

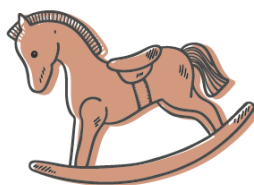
Guide de bonnes pratiques

PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ FEMME/HOMME AU TRAVERS DES JOUETS



FCJPE

Fédération des Commerces spécialistes
des Jouets et des Produits de l'Enfant





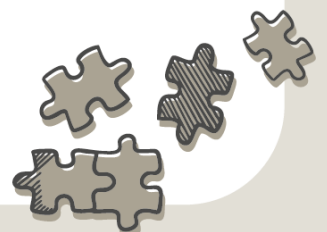
Introduction

Le présent guide constitue une aide indicative et incitative pour les différents intervenants de la filière du jouet. Nous remercions tout particulièrement pour leur participation à la conception de ce guide :

- Virginie Durin, **Famille de France**
- Véronique Ezratty, **Femmes & Sciences**
- Cécile Marouzé, **Le Jeu Pour Tous**
- Marion Vaquero, **Pépité Sexiste**



FEMMES & SCIENCES
association





Sommaire

Préambule

1. Conception des produits.....Page 5

- Les produits
- Les emballages
- Les notices d'utilisation
- Les catalogues des fabricants

2. catalogues distributeurs.....Page 6

- Catégorisation filles/garçons
- Photos publicitaires
- Descriptions des produits
- Recommandations et bonnes pratiques

3. Rayonnages magasins.....Page 10

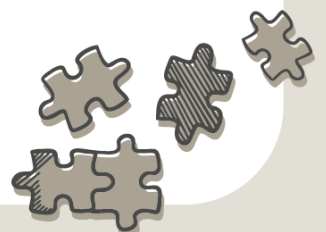
- Segmentation
- Recommandations et bonnes pratiques

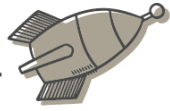
4. sites marchands.....Page 12

- Segmentation
- Descriptions des produits
- Recommandations et bonnes pratiques

Annexe 1 : Les conséquences du stéréotypage des jouets

Annexe 2 : Evolution des comportements des parents vis-à-vis des stéréotypes





Préambule

UN STÉRÉOTYPE DE GENRE, C'EST QUOI ?

Un stéréotype est un ensemble de croyances concernant les caractéristiques supposées d'un groupe : goûts, qualités et défauts, traits de caractère. Par exemple les filles aimeraient le rose, jouer à la poupée et s'occuper des autres, seraient calmes et bavardes, etc. Les garçons aimeraient les jeux de bagarre, le bricolage, jouer aux voitures, seraient sportifs et agités, etc.

Or les stéréotypes sont des constructions sociales qui se renforcent naturellement.

POURQUOI LES STÉRÉOTYPES SONT GÊNANTS ?

Ils enferment les enfants dans des rôles qui réduisent la part d'individualité et de liberté de chacun, limitent l'expression des talents de chacun et de chacune.

De plus, ces préjugés sont à l'origine d'inégalités à toutes les périodes de la vie. Par exemple à l'âge adulte :

- Pour les femmes, les inégalités concernent notamment les salaires, le partage des tâches domestiques et le choix de secteurs et métiers moins rémunérateurs et prestigieux.
- Pour les hommes, les inégalités concernent le renoncement de choix de vie (congés parental, temps partiel, métiers dits "féminins") et la pression liée à l'interdiction de montrer ses émotions et ses faiblesses.

D'après les chiffres publiés en 2019 par le secrétariat chargé de l'Égalité entre les femmes et les hommes, l'écart de salaire entre hommes et femmes est de 24 % dont 6,5% dû au temps partiel, 9,5% dû au métier choisi et 9% à poste et compétence égaux.

Dans la sphère privée, les femmes font 72% du travail domestique y compris quand les deux membres du couple travaillent.

EN QUOI LES JOUETS SONT-ILS CONCERNÉS ?

A partir des jouets, qu'elle ou ils voient dans les magasins ou sur les catalogues, des personnages représentés sur les boîtes, les enfants se construisent une représentation du monde, des rôles et des compétences en fonction des sexes. Ces représentations vont influencer sur le partage des tâches du quotidien, l'orientation scolaire et professionnelle.

De plus, si les enfants se cantonnent aux jouets "dédiés" à leur sexe, ils peuvent ne pas développer des compétences variées. Les garçons se privent des compétences liées à l'entraide, l'expression de leurs émotions, à la créativité ; les filles de celles liées à la compétition, aux techniques, aux activités physiques.





1. Conception des produits

Le jouet englobe un univers de produits extrêmement variés allant de la vignette autocollante jusqu'au portique de jardin en passant par les poupées et les jeux de société.

L'industrie du jouet repose sur la créativité et l'innovation : chaque année ce sont 40 % de nouveaux jouets qui sont mis sur le marché ! Cet élan créatif ne doit pas être freiné.

Il ne s'agit pas là d'arrêter de créer des poupées ou des véhicules ou de pointer du doigt certaines catégories comme étant orientées « plus fille » ou « plus garçon ». L'objectif est de proposer des jouets permettant à **chaque enfant** de développer ses aptitudes, d'éveiller sa curiosité et de gagner confiance en lui.

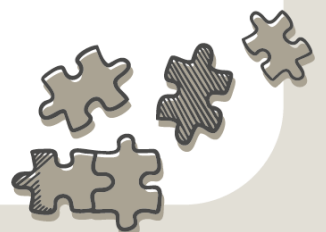
La FJP et la FCD invitent donc les concepteurs et conceptrices de jouets à considérer les points suivants lors du développement d'un jouet. Il s'agit de recommandations au travers desquelles les signataires souhaitent faire évoluer la conception des produits à court et moyen termes.

LES PRODUITS

- Encourager à ne pas concevoir les produits dans une optique « jouets pour filles » ou « jouets pour garçons » mais en fonction du bénéfice de jeu pour l'enfant.
- Ouvrir les différentes catégories de jouets et les expériences de jeu qui s'y rattachent à l'ensemble des enfants considérant qu'il n'y a pas de catégorie « réservée » à un sexe en particulier. Plus précisément, ouvrir les catégories maternage, activités domestiques aux garçons et les catégories science/technologie aux filles.
- Promouvoir la diversité dans les couleurs proposées : une large palette de couleurs peut être utilisée pour exprimer la nature du jouet.
- Porter attention aux détails récurrents porteurs de stéréotypes, comme par exemple les associations personnage/activité et personnage/environnement (ex. la maman qui cuisine et le papa qui fait du bricolage), et introduire de la variété et de la diversité dans les personnages (couleur de peau, de cheveux, tenues vestimentaires, etc.)

LES EMBALLAGES

- Encourager à diversifier les représentations montrées sur les emballages via l'utilisation de visuels mixtes garçons/filles ou en brisant les stéréotypes traditionnels (ex. photo de fille sur un emballage d'atelier de bricolage ou de garçon sur un atelier de couture).
- Utiliser une large palette de couleurs, qui permettent de communiquer au-delà des stéréotypes.
- Eviter dans les formules inscrites sur l'emballage les mots et expressions stéréotypés (ex. « histoire pour les filles », « repasse comme maman », « bricole comme papa », « pour nous les garçons », etc.) ainsi que la caractérisation par sexe (pour nous les filles /garçons).





1. Conception des produits

LES NOTICES D'UTILISATION

- Dans la description du jouet et dans son mode d'emploi, encourager l'absence de stéréotypes qui assigneraient des rôles prédéterminés aux enfants selon leur sexe.
- Eviter de renvoyer à des rôles parentaux stéréotypés (ex. « demande à papa de t'aider à construire » ou « demande à maman de t'aider à préparer cette pâtisserie »).

LES CATALOGUES DES FABRICANTS

- Les fabricants produisent des catalogues BtoB à destination de leurs clients et des catalogues destinés directement aux consommateurs. La FJP recommande les règles suivantes :
- Eviter la catégorisation jouets filles/jouets garçons au bénéfice d'une catégorisation par type de produits si le catalogue est multi-segments, par thèmes si le catalogue est mono-segment, ou par bénéfice de jeu (ex. imaginer, manipuler, bouger...)
- De même que pour l'emballage, diversifier les représentations via l'utilisation de visuels mixtes garçons/filles ou en brisant les stéréotypes traditionnels.

Exemples de bonnes pratiques



Sur les photos du site internet de la marque, ce jouet d'imitation « ménage » est représenté avec des enfants des deux sexes



Dans ce set :

- Une fille et un garçon jouent au foot
- Un papa pousse une poussette et un grand père pousse des enfants sur un tourniquet
- Deux femmes bricolent et une femme part au travail





1. Conception des produits



Ici, les poupées représentent des métiers qui sont généralement associés aux hommes, dont une astronaute et une pilote d'avion (compétences STIM)



Dans ce set représentant le train, il y a un personnage de chaque sexe



Sur le packaging de ce set de création de parfums, les deux sexes sont représentés



Sur les photos mettant en avant cette gamme de poupons, les deux sexes sont représentés et notamment des petits garçons en train de mater et soigner le poupon



Sur le packaging de cette peluche, les deux sexes sont représentés

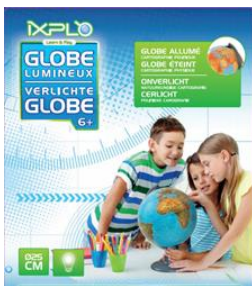




1. Conception des produits



Ici, la poupée n'est pas genrée



Sur le packaging de ce jouet « scientifique, les 2 sexes sont représentés



Sur le packaging, de ce jouet d'imitation de repassage, les stéréotypes sont évités





2. Catalogues de distributeurs

Les engagements pris lors de la signature de la charte :

- Eviter les stéréotypes assignant à chaque genre des postures, des activités ou des codes couleurs trop déterminés.
- Promouvoir la mixité et/ou la neutralité dans la scénographie des catalogues.

Les catalogues de jouets sont incontournables lors des fêtes de Noël, et beaucoup d'enfants passent des heures à les regarder pour faire leur liste au père Noël. Afin d'éviter de véhiculer des stéréotypes, plusieurs choses sont à prendre en compte lors de la rédaction.

CONSTAT

La catégorisation filles/garçons

Segmenter le catalogue selon le genre de l'enfant conduit à limiter le champ des possibles. La segmentation peut être :

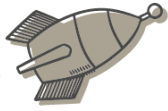
- Explicite ("pour filles" "pour garçons")
- Ou implicite (segmentation rose/bleue, choix des mots utilisés...).

Exemples de segmentations explicites :



Exemples de segmentations implicites : Ici, il n'y a pas écrit "pour filles" ou "pour garçons" mais les mots, couleurs et photos utilisés font apparaître une segmentation genrée des jouets.





2. catalogues de distributeurs

Les photos publicitaires

Il est important de faire attention aux photos publicitaires utilisées afin de ne pas seulement montrer des garçons en train de bricoler et des filles en train de jouer à la poupée car la non mixité des photos contribue à segmenter implicitement les jouets.

Exemples de segmentations explicites diffusées par les images publicitaires : Ici, le choix des images utilisées segmente implicitement les jouets : les garçons bricolent, les filles jouent à la poupée.



Les descriptions des produits

Exemples de stéréotypes véhiculés dans les descriptions des produits : “un look 100% fille”, “existe en fille” et “pour faire les courses comme maman” : trois exemples de stéréotypes diffusés par des descriptions produits.





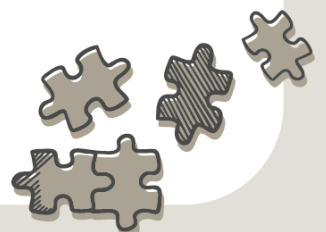
2. Catalogues de distributeurs

RECOMMANDATIONS ET BONNES PRATIQUES

Recommandations :

- Segmentation : Classer les jouets par catégories et non par genre.
- Promouvoir la diversité des couleurs de pages : une large palette de couleurs peut être utilisée dans le but d'éviter les stéréotypes.
- Choix des mots : Faire attention aux mots utilisés pour les titres des catégories : il est possible d'utiliser une communication inclusive sans forcément avoir recours au point médian. En écrivant par exemple "pour les aventuriers et les aventurières", "pour les héros et les héroïnes", "pour les princes et les princesses" "pour les bricoleurs et les bricoleuses". Il est également possible d'utiliser des mots épicènes ("pour les artistes") ou des titres descriptifs de la catégorie ("poupées", "construction"...).
- Choix des images : il est préférable que le fournisseur utilise des images montrant une fille et un garçon pour illustrer les différentes catégories de jouets. Il est également possible de déconstruire les stéréotypes en montrant une fille pour illustrer la catégorie "bricolage" et un garçon pour illustrer la catégorie "poupée".
- Parler des différentes couleurs/caractéristiques d'un produit, plutôt que du genre de l'enfant ciblé.
- Parler de "comme mes parents" plutôt que de "comme maman" ou de "comme papa".

Exemples de bonnes pratiques : On voit ici des filles jouer à des jeux traditionnellement connotés comme étant "masculins" et des garçons jouer à des jeux traditionnellement connotés comme étant "féminins". On voit également des enfants, filles et garçons, jouer ensemble





2. catalogues de distributeurs

Comme des Grands

37€⁹⁰
6€
Smoby
CUISINE SON APPÉTIT
19€⁹⁰
ecoiffier
PETITE DEJUNER COMPLET

Les Jouets en Bois

149€⁹⁹
L'ATELIER

...IMAGI

CRÉATION OXYBUL
POUSSETTE POUR POUPEE
De 18 mois à 6 ans
Légère, cette poussette se
souffle partout et se plie pour
ne pas prendre de place dans
la voiture ! Pour poupee de
30 à 42 cm.

9€
BLEU ref. 330210
ROSE ref. 330217



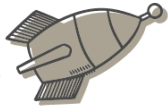
24€⁹⁰
Dont 10,80 €
à 600-participation

dyson

Aspirateur Dyson
Aspirateur Dyson avec réservoir à balles, fonction
aspiration, brosses multicolores tourbillonnantes,
sans câbles, bac à poussière amovible.

DÈS 3 ANS





3. Rayonnages en magasins

Les engagements pris lors de la signature de la charte :

- « Limiter la catégorisation entre jouets filles et jouets garçons dans les magasins afin d'éviter les stéréotypes de genre.
- Favoriser la représentation mixte dans les rayons des magasins, en mettant en avant la présentation par catégories de produits ou par bénéfice apporté par le type de jouet.
- Mieux mettre en valeur les jouets scientifiques en direction des garçons et des filles ».

CONSTAT

Exemples de segmentation genrée des rayonnages



Exemples de segmentation genrée sur les bandes de rive





3. Rayonnages en magasins

RECOMMANDATIONS ET BONNES PRATIQUES

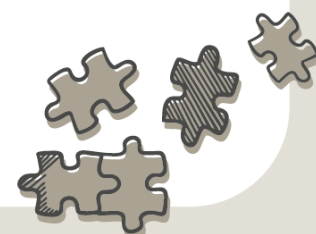
Recommandations :

- Sensibiliser les magasins à segmenter les rayons par catégorie de jouets.
- Sensibiliser les magasins à faire attention aux bandes de rive afin de ne pas segmenter les produits par genre.
- Sensibiliser les magasins à éviter de choisir des panneaux bleus et roses pour décorer les rayons.

Les enseignes regroupant des magasins indépendants s'engagent à les sensibiliser dans l'esprit de la charte. La mise en œuvre des lignes directrices dépendant de chaque directeur de magasin.

Exemples de bonnes pratiques

LES CALENDRIERS DE L'AVENT	Page 5	LES VÉHICULES	Pages 56 à 63
LES JEUX D'ÉVEIL	Pages 7 à 22	LES ROBOTS & LES DRONES	Pages 65 à 87
LES POUPEES	Pages 23 à 28	LES JEUX D'ACTION	Pages 88 à 78
LES MINI-UNIVERS	Pages 29 à 34	LES JEUX ÉDUCATIFS	Pages 75 à 81
TOUT COMME LES GRANDS	Pages 35 à 36	LES JEUX DE SOCIÉTÉ	Pages 90 à 100
LES HÉROS	Pages 37 à 50	LES JEUX EXTÉRIEURS	Pages 100 à 112
LES CONSTRUCTIONS	Pages 51 à 55	LA CULTURE	Pages 113 à 121

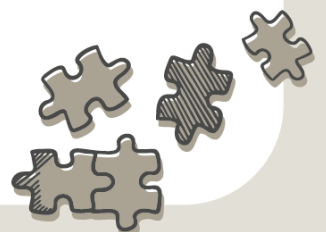




3. Rayonnages en magasins

Les jouets sont ici classés par catégories et les affichages sont neutres, il n'y a pas de segmentation bleu/rose.

Culture et multimédia	1^{er} âge
Action et aventure	Poupées
	Peluches
	Jeux de société
	Jeux créatifs
	Figurines
	Jeux de construction
	Véhicules et circuits





4. sites marchands

Les engagements pris lors de la signature de la charte :

« Engager une réflexion concernant l'organisation des sites marchands, dans le respect des principes commerciaux de référencement ».

CONSTAT

Segmentation des produits par genre

Les jouets sont très souvent segmentés par catégories de jouets, mais le sont parfois subsidiairement par genre. Ces segmentations ne doivent pas répartir les jouets selon des stéréotypes sexistes : aux filles les poupées, aux garçons les jeux de construction et de sciences. Elles doivent au contraire être les plus larges afin d'ouvrir le champ des possibles.

Ces captures d'écran prises sur différents sites de jouets montrent l'impact de la segmentation genrée quant aux choix de jouets proposés aux enfants : les filles ont moins de choix lorsqu'il s'agit de jouets tels que les véhicules, les jouets scientifiques ou de plein air, les jouets de construction...

VOTRE SÉLECTION

- × VÉHICULES, CIRCUITS ET JOUETS RADIOCOMMANDÉS

POUR QUI ?

- FAMILLE (10)
- FILLES (206)
- GARÇONS (1484)

VOTRE SÉLECTION

- × JEUX ET JOUETS ÉDUCATIFS
- × JEUX SCIENTIFIQUES

POUR QUI ?

- FILLES (78)
- GARÇONS (84)

Jeux de construction

GENRE

- Garçon (585)
- Mixte (436)
- Fille (166)

Plein air et jouets sportifs

GENRE

- Garçon (736)
- Fille (698)

Jeux de construction

GENRE

- Garçon (508)
- Fille (343)

Véhicules

GENRE

- Garçon (406)
- Fille (105)

× JOUETS STEM

POUR QUI ?

- FILLES (22)
- GARÇONS (29)





4. sites marchands

Les descriptions des produits

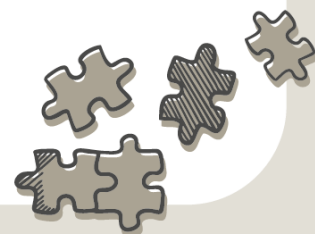
Exemple de description produit stéréotypée

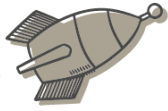
Avec Fabrikid devient un véritable bricoleur comme papa ! Avec ce kit complet de fabrication tu vas pouvoir te familiariser avec les outils et la matière. Scie, cloue et visse tel un véritable bricoleur...

RECOMMANDATIONS ET BONNES PRATIQUES

Recommandations :

- Segmentation : classer prioritairement les jouets par catégories et non par genre.
- Veiller à l'équilibre des propositions entre les genres.
- Couleurs : éviter d'utiliser les couleurs rose et bleue pour illustrer les pages des jouets traditionnellement considérés comme étant respectivement pour filles et pour garçons.
- Choix des mots : faire attention aux mots utilisés pour les titres des catégories : il est possible d'utiliser une communication inclusive sans forcément avoir recours au point médian. En écrivant par exemple "pour les aventuriers et les aventurières", "pour les héros et les héroïnes", "pour les princes et les princesses" "pour les bricoleurs et les bricoleuses". Il est également possible d'utiliser des mots épicènes ("pour les artistes") ou des titres descriptifs de la catégorie ("poupées", "construction"...).
- Choix des images proposer au fournisseur d'utiliser des images montrant une fille et un garçon pour illustrer les différentes catégories de jouets. Il est également possible de déconstruire les stéréotypes en montrant une fille pour illustrer la catégorie "bricolage" et un garçon pour illustrer la catégorie "poupée".
- Parler des différentes couleurs/caractéristiques d'un produit, plutôt que du genre de l'enfant ciblé.
- Parler de "parents" plutôt que de "mamans" ou de "papas".





4. sites marchands

Exemple de bonne pratique

Les jouets sont classés par catégorie et non par genre



Jeux et Jouets

Jeux de construction

Puzzles

Véhicules & Circuits

Jeux artistiques

Jeux d'imitation et Déguisements

Multimédia

Peluches et Poupées

Jouets 1er âge

Jeux de plein air

Jeux de société et de café





Annexe 1 : Les conséquences du stéréotypage des jouets

Il est désormais très largement reconnu que le jeu, via les jouets qui en sont les outils, contribue fortement à l'acquisition de compétences par l'enfant. **Depuis sa naissance et jusqu'à son passage à l'âge adulte, "les jouets sont un pont qui mène l'enfant vers la réalité".**

Objets concrets et palpables, ils sont en parfaite adéquation avec la nature de l'enfant.

Le jouet est une nécessité vitale pour le développement de l'enfant. Il est communément admis par les grands courants de la psychologie moderne que la personnalité d'un être humain se construit sur une base de 5 composantes :

- Sensori-moteur
- Affectivité
- Intelligence
- Créativité
- Sociabilité

Chaque grand type de jouets contribue à développer une ou plusieurs de ces composantes. Il est donc essentiel que les enfants, pour bien se construire, puissent accéder à tous les types de jouets, en fonction de leurs goûts et aspirations propres.

Selon le psychologue Jean-Luc Aubert, « c'est parce qu'il est associé au plaisir que le jeu se révèle être le moyen d'apprentissage le plus performant. C'est le premier fabricant des matériaux de l'intelligence. C'est lui qui multiplie et stabilise les schémas neuronaux dont l'enfant aura besoin ultérieurement pour des tâches plus scolaires ou intellectuelles ».

Or le stéréotypage des jouets exclut l'enfant de certains types de jeux en fonction de son sexe et a pour conséquence de l'enfermer dans des expériences de jeu limitées et répétitives, limitant par-là même son potentiel de développement en créant des barrières fictives.

Quand l'enfant est orienté uniquement vers des jouets choisis en fonction de son sexe, ses opportunités de développer ses propres centres d'intérêt ainsi que d'élargir le champ d'acquisition de ses compétences sont limitées.

Il en résulte des freins pour que l'enfant réalise pleinement son propre potentiel. Une illustration en est le plus faible pourcentage de femmes qui choisissent des carrières scientifiques, traditionnellement vues comme masculines.





Annexe 2 : évolution des comportements des parents vis-à-vis des stéréotypes

UNE SYNTHÈSE DES ÉTUDES RÉCENTES MONTRE CLAIREMENT LES TENDANCES SUIVANTES :

- La majorité des parents d'aujourd'hui estime que garçons et filles doivent être « traités » de la même manière dans leurs premières années et déclarent ne pas faire de différences dans l'éducation des garçons et des filles ;
- Pères et mères désirent désormais s'impliquer autant dans la vie de leurs jeunes enfants, remettant ainsi en cause les schémas traditionnels, et la plus grande implication des mères ;
- La majorité des parents d'aujourd'hui souhaitent combattre les traditionnels stéréotypes de genre et mettent en œuvre des stratégies/actions pour assurer l'égalité.

Les parents recherchent donc des expériences de jeu qui reconnaissent leurs enfants comme étant multi-facettes, et s'attachent en priorité à savoir quels sont les bénéfices d'un jouet pour l'enfant, plutôt que de savoir à quel sexe il est destiné, de telle sorte que l'enfant puisse choisir en fonction de ses propres goûts et intérêts.

En d'autres termes, les parents souhaitent que leurs enfants puissent choisir en fonction de leurs goûts propres et pas sur la base de stéréotypes qui amèneraient par exemple un petit garçon à demander un camion alors qu'il préférerait avoir une poupée.

QUELLES IMPLICATIONS POUR LES ACTEURS DU JOUET ?

De plus en plus de parents élèvent leurs enfants dans cet état d'esprit et se reconnaissent de moins en moins dans les marques et produits qui pratiquent un marketing genré. Les parents d'aujourd'hui jugent les produits en fonction de ce qu'ils sont et non en fonction de leur cible. Ces parents se tournent vers des produits non assignés par genre et qui s'adressent par leur valeur de jeu à l'ensemble des enfants.

