

HCE|fh

**HAUT CONSEIL
à l'
EGALITE
ENTRE LES
FEMMES ET
LES HOMMES**

GUIDE PRATIQUE

pour une communication
publique sans stéréotype
de sexe



Édité en novembre 2015

« Discours, colloques, affiches, vidéos, sites web, textes officiels, nominations des équipements et des rues : la communication des pouvoirs publics, qu'elle soit interne ou externe, prend des formes très diverses. Sans une vigilance continue, les stéréotypes de sexe sont reproduits, parfois de manière inconsciente. Leur présence se manifeste par trois aspects. D'abord, un fort déséquilibre entre le nombre de femmes et le nombre d'hommes représenté.e.s. Ensuite, un enfermement des femmes et des hommes dans un répertoire restreint de rôles et de situations, limitant de fait leurs possibilités d'être et d'agir. Enfin, une hiérarchisation des statuts et des fonctions de chaque sexe au détriment des femmes.

Or ces représentations auxquelles les citoyen.ne.s sont constamment exposé.e.s renforcent les stéréotypes de sexe et les inégalités entre les femmes et les hommes. Pour renverser cette tendance, l'Etat et les collectivités territoriales se doivent d'être exemplaires, notamment via l'utilisation de l'argent public destiné à la communication.

Pour ce faire, ce Guide est un véritable outil à votre disposition. Il s'inscrit dans la poursuite du rapport relatif à la [lutte contre les stéréotypes de sexe](#).

10 recommandations pratiques ont été co-construites pour communiquer sans stéréotypes. Nous remercions les linguistes, les professionnel.le.s de la communication, les fonctionnaires et toutes celles et ceux, dont les membres du HCEfh, qui y ont contribué.

Nous savons pouvoir compter sur vous pour utiliser et diffuser ce Guide en interne comme à vos prestataires extérieurs afin qu'il devienne un outil de référence. Le faire vivre, c'est faire de l'égalité entre les femmes et les hommes une réalité pour toutes et tous ! »

Danielle BOUSQUET
Présidente



Gaëlle ABILY
Rapporteure



UNE DEMARCHE INSCRITE DANS LES TEXTES

Au niveau européen

- ▶ Le Conseil de l'Europe a adopté, en 2008, une [recommandation](#) visant « l'élimination du sexisme dans le langage et la promotion d'un langage reflétant le principe d'égalité entre les femmes et les hommes ». (Recommandation CM/Rec(2007)17)

Au niveau de l'État

- ▶ Les feuilles de route ministérielles issues du Comité Interministériel aux Droits des femmes (CIDF) comportent des actions relatives à la communication institutionnelle. Les feuilles de route, demain, pourraient intégrer l'adoption de ce Guide comme axe d'action prioritaire.
- ▶ Dans la loi pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes du 4 août 2014, l'[art.1](#) consacre « une approche intégrée de l'égalité ».

Au niveau des collectivités territoriales

- ▶ Loi pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes du 4 août 2014, [art. 61](#) : préalablement aux débats sur le projet de budget, les collectivités doivent présenter un rapport sur la situation locale en matière d'égalité entre les femmes et les hommes et les orientations et programmes visant à améliorer cette situation ;
- ▶ [Protocole d'accord](#) du 2 juillet 2013 signé entre le ministère des Droits des femmes et les grandes associations de collectivités : l'égalité femmes-hommes doit être prise en compte à toutes les étapes des politiques publiques, au moment notamment de leur mise en œuvre et de leur diffusion via les documents de communication tant internes qu'externes ;
- ▶ Art. 6 de la [Charte](#) pour l'égalité entre les femmes et les hommes dans la vie locale de l'Association Française du Conseil des Communes et Régions d'Europe (AFCCRE).

QUELQUES DEFINITIONS

Les stéréotypes de sexe sont des représentations schématiques et globalisantes qui attribuent des caractéristiques supposées « naturelles » aux filles/femmes, aux garçons/hommes, sur ce que sont et ne sont pas les filles et les garçons, les femmes et les hommes, sous-entendu « par nature ».

Exemple de stéréotypes de sexe : « les femmes sont douces, les hommes sont doués d'autorité ».

Les stéréotypes de sexe font passer pour naturels et normaux des rôles de sexe différents et hiérarchisés, assignés aux femmes et aux hommes. **Les rôles de sexe** sont les traits psychologiques, les comportements, les rôles sociaux ou les activités assignés plutôt aux femmes ou plutôt aux hommes, dans une culture donnée, à une époque donnée.

Exemple de rôles de sexe : « les femmes s'occupent des enfants, les hommes des affaires publiques ».

Les rôles de sexe sont une mise en pratique du genre. **Le genre** est le système de normes hiérarchisées et hiérarchisantes de masculinité/féminité. Ces normes sont différentes, construites en opposition, et valables dans une culture donnée, à une époque donnée. Ce système produit des inégalités entre les femmes et les hommes.

10 RECOMMANDATIONS

POUR UNE COMMUNICATION PUBLIQUE SANS STÉRÉOTYPE DE SEXE

- 1** *Éliminer toutes expressions sexistes*11
- 2** *Accorder les noms de métiers, titres, grades et fonctions*12
- 3** *User du féminin et du masculin dans les messages adressés à tous et toutes*15
- 4** *Utiliser l'ordre alphabétique lors d'une énumération*17
- 5** *Présenter intégralement l'identité des femmes et des hommes*18
- 6** *Ne pas réserver aux femmes les questions sur la vie personnelle* ..19
- 7** *Parler «des femmes» plutôt que de «la femme», de la «journée internationale des droits des femmes» plutôt que de la «journée de la femme» et des «droits humains» plutôt que des «droits de l'homme»*20
- 8** *Diversifier les représentations des femmes et des hommes*22
- 9** *Veiller à équilibrer le nombre de femmes et d'hommes*26
 - ▶ Sur les images et dans les vidéos
 - ▶ Sujets d'une communication
 - ▶ A la tribune d'événements, ainsi que dans le temps de parole
 - ▶ Parmi les noms de rues, des bâtiments des équipements, des salles
- 10** *Former les professionnel.le.s et diffuser le guide*31

FOIRE AUX ARGUMENTS

Réponses aux 6 oppositions les plus fréquentes contre l'usage du féminin dans la langue

► L'argument d'utilité : « C'est une question accessoire »

La langue reflète la société et sa façon de penser le monde. Ainsi, une langue qui rend les femmes invisibles est la marque d'une société où elles jouent un rôle second. C'est bien parce que le langage est politique que la langue française a été infléchie délibérément vers le masculin durant plusieurs siècles par les groupes qui s'opposaient à l'égalité des sexes.

► L'argument du masculin générique : « Le masculin est aussi le marqueur du neutre. Il représente les femmes et les hommes »

En français, le neutre n'existe pas : un mot est soit masculin, soit féminin.

Et d'ailleurs, l'usage du masculin n'est pas perçu de manière neutre en dépit du fait que ce soit son intention, car il active moins de représentations de femmes auprès des personnes interpellées qu'un générique épïcène. C'est tellement courant que nous en avons à peine conscience. Cette problématique pourrait être mise en parallèle avec l'histoire du suffrage universel. Le masculin n'est pas plus neutre que le suffrage n'a été universel jusqu'en 1944.

► L'argument de la lisibilité : « Cela encombre le texte »

Au contraire, l'usage du féminin clarifie un texte puisqu'il permet de comprendre qu'on y évoque aussi des femmes ; cela évite au contraire d'avoir à le préciser de manière explicite. D'autre part, la réintroduction des termes féminins raccourcit les énoncés : « femme auteur », « femme ingénieur », « femme poète » sont des périphrases qui prennent plus de place qu'« auteure », « ingénieure », « poétesse »... Enfin, les femmes « n'encombrent » pas un texte.

► **L'argument esthétique : « Écrivaine », « pompière », ce n'est pas beau ! »**

Le fait de systématiser l'usage du féminin est d'abord une question d'habitude. Ce n'est pas une question d'esthétique, car aucun mot n'est beau ou laid en soi.

Les arguments contre ces usages sont souvent irrationnels. L'ouvrage *La Grammaire en folie* de Brigitte BLOCH nous remémore ainsi un énoncé de Bertrand POIROT-DELPECH, Académicien, invité de Bernard PIVOT dans l'émission « Bouillon de culture » : « C'est le vaine d'écrivaine qui me gêne », feignant ne pas entendre que le mot « écrivain » contient l'adjectif « vain ».

Les noms de métiers au féminin « dérangent » car ils traduisent le fait que des terrains conçus comme propres aux hommes sont investis par des femmes.

► **L'argument du prestige : « Les femmes elles-mêmes nomment leur métier au masculin »**

Ces femmes ont parfaitement compris les messages envoyés par ceux qui ont fait disparaître les termes féminins et ceux qui aujourd'hui les disent impropres ou inconnus, leur signifiant que, supposées inférieures, elles n'auraient rien à faire sur leur terrain. Et nous ne pouvons d'ailleurs pas blâmer ces femmes « transfuges », qui transgressent des normes en intégrant des secteurs majoritairement occupés par des hommes, de chercher à se fondre dans les usages leur préexistant. Mais cela est dommage, car l'usage du féminin pour leur nom de métier par exemple ne diminue pas leurs compétences. De plus, ces femmes sont des pionnières et peuvent jouer un rôle important de modèle pour les générations à venir.

► **L'argument de l'homonymie : « On ne comprend plus le sens des mots ; traditionnellement « la préfète » désigne la femme du préfet »**

La « préfète » désigne en effet deux personnes différentes. Mais ce problème ne peut être résolu en conservant des formules désuètes, correspondant à une société où, lorsqu'une fonction prestigieuse était interdite aux femmes, le féminin désignait l'épouse. Les métiers concernés par ce problème, comme « préfète » ou « ambassadrice » sont aujourd'hui ouverts aux femmes. En 2014, 15,7% des préfet.ète.s sont des femmes. Par ailleurs, se pose-t-on la question de savoir si la nomination de leurs époux (« Monsieur le préfet » ?) concurrence les hommes exerçant ce métier ? Et que faire si « Monsieur le préfet » est marié à un homme ? Les usages langagiers doivent s'adapter aux usages sociaux.

1

ÉLIMINER TOUTES EXPRESSIONS TELLES QUE *CHEF DE FAMILLE, MADEMOISELLE, NOM DE JEUNE FILLE, NOM PATRONYMIQUE, NOM D'ÉPOUSE ET D'ÉPOUX, EN BON PÈRE DE FAMILLE*



Pourquoi ? Parce que ces expressions ont déjà été bannies du droit français¹. Parce que ces expressions renvoient les femmes et les hommes à des rôles sociaux traditionnels.

EXEMPLE

Par exemple : éliminer ces expressions de l'ensemble des documents administratifs, notamment des formulaires et des correspondances.



1 - Conformément à la [Circulaire n°5575/SG](#) du 21 février 2012 relative à la suppression des termes 'Mademoiselle', 'nom de jeune fille', 'nom patronymique', 'nom d'épouse' et 'nom d'époux' des formulaires et correspondances des administrations, à la loi n° 70-459 du 4 juin 1970 relative à l'autorité parentale et à la [loi du 4 août 2014](#) pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes ;

2

ACCORDER LES NOMS DE MÉTIERS, TITRES, GRADES ET FONCTIONS AVEC LE SEXE DES PERSONNES QUI LES OCCUPENT



Pourquoi ? Parce que les noms de métiers, titres, grades et fonctions existent au féminin, et ce depuis le Moyen-âge. Il n'y a donc pas de raison d'invisibiliser les femmes.



Comment faire ? Retrouvez plus de 2 000 noms de métiers, titres, grades ou fonctions au masculin et au féminin dans le guide linguistique téléchargeable en ligne: « [Femme, j'écris ton nom...](#) Guide d'aide à la féminisation des noms de métiers, titres, grades et fonctions. »

X ÉVITEZ	✓ PRÉFÉREZ
Madame le chef de bureau	Madame la cheffe de bureau
Madame le préfet	Madame la préfète
Madame le directeur	Madame la directrice
Madame le sénateur	Madame la sénatrice
Madame le maire	Madame la maire



Pour aller plus loin :

- ▶ Circulaires du **11 mars 1986** relative à la féminisation des noms de métier, fonction, grade ou titre et du **6 mars 1998** ;
- ▶ Foire aux arguments en p. 8 et 9
- ▶ Exemples de féminins et masculins selon les terminaisons p. 34



Le saviez-vous ?

Le masculin ne l'a pas toujours emporté sur le féminin ...

La langue française n'est pas immuable : l'usage du féminin a longtemps été dans les normes, dans le vocabulaire comme dans la grammaire. La langue évolue de deux façons : d'une part, de façon spontanée, sous l'effet de l'usage (en fonction des évolutions sociales, des immigrations, etc.) et d'autre part, de manière délibérée (les grammairien.ne.s et les écrivain.e.s peuvent préconiser des choix linguistiques qui s'imposent peu à peu). Et le masculin ne l'a pas toujours emporté.

Jusqu'au XVII^e siècle, tous les noms de métiers, fonctions et dignités exercé.e.s par des femmes étaient nommé.e.s au féminin, de même que tous les métiers, fonctions et dignités exercé.e.s par des hommes l'étaient au masculin (exemples : cuisinière, marchande, abbesse, administreresse, enchanteresse, doctoresse, charpentière).

Ce sont les réformes des grammairiens et lexicographes au XVII^e siècle qui ont « imposé » la règle du masculin qui l'emporte, aboutissement d'une longue période de réflexion qui débute à la Renaissance sur la place des femmes et des hommes dans la société, et en particulier sur le terrain politique. Il est question de savoir si les femmes peuvent gouverner, peuvent ne pas obéir à leur mari ou peuvent exercer les mêmes fonctions que les hommes.

En 1647, douze ans après la création de l'Académie Française, l'un de ses membres, Claude FAVRE DE VAUGELAS, préconise que le masculin doit l'emporter en grammaire au motif que « le masculin est plus noble que le féminin ». Un siècle plus tard, le professeur Nicolas BEAUZEE justifie que, selon lui, « *le genre masculin est réputé plus noble que le féminin à cause de la supériorité du mâle sur la femelle* ».

Au cours la Révolution française, les femmes demandent que cesse la suprématie de l'usage du masculin² en même temps qu'elles réclament le droit de vote.

C'est en 1882 que l'État tranche en faveur du masculin lorsqu'il rend l'instruction publique obligatoire. Des mots présents dans le français ancien disparaissent alors, tels que le féminin de médecin : *medecine* ou *medecineuse*. Alors que les métiers moins valorisés socialement n'ont jamais été privés de leur féminin lorsqu'ils en avaient. Exemple : Le gastelier et la gastelière sont devenu.e.s le pâtissier et la pâtissière.

Cette hiérarchisation des sexes par le langage est devenue ensuite si courante et intériorisée qu'on ne la remarque (presque) plus aujourd'hui.

2 - La requête des dames à l'Assemblée nationale, projet de décret (1792) : « *Le genre masculin ne sera plus regardé, même dans la grammaire, comme le genre le plus noble, attendu que tous les genres, tous les sexes et tous les êtres doivent être et sont également nobles* ».

Éliane VIENNOT,
professeure de littérature française
de la Renaissance, retrace l'histoire
des résistances de la langue française
dans son ouvrage
*Non, le masculin ne l'emporte pas
sur le féminin.*



Zoom sur l'initiative du collectif « **L'égalité, c'est pas sorcier !** » qui a demandé en mars 2015 à la Ministre de l'Éducation Nationale de publier une circulaire considérant comme correcte la règle de proximité. Plus d'informations sur le site petitions24.net.



Le HCEfh soutient la réhabilitation de l'usage de la règle de proximité, qui consiste à accorder les mots avec le terme le plus rapproché.

Par exemple : « *les hommes et les femmes sont belles* » ou « *les femmes et les hommes sont beaux* ».

3

USER DU FÉMININ ET DU MASCULIN DANS LES MESSAGES ADRESSÉS À TOUS ET TOUTES



Pourquoi ? Pour que les femmes comme les hommes soient inclus.e.s, se sentent représenté.e.s et s'identifient.



Comment faire ? Pour marquer le féminin et le masculin :

À L'ORAL

Utiliser les mots et/ou adjectifs au féminin et au masculin, par ordre alphabétique dans la mesure du possible.

Exemples :

*l'égalité femmes-hommes,
les lycéennes et les lycéens,
les sénateurs et les sénatrices,
les acteurs et les actrices,
les Français et les Françaises*

À L'ÉCRIT

La forme préconisée pour l'oral reste valide. Le point peut être utilisé alternativement en composant le mot comme suit :
racine du mot + suffixe masculin + point + suffixe féminin

Exemples :

*l'enseignant.e, les enseignant.e.s ;
la.le sénateur.rice,
les sénateur.rice.s ;
un.e conseiller.ère municipal.e,
des conseiller.ère.s municipaux.ales ;
la.le chercheur.e, les chercheur.e.s
(Voir p. 34)*

Le point a l'avantage d'être peu visible pour ne pas gêner la lecture, d'être le plus aisé pour les logiciels adaptés aux personnes malvoyantes, de faciliter l'écriture sur un clavier informatique et d'éviter toute connotation négative à l'inverse des parenthèses (indiquent un propos secondaire), de la barre oblique (connote une opposition), du E majuscule (peut laisser penser que seules les femmes sont désignées). Il prend également moins de place que le tiret, autre forme courante.



Astuce !

il est aussi possible d'utiliser :

- ▶ Des **mots épiciènes**, c'est à dire les mots dont la forme ne varie pas entre le masculin et le féminin. Exemples : un.e élève, un.e membre, un.e fonctionnaire, etc. ;
- ▶ Des mots désignant indifféremment une femme ou un homme ou des mots « englobants ».

*Exemples :
une personne,
un être humain,
le corps professoral,
le peuple, le public, etc.*

Précision terminologique :

Privilégier l'expression « user du féminin » plutôt que «féminiser» la langue ou le langage, car le genre grammatical féminin existe déjà : il est simplement peu, ou plus usité. Le fait d'utiliser un verbe d'action comme «féminiser» sous-entend à tort que l'on transformerait la langue.

4

UTILISER L'ORDRE ALPHABÉTIQUE LORS D'UNE ÉNUMÉRATION DE TERMES IDENTIQUES (OU ÉQUIVALENTS) AU FÉMININ ET AU MASCULIN



Pourquoi ?

Pour varier afin de ne pas systématiquement mettre le masculin en premier, par habitude, ou en second, par « galanterie ».

EXEMPLE

Par exemple : égalité femmes-hommes, les lycéennes et les lycéens, les sénateurs et les sénatrices.

5

PRÉSENTER INTÉGRALEMENT L'IDENTITÉ DES FEMMES ET DES HOMMES, AVEC LEUR PRÉNOM ET NOM, AINSI QUE LEUR MÉTIER QUAND CELA EST APPROPRIÉ



Pourquoi ?

► Les femmes sont, plus fréquemment que les hommes, présentées par leur prénom uniquement, étant précisée leur qualité d' « épouse de » ou de « mère de x enfants », quand les hommes sont présentés le plus souvent avec leur prénom et nom, leur qualité, grade ou profession.

Le fait de n'utiliser que le prénom des femmes là où on utilise les prénoms et noms des hommes est discriminant.

- En outre, s'adresser aux femmes en ne recourant qu'au prénom peut renvoyer à la sphère du privé, de l'intime, du familial, ce qui peut participer à les décrédibiliser.
- Il convient également d'éviter, lorsqu'elles exercent un métier traditionnellement occupé par des hommes, de souligner qu'elles conserveraient malgré tout leur « féminité » (en décrivant leur style vestimentaire, leur douceur, leur maîtrise des tâches domestiques, ou encore leurs qualités de « cordon bleu » ou de mère attentive, etc.).

6

NE PAS RÉSERVER AUX FEMMES LES QUESTIONS SUR LA VIE PERSONNELLE, ET NOTAMMENT SUR LA VIE DE FAMILLE



Pourquoi ?

Il est courant de demander aux femmes qui exercent des responsabilités, et à elles seules, comment elles parviennent (ou pas) à mener de front carrière et vie de famille.

Si cette question est pertinente, il convient de la poser aussi aux hommes.

7

**PARLER « DES FEMMES » PLUTÔT QUE DE « LA FEMME »,
DE « LA JOURNÉE INTERNATIONALE DES DROITS
DES FEMMES » PLUTÔT QUE DE LA « JOURNÉE
DE LA FEMME » ET DES « DROITS HUMAINS »
PLUTÔT QUE DES « DROITS DE L'HOMME/L'HOMME »**

X ÉVITEZ	✓ PRÉFÉREZ
Journée de la femme	Journée internationale des droits des femmes
Les Hommes/hommes	Les êtres humains
Les droits de l'Homme/ de l'homme	Les droits humains
Entreprenariat au féminin	Création d'entreprises par des femmes



Pourquoi ?

Il est important de dissocier « la Femme » (le fantasme, le mythe, qui correspondent à des images stéréotypées et réductrices telles que la figure de « l'Arabe » ou « du Juif ») et « les femmes », qui sont des personnes réelles, aux identités plurielles, et représentatives d'un groupe hétérogène. « La Femme » est une représentation mentale produite par la société : l'expression suggère que toutes les femmes partagent nécessairement des qualités propres à leur sexe (douceur, dévouement, charme, maternité...).

Or, dans la réalité, les femmes se distinguent par la pluralité de personnalités, de leurs goûts, de leurs couleurs de peau, de leurs activités professionnelles, dépassant largement les représentations que la société leur impose.

De la même manière : parler de « femmes entrepreneures » ou de « création d'entreprises par des femmes » plutôt que d'entreprenariat au féminin ».



Comment faire ?

- ▶ Dans cette perspective, le 8 mars n'est pas « La Journée de la Femme » mais « **La Journée Internationale des droits des femmes** » ou a minima, « La Journée des femmes ». Cette journée a été créée au début du XX^e siècle dans une perspective militante. Elle est l'occasion de réaffirmer l'importance de la lutte pour les droits des femmes et rend hommage aux combats en faveur de la reconnaissance sociale et politique des femmes. Le 8 mars n'est ni la Saint Valentin, ni la Fête des Mères.



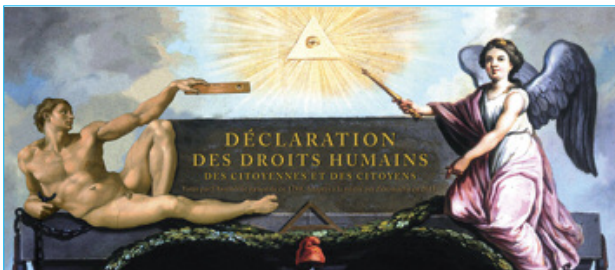
A éviter :

- ▶ organiser un concours de beauté, offrir une rose ou une plante verte au personnel féminin, etc.
- ▶ De même, à l'utilisation des mots « droits de l'homme », il faut préférer « **droits humains** ». N'oublions pas que le mot « homme » dans la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen française a longtemps servi à écarter juridiquement les femmes du droit de vote. Les rédacteurs de la Déclaration onusienne de 1949 voulaient mettre « Man Rights » et ce fut la seule femme présente, Eleanor Roosevelt, qui se battit pour qu'ils adoptent « Human Rights », afin de couvrir les droits des femmes. Expression que la France traduit à tort par « Droits de l'homme », contrairement au Québec francophone par exemple qui écrit « Droits de la personne humaine ».



Zoom sur deux initiatives appelant au remplacement à l'avenir de l'expression « droits de l'homme » par « droits humains » :

- ▶ Le collectif Droits humains, rassemblant plus de 40 associations et fédérations de la société civile, le demande dans le cadre de la campagne « Droits humains pour tou.te.s ». Retrouvez toutes les informations sur droitshumains.fr;
- ▶ L'association Zéro Macho, sous l'égide du HCEfh, a adapté la « Déclaration des droits de l'homme et du citoyen » (1789) pour qu'elle s'applique à toute l'humanité. Elle devient symboliquement la « **Déclaration des droits humains des citoyennes et des citoyens** ».



8

DIVERSIFIER LES REPRÉSENTATIONS DES FEMMES ET DES HOMMES AFIN DE NE PAS LES ENFERMER DANS DES RÔLES DE SEXE STÉRÉOTYPÉS ET D'ASSURER LA DIVERSITÉ RÉELLE DES REPRÉSENTATIONS



Pourquoi ?

Il ne s'agit bien évidemment pas d'interdire certaines représentations mais de les diversifier afin de ne pas enfermer femmes et hommes dans des stéréotypes. La communication publique doit en effet veiller à s'adresser aux femmes et aux hommes de tous âges, toutes origines, tous milieux professionnels, toutes religions, toutes capacités physiques ou mentales et de tous lieux.

Certes, certaines représentations stéréotypées correspondent à des réalités. Ainsi, il n'est pas question de ne plus représenter de femmes réalisant des tâches ménagères : elles assument encore aujourd'hui 80% d'entre elles. Mais il convient également de reconnaître et de ne pas masquer les représentations qui correspondent aussi à une réalité sociale : il existe des femmes cheffes d'entreprise, ingénieures, astronautes, et des hommes infirmiers ou qui s'occupent de leurs enfants.



Astuce ! La légende, par son ton ironique, décalé ou au contraire très factuel peut permettre d'exprimer une distance critique à l'égard de l'image.



Comment faire ? Les représentations de ces rôles de sexe sont transmises sur l'image par :

- ▶ **les couleurs** : éviter les couleurs douces et roses pour les femmes, sombres et bleues pour les hommes ;
- ▶ **l'activité exercée** : ne pas systématiquement représenter les femmes dans des activités maternantes, et les hommes dans des activités de direction ou dans les secteurs de la technique, de la high-tech et des sciences ou encore révélant des capacités physiques et manuelles ;

- ▶ **les types de vêtements** : ne pas systématiquement représenter les hommes dans des vêtements pratiques, et les femmes dénudées ou avec des vêtements inappropriés pour l'activité réalisée ;
- ▶ **l'attitude des personnes (position, regard, etc)** : ne pas systématiquement représenter les femmes comme étant à disposition des hommes, dans des positions lascives, passives voire soumises, et les hommes dans des positions assurées et dominatrices ;
- ▶ **leur place sur l'image** : ne pas systématiquement représenter les hommes au premier plan, et les femmes en arrière-plan ou dans les marges ;
- ▶ **l'environnement** : ne pas systématiquement représenter les hommes en extérieur et en milieu professionnel, et les femmes à l'intérieur et dans la sphère domestique ;
- ▶ **les interactions entre les personnes** : privilégier la coopération au rapport de force.

X UN MAUVAIS EXEMPLE

Campagne de recrutement du Ministère de l'Education nationale, 2011
D'un côté, la femme, la douceur, les couleurs pastels, la littérature, la blondeur, le rêve.
De l'autre, l'homme, l'ordinateur, le bleu, l'attitude concentrée, l'ambition.





Pour toute communication sur l'égalité femmes-hommes : attention aux pièges !

Les initiatives visant spécifiquement la mixité constituent un levier face à la persistance des stéréotypes... à condition de ne pas tomber dans l'essentialisme et les grands mythes sur ce que seraient et aimeraient les femmes.

► La promotion de la mixité dans les filières scientifiques

X UN MAUVAIS EXEMPLE	✓ UN BON EXEMPLE
<p>La campagne « <i>Science, it's a girl thing</i> » (« La science, un truc de filles ») lancée en 2012 par la Commission européenne visait à inciter les jeunes femmes à faire des sciences. Le clip saturé de rose met en scène des vamps caricaturales, sur talons aiguilles, dont la pratique de la science passerait par la danse, le maquillage ou la mode.</p> <p>Face au tollé international, la Commission a remplacé son clip par un autre plus approprié et efficace.</p>	<p>Certaines campagnes, au contraire, cherchent à promouvoir l'accès des femmes aux professions traditionnellement occupées par des hommes tout en déconstruisant les stéréotypes.</p> <p>Cette campagne de recrutement d'une école d'ingénieur.e.s présente des femmes non stéréotypées en dénonçant les préjugés.</p> <p>L'école a également choisi de rendre visible les femmes dans son logo, se définissant comme « école d'ingénieur-e-s ».</p>

Campagne de promotion de la science auprès des filles de la Commission européenne



Campagne de recrutement de l'École d'ingénieur.e.s EPF



► La promotion de la mixité dans les sports

X UN MAUVAIS EXEMPLE

Lors d'événements sportifs d'équipes de femmes, il convient d'éviter une hyper-sexualisation des corps des athlètes. Trop souvent encore, la communication sur ce sujet minimise les performances sportives et renvoie les sportives aux normes de la féminité (maquillage, intérêt pour la mode, talons aiguilles, etc.).

✓ UN BON EXEMPLE

La photographie capture une scène d'entraînement entre une sportive et son coach dans un sport habituellement perçu comme imperméable aux femmes. Les couleurs sont neutres, les positions professionnelles et en mouvement, et le slogan délibérément provocateur, dans le but de déconstruire les clichés associés au karaté.

*Campagnes de clubs sportifs
en partenariat
avec un Conseil général*



*Campagne pour l'exposition
« Femmes & Sports, au-delà du cliché »,
CDOS Gironde*



9

VEILLER À ÉQUILIBRER LE NOMBRE DE FEMMES ET D'HOMMES



Rencontre des ministres des Finances et gouverneur.e.s de la Banque Centrale, Washington 2014

► Sur les images et les vidéos



Pourquoi ?

Pour que les femmes comme les hommes soient inclus.e.s, se sentent représenté.e.s et s'identifient.



Comment faire ?

Pour un document donné, compter le nombre de femmes et d'hommes représenté.e.s sur les photos, les infographies, les illustrations, etc. et rééquilibrer si nécessaire.

✓ UN BON EXEMPLE



Pour promouvoir l'enseignement agricole, le ministère de l'Agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt met en valeur autant de filles que de garçons, tant dans les portraits d'élèves que sur les photos d'illustration de la plaquette de rentrée 2015-2016

► Sujets d'une communication



Pourquoi ?

Le partage de l'espace, quel qu'il soit, entre les femmes et les hommes contribue à rendre visible chaque sexe. Une représentation réaliste et non stéréotypée des personnes passe également par des efforts pour diversifier les sujets sur lesquels on écrit, en évoquant l'expérience des femmes autant que celle des hommes.



Comment faire ?

Pour un document donné, compter le nombre de femmes et d'hommes qui font l'objet d'une communication, que ce soit dans le texte (parmi les personnes nommé.e.s dans un article ou interviewé.e.s) ou dans les images (en une ou dans les images d'illustration, etc.) et ré-équilibrer si nécessaire.

Il est également possible de jouer avec le texte et les images afin d'équilibrer les représentations des femmes et des hommes. Si l'illustration va dans le sens des stéréotypes, le texte (commentaire ou légende) peut compenser.



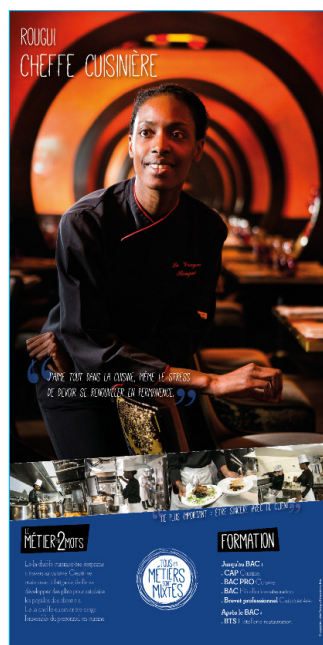
Pour aller plus loin :

Valoriser les femmes ou les hommes œuvrant sur des sujets ou exerçant des métiers traditionnellement réservés à l'autre sexe.



✓ UN BON EXEMPLE

*Extraits de l'exposition
"Tous les métiers sont
mixtes", à destination des
collectivités territoriales,
collèges, lycées, missions
locales, structures
socioculturelles/Association
Femmes ici et ailleurs*



► À la tribune d'événements, ainsi que dans la répartition du temps de parole



Comment faire ?

Pour un évènement donné :

- Compter le nombre de femmes et d'hommes invité.e.s à s'exprimer,
- Compter les temps de parole accordés aux femmes et aux hommes intervenant.e.s.

► Ré-équilibrer si nécessaire.

Si vous recherchez des femmes expertes, quelque soit le domaine, visitez le site ressource expertes.eu, lancé par le groupe Egalis, Radio France et France télévisions. Le site recense plus de 1 500 experts sur 300 thématiques et 2 700 mots clés.



Pour aller plus loin :

Valoriser les femmes ou les hommes œuvrant sur des sujets ou exerçant des métiers traditionnellement réservés à l'autre sexe et compter le nombre de femmes et d'hommes par profil d'intervenant.e.s (expert.e.s, militant.e.s, témoins, etc.).

► Parmi les noms des rues, des bâtiments, des équipements, des salles



Pourquoi ?

Parce qu'en France, 6% des rues seulement arborant des noms de personnalités portent le nom d'une femme. Attribuer des noms aux lieux (rues, bâtiments, équipements ou salles) est une manière de rendre hommage et de valoriser des femmes et des hommes qui ont marqué l'histoire (politique, culturelle, scientifique, etc.), éventuellement l'histoire locale. Le Panthéon n'a pas le monopole des grand.e.s femmes et hommes !



Comment faire ?

De nombreux et excellents ouvrages existent en la matière :

- Le Dictionnaire universel des créatrices, de Béatrice DIDIER, Antoinette FOUQUE, Mireille CALLE-GRUBER, Editions des Femmes, Novembre 2013 ;
- L'Histoire des femmes en Occident, de Michelle PERROT, Georges DUBY, Collection Tempus, Editions Perrin, Février 2002 ;
- Les Femmes dans la société française au 20^e siècle, Christine BARD, Editions Armand Colin, 2004.

EXEMPLES

- À Ramonville-Saint-Agne, la municipalité a donné à l'ensemble des rues d'un nouveau quartier des noms de femmes, permettant de passer de 15% à 25% de noms de femmes parmi les odonymes de noms de personnes de la commune.
- À Paris, depuis 2014, 61% des dénominations de rues ont été attribuées à des femmes.
- Le ministère de l'Intérieur, place Beauvau, a baptisé un hall « George Sand »
- Le ministère de l'Outre-mer a nommé l'une de ses salles rue Oudinot « mulâtresse Solitude ».



Pour aller plus loin :

Veiller à ne pas retomber dans les stéréotypes de sexe, comme par exemple: personnage femme pour les salles de danse et personnage homme pour les stades de foot. Au contraire, valoriser les femmes ou les hommes œuvrant sur des sujets ou exerçant des métiers traditionnellement réservés à l'autre sexe.

10

FORMER LES PROFESSIONNEL.L.E.S ET DIFFUSER LE GUIDE



Pourquoi ?

Ce Guide est un outil proposé pour envisager de premières actions, simples et visibles, favorisant l'égalité entre les femmes et les hommes. Mais pour faire de la lutte contre les stéréotypes un réflexe chez les acteurs et actrices de la communication publique, et qu'elle s'inscrive dans la durée, il est nécessaire de se former à cette problématique, que ce soit dans les services de l'Etat, ceux des collectivités territoriales, ou les établissements publics.



Comment faire ?

Pour faire de ce Guide un outil de référence au sein de votre institution, il convient de le diffuser largement :

- ▶ en interne, en particulier aux personnes en charge de la communication ;
- ▶ sur la plateforme intranet ;
- ▶ aux prestataires extérieur.e.s de votre institution, notamment en matière de communication ;
- ▶ à l'ensemble de vos partenaires, en particulier celles et ceux faisant l'objet d'un financement de votre part (subvention à destination des associations sportives, financement d'un festival de musique ou de films, etc.).



Pour aller plus loin :

Signer « [La Convention d'engagement pour une communication publique sans stéréotype de sexe](#) » aux côtés du Haut Conseil à l'Égalité.

Le Secrétariat général du HCE peut vous accompagner dans la mise en œuvre de ces recommandations dans votre institution. haut-conseil-egalite@pm.gouv.fr



ELLES ET ILS ONT PERMIS CE GUIDE

Le présent document a été réalisé par les membres de la **Commission « Lutte contre les stéréotypes de sexe et la répartition des rôles sociaux »** du HCEfh avec le concours de personnalités extérieures, et avec l'appui du **Secrétariat général du HCEfh**, ainsi que de l'équipe du Pôle Conception Graphique-Fabrication de la DSAF (Service du Premier ministre). Que l'ensemble de ces personnes en soient remerciées, comme les :

Personnalités extérieures auditionnées devant la Commission :

► **François BARASTIER**, délégué adjoint de la Délégation à l'information et à la communication (DICOM), Secrétariat général des ministères chargé des affaires sociales ; ► **Claudie BAUDINO**, docteure en sciences politiques, spécialiste des politiques linguistiques ; ► **Claire BERNARD**, conseillère culture, sport, jeunesse, santé, lutte contre les discriminations, Association des Régions de France (ARF) ; ► **Nathalie CHAVANON**, responsable du département Communication Gouvernementale, Service d'information du Gouvernement ; ► **Séverine DE SOUSA**, directrice Adjointe de l'Association des Maires de France (AMF) ; ► **Thibault DI MARIA**, responsable de la communication et des relations publiques, Centre Hubertine Auclert ; ► **Marylène JOUVIEN**, en charge de l'égalité femmes-hommes, Assemblée des départements de France (ADF) ; ► **Valérie LOIRAT**, en charge de l'égalité femmes-hommes, Association française du Conseil des Communes et Régions d'Europe (AFCCRE) ; ► **Michèle LOUP**, ancienne conseillère régionale d'Île-de-France en charge de la Mission Egalité Femmes-Hommes, co-auteur du Guide « Le genre dans la communication » du Conseil régional d'Île-de-France ; ► **Elodie MASSÉ**, directrice de la communication d'Alfortville ; ► **Baptiste MAURIN**, directeur de la communication, Assemblée des départements de France (ADF) ; ► **Claire-Lise NIERMARECHAL**, chargée de mission auprès de Thérèse RABATEL, adjointe au Maire de Lyon déléguée à l'égalité femmes-hommes et aux personnes en situation de handicap ; ► **Sabine REYNOSA**, membre du collectif « Femmes mixité » de la CGT, auteure du décalogue pour une rédaction non sexiste ; ► **Kahina YAZID**, chargée de mission égalité femmes-hommes, ville de Choisy-le-Roi.

Personnalités extérieures consultées pour avis :

► **Yannick CHEVALIER**, grammairien, maître de conférences à l'université Lyon II ; ► **Sylvie CROMER**, sociologue, maîtresse de conférences à l'Université Lille II ; ► **Anne-Marie GILBERT**, sociologue, chercheuse au Center for Women and Gender Studies (IZFG), Université de Berne (Suisse) ; ► **Christine MORIN-MESSABEL**, psychologue sociale, maîtresse de conférences à l'Institut de psychologie, Université Lyon II ; ► **Éliane VIENNOT**, professeure de littérature française de la Renaissance à l'Université Jean Monnet (Saint-Etienne), membre de l'Institut universitaire de France.

EXEMPLES DE FÉMININS ET MASCULINS SELON LES TERMINAISONS

Terminaisons		Singulier	Pluriel	
Déterminants		la.le un.e ce.tte celui.elle	les des ces ceux.elles	
Adjectifs indéfinis		tout.e	tou.te.s	
Mots épiciens (mots dont la forme ne varie pas entre le masculin et le féminin)		artiste bénévole cadre capitaine diplomate fonctionnaire gendarme guide interprète juriste maire membre propriétaire scientifique secrétaire	artistes bénévoles cadres capitaines diplomates fonctionnaires gendarmes guides interprètes juristes maires membres propriétaires scientifiques secrétaires	
Mots et adjectifs se terminant au masculin par une voyelle	Masculin en -é et -i	administré.e apprenti.e attaché.e chargé.e délégué.e député.e diplômé.e retraité.e	administré.e.s apprenti.e.s attaché.e.s chargé.e.s délégué.e.s député.e.s diplômé.e.s retraité.e.s	
	Masculin en -u	Féminin en -ue	élu.e	élu.e.s
Mots et adjectifs se terminant au masculin par une consonne	Masculin en -al	Féminin en -ale	départemental.e local.e médical.e municipal.e préfectoral.e régional.e social.e syndical.e territorial.e	départementaux.ales locaux.ales médicaux.ales municipaux.ales préfectoraux.ales régionaux.ales sociaux.ales syndicaux.ales territoriaux.ales
	Masculin en -ef	Féminin en -effe	chef.fe	chef.fe.s
	Maculin en -el	Féminin en -elle	intellectuel.le maternel.le professionnel.le	intellectuel.le.s maternel.le.s professionnel.le.s
	Maculin en -en (dont -ien)	Féminin en -enne (dont -ienne)	citoyen.ne gardien.ne lycéen.ne technicien.ne	citoyen.ne.s gardien.ne.s lycéen.ne.s technicien.ne.s
	Masculin en -er	Féminin en -ère	banquier.ère conseiller.ère écolier.ère hospitalier.ère officier.ère premier.ère policier.ère usager.ère	banquier.ère.s conseiller.ère.s écolier.ère.s hospitalier.ère.s officier.ère.s premier.ère.s policier.ère.s usager.ère.s

Terminaisons		Singulier	Pluriel	
Mots et adjectifs se terminant au masculin par une consonne	Masculin en -eur (à l'exception de -teur)	Féminin en -euse	chroniqueur.euse entraîneur.euse footballeur.euse programmeur.euse travailleur.euse	chroniqueur.euse.s entraîneur.euse.s footballeur.euse.s programmeur.euse.s travailleur.euse.s
		Féminin en -eure	chercheur.e gouverneur.e ingénieur.e entrepreneur.e professeur.e	chercheur.e.s gouverneur.e.s ingénieur.e.s entrepreneur.e.s professeur.e.s
		Exception	ambassadeur.rice	ambassadeur.rice.s
	Masculin en -teur	Féminin en -teuse	acheteur.euse transporteur.euse	acheteur.euse.s transporteur.euse.s
		Féminin en -trice	acteur.rice administrateur.rice animateur.rice agriculteur.rice consommateur.rice directeur.rice éducateur.rice électeur.rice instituteur.rice inspecteur.rice médiateur.rice modérateur.rice sénateur.rice recteur.rice	acteur.rice.s administrateur.rice.s animateur.rice.s agriculteur.rice.s consommateur.rice.s directeur.rice.s éducateur.rice.s électeur.rice.s instituteur.rice.s inspecteur.rice.s médiateur.rice.s modérateur.rice.s sénateur.rice.s recteur.rice.s
		Exception	auteur.e	auteur.e.s
	Masculin en -if	Féminin en -ive	administratif.ive créatif.ive sportif.ve	administratif.ive.s créatif.ive.s sportif.ive.s
	Masculin en -t	Féminin en -te	adhérent.e adjoint.e agent.e avocat.e assistant.e consultant.e étudiant.e habitant.e président.e remplaçant.e suppléant.e	adhérent.e.s adjoint.e.s agent.e.s avocat.e.s assistant.e.s consultant.e.s étudiant.e.s habitant.e.s président.e.s remplaçant.e.s suppléant.e.s
	Autres		artisan.e commis.e sénior.e	artisan.e.s commis.e.s sénior.e.s nombreux.ses

- ✓ **1** *Éliminer toutes expressions sexistes*
- ✓ **2** *Accorder les noms de métiers, titres, grades et fonctions*
- ✓ **3** *User du féminin et du masculin dans les messages adressés à tous et toutes*
- ✓ **4** *Utiliser l'ordre alphabétique lors d'une énumération*
- ✓ **5** *Présenter intégralement l'identité des femmes et des hommes*
- ✓ **6** *Ne pas réserver aux femmes les questions sur la vie personnelle*
- ✓ **7** *Parler «des femmes» plutôt que de «la femme», de la «journée internationale des droits des femmes» plutôt que de la «journée de la femme» et des «droits humains» plutôt que des «droits de l'homme»*
- ✓ **8** *Diversifier les représentations des femmes et des hommes*
- ✓ **9** *Veiller à équilibrer le nombre de femmes et d'hommes*
 - Sur les images et dans les vidéos
 - Sujets d'une communication
 - À la tribune d'événements, ainsi que dans le temps de parole
 - Parmi les noms de rues, des bâtiments des équipements, des salles
- ✓ **10** *Former les professionnel.le.s et diffuser le guide*

HCEI**fh**

35, rue Saint-Dominique - 75007 PARIS

Vous êtes intéressé.e.s par ce Guide et souhaitez faciliter sa diffusion dans votre service ou auprès de vos prestataires ?

Le HCEfh peut vous accompagner dans cette démarche.

Contactez-nous : haut-conseil-egalite@pm.gouv.fr ou au 01 42 75 86 91