



Charte pour une représentation mixte des jouets



Préambule

Le Président de la République a fait de la parité homme femme la grande cause du quinquennat. Le Gouvernement a la volonté de lutter contre les stéréotypes de genre dès le plus jeune âge.

Mis en place en mars 2019 pour faire des propositions afin de faire progresser la présence des femmes dans l'industrie, le Conseil de la mixité et de l'Egalité professionnelle dans l'industrie, qui travaille sous l'égide du Ministère de l'Economie et des Finances et pour le compte du Conseil National de l'Industrie, a axé ses travaux sur trois priorités : l'éducation, l'orientation et la formation. Le premier axe vise à susciter davantage de vocations chez les jeunes femmes et à lutter contre les préjugés qui peuvent les détourner des univers scientifiques dès l'enfance.

A cet effet, le Ministère de l'Economie et des Finances a rassemblé le 24 juin 2019, à six mois de Noël, l'ensemble des acteurs de la filière jouets (fabricants, distributeurs, annonceurs) et les parties prenantes (parlementaires, autorités publiques, représentants de consommateurs, associations) pour faire un état des lieux de la situation et aboutir le 24 septembre 2019, à trois mois de Noël, à des engagements des acteurs.

C'est dans ce cadre que s'inscrit la présente charte co-construite avec l'ensemble des acteurs de la filière jouet, les associations, les autorités de contrôle de l'audio-visuel et l'Union des Marques.

Avec cet engagement collectif et les actions concrètes qui en découlent, les signataires entendent promouvoir la mixité entre filles et garçons dans la création, la distribution et la promotion des jouets.

I. *Engagements des fabricants de jouets (FJP, ACFJF)*

Les fabricants s'engagent à :

- **Conception des produits**
 - Reconnaître l'importance de développer des jouets ne véhiculant pas de stéréotypes genrés discriminants, tout en préservant la liberté de création indispensable pour enrichir l'expérience de jeu des enfants et assurer le dynamisme du secteur.
 - Pour les marques qui ont développé des univers « filles » et « garçons » – étant entendu que cette caractéristique par le genre a vocation à disparaître – développer des références (jouets, déguisements) à la technique et la technologie pour les filles et réciproquement des références aux sujets domestiques et aux soins dans les univers ciblés garçons.
 - Promouvoir de manière large les jeux scientifiques avec la création d'un label « Sciences, Technologie, Ingénierie, Maths » STIM. Ce label pourrait être repris par les marques dans leur communication et au travers de leurs produits.
 - Mettre fin aux stéréotypes sexistes diffusés, non pas par le jouet en lui-même, mais par sa notice et/ou sa description (description du produit et communication pour promouvoir le produit). Exemple : préférer les formulations « pour faire comme les grands » à « pour faire comme maman » dans le cas d'un kit de ménage.
 - Créer un prix du « jouet qui lutte contre les stéréotypes genrés » dans le cadre des « Etoiles du Jouet », récompenses organisées annuellement par la filière.
- **Conditionnement**
 - Promouvoir le développement de visuels neutres ou mixtes, y compris pour les catégories qui étaient traditionnellement sexuées (ex : soin aux bébés, cuisine, bricolage, jeux de construction, garages, trains, ...).
- **Catalogue des fabricants**
 - Supprimer la catégorisation jouets filles/jouets garçons dans les catalogues, imprimés et en ligne, au profit d'une présentation par catégories de produits ou par type de bénéfice apporté par le type de jouet (créativité, résolution de problèmes, développement physique et/ou intellectuel, sociabilité...), ...
 - Promouvoir la mixité et/ou la neutralité dans la scénographie des catalogues.
- **Publicité**
 - Respecter scrupuleusement les recommandations de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) :
 - Image et respect de la personne
 - Enfant
 - Réaliser tous les deux ans une évaluation de conformité à ces recommandations.

II. *Engagements des distributeurs des jouets (FCD, FCJPE)*

Les distributeurs s'engagent à :

- *Catalogues des distributeurs (hypermarchés, super-marchés, magasins spécialistes du jouet)*
 - Elaborer, au niveau des fédérations et en lien avec les associations signataires de la charte, un guide de bonnes pratiques à destination des acheteurs, des industriels et des ayants-droit des marques.
 - Eviter les stéréotypes de genres assignant à chaque genre des postures, des activités ou des codes de couleurs trop déterminés.
 - Valoriser la dimension « non genrée » des jouets à caractère scientifique, notamment par la scénographie.
- *Organisation et signalétique des rayons en magasins*
 - Limiter la catégorisation entre jouets filles et jouets garçons dans les magasins afin d'éviter les stéréotypes de genre, explicites ou implicites (couleur des pages, présence de jouets stéréotypés) notamment via des codes couleurs ou d'autres indices de cloisonnement entre filles et garçons.
 - 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.
- *Organisation des sites marchands*
 - Engager une réflexion concernant l'organisation des sites marchands, dans le respect des principes commerciaux de référencement.
- *Formation des vendeurs et vendeuses*
 - Mettre à la disposition des magasins un module audiovisuel de formation créé en partenariat entre les associations signataires de la charte, les fédérations de fabricants et les distributeurs pour sensibiliser les vendeurs / vendeuses en magasins aux stéréotypes de genre, notamment dans leur manière d'aborder le client en se référant à l'âge et de le conseiller sur les produits.
- *Publicité*
 - Faire respecter par le secteur, les engagements concernant les codes de l'ARPP pour l'égalité homme/femme et la représentation de la femme.

III. Engagements de l'Union des marques

L'Union des marques s'engage à :

- Promouvoir auprès des acteurs du secteur des moyens et des outils permettant de développer une communication et un marketing ne comportant pas de stéréotypes de genre (programme FAIRE, Charte d'engagements volontaires en partenariat avec le CSA, recommandation dédiée de l'ARPP).
- Solliciter les marques de jouets et distributeurs adhérents de son organisation et tout autre acteur intéressé pour qu'ils intègrent son programme de communication responsable FAIRE, qui comporte des engagements de lutte contre les stéréotypes dont le déploiement par les marques est rendu public.
- Créer un prix spécial récompensant les marques et distributeurs de jouets dans le cadre du challenge de lutte contre les stéréotypes qu'elle organise chaque année en présence d'un jury composé de personnalités indépendantes et expertes des questions de l'égalité entre les femmes et les hommes. Ce jury récompense des campagnes de communication et/ou initiatives de lutte contre les stéréotypes. Ce prix spécial récompense la meilleure campagne ou initiative favorisant la représentation mixte des jouets.

IV. Engagements des Associations

Les associations Elles bougent, Familles de France, Femmes & Sciences, Le Jeu pour tous, Pépite sexiste et Women in Toys s'engagent à :

- Contribuer, par un travail commun avec les acteurs de la profession du jouet, à l'élaboration d'un guide pratique à destination des acheteurs et des responsables grands comptes.
- Identifier et promouvoir les actions positives des acteurs.

Les associations Femmes & Sciences et Le jeu pour tous s'engagent à :

- Collaborer à l'élaboration d'un support de formation à destination des vendeurs et vendeuses en magasin, dans la limite de leurs moyens.

Les associations Familles de France et Le jeu pour tous s'engagent à :

- Proposer des campagnes de sensibilisation sur les réseaux sociaux Facebook, twitter et dans leur magazine.

V. Engagements du Conseil supérieur de l'audiovisuel

Le CSA s'engage à :

- Accompagner les actions de cette charte afin de tendre vers une représentation non stéréotypée dans les jouets.
- Accorder une importance particulière à la question de la représentation mixte des jouets afin de lutter contre les stéréotypes de sexe, dans le cadre de son bilan de la charte d'engagements volontaires pour la lutte contre les stéréotypes sexuels, sexistes et sexués dans la publicité que le CSA a signée le 6 mars 2018 avec l'ensemble des professionnels du secteur, l'UDM, l'AACC, la filière « la communication » et l'ARPP.

VI. Engagements des acteurs publics

Les acteurs publics s'engagent à :

- Sensibiliser les acheteurs publics de jouets et jeux à l'intérêt de privilégier l'achat de produits non genrés et œuvrer en ce sens auprès des acteurs de la petite enfance.
- Promouvoir une action portant sur les jouets scientifiques pour les fêtes de fin d'année (livres, activités et plus largement univers extra-scolaires,...)

VII. Action commune à l'ensemble des acteurs

- Mettre en œuvre, en fin d'année, une communication incitative à destination du grand public (via la presse ou les réseaux sociaux), afin d'ouvrir le champ des jouets et de prendre en compte la contribution des différents jouets au développement des enfants (par exemple, des activités leur permettant de développer leur confiance en eux, leurs sens de la coopération et de l'altruisme et ce, tant chez les filles que chez les garçons).

VIII. Echancier et mesure des engagements :

Les parties s'engagent à :

- Mettre en œuvre les engagements prévus dans la charte à compter de sa signature, à l'exception des engagements relatifs aux catalogues des distributeurs et du display « communication en magasin » qui ne s'appliqueront qu'à compter de 2020, les éléments ayant déjà été commandés à la date de la signature.
- A concevoir et mettre à disposition des acteurs le guide de bonnes pratiques élaboré avec les associations avant mars 2020. Une copie de ce guide sera adressée à l'ensemble des parties signataires.
- Mettre à la disposition des enseignes de distributeurs spécialistes de jouets, le module audiovisuel de sensibilisation des vendeurs d'ici juin 2020.
- Communiquer à l'ensemble des signataires un compte-rendu du déploiement de ce module au mois de janvier 2021. Ce compte-rendu sera réalisé par la FCJPE, qui interrogera ses adhérents.
- Se revoir au mois de mars 2020 pour faire un point d'étape sur le déploiement de la charte.

Conclusion

Cette charte constitue un premier pas vers la déconstruction des stéréotypes véhiculés dès l'enfance par les jouets. Selon le Haut Conseil à l'Égalité, « les stéréotypes de sexe sont des représentations schématiques et globalisantes qui attribuent des caractéristiques supposées « naturelles » aux filles/femmes, aux garçons/hommes, [...] Les stéréotypes de sexe font passer pour naturels et normaux des rôles de sexe différents et hiérarchisés, assignés aux femmes et aux hommes.»

Les jouets sont des produits conçus ou destinés, exclusivement ou non, à être utilisés à des fins de jeu par des enfants de moins de 14 ans. Cette définition 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, et recouvrant donc de multiples catégories.

A travers cette charte, l'ensemble de la filière jouet s'engage à fournir des efforts mesurables pour améliorer la représentation mixte des jouets. Cet engagement démontre que les acteurs du jouet ont à cœur de proposer des jouets permettant à chaque enfant de développer ses aptitudes, d'éveiller sa curiosité et de gagner confiance en lui.

Le 24 septembre 2019,

Pour le ministère de l'Economie et des Finances,
Mme Agnès PANNIER-RUNACHER, Secrétaire d'Etat auprès du ministre de
l'économie et des finances

Pour la Fédération des industries du Jouet-Puériculture,
M. Christophe SALMON,
Secrétaire général

Pour l'Association des créateurs et fabricants de jouets français,
M. Alain INGBERG,
Vice-Président

Pour le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel,
M. Roch-Olivier MAISTRE,
Président



Pour la société TOPLA,
Mme Héloïse PIERRE,
Fondatrice

Pour la Fédération du Commerce et de la Distribution,
M. Jacques CREYSSEL,
Directeur Général

Pour la Fédération des commerces spécialistes des jouets et des produits
de l'enfant,
M. Romain MULLIEZ,
Co-président

Pour l'Union des marques,
Mme Laura BOULET,
Directrice générale adjointe



Pour l'association Elles bougent
Mme Marie-Sophie PAWLAK
Présidente

Pour l'association Familles de France,
Mme Virginie DURIN,
Vice-présidente

Pour l'association Femmes et Sciences,
Mme Evelyne NAKACHE,
Vice-Présidente

Pour l'association Le jeu pour tous,
Mme Cécile MAROUZE
Directrice

Pour l'association Pépite sexiste,
Mme Marion VAQUERO,
Fondatrice

Pour l'association Women in Toys,
Mme Mathilde DESALYS,
Présidente



