

DOSSIER DE PRESSE / 15 novembre 2012

LANCEMENT DU LABORATOIRE DES STÉRÉOTYPES

Laboratoire
de l'Égalité

Partager
une culture commune de l'égalité
entre les femmes et les hommes.

L'égalité entre les femmes et les hommes est loin d'être acquise. Malgré les avancées incontestables de ces dernières années, des progrès cruciaux restent à accomplir, notamment en matière de salaires, de statuts, de conditions de travail, de partage des tâches et des responsabilités.

Des stéréotypes persistants imprègnent l'ensemble de la société, qui assignent le genre féminin à la sphère domestique, et le genre masculin à la sphère professionnelle et politique.

En réponse à ces survivances d'un autre âge, le Laboratoire de l'égalité crée aujourd'hui son Laboratoire des stéréotypes.

L'enjeu essentiel est de rendre visible l'invisible, dans les champs de l'éducation, des médias et du travail. Pour ce faire, le Laboratoire des stéréotypes associe des participant-es de tous horizons, dont le travail sous forme d'ateliers débouchera sur des travaux alliant la réflexion, l'humour et la pédagogie.

RENDRE VISIBLE L'INVISIBLE

L'égalité entre les femmes et les hommes est loin d'être acquise. Que ce soit en politique, dans les entreprises, la fonction publique, les syndicats ou les associations, les femmes accèdent de façon minoritaire aux postes de responsabilité, de décision et de pouvoir. 72 % des députés et 86 % des maires sont des hommes ; les femmes sont moins souvent cadres que les hommes, et occupent plus de 80 % des postes à temps partiel ; l'écart entre les salaires masculins et féminins est de 27 % ; les femmes assument les deux tiers des tâches domestiques et passent trois fois plus de temps à s'occuper des enfants. Des stéréotypes persistants imprègnent l'ensemble de la société, qui assignent le genre féminin à la sphère domestique, et le genre masculin à la sphère professionnelle et politique.

Une prise de conscience de l'existence de ces stéréotypes émerge dans l'opinion publique

D'après une enquête réalisée en novembre 2011 par Mediaprism pour le Laboratoire de l'égalité, et qui sera actualisée à l'occasion du lancement du Laboratoire des stéréotypes, 84 % des Françaises et des Français reconnaissent véhiculer des stéréotypes sexistes. En outre, les perceptions évoluent vers des représentations plus égalitaires : 90 % des hommes et 92 % des femmes pensent qu'il est aujourd'hui possible, pour un homme comme pour une femme, d'exercer un poste à haute responsabilité tout en ayant plusieurs enfants. Alors que le rapport de Brigitte Grésy paru en juin 2011 a nourri le débat sur « l'égal accès des femmes et des hommes aux responsabilités familiales », IMS-Entreprendre pour la cité a pu mobiliser des grandes entreprises pour mener une enquête fouillée sur la perception des stéréotypes de genre dans le monde du travail, parue au printemps 2012. La période actuelle est donc propice au lancement d'un travail de fond sur les stéréotypes sexistes.

Aller plus loin pour faire bouger les lignes

L'enjeu essentiel est de rendre visible l'invisible. Les stéréotypes sont souvent non ou mal perçus par les différentes composantes sociales. Pour que les représentations changent sur le terrain, le Laboratoire des stéréotypes entend s'appuyer sur des partenaires qualifiés pour proposer des pistes d'action destinées à déconstruire ces stéréotypes.

ÉDUCATION, MÉDIAS, TRAVAIL : LES TRAVAUX DES ATELIERS

Le Laboratoire des stéréotypes a identifié trois champs principaux de diffusion des stéréotypes : l'éducation, les médias et le monde du travail.

La Ligue de l'enseignement, France Télévisions et l'Association nationale des DRH sont partenaires des ateliers thématiques.

Ces ateliers se réunissent pendant un an, d'octobre 2012 à octobre 2013. Ils sont composés de membres du réseau du Laboratoire de l'égalité, d'acteurs-trices et de spécialistes de ces trois champs, sous la coordination d'un comité de pilotage (voir ci-dessous la liste des participant-es). Des rencontres avec les organismes parties prenantes sont organisées (associations, syndicats, écoles, institutions...).

L'objectif de ces ateliers : réunir des participant-es de tous horizons pour analyser la réalité des stéréotypes et identifier des réponses opérationnelles, en maniant l'humour et la pédagogie.

Les travaux des ateliers sont organisés autour de plusieurs axes :

- émettre des préconisations à destination des décideurs (gouvernement, entreprises, médias...);
- concevoir des supports de communication à destination du grand public ;
- repérer des supports de communication de tous types, traversant l'ensemble des champs traités.

Des enquêtes régulières réalisées en partenariat avec Mediaprism permettront de sonder les Français-es sur ces supports de communication, et de les interroger sur leur perception des stéréotypes qu'ils véhiculent (ou non).

Les résultats de ces enquêtes seront analysés par des expert-es, compilés et publiés à l'issue des réunions des ateliers.

Les travaux du Laboratoire des stéréotypes seront présentés à l'occasion du Salon de l'éducation de novembre 2013.

L'édition 2013 du Salon de l'éducation proposera comme thématique l'égalité entre les filles et les garçons et aura comme invité d'honneur le Laboratoire de l'égalité.

LES PARTICIPANT-ES AU LABORATOIRE DES STÉRÉOTYPES

Comité de pilotage

La mise en œuvre du projet est assurée par un comité de pilotage, composé de :

- membres du conseil d'administration du Laboratoire de l'égalité ;
- membres du comité d'orientation du Laboratoire de l'égalité ;
- représentant-es des trois partenaires ;
- animateurs-trices des ateliers.

AGNES Frédérique (Mediaprism), **BALLARIN** Jérôme (Observatoire de la parentalité), **BATLLE** Annie (Laboratoire de l'égalité), **BAUDELLOT** Christian (sociologue), **BELLAOUI** Nadia (Ligue de l'enseignement), **BERNARD** Marie-Anne (France Télévisions), **BOCCARD** Patrick (Laboratoire de l'égalité), **CHARVET** Pascal (ONISEP), **DAUMAS** Cécile (Laboratoire de l'égalité), **DEPOND** Laurent (Orange, Laboratoire de l'égalité), **DUMONT** Brigitte (ANDRH), **FAGNANI** Jeanne (sociologue), **FEINTRENIE** Claire (Ligue de l'enseignement), **GERMAIN** Isabelle (Les Nouvelles News), **GIAMPINO** Sylviane (psychologue), **GRESY** Brigitte, **GUILLEMAUT** Christine (Laboratoire de l'égalité), **HIRSCH** Corinne (Laboratoire de l'égalité), **MOSSUZ-LAVAU** Janine (politologue), **SALTET** Jérôme (éditions Play Bac), **TREINER** Sandrine (France Culture), **TRIPON** Catherine (L'Autre Cercle, Laboratoire de l'égalité), **TROSTIANSKY** Olga (Laboratoire de l'égalité), **VIDAL** Catherine (neurobiologiste), **VOUILLOT** Françoise (psychologue).

Atelier « Éducation »

- Partenaire : Ligue de l'enseignement, représentée par Jean-Marc Roirant et Nadia Bellaoui
- Animateur : Jérôme Saltet (éditions Play Bac)
- Participant-es : **BAUDELLOT** Christian (sociologue), **BELLAMINE** Meriem (barreau de Tunis), **BELLAMY** Marie-Françoise (directrice de crèche), **BELLAOUI** Nadia (Ligue de l'enseignement), **BERTON-SCHMITT** Amandine (Centre Hubertine-Auclert), **DAPERON** Catherine (Femmes égalité emploi), **DECOURT** Mélanie (éditions Talents Hauts), **DHENAUX** Sophie, **DOMINGUES** Clara (L'égalité c pas sorcier), **DRAPIER** Julie, **DURU-BELLAT** Marie (sociologue), **ESSAIDI** Amina, **EZRATTY** Véronique (Femmes et sciences), **FAUTRIER** Pascale (réalisatrice), **FEINTRENIE** Claire (Ligue de l'enseignement), **FOUCHIER** Esther (Collectif 13 droits des femmes), **GIAMPINO** Sylviane (psychanalyste), **IBOS** Caroline (sociologue), **KLECK** Véronique, **LEGRIS** Claude (Femmes et sciences), **MARTEL-BAUSSANT** Brigitte (CLEF), **MICOULIN** Céline (MEDEF), **NADALINI** Eleonora (Forum Femmes Méditerranée), **PELISSIER** Florence (Femmes égalité emploi), **RASTETTER** Yvon, **SABATIER** Hélène (ORSE), **SALTET** Jérôme (éditions Play Bac), **SLOVACK-CHAUVAU** Véronique (Femmes et mathématiques), **SUGIER** Annie (CLEF), **VOUILLOT** Françoise (psychologue).

Atelier « Médias et communication »

- Partenaire : France Télévisions, représenté par Marie-Anne Bernard
- Animatrice : Sandrine Treiner (France Culture)
- Participant-es : **AGNES Frédérique** (Mediaprism), **ALIE Marijosé** (France Télévisions), **BASLE-BONNET Sandrine** (Observatoire de la parentalité), **BERNARD Marie-Anne** (France Télévisions), **BERTIN Lucile** (Laboratoire de l'égalité), **BOSSUET Agnès** (CIDFF), **BRAMLY Sophie** (So Femmes), **CAGE Agathe** (Cartes sur table), **CAGE Julie** (Cartes sur table), **CHILLET Christine** (VoxFemina), **COCHET Michel** (Association H/F), **COULOMB Marlène** (universitaire), **DAUMAS Cécile** (Laboratoire de l'égalité), **DESCHAMPS Sophie** (Association H/F), **DURAND Catherine** (Marie Claire), **FOFANA Sylvie** (Association des nounous d'Île-de-France), **GANGNARD Olivier**, **GERMAIN Isabelle** (Les Nouvelles News), **GRESY Brigitte**, **JEAN Patric** (réalisateur), **MACE Éric** (sociologue), **MAGNANT Ève** (Publicis), **MARTEL-BAUSSANT Brigitte** (CLEF), **MAY Bouahada** (Association H/F), **MOUZON Julia** (Femmes et pouvoir), **NOTEBAERT Nathalie** (France Télévisions), **SALMON Sabine** (Femmes solidaires), **TISSERON Serge** (psychiatre, psychanalyste), **TREINER Sandrine** (France Culture).

Atelier « Monde du travail »

- Partenaire : Association nationale des DRH (ANDRH), représentée par Brigitte Dumont
- Animatrice : Christine Guillemaut (Laboratoire de l'égalité)
- Participant-es : **AGNES Frédérique** (Mediaprism), **BASLE-BONNET Sandrine** (BPW Paris), **BATLLE Annie** (Laboratoire de l'égalité), **BENHAMOU PANETTA Alice** (Vivent les femmes), **BOISSEAU-MARSAULT Catherine** (Observatoire de la parentalité), **BORGIA Valence** (Union des jeunes avocats), **CHAFFOT Leslie** (PPR), **CHAPPERT Florence** (ANACT), **CHEMLA-LAFAY Annie** (Laboratoire de l'égalité), **DE GABRIELLI Antoine** (Mercredi C papa), **DEPOND Laurent** (Laboratoire de l'égalité), **DEPREZ Isabelle**, **DHENAUX Sophie**, **DUDA Charlotte** (ANDRH), **DUMONT Brigitte** (ANDRH), **FILLON Françoise**, **FOUCHIER Esther** (collectif 13 droits des femmes), **FOURES Elena** (cabinet IDEM PER IDEM), **GAU Françoise**, **GUILLEMAUT Christine** (Laboratoire de l'égalité), **HENRY Natacha** (Gender Company), **HIRSCH Corinne** (Laboratoire de l'égalité), **JOST Alexandre** (Fabrique Spinoza), **KACHOUKH Fériel** (OPALE), **KRETZ Francis** (Mix inside), **LAMBERT Carole** (MEDEF), **LECHESNE Mariz** (Vivent les femmes), **METAYER Blandine** (comédienne), **MICOULIN Céline** (MEDEF), **PAGES-LAVELLE Dominique** (Genre et Développement), **PERSONNAZ Sophie** (Femmes ingénieures), **PIOT Maudy** (FDFA), **ROCOPLAN Valérie** (Talentis), **SABATIER Hélène** (ORSE), **SZCZYGLAK Gisèle** (W&L consultants), **TRIPON Catherine** (L'Autre Cercle), **VERNAY Sophie** (Financi'elles), **VIDAL Catherine** (neurobiologiste), **VILLAUDIÈRE Sylvianne** (Alliantis), **VILMINOT Hélène** (Vinci).

Organismes associés

Ces organismes (liste non exhaustive) pourront être auditionnés par les ateliers pour apporter leur regard et leur expertise sur les thématiques traitées et les préconisations envisagées. Certains d'entre eux délèguent des représentant-es qui participent aux ateliers.

Éducation

Orientation : ONISEP, CIO, SCUIO, PAIO, missions locales, CIDJ ; établissements de formation des personnels de la petite enfance ; formation des enseignants : CDIUFM, CPU ; syndicats ; SCEREN-CNDP ; éditeurs scolaires ; évaluateurs : IGEN, IGAENR ; L'Étudiant ; associations ; l'École des parents ; éducateurs spécialisés, personnels non enseignants (infirmier-es, conseiller-e d'éducation, conseiller-es d'orientation...) ; agence de presse AEF...

Médias et communication

ARPP ; écoles de journalisme, écoles de communication, Association des journalistes éducation recherche (AJé) ; agences de communication ; diffuseurs : grands réseaux (régies publicitaires de la SNCF, de la RATP...) ; grands médias ; CSA...

Monde du travail

Organisations patronales et syndicales ; OPCA et branches ; Pôle emploi ; Association des managers de la diversité (AFMD) ; Association des journalistes de l'information sociale (AJIS) ; IMS-Entreprendre pour la cité...

ÉGALITÉ HOMMES-FEMMES ET LUTTE CONTRE LES STÉRÉOTYPES :

Perception et attitudes des Français-es

Rapport d'enquête réalisée par Mediaprism

Méthodologie d'enquête



Les résultats présentés dans ce document sont issus d'un échantillon de **2733 individus**. Les répondant-es ayant retourné un questionnaire incomplet ont été exclus de l'analyse.



L'enquête a été réalisée online auprès de la communauté EmailletVous, composée d'internautes âgés de 18 ans ou plus. **L'échantillon a été redressé** de manière à assurer la représentativité des répondants hommes et des répondants femmes sur des critères de sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle de l'interviewé et lieu de résidence.



Le terrain a été mené du 29 octobre au 5 novembre 2012.

PRINCIPAUX INDICATEURS

- 62 %** des répondant-es pensent qu'il existe des caractéristiques propres aux filles et d'autres propres aux garçons.
- 57 %** pensent qu'il est plus difficile pour une femme que pour un homme d'exercer un poste à responsabilités tout en ayant plusieurs enfants.
- 64 %** reconnaissent véhiculer malgré eux des stéréotypes hommes-femmes et 95 % ont l'impression que les autres le font davantage.
- 78 %** pensent que la télévision publique comme la télévision privée doivent participer à la lutte contre les stéréotypes.
- 84 %** souhaiteraient former les entreprises à l'égalité.
- 78 %** aimeraient former le corps enseignant à l'égalité
- 73 %** pensent que c'est une bonne idée de mener une campagne de sensibilisation contre les stéréotypes.

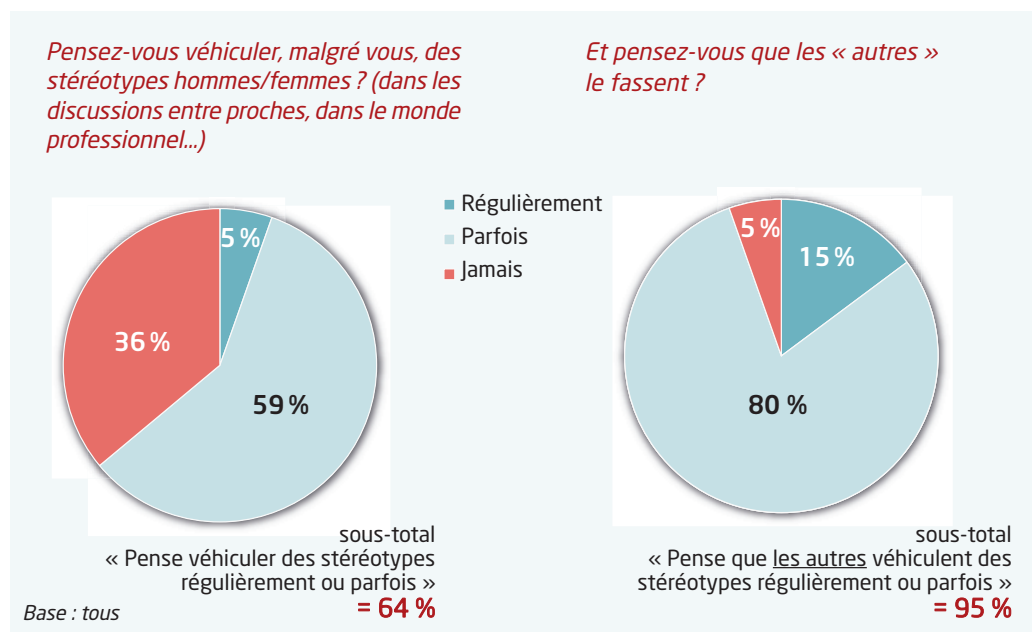
RAPPORT D'ENQUÊTE SUR LES STÉRÉOTYPES

Principaux enseignements

Au quotidien, les stéréotypes sexistes reculent, même si certains demeurent bien ancrés et que les femmes ressentent la persistance de comportements sexistes. On constate aussi une constance des représentations sexuées dans le rapport entre vie privée et vie professionnelle. Une différenciation entre filles et garçons demeure forte, fondée sur une perception de l'inné et le rôle de l'acquis. Le rôle des médias dans la construction des représentations est plutôt nié au plan individuel par les Français mais souligné par eux au niveau collectif. Enfin, plusieurs formes d'actions complémentaires sont sollicitées : dans l'entreprise, à l'école, dans les médias, et par le biais de campagnes de sensibilisation.

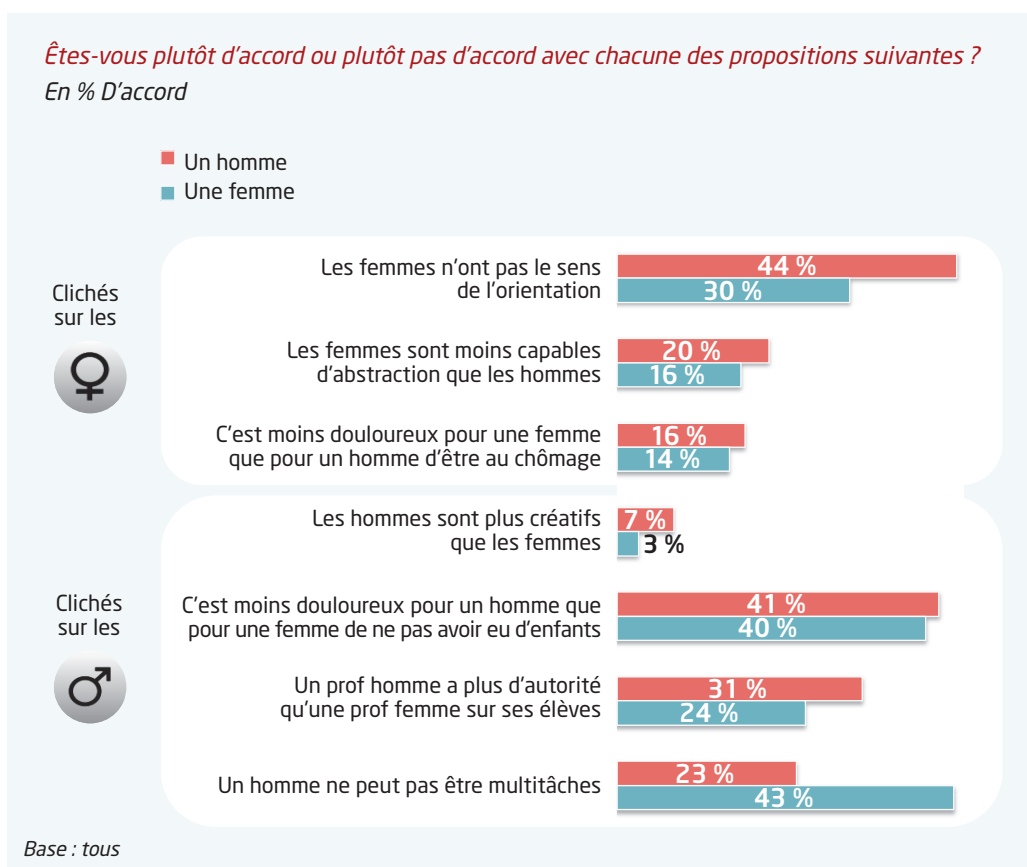
Le sexisme au quotidien n'est pas mort, et ce sont les femmes qui le ressentent le plus.

Les stéréotypes hommes / femmes demeurent nombreux à l'esprit des Français-es, et certains d'entre eux se retrouvent jusque dans les comportements. Ainsi, 64 % des répondants pensent "véhiculer malgré eux des stéréotypes femmes- hommes" régulièrement ou parfois, et 95 % d'entre eux estiment que "les autres" le font. Les femmes interrogées sont 56 % à penser qu'elles font aujourd'hui l'objet, de la part des hommes, de comportements sexistes, 37 % "de temps en temps", et 19 % "souvent".



Si certains stéréotypes sexistes reculent, d'autres restent bien vivaces.

Avant tout, une bonne nouvelle : tous les stéréotypes mesurés, qu'ils portent sur les femmes ou les hommes, sont en recul par rapport à l'étude réalisée en 2011 (les femmes n'auraient pas le sens de l'orientation, les hommes ne pourraient pas être "multitâches" etc.). Les répondants sont minoritaires à penser que le cerveau d'un garçon et celui d'une fille sont différents (18 %), et que les filles sont "meilleures en lettres" et les garçons "meilleurs en maths" (16 %), et cela, dans toutes les générations. Cela dit, et même s'ils reculent, certains stéréotypes demeurent forts : outre les deux que nous citons, 41 des hommes et 40 % des femmes affirment qu' "il est moins douloureux pour un homme que pour une femme de ne pas avoir eu d'enfants".



Derrière l'évolution favorable en matière de stéréotypes, une certaine inertie.

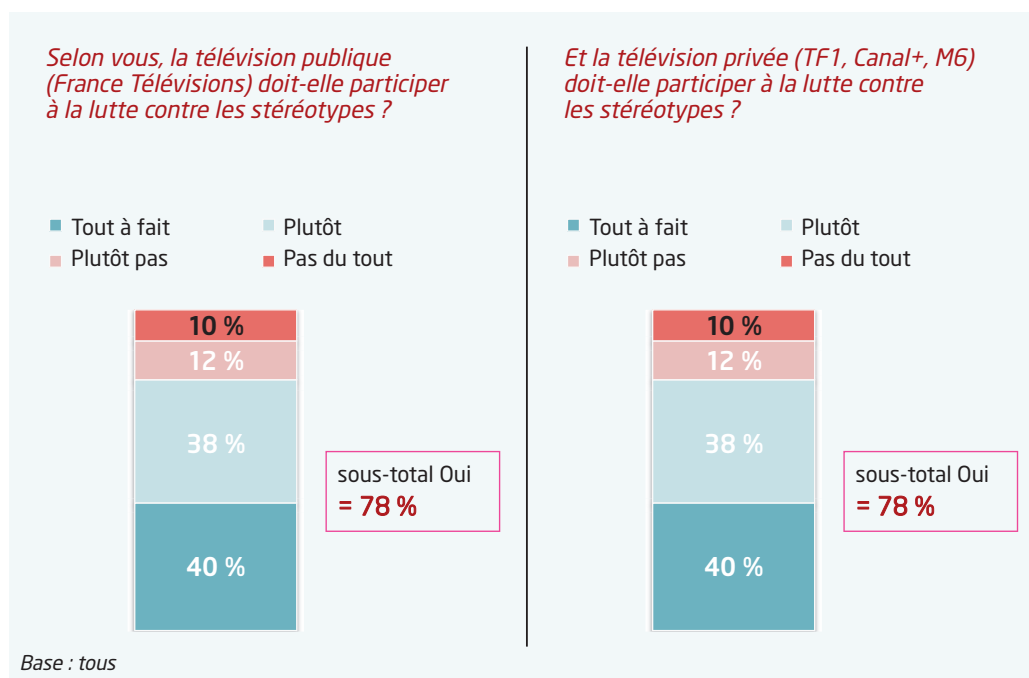
Au-delà de ce recul général des stéréotypes, on doit tout de même discerner la persistance de certains d'entre eux, liés par exemple aux temps de vie : une majorité de Français (57 %) considère qu'exercer un poste à responsabilité en ayant plusieurs enfants est plus difficile pour une femme que pour un homme (ils ne sont alors plus que 2 %). Si l'on cherche à savoir pourquoi il en va ainsi, 77 % des interrogés expliquent cette situation pour les femmes par "l'organisation de la vie quotidienne" (contre 52 % pour les hommes). La "pression hiérarchique" est évoquée en revanche à 55 % pour les hommes comme facteur explicatif de la difficulté à mener de front parentalité et vie professionnelle. La distribution des rôles sociaux, à la charnière de la vie privée et de la vie professionnelle, est donc encore très nettement soumise aujourd'hui à une grille de lecture sexuée. Cette évolution en demi-teinte se confirme en observant quels sont les métiers qui "conviennent mieux aux femmes" : si la profession d'avocat(e), de dirigeant(e) d'entreprise ou de chirurgien(ne) conviennent désormais pour une large majorité de Français aussi bien aux deux sexes, 35 % des répondants affirment toujours que la profession d'assistant(e)-secrétaire convient mieux aux femmes.

Des stéréotypes présents dès la naissance et parfois entretenus par l'éducation.

Une majorité nette de répondants (62 %) affirme qu'il existe des caractéristiques propres aux filles et d'autres aux garçons (par exemple dans les traits de caractère, ou le comportement). Ils sont partagés dans l'explication de ces différences, entre l'éducation (42 % des répondants) et la biologie (49 %). Du point de vue de la différence des sexes, le débat entre l'inné et l'acquis est donc loin d'être tranché aux yeux des Français. Dans une certaine mesure, l'éducation entretient des rôles différenciés : 29 % des hommes (contre 12 % des femmes) déclarent qu'ils essaieraient de dissuader leur fils de jouer avec une poupée si celui-ci en réclamait une. C'est d'ailleurs surtout la représentation de la masculinité qui semble en jeu, puisque seulement 6 % des pères tenteraient de dissuader leur fille de s'inscrire dans un club de football si elle en manifestait l'envie.

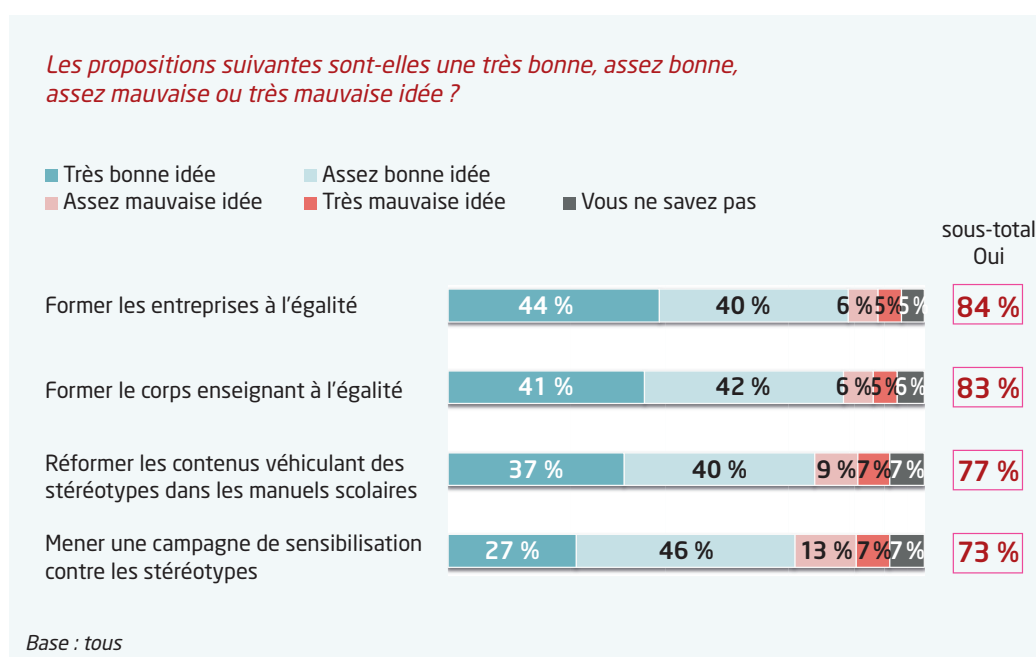
Le rapport paradoxal des Français aux media entre déni personnel de l'influence et rôle de prescription collective.

Le rapport des Français aux media dans le domaine de la lutte contre les stéréotypes est marqué par un paradoxe. 33 % seulement déclarent que l'image des femmes est influencée par les contenus véhiculés par les media, 36 % concernant l'image des hommes. Et pourtant, 67 % des répondants sont favorables à la création d'une commission de vigilance chargée du contenu télévisuel afin de lutter contre les stéréotypes sexistes. Plus frappant encore, 78 % des répondants affirment que la télévision publique (le groupe France Télévisions) doit participer à la lutte contre les stéréotypes sexistes. La même proportion se rencontre d'ailleurs à propos de la télévision privée. Les Français reconnaissent donc plutôt de mauvaise grâce que les media les influencent à titre personnel, alors que dans le même temps ils accordent à l'instance médiatique en général, et télévisuelle en particulier, un rôle essentiel dans la formation des représentations collectives.



Égalité femmes/hommes, lutte contre les stéréotypes : le combat continue sur tous les fronts.

Les Français-es perçoivent la nécessité de poursuivre le combat de l'égalité femmes / hommes, en plébiscitant les actions de formation et de sensibilisation. Toutes les formes d'action et de sensibilisation s'inscrivent dans des proportions comparables, de la formation au sein des entreprises (évoquée par 84 % des répondants) à la conduite de campagnes de sensibilisation contre les stéréotypes (73 %). Les Français nous disent que le progrès sociétal induit par une plus grande égalité femmes - hommes et par un changement des représentations passe par une action multifactorielle, où la société elle-même a tout son rôle à jouer.



À PROPOS DU LABORATOIRE DE L'ÉGALITÉ

Pour obtenir sans plus attendre la mise en œuvre effective de l'égalité de traitement dans tous les secteurs de la vie économique et à tous les niveaux de décision, un groupe de femmes et d'hommes de différentes sensibilités politiques, exerçant des responsabilités dans la vie économique, sociale, universitaire, associative, ont créé le Laboratoire de l'égalité.

L'expertise et l'influence des membres fondateurs et du comité d'orientation, ainsi que des réseaux publics et privés dont ils sont parties prenantes, constituent un des atouts de l'association.

En moins de trois ans, le Laboratoire de l'Égalité a déjà prouvé qu'il était une force de rassemblement, d'interpellation des décideurs publics et privés et de sensibilisation de l'opinion publique, capable d'émettre des propositions objectives et étayées sur les questions qui déterminent une vraie mixité dans l'univers professionnel et son articulation avec la vie privée (retraites des femmes, rythmes scolaires, congé parental).

Le Laboratoire de l'égalité : catalyseur de changement sociétal.

Contacts :

Olga Trostiansky
Secrétaire générale
06 77 02 71 26

Hélène Kloeckner
Coordinatrice
07 86 80 22 87
helene.kloeckner@laboratoiredelegalite.org

Warren Quintin
Chargé de mission
warren.quintin@laboratoiredelegalite.org
06 48 50 87 12

39 rue des Cascades - 75020 Paris
www.laboratoiredelegalite.org

Le conseil d'administration du Laboratoire de l'égalité

Frédérique Agnès (présidente directrice générale de Mediaprism), **Pascal Bernard** (directeur des ressources humaines et des affaires générales de l'Agence régionale de santé d'Île-de-France, vice-président de l'Association nationale des DRH), **Patrick Boccard** (consultant), **Armelle Carminati** (Human Capital & Diversity Managing Director et vice-présidente Engagement & Diversité, Accenture Monde et France, présidente du réseau Accent sur elles), **Cécile Daumas** (journaliste à Libération), **Laurent Depond** (vice-président diversité du groupe France Télécom-Orange), **François Fatoux** (délégué général de l'ORSE - Observatoire de la responsabilité sociétale des entreprises), **Corinne Hirsch** (déléguée générale de la Fondation des femmes pour la Méditerranée), **Dominique Méda** (sociologue), **Anne-Claire Mialot** (directrice générale des services de la communauté d'agglomération de Cergy-Pontoise), **Sabine Salmon** (présidente de Femmes solidaires), **Catherine Tripon** (porte-parole de L'Autre Cercle, membre du comité consultatif de la Halde), **Olga Trostiansky** (présidente de la CLEF - Coordination française pour le lobby européen des femmes).

Le comité d'orientation du Laboratoire de l'égalité

Abdel Aïssou (vice-président de Randstad France), **Jérôme Ballarin** (président de l'Observatoire de la parentalité en entreprise), **Christian Baudelot** (sociologue), **Marie-Line Brugidou** (syndicaliste), **Pascal Charvet** (directeur de l'ONISEP), **Mercedes Erra** (présidente de BETC Euro RSCG), **Marie-Laure Fagès** (politologue), **Jeanne Fagnani** (sociologue), **Éric Fassin** (sociologue), **Geneviève Fraisse** (philosophe et historienne), **Sylviane Giampino** (psychanalyste et psychologue), **Brigitte Grésy** (spécialiste des questions d'égalité professionnelle), **Françoise Héritier** (anthropologue), **Maryse Huet** (vice-présidente d'Arborus, économiste), **Laurence Laigo** (syndicaliste), **Marie-Thérèse Lanquetin** (juriste), **Jacqueline Laufer** (sociologue), **Margaret Maruani** (sociologue), **Françoise Milewski** (économiste), **Michel Miné** (juriste), **Janine Mossuz-Lavau** (politologue), **Béatrice Ouin** (syndicaliste, membre du Conseil économique et social européen), **Mariette Sineau** (politologue), **Rachel Silvera** (économiste), **Serge Tisseron** (psychiatre et psychanalyste), **Catherine Vidal** (neurobiologiste), **Françoise Vouillot** (psychologue).

À PROPOS DE MEDIAPRISM

Mediaprism est « L'éclaireur des publics » : cela signifie que pour nous, la communication doit aider avant tout les annonceurs, entreprises ou institutions, à **bâtir dans la durée la meilleure relation, utile, respectueuse, et mutuellement profitable**, avec les bonnes personnes. Éclairer, c'est connaître les publics. Éclairer, c'est aussi leur apporter ce dont ils ont besoin.

Mediaprism, filiale de MEDIAPOST Communication/Groupe La Poste, est une agence de communication globale au service des entreprises, des institutions, des marques et des associations. La force de Mediaprism s'articule autour de **deux savoir-faire : la maîtrise de la connaissance des publics et le conseil stratégique et créatif.** Être « L'éclaireur des publics », c'est justement **combiner ces deux dimensions de façon originale** : la communication et la relation justes reposent sur une démarche rigoureuse de connaissance des publics.

Cette offre globale de communication basée sur la connaissance des publics est nourrie par une base de plus de 36 millions d'individus dont 20 millions d'internautes. Elle est déclinable en marketing relationnel, opérationnel, interactif, publicité, relations médias, études, enquêtes d'opinion... dans des secteurs aussi différents que le caritatif, l'institutionnel, la consommation ou le corporate.

Commentaires et détails de l'enquête auprès de :

Frédérique AGNÈS

Présidente

frederique.agnes@mediaprism.fr

Laurence BILLOT-DAVID

Directrice des études

laurence.billotdavid@mediaprism.fr

Géraldine DELEFOSSE

Directrice de la communication

geraldine.delefosse@mediaprism.fr

01 53 29 10 00

64, rue du Ranelagh - 75016 Paris

www.mediaprism.com



LES PARTENAIRES DU LABORATOIRE DE L'ÉGALITÉ

Le Laboratoire de l'égalité tient à remercier les partenaires
qui se sont associés à ce projet pour leur engagement et leur soutien.

Partenaire institutionnel



Partenaire entreprise



Partenaires contenu



Partenaire communication



Le Laboratoire de l'égalité remercie également ses partenaires annuels :
Alcatel-Lucent, Carrefour, GrDF, L'Oréal, Meridiam, Orange, Publicis, Veolia.

Laboratoire
de l'Égalité

Partager
une culture commune de l'égalité
entre les femmes et les hommes.

LES FEMMES, ON CONTINUE À S'ASSEOIR DESSUS
OU ON CHANGE POUR DE BON ?



Mediaprism Photo: Laurence Dumore

Laboratoire
de l'Égalité

Partager
une culture commune de l'égalité
entre les femmes et les hommes.

laboratoiredeegalite.org