

## Déconstruire les stéréotypes sexistes pour avancer vers l'égalité entre les femmes et les hommes

*Communiqué de presse – 6 mars 2013*

67 % des Françaises et des Français estiment que les stéréotypes sexistes sont une forme de discrimination que les médias ne doivent pas véhiculer, et 79 % pensent que les entreprises ne doivent pas les utiliser dans leur communication.

C'est l'un des enseignements du sondage réalisé par Mediaprism pour le Laboratoire de l'égalité auprès de 1 036 personnes, dans le cadre d'un dispositif d'enquêtes visant à observer tout au long de l'année la perception des stéréotypes par le grand public, particulièrement dans la publicité et les médias. À l'occasion de la Journée internationale des droits des femmes du 8 mars, le Laboratoire de l'égalité affirme la nécessité de rendre visibles les stéréotypes de sexe puis de les déconstruire afin d'agir à la source des inégalités.

Fournir des clés de décryptage des stéréotypes au grand public s'impose pour que la prise de conscience soit générale. C'est pourquoi le Laboratoire de l'égalité et son partenaire Mediaprism ont souhaité faire réagir un panel de Françaises et de Français sur cinq visuels publicitaires véhiculant des stéréotypes plus ou moins visibles : une femme dénudée pour promouvoir un site de shopping en ligne ; une campagne de recrutement où la femme est représentée rêveuse, habillée d'un pyjama rose, l'homme travaillant à l'ordinateur, portant une chemise bleue aux manches retroussées...

Lorsqu'une publicité est très caricaturale (la femme-objet, plus ou moins dénudée), les personnes interrogées s'insurgent immédiatement contre le stéréotype et ont une image dégradée de l'annonceur. Mais le plus souvent, elles ne voient pas de stéréotype, et il faut les aider à le débusquer pour qu'il leur paraisse enfin visible et, du coup, révoltant.

Autre enseignement de l'enquête, les personnes interrogées ne comprennent pas toujours que les visuels stéréotypés sont le reflet d'inégalités à l'œuvre dans leur quotidien, qui s'en trouvent ainsi légitimées. Il importe donc de mener une démarche pédagogique d'information sur la définition puis sur les conséquences des stéréotypes, afin que le grand public appréhende ces puissants facteurs d'inertie dans la progression vers une plus grande égalité entre les femmes et les hommes.

*Le Laboratoire de l'égalité rassemble 900 hommes et femmes qui partagent une culture commune de l'égalité. Tous, quelle que soit leur sensibilité politique, sont déterminés à mobiliser des moyens pour obtenir une mise en œuvre effective de l'égalité professionnelle. Les membres sont issus de différentes sphères : associations, entreprises, réseaux de femmes, fonction publique, syndicats, monde politique, recherche, médias, blogosphère...*

**Contacts :**

**Hélène Kloeckner** (coordinatrice) 07 86 80 22 87 / [helene.kloeckner@laboratoiredelegalite.org](mailto:helene.kloeckner@laboratoiredelegalite.org)

**Olga Trostiansky** (secrétaire générale) 06 77 02 71 26

[www.laboratoiredelegalite.org](http://www.laboratoiredelegalite.org)