombre de femmes	Nombres de passages femmes	Nombre d'hommes	Nombre de passages hommes
BFM TV	6	20	23	104
ITélé	5	23	14	68
LCI	4	16	27	142
TOTAL	15 (19%)	59 (15,8%)	64 (81%)	314 (84,2%)

Source : INA/étude CSA

2.2 La radio

1^{er} constat : Aucune évolution par rapport à 2013 n'est à constater : la présentation des éditions d'information à la radio reste dominée par les hommes en 2014

A la radio, lorsqu'il n'y a pas d'image mais seulement des voix, peu de femmes présentent des éditions d'information. Il est cependant à noter un effort en la matière de France Inter, station sur laquelle on trouve désormais 2 présentatrices (contre 7 hommes) alors qu'il n'y en avait aucune l'année dernière (contre 8 hommes en 2013).

Nombre de présentateurs répartis par sexe sur les éditions du 1^{er} trimestre 2014

	Hommes	Femmes
Europe 1	7	1
RMC	5	1
RTL	6	2
France Inter	7	2

S'agissant de la répartition hommes/femmes dans les éditions d'information radiophoniques au cours de la période étudiée, les présentateurs dominent tout autant.

Répartition hommes/femmes des éditions au 1^{er} trimestre 2014

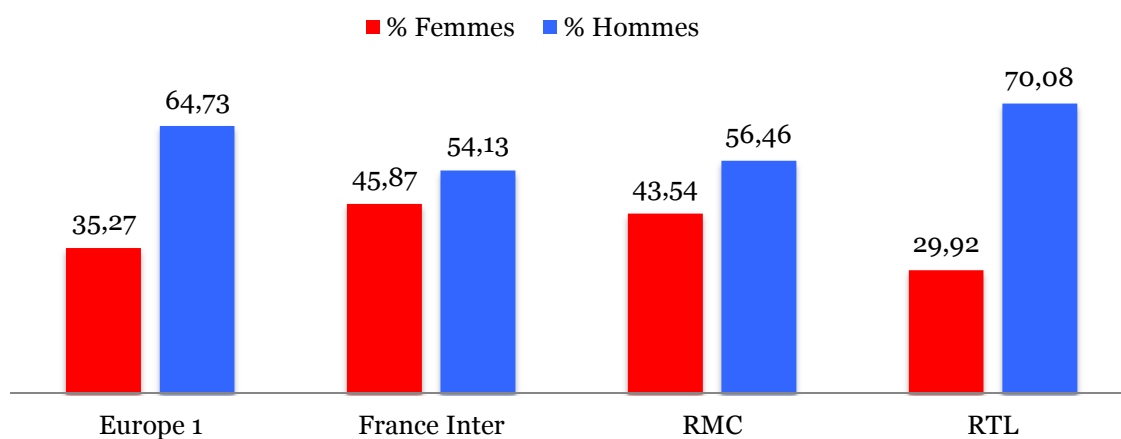
Chaînes	% Femmes	% Hommes	% Binôme H/F	Total
Europe 1	3,6	96,4		100%
France inter	4,8	95,2		100%
RMC	8,4	91,6		100%
RTL	14,3	83,3	2,4	100%

Source : INA/étude CSA

2^{ème} constat : Le nombre de sujets conçus par des femmes journalistes est, contrairement aux télévisions, en augmentation à la radio

Si le taux moyen des sujets conçus par des femmes à la radio, qui s'élève à 38,64%, est proche du taux relevé sur les chaînes historiques (38,5%) et nettement inférieur au taux relevé sur les chaînes d'information en continu (45,46%), la radio est le seul support sur lequel il a été constaté une augmentation de la présence des sujets conçus par des femmes (+4,42 points par rapport à 2013). France Inter et TMC dépassent même les 40%. RTL est la seule radio à être en dessous des 30%.

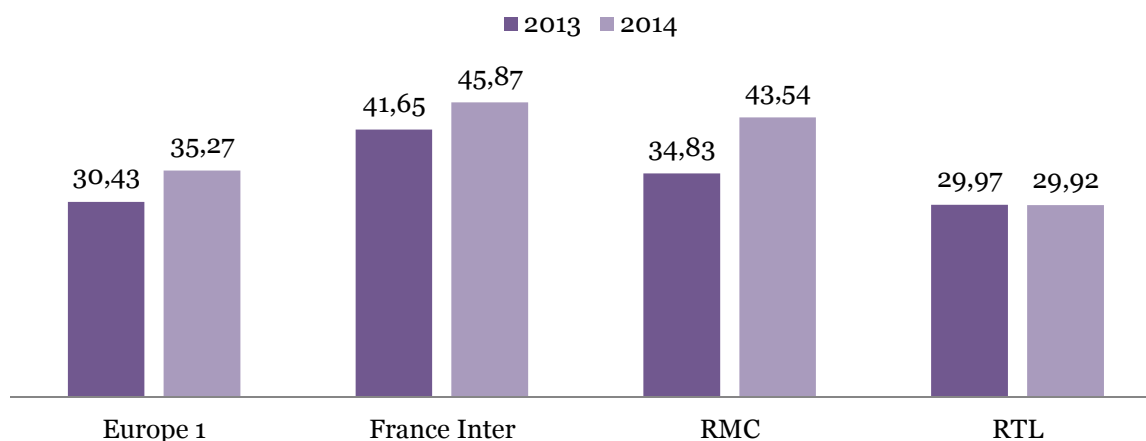
Part des sujets de journalistes H/F dans les journaux au 1^{er} trimestre 2014



Source : INA/étude CSA

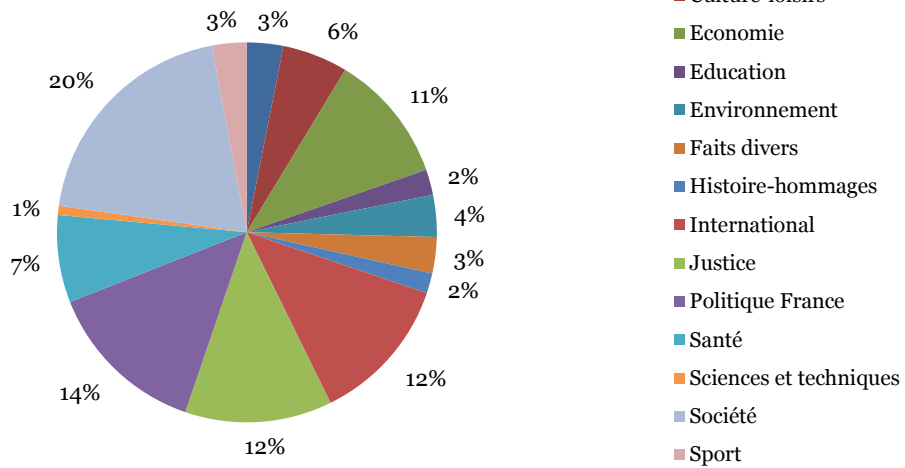
La part des sujets conçus par des femmes est en nette augmentation (entre +4,22 points et +8,71 points) sur les radios Europe 1, France inter et RMC. En revanche, la radio RTL reste quasiment stable par rapport à l'année dernière.

Evolution 2013/2014



En 2014, la radio laisse encore et toujours place aux sujets de société. Parmi les sujets traités par des femmes, ceux qui dominent sont les sujets de société (19,8%), la politique française (13,8%), la justice et l'international (12,5% pour les deux).

Sujets conçus par des femmes journalistes-Radio



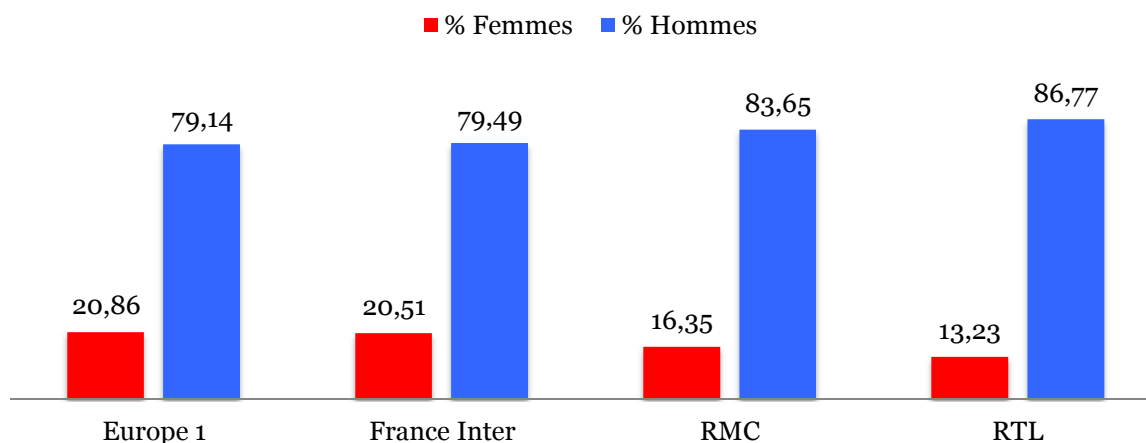
Source : INA/étude CSA

3^{ème} constat : La part des femmes¹² intervenant à l'antenne dans les journaux est en augmentation par rapport à 2013.

Le taux de présence¹³ des femmes s'établit en moyenne (toutes stations confondues) à 17,73% sur le 1^{er} trimestre 2014, soit en augmentation par rapport au 1^{er} trimestre 2013 mais à un niveau inférieur à celui constaté sur les télévisions généralistes et les chaînes d'information en continu.

France Inter et Europe 1 sont les stations qui présentent le déséquilibre le moins prononcé : plus de 2 femmes pour 8 hommes interviennent sur leurs antennes.

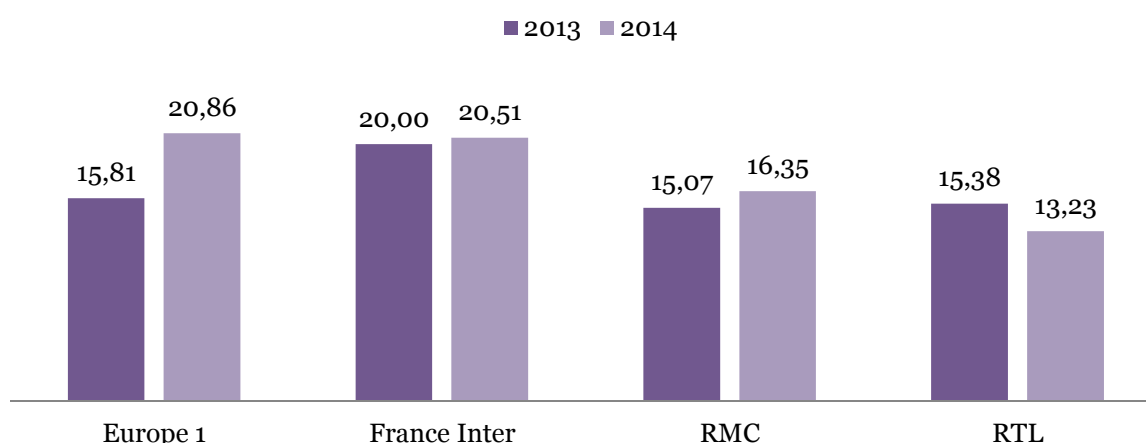
Part des interventions H/F dans les sujets des journaux au 1^{er} trimestre 2014
(Nombre d'occurrences)



Source : INA/étude CSA

Europe 1 est la station qui affiche, au 1^{er} trimestre 2014, le meilleur taux de femmes intervenant à l'antenne (20,86%) alors qu'elle affichait, avec RTL, un des taux le plus bas du 1^{er} trimestre 2013. La station RTL est en régression s'agissant de la présence des femmes intervenant sur son antenne : la station chute de 2,15 points par rapport à 2013.

Evolution 2013/2014



¹² Hors journalistes/présentatrices

¹³ Interventions ou occurrences dans les journaux quelles que soient la durée et la forme de ces interventions (déclaration, entretien, reportage, plateau).

Comme cela avait été constaté au 1^{er} trimestre 2013, au cours de la période étudiée, aucune personnalité féminine n'a bénéficié d'au moins trois passages sur les antennes d'Europe 1, RMC et RTL, contrairement à certaines personnalités masculines.

France Inter est la seule station à comptabiliser des personnalités féminines ayant bénéficié d'au moins trois passages. On note cependant le déséquilibre entre la présence des hommes et des femmes sur l'antenne de la station publique (6 femmes pour 15 hommes).

Comme pour les chaînes de télévision, ce sont les personnalités politiques tous sexes confondus qui sont les plus médiatisées¹⁴.

Répartition H/F des personnalités à 3 passages et plus

Chaînes	Nombre de femmes	Nombres de passages femmes	Nombre d'hommes	Nombre de passages hommes
Europe 1	0	0	1	3
France inter	6	20	15	76
RMC	0	0	2	8
RTL	0	0	2	9
TOTAL	6 (23%)	20 (17%)	20 (77%)	96 (83%)

Source : INA/étude CSA

Domaines d'intervention des personnalités répartis par sexe

Domaines	Hommes	Femmes
Culture-loisirs	0	0
Economie	0	0
International	2	0
Justice	0	0
Politique France	14	5
Religion	0	0
Santé	0	0
Société	0	0
Sport	3	0
Syndicats et Associations	1	1
Autres	0	0
TOTAL	20	6

Source : INA/étude CSA

¹⁴ Cf. en annexe les palmarès par stations des personnalités féminines ayant bénéficié de 3 passages et plus.

ANNEXES

Exemple de notice documentaire

Exemple de notice d'un sujet d'un JT d'Arte

Notice sujet du JT d'Arte du 1er mars 2014

Titre propre [Le choléra en Soudan du Sud]
Titre collection Arte journal
Titre programme Arte journal : [émission du 01 mars 2014]
Base d'origine DLTV
Chaîne de diffusion ARTE
Canal Réseau 5
Date de diffusion •01.03.2014•
Jour samedi
Statut de diffusion Première diffusion
Heure de diffusion 19:53:35
Heure de fin de diffusion 19:55:15
Durée 00:01:40
Genre •Journal télévisé• ; Reportage
Type de description •Sujet•
Générique JOURNAL, Donauer Rebecca; JOURNAL, Schories Stéphanie; PAR, Lanzer Toby
Descripteurs Soudan; Soudan du Sud; conflit; attaque; combat; camp de réfugiés; épidémie; choléra; vaccination
Chapeau Reportage consacré au choléra qui sévit en Soudan du Sud dans les camps de réfugiés. Le Soudan du Sud est ravagé, depuis le 15 décembre 2013, par des combats opposant des soldats loyaux au président Salva Kiir et des troupes ralliées à son ancien vice-président Riek Machar. Le conflit a très vite dégénéré en affrontements interethniques. Les populations ont fui et trouvé refuge dans des camps de l'ONU où les conditions sanitaires sont déplorable. L'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) a lancé une campagne de vaccination de choléra pour éviter cette épidémie. Commentaire sur alternance d'images factuelles, d'animations infographiques, et d'interviews de Toby LANZER, chef des opérations humanitaires de l'ONU, et d'Abdinasir ABUBAKAR, médecin de l'OMS.

Chaînes généralistes

Palmarès par chaînes des personnalités féminines ayant bénéficié de 3 passages et plus

TF1	France 2	France 3
Nathalie Kosciusko Morizet (5)	Christiane Taubira (6)	Marisol Touraine (7)
Marine Le Pen (5)	Marine Le Pen (5)	Nathalie Kosciusko Morizet (4)
Christiane Taubira (5)	Marie Bochet (3)	Marine Le Pen (4)
Anne Hidalgo (4)	Nathalie Kosciusko Morizet (3)	Marie Bochet (3)
Marisol Touraine (4)	Marisol Touraine (3)	Marion Cochard (3)
Ioulia Tymochenko (4)	Karin Viard (3)	Anne Hidalgo (3)
Najat Vallaud Belkacem (4)		Chantal Perrichon (3)
Marie Bochet (3)		Christiane Taubira (3)
Bernadette Chirac (3)		Najat Vallaud Belkacem (3)
Hélène Le Touzey (3)		

Canal Plus	Arte	M6
Najat Vallaud Belkacem (4)	Angela Merkel (12)	Anne Hidalgo (4)
Christiane Taubira (3)		Nathalie Kosciusko Morizet (4)
		Marine Le Pen (4)
		Christiane Taubira (4)
		Marisol Touraine (3)

Source : INA

Chaînes d'information en continu

Palmarès par chaînes des personnalités féminines ayant bénéficié de 3 passages et plus

BFM	I Télé	LCI
Nathalie Kosciusko Morizet (4)	Anne Hidalgo (5)	Christiane Taubira (5)
Marine Le Pen (4)	Christiane Taubira (5)	Marisol Touraine (4)
Emmanuelle Cosse (3)	Marisol Touraine (5)	Najat Vallaud Belkacem (4)
Cécile de Oliveira (3)	Emmanuelle Cosse (4)	Angela Merkel (3)
Marisol Touraine (3)	Najat Vallaud Belkacem (4)	
Najat Vallaud Belkacem (3)		

Source : INA

Stations généralistes

Palmarès par chaînes des personnalités féminines ayant bénéficié de 3 passages et plus

Europe 1	RMC	RTL	France Inter
Pas de femmes à 3 passages et plus	Pas de femmes à 3 passages et plus	Pas de femmes à 3 passages et plus	Marine Le Pen (4)
			Christiane Taubira (4)
			Véronique Descacq (3)
			Nathalie Kosciusko Morizet (3)
			Marisol Touraine (3)
			Najat Vallaud Belkacem (3)

Source : INA