

# ÉGALI'VACANCES

PREMIÈRE PHASE : DIAGNOSTIC DES STÉRÉOTYPES  
DE GENRE

DEUXIÈME PHASE : FORMATION DU GROUPE PILOTE

TROISIÈME PHASE : ÉLABORATION D'UN OUTIL  
DE DÉCONSTRUCTION  
DES STÉRÉOTYPES DE GENRE

---

## DÉCONSTRUIRE LES STÉRÉOTYPES DE GENRE AU TRAVERS DU PROJET VACANCES

ACTIONS RÉALISÉES SUR LA PÉRIODE  
DE DÉCEMBRE 2018 À DÉCEMBRE 2019

---



# SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>7</b>
--------------------------	----------

<b>PHASE 1 : LE DIAGNOSTIC.....</b>	<b>8</b>
-------------------------------------	----------

<b>1.1 INTRODUCTION.....</b>	<b>8</b>
------------------------------	----------

1.1.1 Objectifs du diagnostic.....	8
------------------------------------	---

1.1.2 Hypothèses.....	8
-----------------------	---

1.1.3 Méthode.....	8
--------------------	---

<b>1.2 LA POPULATION INTERROGÉE.....</b>	<b>10</b>
--	-----------

<b>1.3 LEUR OPINION SUR LES INÉGALITÉS ET SUR LE GENRE.....</b>	<b>12</b>
---	-----------

1.3.1 Opinion sur les inégalités.....	12
---------------------------------------	----

1.3.2 Opinion sur le genre.....	13
---------------------------------	----

<b>1.4 DIFFÉRENCIATION GENRÉE DANS LEURS PRATIQUES PROFESSIONNELLES.....</b>	<b>20</b>
--	-----------

1.4.1 Projet vacances et genre.....	20
-------------------------------------	----

1.4.2 Actions spécifiques en fonction du sexe.....	21
--	----

1.4.3 Hommes/Femmes : un accompagnement différencié.....	23
--	----

<b>1.5 CONCLUSION DU DIAGNOSTIC.....</b>	<b>25</b>
--	-----------

<b>PHASE 2 : FORMATION DU GROUPE PILOTE.....</b>	<b>26</b>
--	-----------

<b>2.1 INTRODUCTION.....</b>	<b>26</b>
------------------------------	-----------

2.1.1 Objectifs de la formation.....	26
--------------------------------------	----

2.1.2 Méthode.....	26
--------------------	----

<b>2.2 LA CONSTITUTION DU GROUPE PILOTE.....</b>	<b>26</b>
--	-----------

2.2.1 Les profils des membres du groupe pilote.....	27
2.2.2 Leur définition de « stéréotype de genre » avant la formation.....	27
2.2.3 Situations vécues illustrant leur définition d'un stéréotype de genre.....	27
2.2.4 Le questionnaire sur les opinions : premier effet du projet Égali'vacances ?.....	29

## **2.3 LA FORMATION DU GROUPE PILOTE.....29**

2.3.1 Le choix du ou de la prestataire pour la formation et sa préparation.....	29
2.3.2 La journée de formation du groupe pilote.....	29

## **2.4 ÉVALUATION DE LA FORMATION.....30**

2.4.1 Le point de vue du groupe pilote.....	30
2.4.2 Le point de vue des membres de Vacances Ouvertes.....	31

## **2.5 CONCLUSION SUR LA FORMATION.....31**

# **PHASE 3. LA CONSTRUCTION DE L'OUTIL ET SON APPLICATION.....32**

## **3.1 INTRODUCTION.....32**

3.1.1 Objectifs de l'outil.....	32
3.1.2 Méthode.....	32

## **3.2 LES SÉQUENCES DE PRODUCTION DE L'OUTIL.....33**

3.2.1 Sens, processus, contenu : première demi-journée de construction de l'outil.....	33
3.2.2 Développement du contenu : deuxième et troisième demi-journées à distance.....	35

## **3.3 TEST DE L'OUTIL : UTILISATION ET ÉVALUATION...35**

3.3.1 Finalisation, validation de l'outil et utilisation par le groupe pilote.....	35
3.3.2 Évaluation de l'outil.....	35

## **3.4 CONCLUSION SUR LA CONSTRUCTION DE L'OUTIL.....37**

# **CONCLUSION GÉNÉRALE.....38**

# INTRODUCTION

Bien que les termes sexe et genre soient fréquemment employés de manière interchangeable, ils renvoient à deux réalités différentes :

- Le sexe se réfère à une caractéristique biologique qui marque les différences entre hommes et femmes,
- Le genre renvoie aux catégorisations sociales (le masculin et le féminin).

La distinction entre les deux concepts est importante. Dans la perspective du genre, les différences hommes-femmes résultent des constructions sociales et culturelles et non des différences de nature.

Dans notre société, la prévalence est accordée au rôle de l'environnement social qui modèle l'individu et le conduit à se conformer aux rôles sexués de sa culture. Les individus sont des êtres sociaux. Ils intériorisent les valeurs et les comportements attendus par la société : l'environnement social amène l'individu à adopter les comportements codifiés culturellement et spécifiques à chaque sexe.

Le concept de genre prend en considération les représentations et les stéréotypes culturels liés à chacun des sexes. Les stéréotypes de genre (ou stéréotype de sexe) sont « *des représentations schématiques et globalisantes sur ce que sont et ne sont pas les filles et les garçons, les femmes et les hommes* » (Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes, 2014). Ils partagent donc notre monde social en deux univers distincts : l'un masculin et l'autre féminin. Il n'est pas nécessaire d'adhérer aux stéréotypes pour en subir les influences (Désert et al., 2002).

Les positions sociales des femmes et des hommes sont tributaires des rôles attendus par leur entourage social (éducation, habitudes, clichés et traditions), et ne résulte pas uniquement de choix de vie individuels et rationnels. C'est, par exemple, ce qui explique l'attrait des jeunes filles pour exercer des métiers perçus comme typiquement féminins.

## Démarche générale

L'association Vacances Ouvertes (VO) accompagne depuis près de 30 ans les professionnel·les des politiques sociales et familiales à la construction du projet vacances pour les personnes qui en sont éloignées. Près de 17 000 personnes partent chaque année dans le cadre de cet accompagnement.

Forte de cette expertise et du travail de terrain engagé chaque année auprès de plus de 500 structures, VO rencontre régulièrement l'expression de professionnel·les révélant sans le vouloir, ou bien rapportant consciemment -voire déplorant légitimement- la persistance de représentations, préjugés et finalement d'inégalités de participation des femmes et des hommes, des filles et des garçons aux activités qu'ils et elles proposent et cela en particulier autour du projet vacances.

En outre, VO et ses adhérent·es sont convaincu·es que le projet vacances est un outil pédagogique qui, au-delà de l'accès aux vacances pour tous·tes, offre la possibilité aux professionnel·les de l'accompagnement de travailler tous les pans de la vie quotidienne et professionnelle. De cette utilité, le projet vacances peut à la fois véhiculer des stéréotypes de genre mais également, s'il est utilisé dans ce sens, être un moyen pour les déconstruire et lutter contre.

Ce sont ces raisons qui ont conduit l'association vers une démarche reposant sur trois étapes :

1. Identifier et analyser le niveau d'adhésion aux stéréotypes de genre des professionnel·les de l'action sociale de son réseau ;
2. Former et informer un groupe pilote de professionnel·les à la question des stéréotypes de genre ;
3. Créer et tester un outil permettant de déconstruire les stéréotypes de genre au travers du projet vacances avec les membres du groupe pilote formé·es.

# PHASE 1 : LE DIAGNOSTIC

## 1.1 INTRODUCTION

### 1.1.1 Objectifs du diagnostic

Établir un état des lieux auprès des membres des structures d'accompagnement des projets vacances du réseau de Vacances ouvertes et présentes sur le territoire national :

- de la différenciation genrée des usages lors de la construction d'un projet vacances (réalisation),
- de l'adhésion aux stéréotypes de genre (représentations, préjugés, aptitudes).

### 1.1.2 Hypothèses

Plusieurs faits établis mettent en lumière que la société française reste marquée par des différences profondes entre les femmes et les hommes en termes de division du travail et de rôles sociaux. Prenons pour exemple le travail domestique (tâches ménagères et temps consacré aux enfants) : cette activité reste majoritairement réalisée par les femmes (Roy, 2012 ; allègre et al., 2015), la réduction constatée de l'écart de temps consacrée à ces tâches provenant essentiellement d'une réduction de la contribution des femmes (Ricroch, 2012). Qu'en est-il des tâches consacrées à l'élaboration d'un projet vacances ?

Mais le caractère genré de la vie sociale ne se perçoit pas uniquement au travers des pratiques : nombreux sont ceux qui pensent que le sexe des individus contribue à déterminer - ou doit déterminer - ce qu'ils font et ce à quoi ils aspirent. Pour la population française, en 2017, l'opinion selon laquelle les femmes disposeraient de compétences supérieures pour prendre soin des autres et des enfants en particulier reste encore répandue : pour une personne sur deux, les mères savent mieux répondre aux besoins et attentes des enfants que les pères, et une personne sur trois considère que les femmes font de meilleures infirmières que les hommes (Dress, 2017). Qu'en est-il dans une population d'acteurs sociaux et d'actrices sociales ?

En outre, le degré d'approbation ou de rejet que recueillent les stéréotypes de genre étudiés varie suivant les groupes sociaux, en particulier selon le sexe, les femmes étant nettement moins enclines que les hommes aux stéréotypes de genre. Qu'en est-il dans notre population ?

### 1.1.3 Méthode

Un questionnaire à destination des professionnel·les a été construit en ligne à l'aide de *Survey Monkey*. Le questionnaire est organisé en quatre parties distinctes. Deux parties, l'une en début et l'autre en fin de questionnaire, sont consacrées au recueil de données concernant le ou la professionnel·le (caractéristiques sociodémographiques et informations sur la structure) ; une deuxième partie s'intéresse à l'accompagnement au projet vacances et à son approche genrée ; la troisième partie pose des questions sur les inégalités, puis sur le genre (recueil des opinions).

Les données d'opinion sont comparées à celles extraites de plusieurs études réalisées auprès d'un échantillon représentatif de la population Française entre 2014 et 2017.

- Dress, Baromètre d'opinion, 2014 et 2017 : enquêtes auprès d'un échantillon, construit selon la méthode des quotas, représentatif de la population âgée d'au moins 18 ans et habitant en France métropolitaine portant sur l'évolution des opinions concernant la santé, la protection sociale, les inégalités et la cohésion sociale ;
- Insee, enquête de conjoncture auprès des ménages (Camme), plate-forme Opinions sur la place des hommes et des femmes dans la société, septembre, 2014 : module sur les rôles et les stéréotypes de genre de l'enquête téléphonique mensuelle de l'Insee portant sur l'opinion des ménages sur leur environnement économique et leur situation économique personnelle ;
- GESIS-Leibniz Institute for the Social Sciences, International Social Survey Programme : Family and Changing Gender Roles IV - ISSP 2012 : enquête annuelle d'opinion menée en parallèle dans 40 pays dont la France, pour laquelle le questionnaire a été transmis par voie postale à un échantillon aléatoire d'adresse téléphonique, et dont la thématique portait, en 2012, sur la famille et les rôles de genre dans le ménage.

## PARTICIPATION

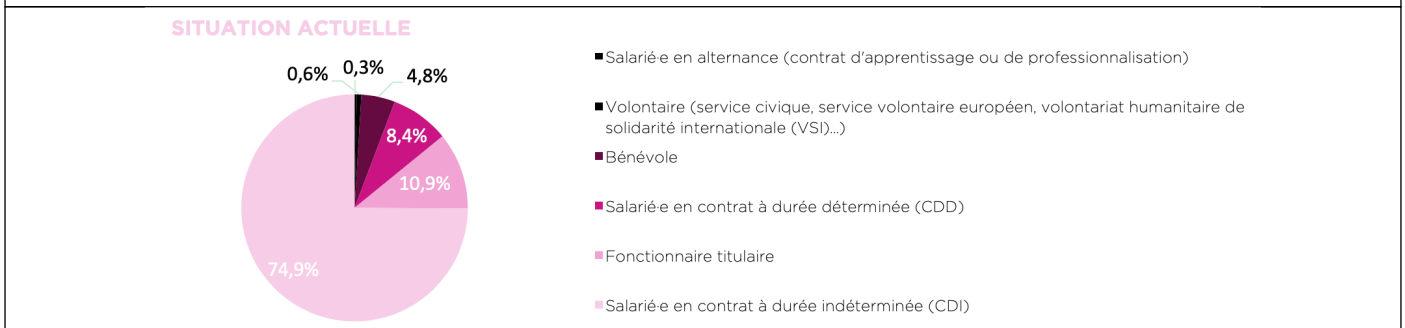
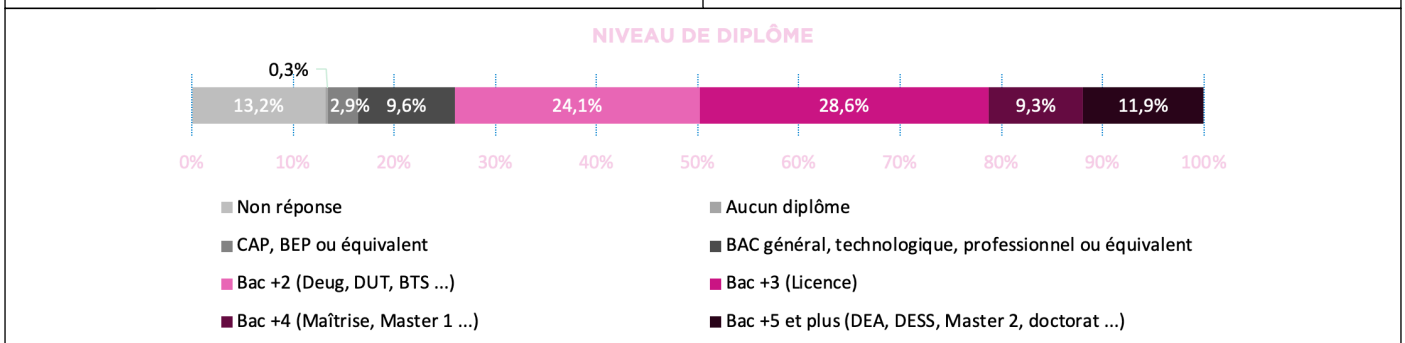
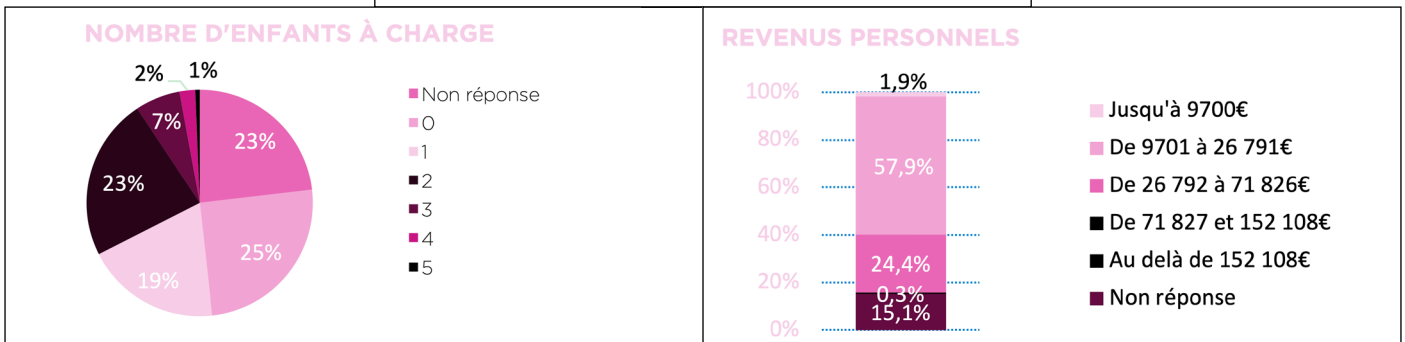
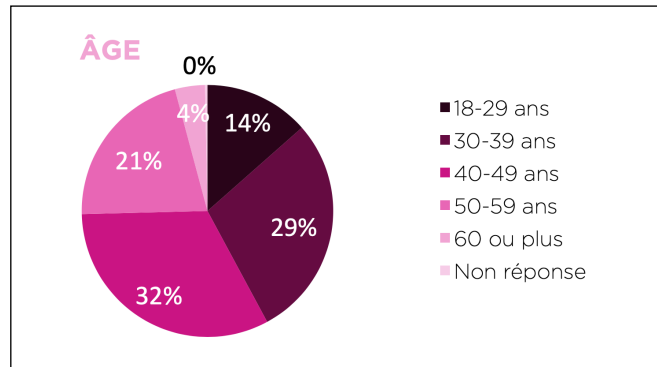
Le lien vers le questionnaire a été envoyé par mail aux membres du réseau VO qui accompagnent ou ont eu l'occasion d'accompagner des familles, des personnes isolées ou des jeunes à la réalisation d'un projet vacances (2161 contacts référencés sur la base de Vacances Ouvertes).

Sur les 396 participant·es (clics sur le lien), 311 réponses sont exploitables (les questionnaires arrêtés avant la troisième partie ont été supprimés), soit un taux de 14,4% sur le nombre total de mails envoyés, et de 60,5% sur les 514 structures inscrites en 2018.

## 1.2 LA POPULATION INTERROGÉE

Notre échantillon est majoritairement composé de femmes (75,6% de femmes ; 24,4% d'hommes). Les personnes interrogées ont de 20 à 75 ans (âge moyen = 41,89 ans ; écart-type = 10,49).

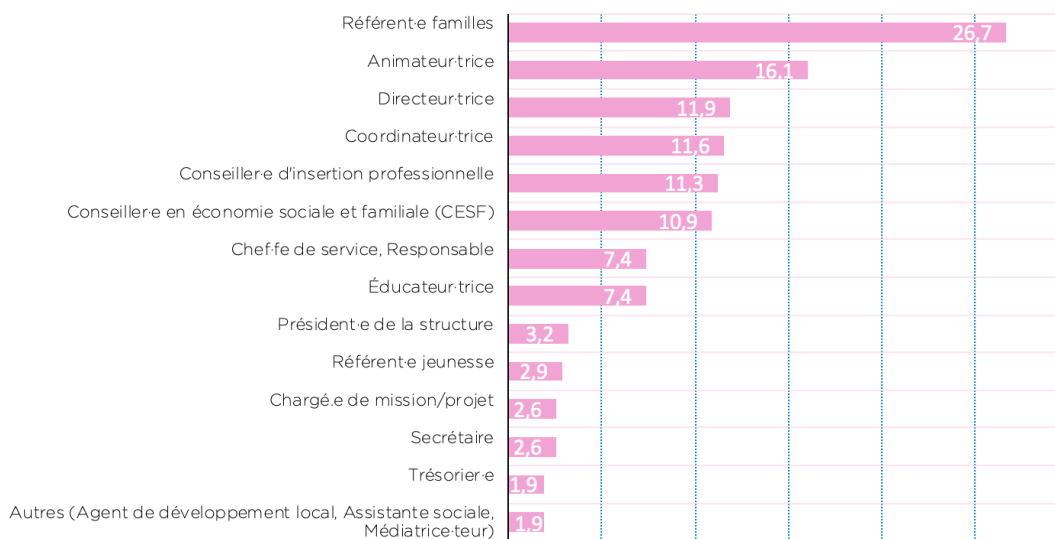
Leur lieu d'habitation se situe principalement en ville (43,7%), 29,9% vivant à la campagne et 12,5% entre les deux. La majorité des individus interrogés vit en couple (63,7% de oui et 22,5% de non). Ils ou elles sont principalement marié-es ou pacsé-es (42,8%), autant en union libre ou en concubinage que célibataires (21,5% et 20,9%) et très rarement veufs ou veuves (1%). Ils ou elles ont en moyenne 1,26 enfants (E.T. : 1,14), les femmes ayant en moyenne moins d'enfants à charge que les hommes (1,17 versus 1,59).



1 Test de Fisher significatif : F=5,95, p=0,015

La principale fonction occupée par les professionnel·les interrogé·es est référent·e famille (26,7%), ensuite vient animateur·trice (16,1%) puis directeur·trice (11,9%). Il y a 15,8% des individus qui cumulent plusieurs fonctions (soit 49 personnes), notamment 13 professionnel·les sont référent·es familles et CESF, 5 sont référent·es familles et animateurs·trices, 3 sont référent·es familles et coordinateurs·trices, et 3 sont éducateurs·trices et animateurs·trices.

### FONCTIONS OCCUPÉES PAR LE OU LA PROFESSIONNEL·LE



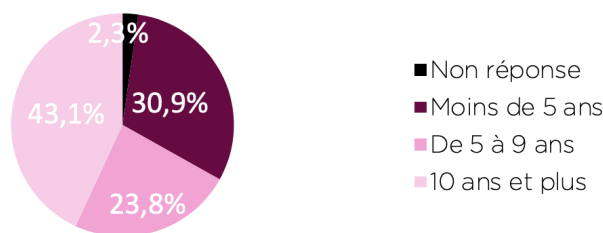
66,2% des structures sont urbaines, 20,3% rurales et 12,5% péri-urbaines. Les structures dans lesquelles les professionnel·les travaillent sont principalement des Centres socioculturels (27,3%), des associations (27%), des missions locales (18,6%) et des FJT, CHRS ou structures d'habitat jeunes (9,6%), les autres types de structures représentant moins de 20% de l'échantillon (Tableau 1).

De nombreuses structures accueillent autant d'hommes que de femmes (37%), mais la plupart des structures reçoivent majoritairement des femmes (51% ; pourcentage estimé à 74,5% de femmes en moyenne).

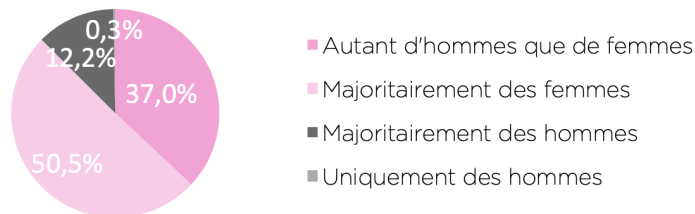
TABLEAU 1 - TYPE DE STRUCTURE

Type de structure	Fréquence
Centre socioculturel	27,3%
Association	27%
Mission Locale	18,6%
FJT, CHRS, structure d'habitat jeunes	9,6%
Service municipal	3,2%
CIJ, BIJ, PIJ	2,9%
Maison de quartier	2,9%
Maison des Jeunes et de la Culture	2,9%
Institutionnels	1,3%
Médicosocial	1,3%
École de la deuxième chance (E2C)	0,6%
Espace jeunes	0,6%
Autre	1%
Non réponse	0,6%

### ANCIENNETÉ DANS LA STRUCTURE



### GENRE DU PUBLIC ACCUEILLI



Genre du public accueilli	% de femmes
Autant d'hommes que de femmes	49,9
Majoritairement des femmes	74,5
Majoritairement des hommes	30,7
<b>GLOBAL</b>	<b>62,5</b>

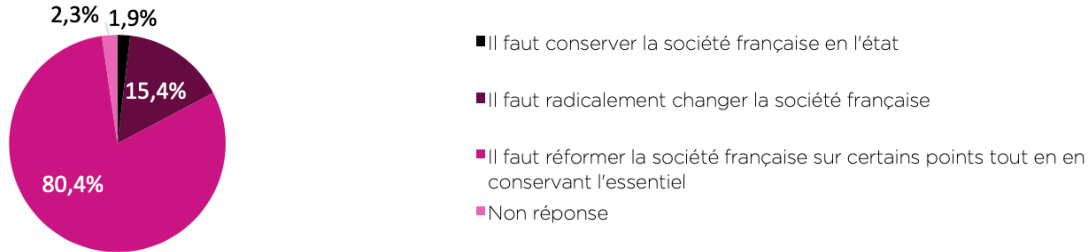


## 1.3 LEUR OPINION SUR LES INÉGALITÉS ET SUR LE GENRE

### 1.3.1 Opinion sur les inégalités

La grande majorité des professionnel·les interrogé·es pense que la société française aurait besoin d'être réformée sur certains points tout en conservant l'essentiel. Ils ou elles sont plus nombreux·ses que dans la population Française (80,4% versus 71% ).

#### OPINION SUR LA SOCIÉTÉ FRANÇAISE : BESOIN DE CHANGEMENTS ?

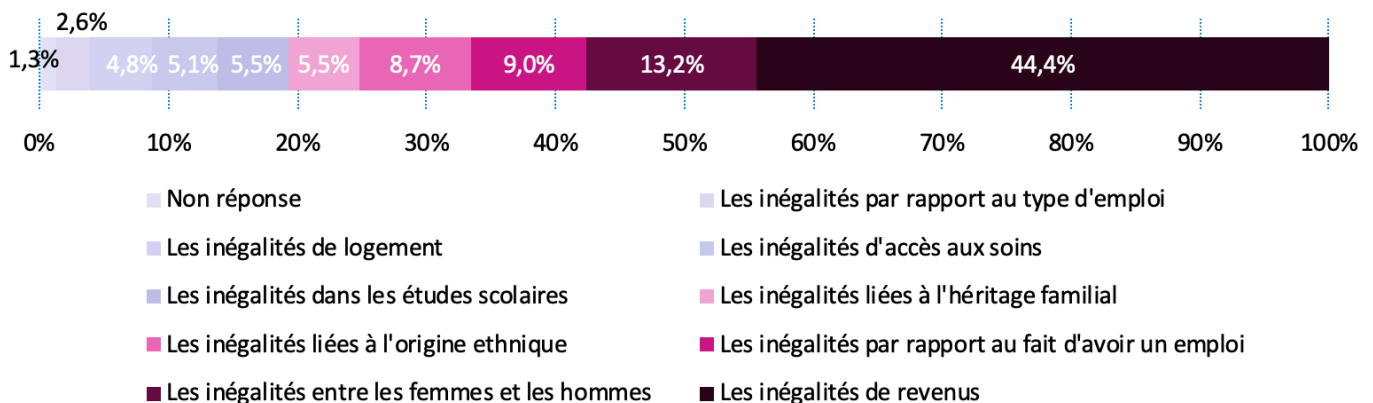


Ces besoins de changement peuvent concerner notamment les questions de justice et d'égalité puisque 70,7% trouvent la société française d'aujourd'hui plutôt injuste (26,4% plutôt juste, et 2,9% ne se prononcent pas), et 73% pensent que les inégalités ont augmenté ces 5 dernières années (5,5% qu'elles ont plutôt diminué, 20,9% qu'elles sont restées stables) et qu'elles vont continuer d'augmenter à l'avenir (9,3% qu'elles vont plutôt diminuer et 14,8% qu'elles vont rester stables).

Dans notre échantillon, les inégalités entre les hommes et les femmes arrivent en seconde position (13,2%), dernière les inégalités de revenus (44,4%), comme étant les plus répandues aujourd'hui dans la société française. Les Français·es citent également prioritairement les inégalités de revenus mais dans une moindre proportion (36%), les inégalités entre les hommes et les femmes arrivant en septième position des inégalités jugées les plus répandues dans la société française avec seulement 7%.

Les professionnel·les interrogé·es sont 82% à avoir le sentiment que les inégalités entre les hommes et les femmes en France sont aujourd'hui importantes. Parmi eux, 13,2% les jugent même très importantes (seulement 0,3% pour faibles et 16,1% pour assez faibles). Ce taux est plus élevé que celui de la population Française (69%).

#### INÉGALITÉS LES PLUS RÉPANDUES DANS LA SOCIÉTÉ FRANÇAISE



Il y a davantage d'hommes que de femmes dans notre population qui pensent qu'il faut radicalement changer la société française (23% versus 13,5%), c'est également le cas au sujet du sentiment que les inégalités entre les hommes et les femmes sont faibles (24% versus 14,3%). Les hommes jugent les inégalités entre les hommes et les femmes plus faibles que les femmes, même s'ils sont majoritaires à les trouver importantes (76%<sup>2</sup>).

1 Test d'indépendance du Khi2 significatif : Khi2 = 5,04, ddl=2, p=0,079

2 Test d'indépendance du Khi2 significatif : Khi2=3,11, ddl=1, p=0,074

### 1.3.2 Opinion sur le genre

L'opinion de notre population au sujet des capacités intellectuelles, des compétences innées et des compétences professionnelles des femmes et des hommes a été recensée. Pour la grande majorité de notre population, les aptitudes des hommes et des femmes ne dépendent pas de leur sexe, elles sont équivalentes, avec des taux de non-adhésion aux stéréotypes de genre allant de 72,7% à 88,7% (Tableau 2). La barre des 10% d'adhésion au stéréotype de genre est franchie pour le taux d'adhésion le plus faible (72,7%) avec 11,3% de personnes qui ne feraient pas du tout autant confiance à un homme qu'à une femme pour s'occuper d'enfants en crèche.

La majorité des enquêté-es considère que les femmes ne font pas de meilleures infirmières que les hommes (84,6%), ce taux est plus élevé chez les femmes interrogé-es que chez les hommes (94,8% versus 85,7%).

TABLEAU 2

	NSP	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord	Non adhésion au stéréotype	En % Enquêtes publiques
Les filles ont autant l'esprit scientifique que les garçons.	8,0	8,0	4,8	19,6	59,5	79,1	87 (1) 89 (3)
Vous feriez autant confiance à un homme qu'à une femme pour s'occuper d'enfants en crèche.	10,0	11,3	6,1	19,0	53,7	72,7	82 (2)
Vous feriez autant confiance à une femme pilote de ligne qu'à un homme.	11,6	1,6	1,3	10,6	74,9	85,5	94 (2)
Un homme a naturellement plus d'autorité qu'une femme.	9,6	68,5	15,4	5,8	0,6	83,9	75 (2)
Les hommes ont un cerveau plus apte que celui des femmes au raisonnement mathématique.	10,0	76,5	12,2	1,3	0	88,7	78 (2)
Les garçons sont par nature plus turbulents et les filles plus sages.	9,6	59,2	19,0	11,6	0,6	78,2	56 (2)
Les femmes font de meilleures infirmières que les hommes.	8,0	64,3	20,3	6,8	0,6	84,6	65 (1) 64 (3)

Lecture : 84,61% des professionnel·les interrogé·es n'adhèrent pas au stéréotype de genre « Les femmes sont de meilleures infirmières que les hommes. » Sources : Dress, Baromètre d'opinion, 2014 (1) ; Insee, enquête de conjoncture auprès des ménages (Camme), plate-forme Opinions sur la place des hommes et des femmes dans la société, septembre, 2014 (2) ; Dress, Baromètre d'opinion, 2017 (3).

Les professionnel·les ont également été interrogé·es sur leur opinion à propos de l'orientation professionnelle et de l'éducation (Tableau 3). Les personnes interviewées sont majoritaires à déclarer qu'ils ou elles encourageraient des garçons à se diriger vers des métiers occupés par des femmes, d'autant plus celles de sexe féminin (avec un taux de non-adhésion de 95,1% pour les femmes contre 86,6% pour les hommes<sup>2</sup>).

TABLEAU 3

	NSP	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord	Non adhésion au stéréotype	En % Enquêtes publiques
Vous encourageriez un garçon à s'engager dans une filière de formation pour un métier très largement occupé par des femmes.	12,2	3,2	2,9	23,2	58,5	81,7	87 (2)
Les filles et les garçons doivent être éduqués différemment.	10,3	74,3	11,9	3,2	0,3	86,2	87 (2)
Certains sports conviennent mieux aux filles qu'aux garçons.	9,6	59,8	15,8	13,8	1,0	75,6	57 (2)
Il existe des métiers faits pour les hommes et d'autres faits pour les femmes.	11,6	56,6	19,9	11,9	0,0	76,5	55 (2)

Lecture : 76,5% des professionnel·les interrogé·es n'adhèrent pas au stéréotype de genre « Il existe des métiers faits pour les hommes et d'autres faits pour les femmes. » Sources : Insee, enquête de conjoncture auprès des ménages (Camme), plate-forme Opinions sur la place des hommes et des femmes dans la société, septembre, 2014 (2)

Notre population est bien moins encline que la population française à penser que les garçons sont par nature plus turbulents, que les filles plus sages, et que les femmes font de meilleures infirmières que les hommes (Tableau 2). Une minorité conséquente souscrit néanmoins à des stéréotypes de genre en attribuant plus de confiance aux femmes qu'aux hommes pour s'occuper des enfants et en allouant une différenciation sexuée à la pratique du sport et aux métiers.

1 Test d'indépendance du Khi2 significatif : Khi2=21,2 ddl=1 p=0,001

2 Test d'indépendance du Khi2 significatif : Khi2=4,23 ddl=1 p=0,037

Les enquêté-es sont très peu nombreux-ses à expliquer les écarts observés entre les femmes et les hommes en termes de métiers exercés ou de participation aux compétitions sportives par des différences de capacités ; pour respectivement 13,2% et 4,5%, il s'agit de questions de goût ; et près de 7% des enquêté-es, mentionnent des ambitions différentes selon le sexe pour l'orientation professionnelle (Tableau 4).

Ces disparités sont globalement expliquées par l'environnement social : pour 63,4%, le déséquilibre dans la répartition des métiers résulte de différences dans les conseils donnés aux filles et aux garçons tandis que 75,2% expliquent la moindre présence des filles dans les compétitions sportives par le fait qu'elles sont moins encouragées à y participer.

TABLEAU 4

	En %	
	Ensemble	Enquêtes publiques
<b>Selon vous, pour quelle raison principale les filles et les garçons ne s'orientent pas vers les mêmes métiers ?</b>		
Ils n'ont pas les mêmes goûts	13,2	25
Ils n'ont pas les mêmes capacités	2,3	4
Ils n'ont pas les mêmes ambitions	6,4	8
Ils n'ont pas été conseillé.e.s de la même manière par les parents ou le système éducatif	63,4	54
Autre raison	7,4	6
Ne se prononce pas/ Ne sait pas	7,4	3
<b>Selon vous, pour quelle raison principale les filles sont moins nombreuses que les garçons dans la compétition sportive ?</b>		
Elles n'ont pas les capacités suffisantes	1	4
Elles n'y sont pas autant encouragées que les garçons	75,2	63
Elles n'ont pas le goût pour la compétition	4,5	12
Autre raison	8	16
Ne se prononce pas/ Ne sait pas	11,6	5
<b>Selon vous, pour quelle raison principale les femmes s'arrêtent plus souvent de travailler que les hommes pour s'occuper de jeunes enfants ?</b>		
Elles ont plus envie que les hommes de s'occuper des enfants.	12,2	18
L'arrêt de travail d'un homme pour s'occuper d'un enfant est moins bien perçu par la société.	32,2	27
Elles savent mieux s'occuper des enfants.	2,3	15
Elles gagnent en général moins d'argent que les hommes.	35,0	37
Autre raison	7	??
Ne se prononce pas/ Ne sait pas	11,3	4

Lecture : 76,5% des professionnel·les interrogé·es n'adhèrent pas au stéréotype de genre « Il existe des métiers faits pour les hommes et d'autres faits pour les femmes. ».  
Sources : Insee, enquête de conjoncture auprès des ménages (Camme), plate-forme Opinions sur la place des hommes et des femmes dans la société, septembre, 2014

Les autres raisons énoncées par les professionnel·les interrogé·es viennent, dans l'ensemble, conforter ces résultats.

Pour expliquer les différences d'orientations professionnelles entre filles et garçons, il est difficile pour huit participants (sur les 21 personnes cochant « Autre raison ») d'extraire une seule de ces raisons, pour eux la « réponse est multifactorielle, liée à la société dans laquelle on vit et aux références de chacun », les jeunes seraient « influencés par les modèles « inégaux » existants (parents, environnement proche, société...) ». Onze autres participant·es accusent la société : « la société véhicule encore malheureusement beaucoup trop de stéréotypes, des préjugés qui sûrement influencent les choix des personnes », « le poids de la société, les habitudes ».

Cependant, deux personnes jugent ce fait « faux » ou que « leurs choix sont de plus en plus les mêmes ». Pourtant, les chiffres parlent d'eux-mêmes : les femmes restent majoritairement cantonnées à une douzaine de familles de métier (aide à domicile, aide à la personne, agent d'entretien...) sur un total de 87 (Dares, 2013). Dans une enquête de l'institut CSA pour l'association « Elles bougent », publiée le mardi 8 mars 2016 portant sur les secteurs préférés des collégiens et lycéens : aux filles, le médical et le paramédical (19%), le luxe, les médias (10%), aux garçons, le numérique et les nouvelles technologies (15%), l'aéronautique et le spatial (14%), la robotique (9%) et l'automobile (8%).

Pour 7 personnes sur 24 individus sélectionnant « Autre raison », les disparités dans la compétition sportive sont dues à la société : « ce n'est pas qu'elles n'ont pas le goût de la compétition, c'est que la société a organisé la compétition entre les hommes », elles ne sont « pas encouragées par la société à le faire ».

Huit personnes avancent que « les compétitions féminines sont moins valorisées », que « les équipes féminines sont moins médiatisées ». Et elles n'ont pas tort. Malgré le fait que la quasi-totalité des disciplines sportives et olympiques comportent des épreuves masculines et féminines, il existe toujours de fortes disparités dans le nombre d'épreuves : les épreuves masculines sont plus nombreuses que les épreuves féminines. Cela a des répercussions sur le nombre de médailles distribuées (moins pour les femmes). La couverture médiatique des compétitions et exploits des sportives est effectivement moindre : citons par exemple, en septembre 2010, les 606 articles de presse sur Teddie Riner contre seulement 156 pour Lucie

1 Lorsque « Autre raison » est coché, il est demandé de préciser la réponse par écrit.

Decosse (soit quatre fois moins) tous les deux pourtant champions du monde de Judo.

Il y a aussi des sceptiques avec trois profils différents, ceux ou celles qui pensent que la proposition est fautive et affirment « *Il y a autant de filles que de garçons dans les compétitions sportives, elles sont juste moins médiatisées* » ou rejettent totalement cette idée « *aucune différence* » (4 personnes) ; ceux ou celles qui ne sont pas certain-es de ce constat et demandent « *Est-ce vrai ?* » ou « *Je ne suis pas sûr-e qu'il y ait moins de filles dans les compétitions sportives ! ni en professionnels ni en amateurs* » (2 personnes) et ceux ou celles qui pensent que cela dépend de la discipline sportive ou des compétitions (3 personnes).

Les femmes ne représentent que 37,5 % des licencié-es des fédérations sportives et 35 % des sportif-ves de haut niveau. La pratique féminine est plus axée vers le loisir, la convivialité et le lien social et moins axée sur la compétition. On peut d'ailleurs souligner qu'il n'existe pas d'épreuve équivalente au Tour de France pour les femmes et que 2 des 3 événements sportifs les plus médiatisés sont des compétitions exclusivement masculines (Tour de France et Coupe du monde de football).

Les professionnel-les ont été amené-es à exprimer selon eux ou elles pour quelle raison principale les femmes s'arrêtent plus souvent de travailler que les hommes pour s'occuper de jeunes enfants (Tableau 4). Deux raisons sont principalement relatées : les femmes gagnent en général moins d'argent que les hommes et l'arrêt de travail d'un homme pour s'occuper d'un enfant est moins bien perçu par la société.

Pour les mères, le taux d'activité dépend du nombre d'enfant : autour de 85% pour les mères de un ou deux enfants, il chute à 73% pour celle de trois enfants ou plus. En revanche, pour les pères, la participation au marché du travail (aux environs de 95%) est indépendante du nombre d'enfants (INSEE, enquête Emploi 2015). En 2014, dans l'ensemble du secteur privé et de la fonction publique, le salaire en équivalent temps plein des femmes est inférieur de 17,4% à celui des hommes. Ces revenus d'activités plus faibles engendrent un coût d'opportunité lié à un arrêt de travail plus faible également.

Certaines raisons formulées sont influencées par le sexe du ou de la répondant-e :

- Elles gagnent en général moins d'argent : 24,6% pour les hommes et 43,6% pour les femmes.
- Elles savent mieux s'occuper des enfants : 7,2% pour les hommes et 0,9% pour les femmes<sup>2</sup>.

Pour 12 personnes sur les 22 indiquant d'autres raisons que celles proposées, « *il s'agit « d'un choix » imposé. La femme va prendre cette responsabilité car cela fait partie des us et coutumes, la question ne se pose pas trop. Elle subit donc le positionnement de la société au regard de la maternité et de l'éveil des enfants.* », les « *us et coutume influencent les choix* », « *la pression sociale qui ne nous laisse pas le choix* », « *les habitudes* », « *le poids de la société et de la culture* », un « *fonctionnement inculqué depuis le plus jeune âge. Les hommes ayant plus souvent un poste à responsabilités que les femmes, il paraît « normal » que ce soit à la femme de s'arrêter* ».

Six personnes ont interprété le terme « arrêt de travail » comme étant un arrêt temporaire de type congé maternité. Il en ressort donc que trois d'entre elles retiennent des arguments de santé : « *avoir un enfant est une épreuve physique, elles [les femmes, NDLR] ont besoin de temps pour récupérer une énergie nécessaire à la reprise du travail* », « *en continuité, le repos après l'accouchement* », « *suite accouchement/allaitement...* ».

Les réponses de trois autres professionnel-les soulèvent ici les difficultés que peuvent rencontrer les hommes à s'arrêter de travailler; ils ou elles pensent que c'est « *plus facile de prendre un arrêt de travail [pour une femme, NDLR]* », que « *le père ne peut prendre le congé parental que la 1<sup>ère</sup> année de l'enfant* » et que « *moins de temps d'arrêt est proposé pour les hommes* ».

Dans cette question, nous proposons un fait établi « les femmes s'arrêtent plus souvent de travailler que les hommes pour s'occuper de jeunes enfants » et nous leur demandons d'expliquer cette situation en choisissant une raison principale.

Quatre personnes ne répondent pas réellement à cette question, leur apport :

- induisant plutôt une remise en cause de cette affirmation qui donne envie de répliquer « *Et donc c'est forcément aux femmes de s'arrêter ?* », par exemple, elles répondent : « *organisation familiale* », « *problème de mode de garde [des enfants, NDLR]* »,
- ou ne prenant pas en compte cette situation dans sa globalité : « *cela varie selon l'emploi, la distance travail-foyer, le salaire, l'âge de l'enfant* »,
- ou exprimant plus un souhait qu'un éclaircissement : « *Je pense que la femme ou l'homme doit avoir le droit de s'arrêter pour s'occuper de son enfant* ».

1 Khi2 = 7,12 ddl=1 p=0,008

2 Khi2 = 5,23 ddl=1 p=0,021

TABLEAU 5. STÉRÉOTYPE DE GENRE ET MARCHÉ DU TRAVAIL

	NSP	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord	Non adhésion au stéréotype	En % Enquête publiques
En temps de crise, il est normal de privilégier l'emploi des hommes aux dépens de celui des femmes.	8,4	81,7	8,4	1,0	0,6	90,1	94 (1)
Les hommes sont de meilleurs managers d'équipe au sein d'une entreprise.	11,9	67,5	16,7	3,5	0,3	84,2	83 (3)
Les femmes sont moins intéressées que les hommes par les postes à responsabilités.	11,3	60,8	21,2	6,8	0	82,0	84 (2)

*Lecture : 82% des professionnel·les interrogé·es n'adhèrent pas au stéréotype de genre « Les femmes sont moins intéressées que les hommes par les postes à responsabilités. ».*

*Sources : Dress, Baromètre d'opinion, 2014 (1) ; Insee, enquête de conjoncture auprès des ménages (Camme), plate-forme Opinions sur la place des hommes et des femmes dans la société, septembre, 2014 (2) ; Dress, Baromètre d'opinion, 2017 (3).*

Comme dans la population française, les taux d'adhésion aux stéréotypes de genre en lien avec le marché du travail sont très faibles (Tableau 5). Bien que les femmes accèdent moins souvent que les hommes à des postes à responsabilités (1/5 des postes de cadre dirigeant des entreprises du secteur privé en 2009), seul·es 6,8% des enquêté·es pensent qu'elles sont moins intéressées que les hommes par de tels postes. Plus de la moitié des personnes interrogées considère qu'un enfant peut entraver davantage le poste à responsabilités d'une femme que celui d'un homme (Tableau 6). Ce pourcentage est bien plus important chez les femmes interrogées que chez les hommes (66% versus 35,5%).

Dans la population française (Tableau 6), à la présence d'un enfant d'âge préscolaire dans la famille, plus de huit enquêté·es sur dix se prononcent pour une division des tâches qui implique une limitation de l'activité rémunérée des femmes : avec une mise à l'écart totale du marché du travail pour 27% et une sortie partielle pour 36,3%. Dans notre population, une personne sur cinq ne s'exprime pas sur cette question, seulement deux personnes (0,6%) déclarent qu'elles devraient rester à la maison, la majorité des interviewé·es prônant un maintien de l'activité soit à temps plein (42,8%), soit à temps partiel (36,3%). En cas de congé parental, les personnes interrogées recommandent une réorganisation symétrique de l'emploi du temps des deux membres du couple : pour 78,1%, chacun devrait prendre la moitié du temps de congé.

Dans la population française, les positions différentes des femmes et des hommes dans les sphères professionnelles et privées s'expliquent, pour un tiers des personnes interrogées, autant par des raisons biologiques que par l'éducation reçue, tandis que dans notre population, elles s'expliquent plutôt par l'éducation pour 65,3% d'entre elles, plutôt par des raisons biologiques pour seulement 0,6%, et par autant les deux pour 16,1%.

1  $\text{Khi}^2=28,7$ ,  $\text{ddl}=3$ ,  $p=0,001$

TABLEAU 6. OPINIONS EN MATIÈRE DE DIVISION SEXUÉE DU TRAVAIL

	En %	
	Ensemble	Enquêtes publiques
<b>Dans un poste à responsabilités, pensez-vous que le fait d'avoir des enfants soit un obstacle ... (2)</b>		
Davantage pour les femmes	58,5	62
Davantage pour les hommes	1,0	0
Pour les deux	14,5	23
Pour aucun des deux	19,3	14
Ne se prononce pas/ Ne sais pas	6,8	1
<b>Si vous aviez un nouvel emploi, préféreriez-vous que votre chef-fe soit... (2)</b>		
Un homme	4,2	12
Une femme	4,2	3
Indifférent	81,4	86
Ne se prononce pas	10,3	0
<b>Lorsqu'elle a un enfant qui n'a pas encore l'âge scolaire, une femme devrait travailler... (4)</b>		
À temps plein	42,8	13
À temps partiel	36,3	60
Elle devrait rester à la maison	0,6	27
Ne se prononce pas/ne sais pas	20,3	0
<b>Si les deux parents sont dans la même situation professionnelle et peuvent bénéficier d'un congé parental rémunéré, comment devrait-il être partagé ? (4)</b>		
La mère devrait prendre la totalité et le père ne devrait pas du tout en prendre	1,3	15
La mère devrait prendre la plus grande partie	10,9	38
Le père et la mère devraient prendre chacun la moitié du temps de congé	78,1	47
Le père devrait prendre la totalité et la mère ne devrait pas du tout en prendre	0,3	0
Ne se prononce pas/ne sais pas	9,3	0
<b>Selon vous, la répartition des rôles entre les femmes et les hommes dans la vie privée et professionnelle s'explique-t-elle... (3)</b>		
Plutôt par des raisons biologiques	0,6	8
Plutôt par l'éducation	65,3	38
Autant les deux	16,1	33
Pour d'autres raisons	5,8	14
Ne se prononce pas/ne sais pas	12,2	7

Lecture : 58,5% des professionnel·les interrogé·es estiment que le fait d'avoir des enfants est davantage un obstacle dans un poste à responsabilités pour les femmes.

Sources : Insee, enquête de conjoncture auprès des ménages (Camme), plate-forme Opinions sur la place des hommes et des femmes dans la société, septembre, 2014 (2) ; Dress, Baromètre d'opinion, 2017 (3) ; GESIS-Leibniz Institute for the Social Sciences, International Social Survey Programme : Family and Changing Gender Roles IV - ISSP 2012 (4)

Parmi les personnes interrogées exprimant d'autres raisons que celles proposées, 11 d'entre elles déclarent que les différences dans la répartition des rôles entre les hommes et les femmes proviennent de « l'éducation et de la société », et pour 6 d'entre elles des « valeurs de la société », de la « pression de la société », que « les médias, les traditions, les clichés freinent les changements et formatent l'image de la femme » et aussi « par le conditionnement des millénaires de société patriarcale, plus fort que l'éducation ».

Pour 4 autres personnes, il s'agit de goût, de compétences ou d'opinion : « l'opinion de chacun », « les appétences », « ne s'expliquent pas, ou pour des raisons de choix/préférences » et « non car les deux sont des êtres avec leurs propres sensibilités et leurs compétences respectives ». Deux personnes attribuent la répartition des rôles à la situation familiale ou professionnelle, à la vie : « famille monoparentale » ou « les circonstances de la vie et la situation des deux composantes du couple ». Et enfin, une personne n'est pas d'accord avec le principe même d'une différenciation, parlant d'« égalité ».

Dans la population française (Tableau 7), un peu moins de la moitié des personnes interrogé·es considère que les mères répondent mieux aux besoins des enfants que les pères ou que les femmes sont davantage capables de s'occuper de leurs parents âgés que les hommes. Notre population est beaucoup moins encline à ces stéréotypes de genre, bien que ces taux fassent partie des plus faibles mesurés (72%). L'adhésion à l'affirmation selon laquelle « les couples homosexuels peuvent assumer un rôle de parents comme les couples hétérosexuels » est par ailleurs de 62% dans la population française. Dans notre échantillon, 81,6% adhèrent à cette idée, les interviewé·es y sont plus favorables que les interviewés (94,8% versus 74,3%)<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Khi2=21,2 ddl=1 p=0,001

TABLEAU 7. OPINIONS EN MATIÈRE DE RÔLES PARENTAUX ET FAMILIAUX

	en %						
	NSP	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord	Non adhésion au stéréotype	Enquêtes publiques
Les femmes savent mieux s'occuper de leurs parents âgés que les hommes.	11,6	54,0	18,3	13,8	2,3	72,3	56 (2)
Les mères savent mieux répondre aux besoins et attentes des enfants que les pères.	8,4	53,7	18,3	17,7	1,9	72,0	57 (1) 53 (2)
Avoir un travail c'est bien, mais ce que la plupart des femmes veulent vraiment c'est un foyer et un enfant.	10,6	58,8	22,2	8,4	0	81,0	41 (4)
Le mari doit protection à sa femme, la femme obéissance à son mari.	10,3	82,0	6,4	1,3	0	88,4	(5)
Dans l'idéal, les femmes devraient rester à la maison pour élever leurs enfants.	8,0	78,1	11,6	1,9	0,3	89,7	78 (1) 82 (3)
Le rôle d'un homme, c'est de gagner l'argent du ménage ; le rôle d'une femme, c'est de s'occuper de la maison et de la famille.	10,3	80,7	8,0	0,6	0,3	88,7	74 (4)
Les couples homosexuels peuvent assumer un rôle de parents comme les couples hétérosexuels.	9,0	5,5	3,9	21,5	60,1	81,6	60 (1)
Un couple homosexuel masculin peut élever un enfant aussi bien qu'un couple hétérosexuel.	11,3	4,2	3,2	16,7	64,6	81,3	42 (4)
Un couple homosexuel féminin peut élever un enfant aussi bien qu'un couple hétérosexuel.	10,9	4,2	3,5	16,7	64,6	81,3	47 (4)

Lecture : 72,3% des professionnel·les interrogé·es n'adhèrent pas au stéréotype de genre « Les femmes savent mieux s'occuper de leurs parents âgés que les hommes ».

Source : Dress, Baromètre d'opinion, 2014 (1) ; Insee, enquête de conjoncture auprès des ménages (Camme), plate-forme Opinions sur la place des hommes et des femmes dans la société, septembre, 2014 (2) ; Dress, Baromètre d'opinion, 2017 (3) ; GESIS-Leibniz Institute for the Social Sciences, International Social Survey Programme : Family and Changing Gender Roles IV - ISSP 2012 (4) ; Code civil de 1804 (5)

Interrogé·es sur la priorité donnée à la famille ou au travail (Tableau 8), les enquêté·es sont plus nombreux·ses à considérer que la famille est plus importante que la vie professionnelle pour les femmes que pour les hommes (29,9% versus 17%), l'une comme l'autre restant aussi importante pour les femmes comme pour les hommes (57,9% versus 59,8%). Ces avis ne dépendent pas du sexe de l'individu·e questionné·e.

TABLEAU 8. RAPPORT FAMILLE/VIE PROFESSIONNELLE EN FONCTION DU GENRE

	en %	
	Ensemble	Enquêtes publiques
<b>À votre avis, pour une femme, la famille est-elle...</b>		
Plus importante que la vie professionnelle	29,9	41
Moins importante que la vie professionnelle	0,6	3
Aussi importante	57,9	53
Non réponse	11,6	4
<b>À votre avis, pour un homme, la famille est-elle...</b>		
Plus importante que la vie professionnelle	17,0	16
Moins importante que la vie professionnelle	11,6	24
Aussi importante	59,8	57
Non réponse	11,6	3

Lecture : 29,9% des professionnel·les interrogé·es pensent que pour une femme, la famille est plus importante que la vie professionnelle.

Sources : Insee, enquête de conjoncture auprès des ménages (Camme), plate-forme Opinions sur la place des hommes et des femmes dans la société, septembre, 2014 (2)

L'enquête aborde aussi la dimension des stéréotypes de genre sous un angle différent, en demandant « Selon vous, les blagues et les réflexions sur les femmes en général sont-elles sexistes ? ». C'est le cas pour plus de sept enquêté·es sur dix dans notre étude (72%), et pour près de deux sur trois dans celle de la Dress (61%).

#### ÉCHELLE D'ADHÉSION AUX STÉRÉOTYPES DE GENRE (d'après 5 items du Baromètre d'opinion de la Drees 2014)

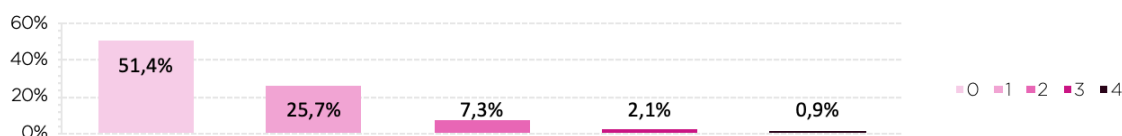
Afin d'analyser les caractéristiques sociodémographiques des individu·es influençant leur adhésion aux stéréotypes de genre sur plusieurs dimensions (division du travail, compétences, ...), une échelle d'adhésion aux stéréotypes de genre a été calculée sur le modèle du baromètre d'opinion de la Dress de 2014.

TABLEAU 9. LES 5 ITEMS UTILISÉS POUR L'ÉCHELLE D'ADHÉSION AUX STÉRÉOTYPES DE GENRE

Items de l'échelle d'adhésion aux stéréotypes de genre	Notre population	Population Française	Différence
« Dans l'idéal, les femmes devraient rester à la maison pour élever les enfants. »	89,7	82	+7
« Les mères savent mieux répondre aux besoins et aux attentes des enfants que les pères. »	72	53	+19
« Les filles ont autant l'esprit scientifique que les garçons. »	79,1	89	-9,9
« Les couples homosexuels peuvent assumer un rôle de parents comme les couples hétérosexuels. »	81,6	60	+21,6
« Les femmes sont de meilleures infirmières que les hommes. »	84,6	69	+15,6
« En temps de crise, il est normal de privilégier l'emploi des hommes aux dépens de celui des femmes. »	82	84	-2

L'échelle s'incrémente d'un point dès que la personne adhère à un stéréotype de genre, son score pouvant varier alors théoriquement de 0 à 6. Sur le graphique ci-dessous, les observations dans notre groupe s'échelonnent en réalité de 0 à 4 (de 0 à 5 dans la population française, Baromètre d'opinion 2014, Dress), avec 51,4% de la population adhérant à aucun de ces stéréotypes.

DISTRIBUTION DU SCORE D'ADHÉSION AUX STÉRÉOTYPES DE GENRE



## DÉTERMINANTS DU SCORE D'ADHÉSION AUX STÉRÉOTYPES DE GENRE

En comparaison de moyenne (Test de Fischer ; Tableau 10), la moyenne à l'échelle d'adhésion aux stéréotypes de genre dépend du sexe et du niveau de diplôme, les personnes de sexe masculin et les moins diplômées étant davantage sujets aux stéréotypes de genre que celles de sexe féminin et les plus diplômées. Cependant, lorsque tous les critères sont pris en compte dans l'analyse (Régression logistique du modèle 2 avec sexe, âge, niveau de diplôme et présence d'enfant), seul le sexe du répondant·e continue de jouer sur la moyenne à l'échelle, les femmes étant toujours moins sujettes aux stéréotypes de genre que les hommes. Cela signifie que si l'âge, le niveau de diplôme et même la présence ou non d'enfant sont contrôlés, le sexe continue d'expliquer le niveau d'adhésion aux stéréotypes de genre. L'introduction de la variable en couple ou non n'augmente pas la qualité du modèle, qui n'est alors plus significatif (AIC = 359, p=0,025, dl = 7 ; AIC 320,86, dl= 8, p =0,057).

TABLEAU 10. ANALYSES DE RÉGRESSION

Facteurs explicatifs	Moyenne à l'échelle (écart-type)	Comparaison de moyennes (Fisher)	Modèle 1	Modèle 2
<b>Sexe</b>		$F = 9,84, p=0,002$		
Homme	0,84 (0,96)		0005*	0,008*
Femme	0,49 (0,77)		Réf	Réf
<b>Âge</b>		$F = 0,56, p = 0,303$		
18-29 ans	0,44 (0,70)		0,103	0,676
30-39 ans	0,56 (0,81)		0,663	0,574
40-49 ans	0,67 (0,92)		0,957	0,696
50-59 ans	0,58 (0,73)		Réf	Réf
60 ans ou plus	0,45 (0,93)		0,108	0,102
<b>Niveau de diplôme</b>		$F=5,52, p=0,019$		
Secondaire ou moins	0,83 (0,98)		Réf	Réf
Supérieur	0,52 (0,72)		0,236	0,247
<b>Des enfants ?</b>		$F=1,66, p = 0,195$		
Avec enfant(s)	0,61 (0,78)		-	0,154
Sans enfant	0,47 (0,77)		-	Réf
AIC			359,03	320,53
P, dl			0,02 (6)	0,043 (7)
Log vraisemblance			-181,05	-153,27

Lecture : Les hommes ont un score moyen de 0,84 à l'échelle d'adhésion contre 0,49 pour les femmes, ces moyennes sont significativement différentes, les femmes adhèrent moins au stéréotype de genre que les hommes. Le modèle 2 prenant en compte le sexe, l'âge, le niveau de diplôme et la présence ou non d'enfant(s), modèle dont l'AIC est le plus faible, montre que seul le sexe de l'interrogé·e continue d'expliquer le niveau d'adhésion aux stéréotypes de genre.

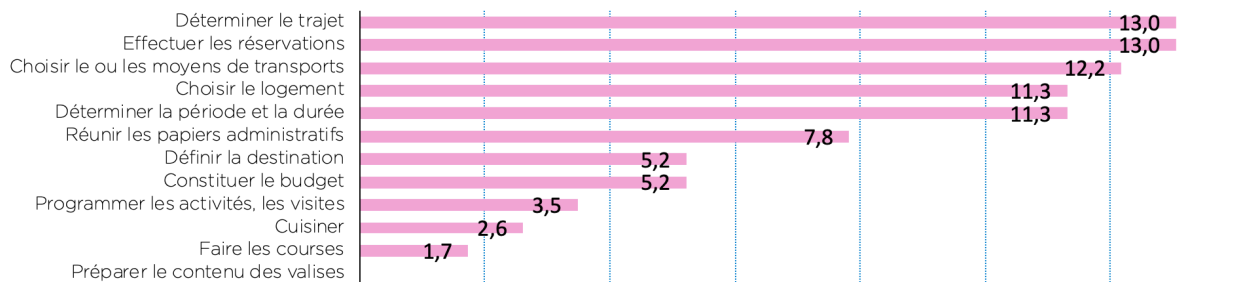


## 1.4 DIFFÉRENCIATION GENRÉE DANS LEURS PRATIQUES PROFESSIONNELLES

### 1.4.1 Projet vacances et genre

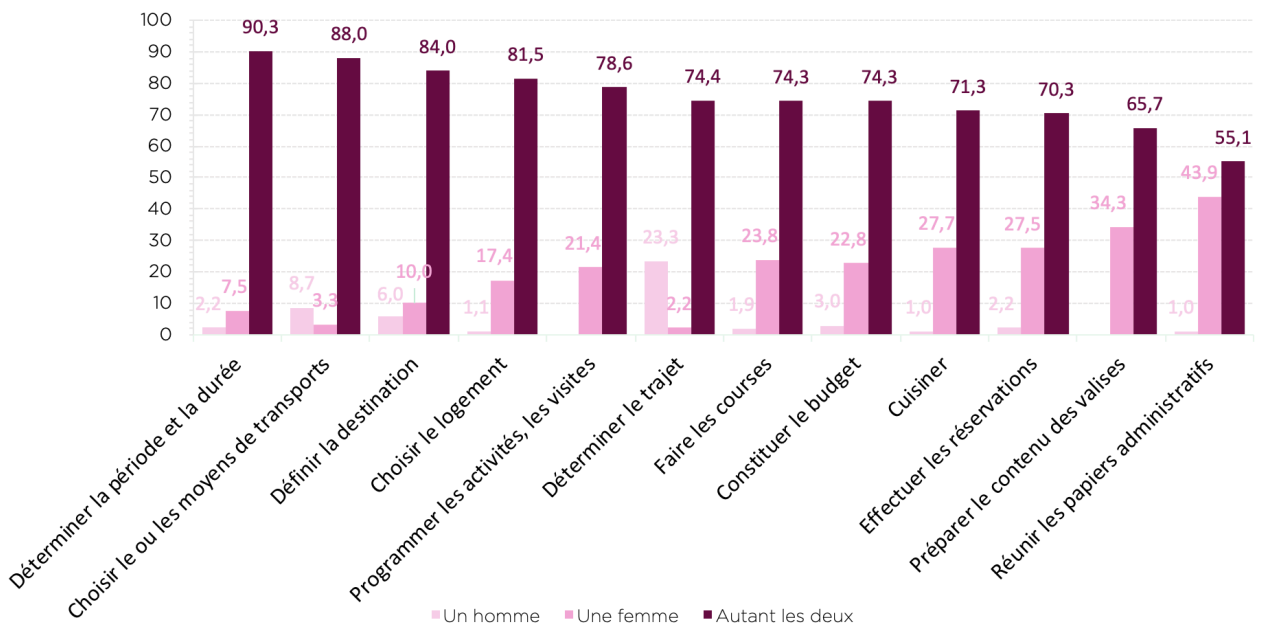
Les professionnel·les accompagnant autant d'hommes que de femmes (soit 37% de l'échantillon) ont été questionnés sur la répartition des tâches nécessaires à la préparation puis à l'élaboration d'un projet vacances. Un premier constat concerne le rôle de la structure pour un certain nombre de ces tâches : plus d'un ou une professionnel·le sur dix affirment effectuer les réservations, choisir le logement, réunir les papiers administratifs et constituer le budget. Cependant, 65,3% des structures interrogées déclarent ne s'occuper d'aucune des tâches proposées, déclarant alors qu'elles sont toutes réalisées par les bénéficiaires.

#### MA STRUCTURE S'EN OCCUPE



Lorsque les tâches sont réalisées par les bénéficiaires, elles le sont autant par un homme que par une femme pour minimum 55,1% des répondant·es. Lorsque ce n'est pas le cas, elles sont effectuées majoritairement par des femmes hormis pour deux d'entre elles : il s'agit de déterminer le trajet et de choisir le ou les moyens de transports, tâches qui seraient davantage exécutées par les hommes. Les pourcentages de « seulement une femme » ou de « seulement un homme » sont très faibles (maximum 0,64%) et ont été regroupés avec respectivement « plutôt une femme » et « plutôt un homme ». La parité dans la réalisation de ces tâches n'atteint jamais les 100%, mais dix tâches sur douze sont, d'après les porteurs et les porteuses de projets, réalisées par autant de femmes que d'hommes à plus de 70%.

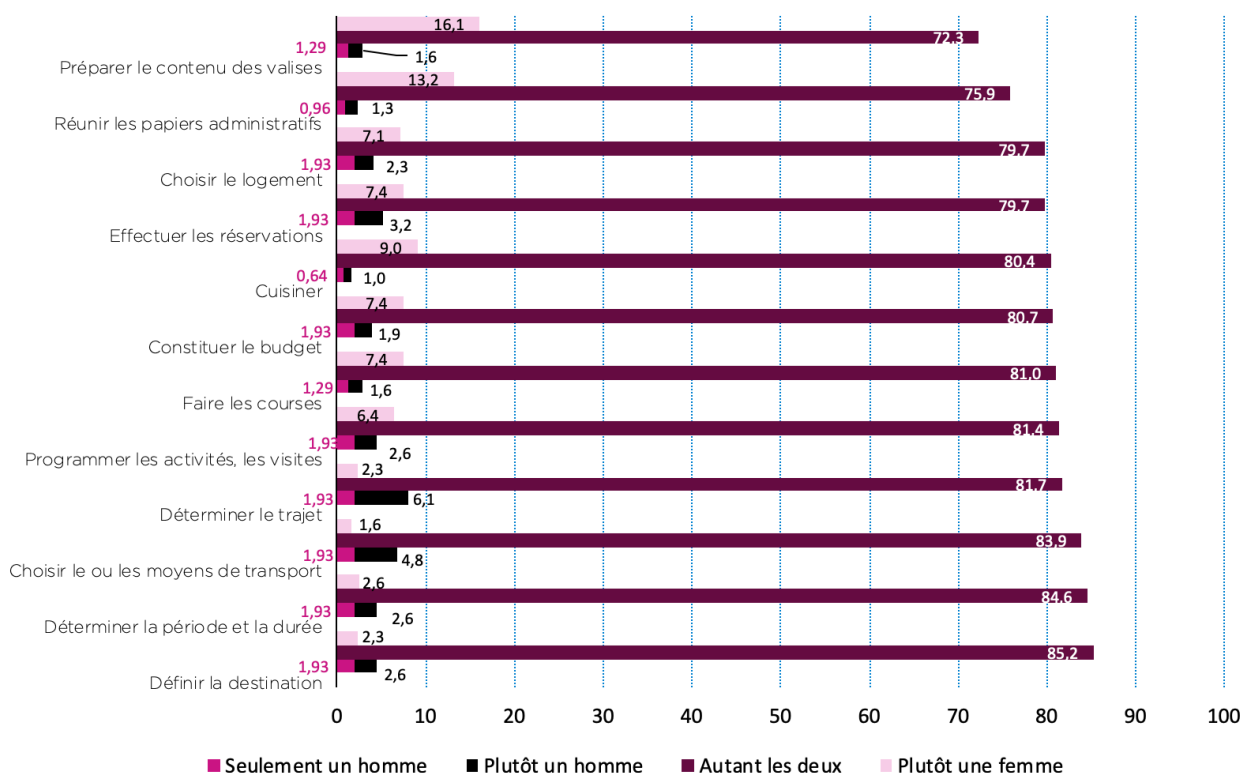
#### RÉALISATION DES TÂCHES LIÉES AU PROJET VACANCES QUAND LA STRUCTURE NE S'EN OCCUPE PAS



Au travers d'une nouvelle question, l'ensemble de notre échantillon est amené à déterminer qui est le-la plus apte entre un homme et une femme à réaliser ces 12 tâches permettant la construction d'un projet vacances. La plupart des personnes interrogées juge les femmes et les hommes autant capables de les réaliser (de 72,3% à 85,2%). Pour certaines d'entre elles cependant, les femmes sont davantage jugées aptes à les exécuter, notamment deux que l'on retrouve également parmi les plus réalisées par les femmes : réunir les papiers administratifs et préparer le contenu des valises. Aucun·e professionnel·le ne juge qu'une tâche est réalisable uniquement par une femme, ce qui n'est pas le cas par un homme (voir taux pour « seulement un homme » dans le graphique ci-dessous).

Le sexe de la personne interrogé·es n'influence pas ces résultats.

### QUI EST LE/LA PLUS APTE À LA RÉALISATION DES TÂCHES SUIVANTES DANS LE CADRE D'UN PROJET VACANCES ?



#### 1.4.2 Actions spécifiques en fonction du sexe

19,3% de notre population met en place des actions spécifiques en fonction du sexe des participant·es. Ce chiffre ne dépend ni du type de structure, ni du sexe du ou de la questionné·e, ni du sexe du public accueilli. Par contre, ces actions spécifiques sont plus répandues dans les structures localisées en ville (voir Tableau 12).

TABLEAU 12. ACTIONS SPÉCIFIQUES EN FONCTION DU MILIEU DE LA STRUCTURE

Dans le cadre de vos missions, mettez-vous en place des actions spécifiques en fonction du sexe des participant·es ?	Péri-urbain	Urbain	Rural	Total
Oui	17,9%	<b>23,3%</b>	7,9%	19,5%
Non	82,1%	76,7%	<b>92,1%</b>	80,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Lecture : 23,3% des structures de milieu urbain mettent en place des actions spécifiques en fonction du sexe contre seulement 7,9% en milieu rural. Le Test d'indépendance du Khi2 est significatif :  $Khi2=7,33$  ;  $ddl=2$  ;  $p=0,025$ .

Trente-deux personnes interrogées déclarent mettre en place une ou plusieurs actions spécifiquement dédiées aux femmes, 5 personnes uniquement pour les « mamans », et 2 personnes pour les hommes et pour les femmes. Vingt autres personnes disent proposer des actions spécifiquement dédiées à un sexe sans qu'il ne soit indiqué.

Parmi les actions proposées à des femmes ou à des mamans uniquement, il y a :

- **11 actions autour du sport**, dont cinq réponses à l'appel à projet « allez les filles » de la Fondation de France, un « atelier sportif 100% féminins à la demande des mamans », un « service qui propose des activités sportives pour les femmes » (aucune précision sur le(s) sport(s) pratiqué(s)), et trois « ateliers danse » ;
- **8 groupes de paroles** : « café femme », « lutte contre les discriminations sexistes », « familles monoparentales », « femmes isolées », « problématiques féminines (garde d'enfants, violences au sein du couple...) », « La Caravane pour les droits des femmes (itinérante pour ouvrir le débat avec des femmes des quartiers populaire sur l'égalité femmes, hommes etc) », « Espace femmes citoyennes autour d'activités : informatique, couture etc. » ;
- **7 actions autour du bien-être** : « esthétique », « soins », « relaxation », « massage », « hammam » ;
- **6 actions concernant la santé** : « réunions d'information sur la santé », avec le planning familial, et avec le CACIS (centre accueil, consultation, sexualité), « contraception », « suivi gynécologique », « conseils allaitement » ;
- **5 soirées** : « Des soirées 100% filles », « Des soirées spécifiques pour les filles, des soirées à thème, des projets participatifs », « Soirée entre filles par exemple pour créer une dynamique entre elles : notre résidence est masculine à plus de 60%, régulièrement ont lieu des soirées "relations filles garçons" lors desquelles toutes questions et attitudes sont abordées. », « Soirée 100% femmes » : soirée destinée aux femmes, pour leur permettre de souffler et prendre soin d'elle (yoga du rire, buffet repas, danse ...) », « Soirée filles bien-être » ;
- **5 actions concernant l'emploi** : « Action de remobilisation à destination des femmes (Trajectoire au féminin). », « Métier pour les femmes au lycée », « La structure a déjà mis en place des actions dédiées aux femmes pour la recherche d'emploi (afin de lever les freins d'accès à l'emploi : garde d'enfants, discrimination à l'embauche, etc.) », et « un projet envers 10 femmes en insertion professionnelle : Ronde des saveurs, traiteur solidaire » ;
- **3 actions sur l'estime de soi** : un « projet « Confiance en soi » spécifique jeune fille en partenariat avec la Délégation Départementale Droit aux Femmes et à l'Égalité », « le tremplin bien être femmes, action de revalorisation de l'estime de soi », et une « action sur l'estime de soi dans le cadre de la journée internationale de la femme » ;
- **2 actions sur la question des violences** : « Permanence d'une demi-journée par semaine sur les problématiques féminines (garde d'enfants, violences au sein du couple ...) », « prévention de la violence dans le cadre de la journée internationale de la femme ».
- **2 sorties culturelles réservées au public féminin** ;
- **2 actions vacances** : mini séjours ou sorties pour maman isolées ;

Et pour les deux actions destinées aux hommes uniquement, voici les commentaires :

- « *Un exemple : les sorties des femmes n'intéressent pas toujours les hommes et inversement. Les goûts sont différents.* »
- « Atelier des chefs : cours de cuisine pour hommes en soirée, (initialement destinée aux jeunes papas, cet atelier a évolué et touche désormais des hommes de tous âges) »
- L'appel à projets de la Fondation de France semble avoir eu un impact positif sur les orientations genrées des activités proposées, le sport détrônant de peu les groupes de paroles et les activités de bien-être. Cependant, les sports pratiqués ne sont pas mentionnés, hormis la danse. Certaines actions destinées à un public féminin concernent la parentalité comme si la charge des enfants incombait uniquement aux mamans (gardes d'enfants). Très peu d'actions sont spécifiquement conçues pour un public masculin.

### 1.4.3 Hommes/Femmes : un accompagnement différencié

À la question « Selon vous, l'accompagnement au projet doit-il être adapté au sexe du bénéficiaire ? », 14,8% ont répondu « oui » et 85,2% ont répondu « non ».

**Pour ceux ou celles qui pensent que l'accompagnement doit être adapté au sexe, les hommes et les femmes ne rencontreraient pas les mêmes problématiques, ils ou elles n'auraient donc pas les mêmes attentes, ni les mêmes besoins.**

*« La relation à la famille, aux difficultés sociétales ne sont pas les mêmes pour les hommes ou pour les femmes. Les besoins ne sont pas les mêmes. »*

*« Les problématiques liées en particulier aux charges familiales sont spécifiques. »*

*« Réalités, contraintes et positions dans la famille et dans la société différentes. »*

**... les femmes ayant principalement la charge de la famille (enfants, tâches domestiques), et les familles monoparentales étant principalement des femmes avec enfants.**

*« Oui et non en fonction de l'autonomie de la personne. Il est vrai que les femmes seules avec enfants peuvent cumuler les difficultés : problèmes de garde, isolement social, difficultés de lier des liens sociaux... »*

*« Ces thématiques intéressent régulièrement les participantes car elles existent dans leur quotidien (parentalité, gestion du foyer, bien-être). »*

*« Je m'adresse non pas à la femme mais à la mère et tente de répondre aux inquiétudes particulières des mères en monoparental. »*

*« Pour prendre en compte les éventuelles obligations en termes de familles ex : jeunes mamans »*

**L'adaptation au sexe correspondrait à une adaptation commune parmi d'autres permettant de proposer un accompagnement personnalisé.**

*« Selon l'âge des participant(e)s les attentes, les besoins, les contraintes et l'aspect psychologique ne sont pas les mêmes aussi, il est bon d'adapter l'accompagnement. »*

*« L'accompagnement socio professionnel que nous mettons en place repose sur une approche globale, mais également individuelle. Nous devons donc adapter nos propos en fonction des personnes et donc de leur sexe. »*

*« Sûrement dans certains cas mais dans les foyers de jeunes comme il part seul pour le moment on s'adapte surtout à chaque personne en tant qu'individu. Le sexe n'est qu'un critère parmi d'autres. »*

*« L'accompagnement de la personne dans un projet doit nécessairement prendre la personne dans ses spécificités (sexe, âge, situation sociale...) »*

**Adapter l'accompagnement au sexe des participant-es permettrait également de faire venir une population moins fréquente dans la structure, de mobiliser.**

*« Par exemple, sur les projets autour de la parentalité, oui il faut pouvoir accompagner les papas à prendre part à la dynamique familiale sur les temps libres, entre autres, volet souvent délégué aux mamans... remettre les hommes au coeur de la dynamique «organisation des temps libres familiaux» demande une approche autre que celle faite avec les mamans, plus spontanées dans leur investissement «individuel» ou «collectif». Pour les projets de séjours familiaux, il n'y a quasi exclusivement que des femmes qui prennent part aux réunions de préparation et aux chantiers d'autofinancement, même si des papas sont inscrits au départ et au projet. »*

*« Nous y réfléchissons, vu le nombre important d'hommes accueillis, certaines périodes nous n'avons pas de femmes, qu'il serait peut-être bien de mieux adapter. »*

**Cette accompagnement différencié générerait d'autres effets positifs**

*« Des espaces entre pairs permettent plus de confiance en soi et de prise de conscience. »*

*« Sensibilisation sur la diversité des métiers ouverts aux femmes et vis à vis desquels elles ne se dirigent pas. »*

**Et pour ceux ou celles qui répondent non, majoritaires, l'idée est de prôner l'individualisation des projets et non une adaptation sexuée.**

*« Un projet est pensé en fonction du besoin des habitants et pas spécifiquement en fonction des hommes et des femmes. »*

*« L'accompagnement ne s'adapte pas au sexe mais plutôt au parcours de vie du bénéficiaire (son autonomie, sa situation familiale, est-ce qu'il a vécu des choses difficiles récemment ? ...). Nous adaptons cet accompagnement à la personne, peu importe son sexe. D'ailleurs il peut être très différent d'une femme à l'autre par exemple. »*

**Les objectifs étant similaires, l'accompagnement aussi.**

*« La recherche de l'autonomie est la même quel que soit le sexe. »*

*« Il y a trop de compartimentation des publics alors que souvent ils ont les mêmes besoins et attentes. »*

**Au contraire, des porteur-ses de projets vacances recherchent la mixité.**

*« Parce que nous favorisons la mixité dans les projets »*

*« Nous menons des projets en essayant de développer la mixité h/f. »*

*« Je pense qu'il n'est pas judicieux pour notre structure de travailler en ce sens car nous avons déjà des difficultés à créer une mixité. »*

*« Cependant, il est constaté une proportion importante de femmes aux réunions proposées. La mixité peut être intéressante pour la dynamique de groupe. »*

*« La mixité est le meilleur moyen de bien vivre ensemble. »*

**L'égalité même**

*« Dans le cadre de projets familiaux, le père et la mère ont la même place auprès des enfants. Nous insistons pour qu'ils aient la même implication dans l'élaboration de tous nos projets. »*

*« L'accompagnement doit être ouvert à tous, c'est un droit pour tous. »*

*« L'accompagnement social et le même quel que soit le sexe des usagers. »*

*« Les bénéficiaires sont avant tout des parents, hommes ou femmes peu importe. »*

*« Nous sommes dans une société où nous prônons l'égalité des sexes. Chaque accompagnement est individuel et différent selon les personnes mais ce n'est pas différencié par le sexe de la personne. »*

*« On se doit de défendre l'égalité des sexes, donc pour ma part il faut arrêter de faire des distinctions par rapport au sexe. »*

*« La parité est une constante dans nos actions de droit commun. »*

**Pour d'autres professionnel-les la question reste entière.**

*« C'est aujourd'hui encore un questionnement... Cela sous entendrait que des activités sont genrées. En tant que structure puis je défendre cela en faisant une proposition par sexe même si dans les faits des activités sont vécues comme plus féminines que d'autre ou plus masculines par les publics. Je n'ai pas la réponse aujourd'hui. »*

**Ou apportent un regard critique.**

*« Adapter l'accompagnement en fonction du sexe, c'est induire des représentations et de ce fait limiter les personnes à des injonctions. Les projets d'habitants tels qu'ils sont portés au sein du Centre Social doivent permettre à chacun de s'investir en fonction de ses disponibilités, de ses envies au-delà de toutes représentations sociales. »*

*« Pour ne pas continuer à créer des inégalités entre les filles et les garçons justement. »*

Certes chaque individu-e peut rencontrer des difficultés qui lui sont propres, mais déterminer que celles-ci sont inhérentes à leur sexe et par là-même les accompagner différemment en fonction de ce critère pourraient contribuer à reproduire des stéréotypes de genre.

## 1.5 CONCLUSION DU DIAGNOSTIC

Parmi les membres du réseau interrogé-es, il y a beaucoup plus de femmes que d'hommes et leur structure est principalement localisée en ville, comme pour l'ensemble de nos adhérent-es (Femmes : 75,6% versus 72,9% ; milieu urbain : 66,2% versus 52,5%). Les structures dans lesquelles travaillent les professionnel·les qui ont répondu à ce questionnaire accueillent pour 51% d'entre-elles majoritairement des femmes (74,5% de femmes). Pour les 12% de structures qui accueillent majoritairement des hommes, le % d'hommes accueillis est plus faible : 69,3 % d'hommes. Ce qui donne, toutes structures confondues, en moyenne 62,5% de femmes accompagnées pour seulement 37,5% d'hommes.

Dans notre réseau, la question des inégalités entre les femmes et les hommes semble être une question pertinente : ils ou elles jugent ces inégalités comme étant les plus répandues dans la société Française après les inégalités de revenus et ils ou elles les trouvent importantes. Le niveau d'adhésion aux stéréotypes de genre, mesuré au travers de 5 questions abordant différentes facettes de la vie, est plus bas dans notre échantillon que dans la population française. Les résultats mettent en évidence une adhésion aux stéréotypes de genre généralement moins importante que dans la population française mais toujours dépendante du genre du ou de la répondant·e, les femmes étant moins enclines que les hommes. L'âge ne constitue pas un facteur déterminant du degré d'adhésion aux stéréotypes de genre dans notre population. Dans la population française, une large part de l'effet de l'âge est due aux catégories les plus âgées et distingue essentiellement les sexagénaires, catégories d'âge sous-représentée dans notre population. Le niveau de diplôme n'influence pas non plus le niveau d'adhésion aux stéréotypes de genre, notre population est également plus diplômée que la population française : dans la catégorie secondaire ou moins, il y a 12,9% des individus, tandis que dans l'étude de la DRESS, ils sont 69,2%.

Au moins 25% de notre population adhère encore à des stéréotypes de genre, ceux-ci concernent le rôle sexué attribué aux femmes, considérées comme plus aptes pour le soin aux personnes et l'éducation des enfants :

- Vous ne feriez pas autant confiance à un homme qu'à une femme pour s'occuper d'enfants en crèche ;
- Les femmes savent mieux s'occuper de leurs parents âgés que les hommes ;
- Les mères savent mieux répondre aux besoins et attentes des enfants que les pères.

Concernant l'accompagnement aux projets vacances, 65,3% des répondant-es déclarent ne s'occuper d'aucune des tâches mentionnées pour la construction du projet vacances, suggérant ainsi que les bénéficiaires construisent entièrement leur projet.

D'après les professionnel·les accompagnant autant d'hommes que de femmes, toutes les tâches inhérentes aux projets vacances sont réalisées pour la majorité d'entre elles autant par les deux sexes, hommes et femmes, mais quand ce n'est pas le cas, elles le sont plutôt par une femme. Pour prendre l'exemple le plus franc, si réunir les papiers administratifs n'est pas réalisé par les deux (55,1%), alors ce sera plutôt une femme qui s'en occupera (43,9%). Deux tâches font exception et incomberaient à ce moment-là davantage aux hommes : déterminer le trajet (74,4% les deux, 23,3% un homme) et choisir le ou les moyens de transports (88% les deux, 8,7% un homme). Quelques professionnel·les, dans de plus faibles proportions (de 6,8% à 19% des interrogé-es), estiment que des personnes sont plus aptes à réaliser certaines tâches en fonction de leur sexe. Par exemple, réunir les papiers administratifs et préparer le contenu des valises seraient mieux exécutés par une femme (13,2% et 16,1%), tandis que déterminer le trajet ou choisir le ou les moyens de transport serait mieux effectué par un homme (8% et 6,7%).

La mise en place d'actions spécifiques en fonction du sexe des participant-es est relativement marginale (19,3%). Cependant, elles concernent majoritairement les femmes (seulement 2 professionnel·les déclarent mener des actions pour les hommes uniquement). Les actions pour les femmes tournent principalement autour du sport, de la santé et du bien-être. Une proportion importante de professionnel·les interrogé-es considère que l'accompagnement de la personne ne doit pas dépendre de son sexe (85,2%), privilégiant une individualisation des projets et donc de l'accompagnement. Généralement, lorsque l'accompagnement est sexué, il l'est pour la femme en tant que « mère », celle qui s'occupe des enfants, et qui en aurait plus la charge que le père. Il ressort des explications de certain-es professionnel·les un questionnement : Partant de l'idée que les hommes et les femmes n'auraient pas les mêmes envies et les mêmes besoins, et donc en leur proposant un accompagnement sexué en fonction de nos propres représentations, n'induisons-nous pas des envies et des besoins différent-es ?

# PHASE 2 : FORMATION DU GROUPE PILOTE

## 2.1 INTRODUCTION

### 2.1.1 Objectifs de la formation

Acquérir les concepts de base et les savoir principaux en termes d'inégalités femmes-hommes.  
Identifier et déconstruire ses propres stéréotypes, notamment dans ses pratiques professionnelles.

### 2.1.2 Méthode

La formation comprend trois étapes successives. La première étape est la constitution d'un groupe pilote de 5 porteur·ses de projets vacances et la réalisation d'entretiens pour identifier leurs profils et adapter ainsi la formation et la nourrir de leurs expériences. La seconde étape consiste à solliciter un·e prestataire externe spécialiste de la question et à travailler avec lui ou elle le contenu de la formation. La troisième étape est la mise en place de la journée de formation à la déconstruction des stéréotypes et son évaluation.

#### Participation

Le groupe pilote était limité à 5 porteur·ses de projets pour faciliter les échanges pour la dernière étape : la construction de l'outil. Malheureusement, un porteur de projet n'est pas venu à la formation pour raisons personnelles. L'équipe formée était donc constituée d'un groupe de 9 personnes, dont 4 membres du groupe pilote et plusieurs salarié·es de l'association.

## 2.2 LA CONSTITUTION DU GROUPE PILOTE

Avant de déterminer le ou la prestataire et de fixer une date pour la formation, un groupe pilote de 5 porteur·ses de projets vacances au sein de notre réseau devait être constitué.

À la fin du questionnaire recueillant l'opinion sur les stéréotypes de genre, il était demandé aux répondant·es s'ils ou elles souhaitaient participer à la suite du projet, c'est-à-dire à la formation et à la construction de l'outil, et si oui, de nous recontacter pour préserver l'anonymat (par mail ou par téléphone, les coordonnées étant indiquées dans la question, voir ci-dessous).

DERNIÈRE QUESTION DU QUESTIONNAIRE INVITANT À POURSUIVRE L'AVENTURE EN DEVENANT MEMBRE DU GROUPE PILOTE

**IMPORTANT : Cette enquête est réalisée dans le cadre d'un projet plus large nécessitant la participation de 5 porteurs de projets à un temps de formation (financé par Vacances Ouvertes) sur les stéréotypes de genre et un temps d'élaboration d'un outil permettant la déconstruction des stéréotypes de genre.**

**Souhaitez-vous être recontacté·e pour avoir de plus amples informations sur ces temps supplémentaires ?**

Non

Oui, dans ce cas, afin de maintenir l'anonymat de ce questionnaire, merci de joindre Laure Pourcin par mail à [lpourcin@vacances-ouvertes.asso.fr](mailto:lpourcin@vacances-ouvertes.asso.fr) ou au 06 40 09 95 10.

Sur les 311 répondant·es, 101 personnes ont coché « oui, ... » à cette question, soit 32,5% (49,8% de non et 17,7% de non réponse) et 22 d'entre elles nous ont effectivement contacté par mail.

La volonté de participer à la suite du projet étant très dépendante de la date et du lieu de la formation (les étapes suivantes s'effectuant à distance), nous avons envoyé un premier mail avec deux dates et rappelant que la formation aurait lieu sur Montreuil aux 22 personnes s'étant montrées intéressées. Nous avons eu 7 retours positifs nous permettant de déterminer une date et de tirer les participant·es au sort. Nous avons donc arrêté cette date avec la formatrice puis confirmé par mail aux 5 personnes tirées au sort leur sélection pour la formation. Nous leur avons demandé de signer une charte d'engagement permettant d'assurer la bonne conduite du projet.

Il était également prévu de contacter les porteur·ses de projets pour un entretien téléphonique visant à enrichir le contenu de la formation et à déterminer les profils des membres du groupe pilote. Une personne

<sup>1</sup> Cette formation a été l'occasion d'impliquer plusieurs membres de l'association (notamment des formatrices et des chargées de mission) dans la perspective d'utiliser ces apports dans l'accompagnement des professionnel·les de notre réseau.

s'est désistée à ce moment-là n'ayant pas saisi que la formation avait lieu sur Montreuil et travaillant à Marseille (et malgré le fait que les frais de transport et de logement pouvaient être pris en charge par Uniformation). Une des deux personnes non tirées au sort sur les 7 a donc été contactée pour compléter le groupe et a pu se libérer. Mais, malheureusement, le jour de la formation, un autre professionnel n'est pas venu (soucis personnels) alors même que toutes les chartes avaient été renvoyées dans les temps.

### 2.2.1 Les profils des membres du groupe pilote

Pour revenir au contenu des entretiens qui ont eu lieu juste avant la formation, ils ont permis notamment de mieux appréhender les différents profils des membres du groupe pilote et les situations vécues, ressenties. Ici sont reportées les informations concernant uniquement les porteur·ses présent·es lors de la formation.

Quatre professionnel·les forment ce groupe, deux femmes et deux hommes dont voici les profils :

- Une conseillère en éducation sociale et professionnelle, médiatrice sociale depuis 2018 pour une association loi 1901 de proximité, d'éducation populaire implantée dans au cœur d'un quartier et mettant en place des actions sociales, culturelles, éducatives, sportives et de loisirs pour tout public. Elle précise cependant accueillir un public en grande précarité, avec beaucoup de difficultés sociales, pour lesquelles vacances égal luxe, et accompagner aux projets vacances depuis sa découverte de VO en 2014.
- Un référent famille depuis 1 an et demi dans un centre social, anciennement animateur, éducateur et formateur, travaille à 80% pour poursuivre des études (Master 2 de sociologie), actuellement détenteur d'un diplôme d'état Jeunesse, Éducation Populaire et Sport (DEJEPS), qui accompagne aux projets vacances depuis son embauche.
- Une co-fondatrice depuis 2009 d'une association dont l'objectif est de mener des actions collectives auprès de familles relevant de la protection de l'enfance. Éducatrice spécialisée de formation et détentrice d'une licence en science sanitaire et sociale, elle accompagne aux projets vacances depuis 2013.
- Un chef d'équipe de l'animation sociale d'une Maison de quartier (coordinateur) qui répond aux problématiques d'un centre social - Loisir-Sport-Prévention-Insertion- et bénévole d'une association, créée en 2005 au sein de la Maison de quartier, pour répondre à une demande autour du lien social plus importante que les offres d'actions du centre social. Entré comme animateur, il a ensuite suivi une formation et obtenu le DEJEPS, et il accompagne aux projets vacances depuis 2009.

### 2.2.2 Leur définition de « stéréotype de genre » avant la formation

Quand il s'agit de définir ce qu'est un stéréotype de genre, deux professionnel·les sur les quatre commencent par donner un exemple : « Quand on dit une fille n'est forte que pour jouer à la Barbie et le garçon ..., les hommes sont forts, les femmes sont cérébrales. » « Penser que seul un homme peut être à la tête d'une organisation ... penser que seule la femme peut éduquer un enfant en bas âge, l'homme ne saurait pas faire.".

Après une relance, une demande de développement où directement, le terme de « représentation » revient souvent pour définir un stéréotype de genre ainsi que l'idée de privation de liberté d'être : « *Avoir des représentations sur les hommes et sur les femmes, sur leur manière d'être, de faire et de devenir .... ne laisse pas place au choix de la personne, dicté par ses stéréotypes* », « *Phrases ou discours modifiés par des représentations... modifiées dans le mauvais sens ... discours repris de génération en génération* », « *Penser que 1 homme ou 1 femme peut accomplir, faire, mener une action donnée...cliché que je combats* », «*Enfermer les gens en fonctions de nos représentations* ».

Pour deux personnes, cette définition donnée n'a pas toujours été telle quelle. Pour l'une, elle a évolué « *à l'adolescence, j'aurais dit que c'était normal* », son approche a changé lorsqu'elle a voulu accéder à un poste à responsabilités (diriger une association). Pour l'autre, sa définition est aujourd'hui influencée par ses trois années de sociologie qui fait qu'il « *re-questionne le monde* », qu'il ne remettait pas en question avant. Les deux autres déclarent « *avoir toujours pensé ainsi* ».

### 2.2.3 Situations vécues illustrant leur définition d'un stéréotype de genre

Les professionnel·les ont été invité·es à décrire une situation professionnelle illustrant leurs propos, mais aussi à expliquer comment ils ou elles ont réagi et s'ils ou elles réagiraient de la même façon en étant confronté·es à la même situation aujourd'hui.



Voici les réponses des quatre participant-es, leurs récits de situations vécues comme étant l'illustration de la définition donnée à un stéréotype de genre :

- Une femme raconte qu'elle s'est associée avec un ami, qui se trouvait donc être un garçon, pour monter une association dont elle est la présidente. Elle a alors fait le constat que lors des entretiens, réunions, ou autres situations professionnelles, toutes les personnes s'adressaient plus à son collègue qu'à elle, alors que lui n'était que le vice-président. Elle en a conclu que c'est parce qu'elle est une femme et lui, un homme : elle ne pouvait donc pas être la présidente. Elle a vécu cette expérience avec tout le monde sauf « le réseau primaire » et ses proches. Elle n'a « pas eu de réaction particulière, c'était normal ». Elle dit quand même l'avoir « mal vécu ». Elle détaille ses émotions : « Heureusement que je suis forte, que je peux passer au-dessus... ça pourrait être une source d'anxiété » mais « je n'étais pas seule ». Concernant sa réaction comportementale, elle dit qu'elle n'a « pas relevé » mais qu'elle l'a « partagée dans l'intimité », car « quand ce n'est pas dit clairement, c'est du ressenti ». Elle ne voit pas comment faire pour sensibiliser sur le sujet ; « Je ne saurais pas comment lui faire comprendre mais j'aimerais réagir face à cette injustice ». Par conséquent, elle a voulu « prouver qu'elle était plus capable », elle a le sentiment qu'elle a dû faire encore plus. Aujourd'hui, elle se déclare « très respectée, très reconnue » dans son travail.
- Un homme accueille aujourd'hui 80% de femmes car « elles vivent des injustices dans leur parcours de vie ». Il souhaite « combattre ces injustices », « avoir une connaissance pour mettre du sens, donner des informations ». Il se dit « plus présent », « plus investi » : « Ma situation professionnelle, personnelle, familiale, et la reprise des études m'ont inscrit dans une nouvelle manière de penser ». Il a donné trois situations différentes :
  1. Pour son mémoire, il travaille sur les accompagnants à domicile (aides à domicile, aide-ménagère etc.). Il constate qu'il y a « beaucoup de femmes dans ces métiers », dans ces « tâches ingrates, difficiles, aux plus proches des personnes âgées ou des enfants en grandes difficultés ». Il parle « d'injustice salariale et sociale ». Il explique que ce « rôle était tenu au départ par des mères, c'est un rôle maternel ». Il déclare : « je vis mal le fait qu'on profite des gens parce qu'elles sont des femmes, ou qu'on les juge par rapport à leur métier ».
  2. Lors des projet vacances, il accompagne beaucoup de familles monoparentales, surtout des mamans. Les hommes ne partent pas en séjour pour la plupart : « ils travaillent mais ce n'est pas la seule explication », les hommes ne viennent pas au centre social car, selon lui, « centre social égal aide, et les hommes ne demandent pas d'aide, ça ne se fait pas ».
  3. Suite à la séparation d'avec sa femme, il raconte : « J'ai vécu une forme d'injustice de ce côté-là... j'ai eu des difficultés à faire reconnaître mon statut de papa ». Il a eu le sentiment de devoir se justifier de travailler, de se retrouver un peu à la place des femmes auxquelles on demande de « se rendre disponible pour leur(s) enfant(s) ». Il ajoute : « Je me suis écarté de la norme - en couple, marié, deux enfants - et la société n'aime pas lorsqu'on ne rentre pas dans les cases ».
- -Un homme raconte : « Quand les personnes viennent nous voir, les maris marchent devant, les femmes derrière, est-ce révélateur de la maison ? Est-ce que ça veut dire que c'est le mari qui guide ? En entretien, souvent c'est le mari qui parle et qui donne la parole à la femme ». Mais c'est « beaucoup de communication non verbale ». Le professionnel explique qu'il ne réagit pas particulièrement, mais que ces situations génèrent des émotions chez lui qu'il exprime ainsi : « Je t'autorise à parler : on n'est pas sur l'égalité ! ». Il ajoute : « De mon point de vue c'est compliqué, on n'a pas envie de s'immiscer, ce n'est peut-être pas vrai » et qu'il « n'a pas perçu le besoin qu'il réagisse ». Il dit qu'il « manque d'outil pour réagir aussi ».
- La dernière personne interrogée est une femme dont il a été globalement très compliqué de la faire parler de stéréotype de genre dans son activité professionnelle ou personnelle. Elle s'exprime de manière très généraliste : « Dans la société ... ». Elle relate qu'elle rencontre des personnes (« des amies ») exprimant des stéréotypes comme « Moi, je suis femme, je ne pourrais pas y arriver », qu'elle « vérifie d'où cela leur vient de penser ainsi » et « essaye de les amener à accepter l'idée que ça peut être autrement ». Aussi elle parle de « clichés dans la société qu'il faut combattre » comme « penser que seul un homme peut être à la tête d'une organisation ». Elle souhaite « amener les personnes à déplacer leur façon de penser, leur représentation sur ce qu'elles sont, ce qu'elles peuvent faire, à prendre confiance ». Selon elle, « ce n'est pas une question de genre, mais de connaissance, de développement de capacités, compétences, et de confiance en soi ». Elle ajoute qu'« à des postes à responsabilité, il y a plus d'homme que de femme donc ça devient la norme, mais on peut la déplacer ».

Les professionnel-les expliquent que leurs observations de situations d'inégalités relèvent davantage du ressenti que de faits concrets, par conséquent ils ou elles ne se sentent pas toujours légitimes d'agir mais plutôt démuni-es. Ils ou elles sont également en demande d'outils.

## 2.2.4 Le questionnaire sur les opinions : premier effet du projet Égali'vacances ?

Les membres du groupe pilote ont pu s'exprimer sur l'influence du questionnaire au niveau de leurs comportements et des émotions que le remplissage a pu générer (voir ci-dessous pour la question).

### DERNIÈRE QUESTION DU GUIDE D'ENTRETIEN PORTANT SUR LE DIAGNOSTIC

*Vous avez accepté de répondre aux questionnaires de VO, et par conséquent, de donner votre opinion par rapport aux stéréotypes de genre proposés. Cette action a-t-elle eu des conséquences sur vous ? sur vos comportements ? Quelles influences ? Comment ça s'est manifesté ?*

D'après les professionnel·les interrogé·es, le questionnaire « permet d'accéder à une compréhension des stéréotypes » et « amène les gens à penser et à réfléchir sur la question du genre ». Le référent famille indique : « Je ne saurais pas comment dire mais ça m'a fait réagir » tandis que la médiatrice sociale interroge le sens « Pourquoi toutes ces questions ? quel lien avec le projet vacances ? » et explique que « les questions sont une confirmation de ma représentation des stéréotypes de genre, des différences par le sexe ». L'animateur de quartier pense que « si on pose ces questions, c'est qu'il y a encore des progrès à faire, c'est qu'on est encore loin du compte » et indique qu'il « ne prenait pas autant la mesure ».

Tous ou toutes manifestent leur intérêt pour la démarche, qui - au-delà d'un effet de mode « le genre ! On l'entend dans beaucoup d'endroit » - propose de les former sur ces questions et de contribuer à agir sur les inégalités entre les hommes et les femmes au travers d'un outil.

## 2.3 LA FORMATION DU GROUPE PILOTE

### 2.3.1 Le choix du ou de la prestataire pour la formation et sa préparation

Le Centre Hubertine Auclert, avec lequel nous souhaitions travailler au départ, n'était pas disponible sur cette période et préparait l'anniversaire de ses 10 ans. Notre contact nous a conseillé trois autres organismes de formation et conseils spécialisés sur l'égalité hommes-femmes : Intersections, Egaé, et Perfegal<sup>2</sup>. Les trois devis étant similaires en terme financier, notre choix s'est arrêté sur la société Perfegal, dont l'offre montrait que la prestataire avait très bien saisi la demande et son contexte. La proposition écrite permettait également d'apprécier la qualité scientifique du contenu de la formation. L'accompagnement proposé comprenait deux séances de travail en présentiel avec la consultante : une séance de préparation et une séance de formation. En back office, la consultante proposait d'élaborer le contenu complet de la formation et de le faire évoluer en fonction des informations recueillies, en particulier lors de la demi-journée de préparation. Une première demi-journée a effectivement permis d'adapter le programme de formation au profil des membres du groupe pilote et aux attentes et besoins de l'association en lien avec les objectifs du projet. Une importance particulière a été apportée au fait de partir des expériences et des savoirs des participant·es afin d'être au plus près de leurs réalités quotidiennes et de s'assurer d'une appropriation des nouveaux savoirs la plus complète possible.

### 2.3.2 La journée de formation du groupe pilote

Plus spécifiquement, la formation visait à maîtriser les concepts de base et élaborer une culture commune pour affiner son appréhension des stéréotypes et des situations dans lesquelles ils peuvent interférer. Elle avait également pour but de faire le lien entre les inégalités femmes-hommes et l'accès aux vacances, et entre les valeurs de l'association VO et les stéréotypes de genre à dépasser. L'idée était également de développer les savoir-faire : être capable d'identifier une pensée stéréotypée, un comportement stéréotypé chez soi, puis dans sa pratique professionnelle et être capable de construire une action en intégrant des critères favorisant l'égalité femmes-hommes.

La méthode pédagogique était principalement active et déductive (partant des savoirs des participant·es). Les participant·es étaient placés régulièrement en situation de restitution des savoirs proposés de façon ludique et, amenés à travailler sur des cas pratiques et à élaborer des hypothèses et des solutions entre pairs. La formation était découpée en 4 séquences de 1h30 sur une journée (voir déroulé ci-après).

1 <https://www.centre-hubertine-auclert.fr/>

2 Intersections : <https://www.intersections.pro/> ; Egaé : <http://groupe-egae.fr/> ; Perfegal : <http://www.perfegal.fr/>

### Séquence 1 : Maîtriser les concepts

- Présentation des concepts : sexe, genre, égalité, parité, mixité, équité, discrimination, sexisme, inégalité, différence, stéréotype ...
- Association entre les concepts vus précédemment et des affirmations

### Séquence 2 : Prendre conscience des inégalités

- Que dit la loi ? Apports théoriques
- Les principales inégalités dans les différentes sphères de la vie > Quizz

### Séquence 3 : Identifier ses propres stéréotypes

- Évolution des stéréotypes > apport historique sur l'évolution des normes féminines et masculines
- Boîte à stéréotypes
- Mise en situation

### Séquence 4 : Intégrer l'égalité dans ses pratiques professionnelles

- Proposition d'un court métrage suivi d'un échange
- Intégrer l'égalité dans ses pratiques professionnelles
- Élaboration d'un autodiagnostic et d'une action intégrant l'égalité

## 2.4 ÉVALUATION DE LA FORMATION

### 2.4.1 Le point de vue du groupe pilote

Les évaluations, proposées par la formatrice, permettent de connaître les attentes de chacun·e des participant·es : « *Prendre des informations, découvrir une thématique en profondeur* », « *Outils/méthodes pour déconstruire les stéréotypes de genre, pour agir dans ma pratique professionnelle* », « *Travailler sur les stéréotypes de genre et acquérir des éléments pour travailler avec les publics* », « *Préciser la définition de certains termes. Faire culture commune, échanger, apprendre* ».

Les professionnel·les affirment que le contenu des interventions correspondait à leurs attentes notamment grâce aux échanges avec les autres participant·es qu'ils/elles qualifient de « *riches* ». Ils et elles déclarent également que les méthodes d'animation leur ont convenu : ils et elles les ont trouvés « *ludiques et interactives, très efficaces* » et « *variées* ». Les références théoriques leur ont semblées suffisantes.

D'après eux, les informations transmises vont avoir une influence sur leurs pratiques professionnelles en permettant, par exemple, « *de plus prendre en compte certains aspects dans mes pratiques, d'être plus attentive aux stéréotypes que je véhicule au regard de mon cadre de références* » ou de « *confirmer les connaissances et compétences acquises dans le passé* ».

Tous et toutes pensent que cette formation peut leur permettre de sensibiliser et de convaincre collègues, client·es, partenaires, etc. de l'intérêt d'agir en matière d'égalité femmes/hommes, certain·es ayant déjà prévu de le faire : « *d'ailleurs j'ai conservé les stickers pour tester mes collègues dans un premier temps* » ou « *lors d'animation spécifiques intégrées au projet séjour famille et lors de rencontres fortuites ou échanges informels* ». Cependant, un professionnel nuance en disant « *mais je ne me sens pas assez outillé pour convaincre, pour ouvrir le débat par contre oui* ».

Les échanges avec les autres stagiaires sont jugés intéressants, notamment « *sur les stéréotypes* », « *les représentations entre hommes et femmes* », sur « *les différentes pratiques et missions et quelques pistes pour favoriser l'égalité hommes/femmes dans les actions* ». Un professionnel parle d' « *échanges plutôt pratiques que théoriques car ces derniers (les autres stagiaires) parlent de vécu* ».

Ce qui a le plus intéressé les professionnel·les du groupe pilote sont les échanges notamment lors des travaux en petits groupes, les études de cas et les mises en situation, et le travail sur les définitions (concepts).

Concernant ce qui les a le moins intéressé, deux personnes n'ont pas répondu, un professionnel explique que « *tout était bon à prendre* » et une professionnelle a noté « *reportage "cours de récré"* ». Elle fait référence à la vidéo de 15 minutes de la séquence 4 qui montre une jeune fille interviewée qui explique la répartition des espaces de jeu en fonction du genre dans la cour de récréation à travers le dessin .

Des remarques ou suggestions sur l'intervention ont été formulées par deux personnes, une professionnelle aurait apprécié « *plus de travail en groupe de deux pour les échanges et travailler sur nos positionnements* » et une autre professionnelle note « *trop courte !* ».

La dernière question demandait le degré de satisfaction générale (sans proposition d'échelle), dont voici les réponses : « *Maximum, car à part apprendre, pas d'attente particulière* », « *Sur une échelle de 10, je*

mettrai 8/10. Merci à vous », « Excellent. Merci beaucoup » et « Correct sur les contenus. Très bien pour l'animatrice ».

Globalement, le niveau de satisfaction est très élevé mettant en avant la qualité de l'intervention de la formatrice (favorisant les échanges et apportant de la matière), mais également celle du groupe formé (échanges riches).

#### 2.4.2 Le point de vue des membres de Vacances Ouvertes

Le niveau de satisfaction est également très important pour les membres de Vacances Ouvertes participant à cette formation.

La formation a permis de répondre aux attentes qui étaient de « travailler sur mes représentations, sur les stéréotypes de genre », de « réinterroger ma pratique professionnelle », de « saisir les nuances entre les notions de genre/sexe. Identifier mes propres stéréotypes » et d'« acquérir des connaissances sur les stéréotypes de genre et analyser les représentations des participants ».

Il est souvent question de besoin de temps et de recul pour s'approprier les contenus de la formation, et d'apports théoriques plus importants pour approfondir le sujet (références, supports etc.), considérant cette formation comme « un premier petit pas ».

Concernant des pistes d'amélioration éventuelles, une professionnelle a trouvé la vidéo d'Eléonor Gilbert trop longue, une autre suggère de proposer des jeux de rôle et une dernière, d'opérer davantage de mouvements, de changements pour constituer les sous-groupes.

### 2.5 CONCLUSION SUR LA FORMATION

La constitution du groupe pilote est une étape importante, garantissant la réalisation de la phase de formation et la suite du projet. L'écart important entre le nombre de personnes volontaires pour poursuivre l'aventure obtenu au travers du questionnaire (111) et celui obtenu par mail (22) est conséquent. Ce fait laisse suggérer que ce sujet intéresse beaucoup nos porteur·ses de projets, mais que la perspective d'un déplacement et de devoir se libérer sur une journée est plus délicate.

Pour corriger ce point, il pourrait être envisagé un second formulaire qui s'ouvrirait en réponse à la dernière question du questionnaire d'opinion actuel : c'est-à-dire en réponse au souhait de participer à la formation et à l'élaboration de l'outil. Celui-ci permettrait de recueillir l'adresse mail et le numéro de téléphone de l'intéressé·e puis de le ou la recontacter directement, tout en garantissant l'anonymat des réponses au questionnaire.

Bien que plus faible, le nombre de 22 potentiel·les participant·es restait cependant largement supérieur au nombre de places disponibles (5 places), et donc bien suffisant pour constituer le groupe pilote. Le groupe fut réduit à deux porteuses et deux porteurs de projets suite à l'absence d'un professionnel pour motifs personnels et à la dernière minute, empêchant tout remplacement.

La formation a connu un franc succès : le niveau de satisfaction général est excellent et les attentes des participant·es ont été comblées. La formatrice a adressé un document comportant de nombreuses références permettant d'enrichir les savoirs reçus lors de la journée de formation.

Cependant, nous aurions dû proposer nous-mêmes une évaluation à la fin de la formation permettant d'interroger au-delà de la satisfaction et des attentes, mais de creuser sur les apports théoriques et pratiques de cette formation.

Cette formation a été suivie par la responsable du pôle Formation et par deux chargées de missions effectuant des formations pour VO afin de se l'approprier et de pouvoir ainsi la proposer en interne à l'ensemble des membres de l'équipe VO, et en externe, à termes, dans notre catalogue de formation à notre réseau d'adhérent·es. Ces formations vont nous permettre de poursuivre le travail de déconstruction des stéréotypes de genre auprès des professionnel·les de l'action sociale.

---

1 Ibid

# PHASE 3. LA CONSTRUCTION DE L'OUTIL ET SON APPLICATION

## 3.1 INTRODUCTION

### 3.1.1 Objectifs de l'outil

Déconstruire les stéréotypes de genre au travers du projet vacances.

### 3.1.2 Méthode

Les membres du groupe pilote ont été invités à participer à trois demi-journées à distance avec Adobe Connect, animées par deux membres de l'équipe de l'association Vacances Ouvertes.

Adobe Connect<sup>1</sup> est un logiciel de visioconférence offrant une salle de travail et un numéro d'audioconférence, et permettant l'animation de séances à distance favorisant l'interactivité et la dynamique de groupe.

Le groupe pilote a pu également échanger sur CERVO pour continuer à travailler sur l'outil entre les différents temps de rencontre. La plateforme CERVO est un support complémentaire aux rencontres physiques ou à distances, elle permet à chaque membre, depuis son compte personnel :

- d'échanger avec tout autre membre par messagerie ou chat instantané,
- de choisir de consulter et/ou contribuer aux sujets qui l'intéressent (l'espace fonctionne par inscription à des groupes),
- de partager et consulter tout outil et document. Une banque documentaire donne un accès à tous les documents déposés par les membres.

La plateforme Cervo s'inscrit dans le cadre de la communauté de pratiques autour du projet vacances portée par VO<sup>2</sup>.

LA PLATEFORME MISE À LA DISPOSITION DES MEMBRES DU GROUPE PILOTE - CERVO



Les professionnel·les du groupe pilote ont ensuite été invité·es à utiliser l'outil sur leur terrain et auprès de leurs publics. VO a ensuite réinterrogé ces professionnel·les sur le projet Égali'vacances dans son ensemble et, sur la praticité, la pertinence et l'efficacité de l'outil construit.

Après une dernière mise en forme, avant diffusion par Vacances Ouvertes, l'outil ainsi réalisé sera présenté par un organisme expert des questions d'égalité hommes-femmes et réajusté au besoin.

1 <https://www.adobe.com/fr/products/adobeconnect.html>

2 <https://www.vacances-ouvertes.asso.fr/la-cop>

## 3.2 LES SÉQUENCES DE PRODUCTION DE L'OUTIL

### 3.2.1 Sens, processus, contenu : première demi-journée de construction de l'outil

Une première séance de trois heures a été construite sur Adobe connect. Cette séance propose une technique d'animation nommée « Sens, Processus, Contenu » qui peut être utilisée pour conduire une réunion ou pour animer un groupe de travail. Cette méthode est bien adaptée aux situations de changement et aux projets à lancer. Elle s'appuie sur la trilogie suivante :

- **Sens** : Enjeu, finalité --> Pourquoi ? Pour quoi ?
- **Processus** : Fonctionnement --> Comment ?
- **Contenu** : Idées/solutions/décisions --> Quoi ?

Cette technique est très utile pour mettre un groupe en action autour d'une problématique commune : ici celle de construire un outil de déconstruction des stéréotypes de genre au travers du projet vacances. Elle facilite l'efficacité du groupe en sollicitant l'intelligence collective et clarifie les rôles, les modalités de travail, et pourquoi nous sommes réuni-es. Elle favorise également l'harmonie dans le groupe : elle mobilise en donnant du sens à l'action et elle rassure en présentant les règles du jeu. Les trois étapes doivent être déroulées, bien distinctement, l'une après l'autre. Cette technique est encadrée par un temps d'inclusion en début de séance et un temps de discussion/conclusion en fin de séance.

0) ANIMATION ET INTRODUCTION (15 minutes)

La séance a débuté par un temps d'inclusion nommé « Votre humeur du jour en dessin » consistant à dessiner en ligne l'expression de son état mental du jour. Ensuite, la méthode Sens, Processus, Contenu a été expliquée au groupe ainsi que les règles pour les échanges.

1) CLARIFIER LE SENS (1 heure)

Les participant-es sont invité-es à se poser la question du sens lors d'un tour de table en répondant aux questions suivantes : « Qu'est-ce que j'attends de cet outil ? Pourquoi c'est important pour moi ? pour ma structure ? ». Les principales attentes des professionnel-les sont les suivantes :

*« Avoir des billes pour mettre des choses en place quand je serai confronté à la situation. Un outil pour libérer la parole, déconstruire pour moi les clichés pour travailler avec les collègues et essayer de les déconstruire chez eux ou avec eux. » ;*

*« Évaluer les stéréotypes, au sein de l'équipe et auprès des publics et notamment les familles. » ;*

*« Un outil facile d'utilisation pour que, quel que soit l'âge et les personnes concernées, ça puisse leur être constructif. » ;*

*« Des billes pour animer des temps pour permettre aux publics d'avancer. » ;*

*« Mieux comprendre les besoins et réfléchir ensemble à des réponses adaptées. » ;*

*« Permettre aux gens d'y réfléchir. » ;*

*« Mieux identifier les stéréotypes, mieux les comprendre, être mieux armé, d'apprendre à les identifier. Repérer les stéréotypes pour nous aider à les déconstruire ».*

Un sondage est réalisé pour répondre à la question du destinataire de l'outil : « A qui cet outil est-il destiné ? »

- Aux porteur-ses de projets ?
- Aux bénéficiaires/publics du projet vacances ?

Trois porteur-ses de projets ont voté pour un outil pour les professionnel-les et une pour les bénéficiaires. Il a été ensuite décidé d'élaborer « un outil pour porteurs de projets mais -in fine- qui sera bénéfique pour les publics » et qu' « il faut d'abord sensibiliser les professionnels. Si le professionnel ne maîtrise pas ou ne comprend pas les enjeux des stéréotypes, il est difficile de pouvoir lutter contre auprès des familles ».

Le tour de table sur les enjeux des membres du groupe pilote a été utile pour **déterminer le « pour quoi faire ? »**. Son analyse a fait ressortir quatre propositions d'objectifs concernant l'outil : informer, identifier, animer ou évaluer. Un vote et des discussions ont permis de sélectionner identifier. **L'outil aurait comme objectif d'identifier les stéréotypes dans les pratiques professionnelles**, plus précisément dans le cadre de la construction du projet vacances car « avant d'informer ou proposer des solutions, il faut être en capacité d'identifier » et les stéréotypes sont « difficilement identifiables car ancrés en nous. Il faut déjà questionner la problématique avant de la travailler. Souvent, on n'a pas le sentiment de discriminer ou de créer des inégalités. Il faut d'abord en avoir conscience ».

Le contenu du tour de table a également permis de repérer « **quel type d'outil ?** » pourrait répondre à l'objectif déterminé par le groupe pilote. Il a été décidé de créer un guide en 3 voire 4 axes : étapes du projet vacances – constat (identification d'un stéréotype de genre ou d'une inégalité de genre) - questionnement de ma pratique – apport de solutions ou pas.

## 2) VALIDER LE PROCESSUS (15 minutes + 5 minutes de pause)

L'animatrice propose aux participant·es de se mettre d'accord sur le processus le mieux adapté pour traiter et répondre aux enjeux (méthode, temps, rôle de chacun·e) : quelles règles du jeu se donner pour que cela se passe au mieux (préparation, réalisation...) ? Comment on va décider ? Qui fait quoi ? S'il y a conflit ?

Les points suivants, déjà prévus, ont été acquiescés :

- L'outil doit être finalisé pour la seconde session à distance prévue dans 22 jours,
  - Les participant·es continueront à travailler ensemble sur l'outil durant cette période (via CERVO),
  - Vacances Ouvertes travaillera sur la mise en forme de l'outil,
  - Il sera proposé de faire relire l'outil à un expert du sujet pour vérifier l'absence de stéréotypes de genre.
- Il restait à déterminer un mode de vote pour trancher sur le contenu. Après discussion, il en ressort : « *On met tout sur le tapis, on négocie, on prend ce qui est sorti de commun et s'il reste des choses qui divergent, on vote.* »

## 3) DÉTERMINER LE CONTENU (45 minutes)

Cette partie dépend du choix des deux points précédents. L'animatrice doit faire produire les idées, les solutions, les activités, le contenu par le groupe : « «Qu'est-ce qui constitue l'outil ?» « Quelles sont les thématiques à aborder ? »

Un premier débat nous a conduit à acter la rédaction d'une introduction au guide constitué d'une approche historique et des définitions abordées en formation (genre, stéréotypes etc.) favorisant la compréhension des stéréotypes à l'œuvre, ainsi que des constats propres à l'accompagnement aux projets vacances.

Nous avons commencé par identifier les différentes étapes du projet vacances (dans les grandes lignes, sans respect stricte d'un ordre chronologique). Puis, pour chaque étape, nous avons réfléchi à des constats soit d'inégalités de genre soit de stéréotypes de genre rencontrés, à une question permettant aux professionnel·les de réinterroger sa pratique, puis éventuellement à des trucs et astuces pour déconstruire les stéréotypes, faire autrement (réflexions, pratiques différentes etc.).

*Par exemple*

**ÉTAPE** : La communication sur le projet vacances

**CONSTAT** : « Quand on prend les coordonnées téléphoniques lors des inscriptions, on ne demande pas forcément le numéro de téléphone du père, et souvent on appelle la mère. »

**QUESTIONNEMENT** : « À qui je m'adresse ? Premier contact ? Homme/femme ? Maman ? Quel langage on utilise ? »

**TRUCS ET ASTUCES** : informer la mère et le père systématiquement, prendre les coordonnées du père et de la mère.

D'autres constats ont été faits, auxquels quelques questionnements ont été associés. L'ensemble des notes prises lors de ce temps de travail a été déposé sur CERVO. Comme acté dans le processus, les membres du groupe pilote vont compléter le contenu en suivant cette méthode.

## 4) CONCLUSION/DISCUSSION (20 minutes)

Pour préparer l'avancement sur CERVO, un partage d'écran a permis de faire visualiser l'interface aux membres du groupe pilote. Le compte rendu de cette demi-journée a été validé et les prochaines étapes rappelées.

### TRAVAIL SUR CERVO

Les membres du groupe pilote se sont mobilisés et organisés seuls pour travailler sur le contenu de l'outil, une seule relance a été effectuée. Une des membres a proposé de partir d'un tableau, avec en colonne les différentes étapes du projet vacances selon son propre fonctionnement et en ligne, le constat, le questionnement et un exemple de solution envisageable. Ce tableau a été complété dans l'objectif de pouvoir être présenté aux membres de VO lors de la seconde demi-journée à distance.

### 3.2.2 Développement du contenu : deuxième et troisième demi-journées à distance

Ces deux demi-journées s'inscrivent dans la continuité du point 3 de la technique Sens, Processus, Contenu de la séance 1 puisqu'il s'agit de présenter le travail effectué sur CERVO, puis de poursuivre l'action sur le contenu de l'outil.

Finalement, le projet vacances a été scindé en 8 étapes, la deuxième séance a permis de réfléchir aux quatre premières, les suivantes ont été abordées lors de la dernière séance. Le contenu a été retravaillé et une nouvelle partie nommée « Mais aussi » a été ajoutée pour élargir à l'ensemble de l'étape, au-delà du constat.

*Par exemple*

**ÉTAPE** : La communication

**CONSTAT** : Quand je fais mes affiches, je représente une famille nucléaire, où j'attribue des rôles sexués à la maman et au papa. Par exemple : la maman tient la main d'une enfant et le papa joue au ballon.

**QUESTIONNEMENT** : comment je fais pour ne pas véhiculer de stéréotypes dans mes outils de communication ?

**TRUCS ET ASTUCES** : Rechercher le contre-pied, diversifier la place des femmes et des hommes, ironie décalage

[http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/guide\\_pour\\_une\\_communication\\_publicque\\_sans\\_stereotype\\_de\\_sexe\\_vf\\_2016\\_11\\_02.compressed.pdf](http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/guide_pour_une_communication_publicque_sans_stereotype_de_sexe_vf_2016_11_02.compressed.pdf)

**MAIS AUSSI** : Veiller à s'adresser autant aux papas qu'aux mamans dans toutes vos communications : envoi de mails, appels, questionnaires, affiches...

Ces séances ont également servi à recueillir l'opinion des membres du groupe pilote concernant la mise en forme de l'outil et à organiser la suite.

## 3.3 TEST DE L'OUTIL : UTILISATION ET ÉVALUATION

### 3.3.1 Finalisation, validation de l'outil et utilisation par le groupe pilote

Durant le mois de juillet, VO a procédé à une harmonisation de l'écriture, rédigé l'introduction de l'outil et géré une première mise en forme de l'outil. L'outil a été envoyé au groupe pilote début septembre pour une validation du contenu du guide par le groupe (sur CERVO) pour le 13 septembre. Après les retours sur le contenu, les membres du groupe pilote ont été invités à s'appropriier l'outil et à l'utiliser durant leurs pratiques. L'outil a été confié au groupe pilote dans ce sens la 2<sup>e</sup> quinzaine de septembre 2019.

Vacances Ouvertes a ensuite évalué les effets de l'outil sur les pratiques professionnelles et sur les stéréotypes de genre, et la pertinence de son contenu en réinterrogeant les membres du groupe pilote au cours d'entretiens téléphoniques semi-directifs en octobre 2019. Ces entretiens ont été réalisés par un membre de Vacances Ouvertes externe au projet Egali'vacances. Les entretiens portaient sur deux points : l'évaluation de l'outil et l'évaluation du projet Egali'vacances dans sa globalité. Les résultats de cette dernière, dont l'objectif est de faire évoluer la démarche du projet par la suite et au besoin, seront présentés dans la partie suivante (3.4).

### 3.3.2 Évaluation de l'outil

La périodicité du projet vacances fait que l'outil a essentiellement été utilisé sur le temps du bilan avec les publics, principalement des familles. Certain-es porteurs-es de projets ont commencé à utiliser l'outil pendant sa construction, surtout de manière informelle, sur des temps d'échanges durant le séjour. Dans le discours des quatre professionnel·les, on retrouve des effets de l'outil à trois niveaux, du ou de la professionnel·le, de ses pratiques et du public accompagné.

L'ensemble des professionnel·les indique que cet outil a rempli son objectif et leur a permis de se questionner. Ils ont également pris davantage conscience des stéréotypes de genre dans la société, de leurs propres stéréotypes de genre et des inégalités qui en découlent. Certain-es ont mentionné des changements qui se sont opérés autant sur leur vie professionnelle que personnelle, leurs regards ont changé. Au travers d'échanges, ils/elles ont abordé ces inégalités permettant à leurs publics de les percevoir et d'en débattre. **Dans cette partie, nous avons attribué une couleur aux propos de chaque interlocuteur et interlocutrice afin de mettre en exergue à la fois la diversité des effets, mais aussi la similarité des points de vue.**



L'outil va impacter directement les professionnel·les en les poussant à la réflexion :

*« Cet outil m'a permis de me réinterroger sur mes pratiques et de déconstruire certains stéréotypes que j'avais, dus à mon vécu, à comment j'ai été élevé, à l'environnement dans lequel je travaille. »*

*« La principale plus-value c'est vraiment d'amener un questionnement et puis d'apporter des trucs et astuces aux professionnels sans forcément les restreindre ou les bloquer dans un outil fermé. ... ce document, il a le mérite de poser la question, de lancer des discussions et des questionnements. »*

*« Quel est le type de public qui vient ? Est-ce que c'est principalement les mamans ? Est-ce que c'est principalement les papas ? Est-ce que c'est les papas et les mamans de façon mixte ? »*

*« Vraiment, sensibiliser, informer le professionnel sur ses pratiques liées aux stéréotypes du genre. Et du coup, lui permettre de mieux peut-être prévenir et de mieux impliquer la famille en entier. Ça fait émerger d'autres questions sur le rôle et la place des femmes. »*

Différentes questions attraites à différentes thématiques ont été abordées avec les publics selon les professionnel·les interrogé·es : les repas, les enfants, la valise, les transports, la répartition des tâches etc.

*« Qui a fait les valises ? Et là, on était dans : « oui, c'est madame parce que c'est elle qui s'occupe plus de la maison, donc qui connaît... », et moi j'essaie de relancer : « oui, mais vous savez que moi, je suis papa et je fais aussi les valises... » « Au niveau du transport, ça va se passer comment ? » « On va partir en voiture. » « Ah oui, vous savez qu'avant de partir, il faut vérifier la voiture, les niveaux, les pneus, tout ça... » Et ensuite de dire qui s'occuperait de ça ? Ah c'est moi, pourquoi ? Ah moi, les voitures, je n'y connais rien. Mais madame, ça peut être intéressant. Si un jour, vous décidez de partir toute seule. »*

*« On a travaillé la question de la place, de la complémentarité, de la dynamique qui doit être collective et soutenue par les deux parents pour pouvoir comprendre et écouter les enfants. ... et être en capacité de pouvoir vérifier que les enfants, même si tu les laisses autonomes pour la préparation de leurs affaires par exemple, de pouvoir eux être garants et que ce « être garant », c'est pas que l'affaire de la maman. C'est aussi l'affaire du papa. »*

*« Qui est-ce qui fait le repas ? Qui va avec les enfants sur la plage pour jouer ? Là sur les pères inscrits qui n'étaient pas venus, ça a interpellé parce que les personnes ne s'en étaient pas forcément rendu compte, mais c'est assez fort quand même en effet, les personnes qui ne sont pas venues c'était beaucoup des messieurs. Et puis après, ils me disaient tous que de toute façon les structures qui étaient en lien avec ce type de projet c'était beaucoup avec l'école, avec les structures, et donc qui faisaient le lien avec les enfants, c'était beaucoup avec les mamans, ça coulait souvent de source. Et donc c'est des choses dont on a pas mal discuté aussi. »*

Il ressort des entretiens différentes modifications des pratiques professionnelles sous-jacentes aux questionnements et la prise de conscience des stéréotypes, et qui vont avoir un impact ensuite sur les publics accompagnés. Ces modifications vont de la réflexion sur la communication des projets vacances, à l'idée de veiller à ce que tous et toutes prennent la parole, en passant par une individualisation envisagée des évaluations :

*« Ça m'a permis déjà d'y réfléchir de façon un peu plus concrète. La question effectivement de l'image, de ce qu'à travers la communication visuelle, de ce qu'elle peut impacter, de ce qu'elle peut amener, oui. »*

*« En fait maintenant je n'arrive plus à réfléchir sans me dire que je ne peux pas sans le papa. Alors qu'avant, je savais qu'il fallait favoriser l'égalité entre hommes et femmes. Mais pour autant, je ne m'en préoccupais pas. Et là maintenant, je sais et donc du coup je peux plus faire comme si je ne savais pas en fait. »*

*« Chose que je faisais naturellement avant, je m'adressais plus aux femmes parce que je savais que c'est elles qui prenaient la parole. Donc là, je m'adressais un peu plus aux papas qui étaient là. Donc pour qu'eux aussi puissent prendre la parole. J'essayais de relancer pour que tout le monde puisse donner son avis, participer. Plutôt que d'avoir tel avis de la femme comme on en avait beaucoup plus l'habitude. (...) Et pourquoi pas de faire une évaluation séparée, peut-être pas par famille, mais par personne. »*

Les professionnel·les ont également constaté ou envisagent des effets sur les personnes accompagnées :

*« Cet outil, de la manière dont on a travaillé, si on arrive à l'utiliser correctement, il va resserrer les liens de la famille. On comprendra peut-être plus l'autre dans les démarches qu'il fait. Et ça peut ouvrir une discussion sur ce sujet dans la maison qui va faire qu'on va échanger des points de vue. Et du coup, ça va créer de la communication. Et je pense que si on crée de la communication, on est plus en osmose sur certains points. »*

*« Ils ont bien aimé en discuter, puis finalement ça permet aussi de délier les langues et puis les représentations de chacun et il y avait une belle participation et puis un intérêt certain. Je sentais un engouement pour ces questions-là, clairement, nous on les a au quotidien dans le travail donc je pense que les familles*

*elles le vivent aussi au quotidien. »*

*« Alors j'ai eu trois papas présents sur le bilan, ce qui n'est pratiquement jamais arrivé donc, le fait d'avoir utilisé l'outil et d'avoir contacté la famille en amont, et d'avoir demandé la présence du papa, ou autrement de pouvoir échanger avec lui s'il était présent, ça a permis en tout cas au papa d'être confronté à notre souhait qu'il soit présent. (Les mamans) elles n'ont pas été surprises, au contraire elles ont été contentes : " Ça fait plaisir de voir des papas. Moi le mien, il n'était pas disponible. Il travaille. Mais j'aimerais bien aussi qu'il participe ". »*

### **3.4 CONCLUSION SUR LA CONSTRUCTION DE L'OUTIL**

Au départ, deux séances à distance étaient prévues pour la construction de l'outil, mais nous avons rapidement constaté la nécessité d'une troisième séance pour finaliser le contenu de l'outil avec le groupe pilote. Un travail important, au-delà de ces temps à distance, sur CERVO pour les professionnel·les de notre réseau et en interne pour VO, a été nécessaire pour parvenir à l'élaboration de cet outil.

Concernant les retours des professionnel·les sur le projet Egali'vacances, ils et elles mettent en avant « *la qualité des échanges* », la liberté de la parole « *sens censure* », qualifiant les séances de « *vivantes* », « *interactives* » et « *démocratiques* ».

Ils/elles ont apprécié d'être peu nombreux·ses, expliquant que « *ça (leur) laissait vraiment du temps pour échanger, pour comprendre, pour se comprendre et se faire comprendre* » et le temps entre les séances leur a permis de prendre du recul sur les échanges. Ils/elles jugent que l'outil a été « *construit d'une manière très empathique en essayant de voir le monde avec les yeux des professionnel·les* ». Ils/elles mettent en avant la diversité dans le groupe : « *on menait tous des projets vacances, mais pas dans les mêmes quartiers, pas dans le même type de projet, pas dans le même type de région...* ».

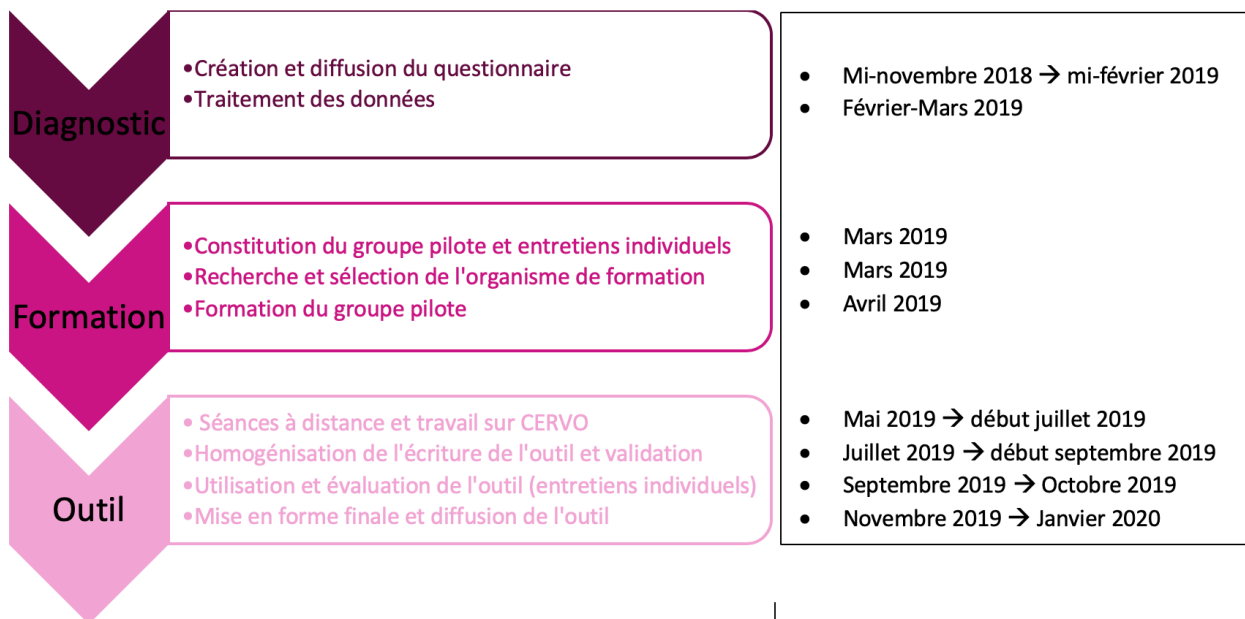
Ils/elles n'ont pas « *eu le sentiment que ça ait pris beaucoup de temps sur (leur) emploi du temps déjà très chargé* », et trouvent que « *le fait que l'on puisse échanger tous ensemble en visioconférence, c'est top, vraiment.* »

Les professionnel·les se sentent « *beaucoup plus armés aujourd'hui déjà pour discuter* » des stéréotypes de genre et pensent qu'un tel projet « *valorise leur travail* », leur « *ouvre aussi des nouvelles portes de travail avec (leurs) publics* » et leur « *permet de prendre un peu de hauteur par rapport à ce qu'(ils) vivent au quotidien* ». Les échanges, durant les étapes de construction du projet, ont permis aux professionnel·les, d'approfondir également leurs connaissances et leurs pratiques concernant l'accompagnement aux projets vacances.

Peu de modifications quant à la démarche ont été demandées par les membres du groupe pilote. Ils/elles auraient souhaité une dernière rencontre pour échanger sur leurs ressentis. Ils/elles restent cependant globalement en demande d'approfondissement, notamment au travers de mises en situation : concrètement, comment se saisir de cet outil ? comment l'aborder dans le projet vacances ? Celle-ci ouvre des perspectives intéressantes pour la poursuite du projet, tel qu'un accompagnement à l'appropriation de l'outil.

# CONCLUSION GÉNÉRALE

La frise temporelle ci-dessous permet de visualiser les différentes étapes du projet Egali'vacances, ainsi que ses sous-étapes.



Cette première démarche permet de constater la forte mobilisation de notre réseau et l'intérêt des professionnel·les de l'accompagnement aux projets vacances pour les questions d'égalité entre les femmes et les hommes. Les données montrent également qu'ils ou elles jugent ces inégalités comme étant les plus répandues dans la société Française après les inégalités de revenus et qu'ils ou elles les trouvent importantes.

Sur les 311 répondant.es de la première phase de diagnostic, 101 personnes ont manifesté un intérêt pour les phases de formation et de construction de l'outil, soit 32,5% (49,8% de non et 17,7% de non réponse) et 22 d'entre elles nous ont effectivement contacté par mail.

Le groupe pilote a décidé de créer un outil à destination des professionnel·les dont l'objectif est de leur permettre d'identifier des situations d'inégalités entre les hommes et les femmes en requestionnant leurs pratiques et en leur proposant des astuces pour les réadapter.

Suite à l'utilisation de l'outil, différents constats ont été faits par les membres du groupe pilote concernant son utilité et les premiers effets qu'il génère :

1. Premièrement, le ou la professionnel·le est sensibilisé·e ou interpellé·e sur les stéréotypes qu'il ou elle véhicule ou sur les stéréotypes qu'il ou elle porte sans s'en rendre compte ;
2. Deuxièmement, il ou elle possède, avec cet outil, des éléments qui peuvent lui faire prendre suffisamment de recul sur ces stéréotypes ;
3. Troisièmement, l'utilisation de cet outil peut changer du tout au tout sa méthode et sa manière de voir les choses, sa vision. Et par conséquent, il peut y avoir un changement sur le terrain, sur ses actions en direct, puis sur les publics accompagnés.

L'outil a été conçu pour déconstruire les stéréotypes de genre au travers du projet vacances. D'autres outils pourraient être développés en suivant cette démarche, à destination des publics accompagnés par exemple et/ou avec un objectif différent : informer, évaluer, animer etc. Et pourquoi pas, à terme, créer un kit, une mallette portative qui pourrait permettre de co-construire avec les bénéficiaires des projets vacances sans stéréotypes de genre.

## CONTACT

### VACANCES OUVERTES

14 rue de la Beaune

93100 Montreuil

Tél. 01 49 72 50 30

[bienvenue@vacances-ouvertes.asso.fr](mailto:bienvenue@vacances-ouvertes.asso.fr)

[www.vacances-ouvertes.asso.fr](http://www.vacances-ouvertes.asso.fr)

