

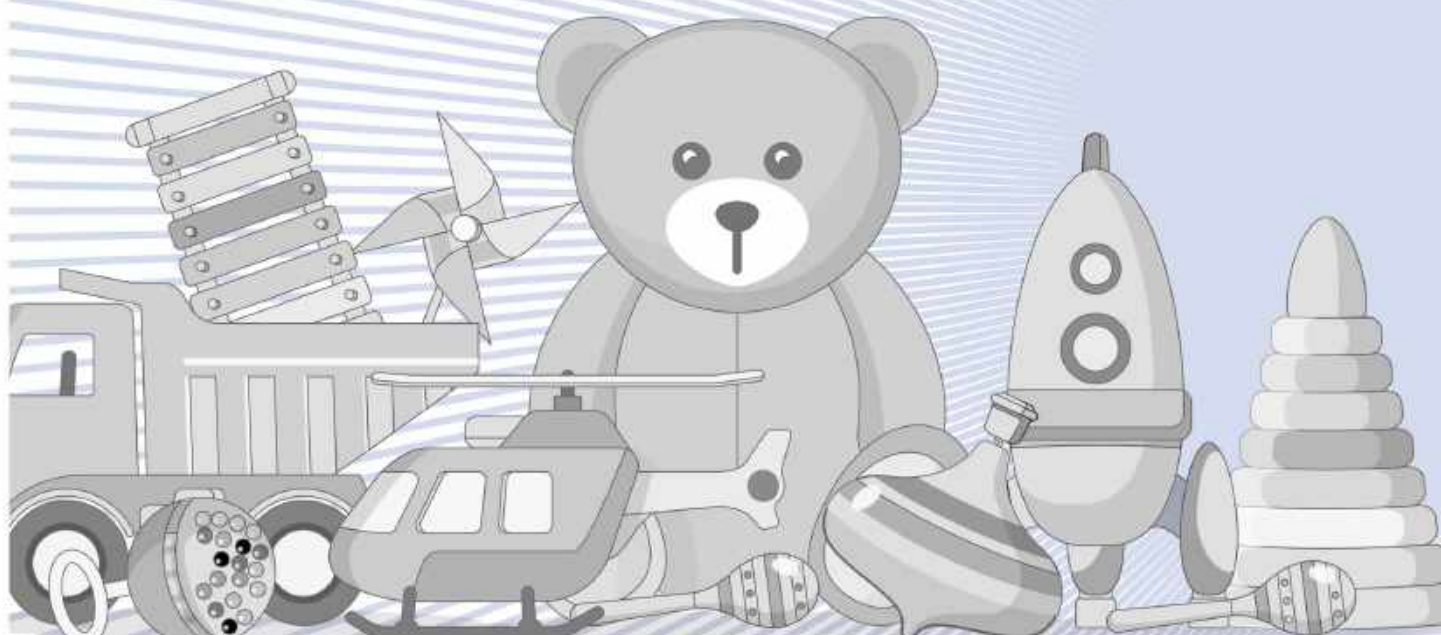


GOVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*

CHARTRE POUR UNE REPRÉSENTATION MIXTE DES JOUETS

ÉDITION 2020



Préambule

Le Président de la République a fait de la parité femmes-hommes 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'Égalité professionnelle dans l'industrie, qui travaille sous l'égide du Ministère de l'Économie 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'Économie 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.

Ces engagements se sont matérialisés dans la charte signée le 24 septembre 2019, co-construite avec l'ensemble des acteurs de la filière jouet, les associations, les autorités de contrôle de l'audiovisuel et l'Union des Marques. Avec cet engagement collectif et les actions concrètes qui en découlent, les signataires ont souhaité promouvoir la mixité entre filles et garçons dans la création, la distribution et la promotion des jouets.

Un an après la signature de la première édition de la charte, de nombreuses avancées ont été réalisées par les différentes parties. Afin de continuer les efforts collectifs initiés en 2019, une nouvelle version de la charte a été élaborée et est signée le 24 septembre 2020. Celle-ci comprend de nouveaux engagements et intègre de nouveaux acteurs: la fédération de la vente à distance, la fédération du commerce coopératif et associé, ainsi que des associations impliquées dans l'accueil du jeune enfant et le soutien à la parentalité.

Avec cette nouvelle édition, les signataires entendent poursuivre les actions engagées et en mettre en œuvre de nouvelles, afin de continuer à promouvoir la mixité dans les jouets.

I. Engagements des fabricants de jouets

Les fabricants s'engagent à :

1. 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 caractérisation 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.

2. Conditionnement

Promouvoir le développement de visuels neutres ou mixtes, y compris pour les catégories traditionnellement sexuées (ex : soin aux bébés, cuisine, bricolage, jeux de construction, garages, trains, ...), et de visuels adaptés aux produits qui promeuvent l'émancipation et l'ambition des filles.

3. 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.

4. Publicité

- Respecter scrupuleusement les recommandations de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité :
- 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

Les distributeurs s'engagent à :

1. Catalogues des distributeurs (hypermarchés, supermarchés, 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.

2. 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.

3. Organisation des sites marchands

A l'instar des sites physiques, les sites de vente en ligne s'engagent à :

- Classer prioritairement les jouets par catégorie et non par genre.
- Veiller à l'équilibre des propositions de jouets entre les genres.
- Utiliser toute la palette de couleurs pour illustrer les pages de jouets traditionnellement destinés aux filles et aux garçons.
- Prêter une attention particulière au vocabulaire utilisé pour décrire le jouet.
- S'adresser aux parents et non uniquement aux mamans ou aux papas.
- Utiliser des représentations mixtes d'enfants pour illustrer les jouets.
- Parler des différentes caractéristiques du jouet, plutôt que du genre auquel il serait prétendument destiné.
- Les plateformes et places de marché en ligne s'engagent à sensibiliser les entreprises utilisatrices de places de marchés en ligne sur les principes et les actions prévus par la présente charte.

4. 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.

5. Publicité

- Faire respecter par le secteur, les engagements concernant les codes de l’Autorité de régulation professionnelle de la publicité pour l’égalité femmes-hommes et la représentation de la femme.

III. Engagements des Associations

Les douze associations, Accent Petite Enfance, l’Association des Ludothèques Françaises , l’Association Nationale des Puéricultrices Diplômées et des Etudiants, Elles bougent, Familles de France, Familles Rurales, Femmes & Sciences, la Fédération Française des Psychomotriciens , la Fédération Française des Entreprises de Crèches , Le Jeu pour Tous, Pépîte Sexiste et Women in Toys s’engagent à :

- Contribuer, selon leurs moyens, 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 grand compte, pour favoriser notamment la mise à disposition des jeux d’imitation essentiels au développement des jeunes enfants ;
- Identifier et promouvoir les actions positives des acteurs.

Les cinq associations, l’Association nationale des puéricultrices diplômées et des étudiants, la Fédération française des psychomotriciens, Femmes & Sciences, Le jeu pour tous, et Pépîte sexiste 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 neuf associations, Accent Petite Enfance, l’Association des collectifs enfants parents professionnels, l’Association Nationale des Assistants Maternels Assistants & Accueillants Familiaux, Familles de France, la Fédération française des psychomotriciens, la Fédération Française des Entreprises de Crèches, Le jeu pour tous, Pépîte sexiste et l’Union Fédérative Nationale des Associations des Familles d’Accueil et Assistants Maternels s’engagent à :

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

Les onze associations, Accent Petite Enfance, l’Association des collectifs enfants parents professionnels , l’Association des ludothèques françaises, l’Association Nationale des Assistants Maternels Assistants & Accueillants Familiaux , l’Association Nationale des Puéricultrices Diplômées et des Etudiants , Familles de France, Familles Rurales, la Fédération française des entreprises de crèches , la Fédération française des psychomotriciens, Le Furet et l’Union Fédérative Nationale des Associations des Familles d’Accueil et Assistants Maternels s’engagent à :

- Proposer des formations et/ou des actions de sensibilisation à destination des professionnels de leur réseau et des familles ;
- Relayer, voire créer des supports de communication à destination des professionnels, et les diffuser au sein de leur réseau et sur les réseaux sociaux nationaux et fédéraux ;
- Valoriser les outils existants dans leur réseau.

IV. Engagements du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel 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 publicité¹ que le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel a signée le 6 mars 2018 avec l'ensemble des professionnels du secteur, l'Union des marques, l'Association des Agences-Conseil en communication, la filière « la communication » et l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité.

V. 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 Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, recommandation dédiée de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité).
- 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.

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, de l'éducation [nationale] et des activités péri-scolaires.
- Promouvoir une action portant sur les jouets scientifiques adaptés aux âges des enfants et à leurs compétences pour les fêtes de fin d'année (livres, activités et plus largement univers extra-scolaires,...).

¹ <https://www.csa.fr/Informer/Toutes-les-actualites/Actualites/Retrouvez-la-charte-contre-les-stereotypes-sexistes-dans-les-publicites>

- Lutter dès la prime enfance contre les stéréotypes sexistes par la sensibilisation des professionnels et, pour les établissements, des gestionnaires publics et privés des modes d'accueil du jeune enfant et la promotion d'un usage non-genré des jouets, en application du principe n° 7 de la Charte nationale pour l'accueil du jeune enfant du ministère des solidarités et de la santé.

VII. Action commune à l'ensemble des acteurs

L'ensemble des signataires s'engagent à :

- Agir dans l'intérêt des enfants et respecter la réglementation relative à la protection de l'enfance.
- 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, en collaborant entre eux, les engagements prévus dans la charte dès sa signature et dans les mois suivants.
- A concevoir et mettre à disposition des acteurs le guide de bonnes pratiques élaboré avec les associations. Une copie de ce guide sera adressée à l'ensemble des parties signataires.
- Mettre à la disposition des enseignes de distributeurs de jouets, le module audiovisuel de sensibilisation des vendeurs d'ici le 30 novembre 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 et la FCD, qui interrogeront leurs adhérents.
- Se revoir au mois de mars 2021 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. ».

Selon le Cadre national pour l'accueil du jeune enfant², « les enfants ont besoin d'être valorisés pour leurs compétences personnelles et non en fonction des rôles habituellement attribués à chaque genre. Il est nécessaire de veiller à ce que les petites filles et les petits garçons soient encouragés de la même manière à aller vers les activités qui suscitent leur intérêt, sans être freinés ».

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.

Au travers de 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.

² https://solidarites-sante.gouv.fr/IMG/pdf/accueil_jeune_enfant_cadre_national.pdf

Le 24 septembre 2020,

Pour le Premier ministre,

Mme Elisabeth MORENO,

Ministre déléguée auprès du Premier ministre,

Chargée de l'Égalité entre les femmes et les hommes,

de la Diversité et de l'Égalité des chances

Pour le ministère de l'économie,
des finances et de la relance,

Mme Agnès PANNIER-RUNACHER,

Ministre déléguée auprès du ministre

de l'Économie, des Finances et de la Relance,

Chargée de l'Industrie

Pour le ministère des solidarités et de la santé,

M Adrien TAQUET,

Secrétaire d'État auprès du ministre

des Solidarités et de la Santé,

Chargé de l'Enfance et des Familles

Pour l'Association des créateurs
et fabricants de jouets français,

M. Alain INGBERG,

Président

ASSOCIATION DES CRÉATEURS ET
FABRICANTS DE JOUETS FRANÇAIS
73, rue Henri Barbusse
92110 CLICHY
Tél. : 01 41 06 68 80
Fax : 01 42 70 49 75



Pour la Fédération des industries
du Jouet-Puériculture,

M. Bruce AIGLEHOUX,

Directeur général



Pour la Fédération du Commerce
Coopératif et Associé,

M. Eric PLAT,

Président



Pour la Fédération du Commerce
et de la Distribution,

Mme Emilie TAFURNEL,

Directrice qualité



Pour la Fédération des commerces spécialistes
des jouets et des produits de l'enfant,

Mme Catherine de BLEEKER,

Administratrice



Pour la Fédération du e-commerce
et de la Vente à Distance,

M. François MOMBOISSE,

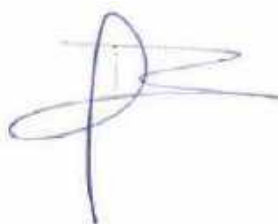
Président



Pour l'Accent Petite Enfance,

Mme Magali BACHELIER,

Présidente

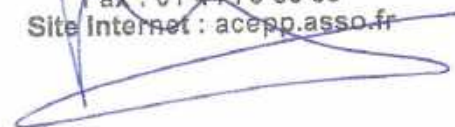


Pour l'Association des Collectifs Enfants,
Parents, Professionnels,

M. Philippe DUPUY,

Directeur

ACEPP Association des Collectifs
Enfants Parents Professionnels
29, rue du Charolais 75012 - PARIS
Tél. : 01 44 73 85 20
Fax : 01 44 73 85 39
Site Internet : acepp.asso.fr

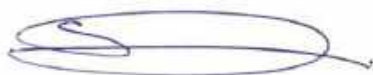


Pour l'Association Familles de France,

Mme Virginie DURIN,

Vice-présidente

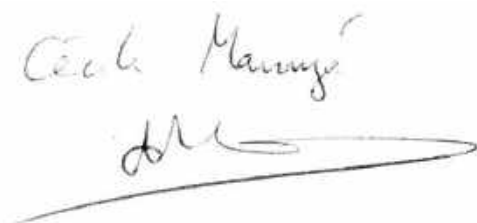
Pour la Fédération nationale Familles Rurales,
M. Dominique MARMIER,
Président



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

Femmes & Sciences
7 rue Lamennais - 75008 Paris
01 47 70 85 35
secretariat@femmesetsciences.fr
www.femmesetsciences.fr

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



Pour l'Association des Ludothèques
Françaises,
M. Nicolas DION,
Président

ALF Association
des Ludothèques
Françaises
180 bis rue de Grenelle - 75007 Paris
Tel. 01 43 26 84 62
www.alf-ludotheques.org
SIRET 377 6298 030 0067

Pour l'Association Nationale
des Assistants Maternels Assistants
& Accueillants Familiaux,
Mme Marie-Noëlle PETITGAS,
Présidente



ANAMAFA
Association Nationale des Assistants Maternels Assistants & Accueillants Familiaux

Siège Social sans permanence: 20 Rue Édouard Peilleron 75019 PARIS
Siège Administratif: 2 Rue de Launay Sillay 44115 BASSE GOUAINE
☎ : 09 75 27 11 20 - ✉ : contact@anamaaf.org
🌐 : www.accueillon-ensemble.org - 📘 : www.facebook.com/anamaaf.org
N° RNA W751218437 - N° SIRET 791 346 273 00016 - Code APE 8499Z
Perution JO 16 Février 2013 - N° Formateur 11 75 33203 75

TOUT COURRIER DOIT IMPÉRATIVEMENT PARVENIR AU SIÈGE ADMINISTRATIF

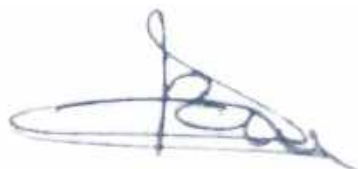


CHARTRE POUR UNE REPRÉSENTATION MIXTE DES JOUETS
ÉDITION 2020

Pour l'Association nationale
des ouéricu trices dip ômées et ces étuciants,

Mme Emilie RIA

Vice-présidente



Pour l'association Pépite sexiste,

Mme Marion VAQUERO,

Fondatrice



Pour la Fédération Française
des Entreprises de Crèches,

Mme Thérèse MAJNONI D'INTIGNANO,

Vice-Présidente



Pour la Fédération Française
des Psychomotriciens,

Mme Amélie GALES,

Secrétaire Générale Adjointe



Pour le Furet,

Mme Gillian CANTE

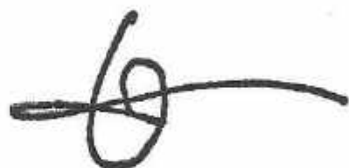
Présidente



Pour l'Union Fédérative Nationale
des Associations des Familles d'Accueil
et Assistants Maternels,

Mme Martine ORLAK,

Présidente



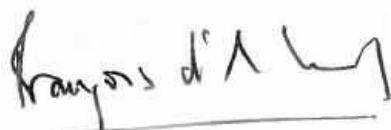
Pour Women in Toys,
Mme Mathilde DEZALYS,
Présidente



Pour l'Autorité de Régulation
Professionnelle de la Publicité,

M. François d'AUBERT,

Président



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



Pour l'Union des marques,

Mme Laura BOULET,

Directrice générale adjointe



