

# SOROCITÉ

## au cœur des féminismes

### Jouets : machines à genre les métiers

IL Y A 2 HEURES PAR MARGUERITE NEBELSTEIN ANALYSE



**Franqués dans les mains des enfants dès leur plus jeune âge, les jouets contribuent à véhiculer de puissants stéréotypes genrés. Surtout quand ces derniers s'inspirent de métiers. Aux garçons, la technique scientifique ou la police, aux filles les fourneaux ou la caisse de supermarché. Mais, bonne nouvelle : certain·es fabricant·es et distributeurs reviennent leur copie et tentent de transformer peu à peu ces pratiques.**

Il y a plusieurs années, alors que je travaillais comme vendeuse dans une papeterie, nous propositions à chaque enfant de piocher une carte "bons points" représentant des métiers. Un jour, une petite fille se retrouve avec une carte "boucher" et son frère avec une carte "coiffeur". Ni l'un ni l'autre, leur grand-mère se jette sur les cartes et les échange.

Cette dame ne devait pas connaître l'astuce suivante : si vous vous posez la question de choisir un cadeau « pour une fille » ou « pour un garçon », demandez-vous si son·sa destinataire aura besoin de ses parties génitales pour y jouer ! Si la réponse est « oui », alors il s'agit très certainement d'un jouet pour adulte (ne l'offrez pas à un enfant donc). Si c'est « non », cela signifie que tout le monde peut y jouer.

Aujourd'hui encore, la représentation des métiers dans les jouets reste marquée par le sexisme. Un rapide coup d'œil aux catalogues des principaux distributeurs comme King Jouets, JouéClub ou encore La Grande Récré permet d'identifier les nombreux codes genrés qui caractérisent cette industrie (couleurs bleu/rose, catégories filles/garçons etc).

*"J'ai 45 ans et les métiers représentés dans les jouets sont les mêmes que lorsque j'étais petite : la maîtresse, le policier, le pompier, le coiffeur, le docteur, l'infirmière, la coiffeuse... On est sur une vision des années 1950", explique Cécile Marouzé, présidente de Jeu pour Tous, de association basée à Cergy (Val-d'Oise) qui lutte contre les stéréotypes de genre dans les jouets.*

Une vision d'arrière-garde analysée par le sociologue Valéry Rasplus dans l'article **"Du côté des filles et des garçons qui rêvent de devenir agricultrices"**, publié en octobre dernier. L'expert a passé au crible les jouets représentant les professions liées à l'agriculture. Ce dernier note une mise en scène ultra-générée, avec des garçons sur des gros tracteurs et des filles qui nourrissent les poules, sous-entendant que ces dernières n'ont besoin d'aucune compétence technique pour exercer ce métier.

Des accessoires ludiques en apparence anodins, mais qui ne sont pas sans conséquences sur nos représentations sociales, pointe le chercheur : *"Cette assignation des sexes sur les emballages à des couleurs et des places et des pratiques agricoles, se présente comme un modèle qui fait office de norme sociale pour les enfants et les parents. Il est 'normal' que ce soit le garçon qui conduise un engin agricole, il est 'normal' que ce soit les filles qui s'occupent du soin et de l'alimentation des animaux, il est 'normal' que la couleur des filles soit préférentiellement le rose, etc."*

Et d'ajouter : *"Ces représentations portent sur le devant de la scène d'une autre certaine idée d'organisation de la vie sociale que l'on pourrait penser jouée pourtant un quart des chefs d'exploitation et 30 % des actrices permanentes agricoles."*

À côté des boîtes de Playmobil et des boîtes de Lego, Valéry Rasplus a bien trouvé une fillette assise sur un tracteur... rose : *"Si aventure quelques filles jouabilisées contiennent un tracteur, une motopompe, des fabricants soulignent le combat 'distinction-égalité-hierarchie' de sexe pour les filles par la couleur du tracteur (rose)",* regrette le sociologue.

#### La vie en rose et bleu

Grâce à une société qui évolue sur ces sujets, mais aussi à la suite des bad buzz sur les réseaux sociaux (notamment grâce au compte Twitter Pépette Sexiste) dénonçant le marketing genré et la taxe rose, les catalogues de jouets ont laissé de côté les catégories "filles"/"garçons". Mais on distingue encore les scories de cette division genrée, à commencer par les codes couleurs.

Dans les catalogues du distributeur King Jouets par exemple, des garçons jouent à la poupée, mais sont toujours omniprésents dans les pages de la catégorie très bleue "Construire". Dans ce même prospectus, la catégorie "Imaginer" où l'on trouve des poupées parées de rose-semble réservée aux filles, qui y sont omniprésentes. Barbie y est représentée en pilote, médecin ou encore au volant d'une ambulance rose bonbon.

En résumé, les jouets roses d'un côté, réservés aux activités liées aux soins, à la vente, à l'esthétique, à la création de bijou, à la couture... De l'autre, le rouge ou le bleu, pour symboliser les métiers liés à la construction, à la justice ou encore aux sphères scientifiques ou techniques.

Chez JouéClub, cohabitant sur une double page une fillette portant un déguisement de Miss France et un garçon pompier ou docteur. Mais pas de "Mister France", ni de pompier. Si on y trouve une fille en uniforme de policier, on l'appellera "costume de policier" chez JouéClub et La Grande Récré. Pour l'écriture inclusive, on repassera.

Côté fabricant·es, on trouve deux gros poids lourds comme Playmobil ou Lego, représentant respectivement 7 % et 10 % du marché du jouet en France. Les ouvriers ou les marins à barbe côtoient les princesses à licorne ou les passagères de bus (conduit par un personnage masculin). Il faut se munir d'une loupe pour dénicher les pomprières ou les brigadières.

**CE JOUET S'UTILISE-T-IL AVEC DES PARTIES GÉNITALES ?**

**OUI** : C'EST UN JOUET POUR ADULTES. NE L'OFFREZ PAS À UN ENFANT.

**NON** : VOTRE ENFANT PEUT Y JOUER. QUELQUE SOIT SON GENRE.

#### Une charte qui encourage la mixité dans les jouets en France

En septembre 2019, le gouvernement présentait une charte pour une représentation mixte des jouets, réunissant associations, distributeurs et fabricant·es. Ces dernier·es ont invité·es à revoir leurs packagings, leurs catalogues et leurs campagnes marketing, ainsi qu'à dégenrer leurs catégories et former leur personnel de vente. Un programme de refonte totale d'une "machine à genre".

Ce texte, non contraignant, part d'un constat dans un domaine bien particulier : alors qu'elles ont de meilleurs résultats au bac S, les filles sont minoritaires dans les filières supérieures de l'industrie et de l'ingénierie. Comment l'expliquer ? Cela passe en partie par une crise des modèles, et donc par les jouets qui cantonnent les filles à la sphère domestique.

Des imaginaires qui se vérifient jusque dans les chiffres. Les femmes occupent par exemple 73 % des emplois liés à l'entretien et 76 % dans ceux de la vente. Mais dans la police ou chez les sapeurs-pompiers, métiers omniprésents dans les jouets, la tendance s'inverse. On compte seulement **15 % de pomprières civiles selon les sapeurs-pompiers de France** ou **28,3 % de policières**, selon le ministère de l'intérieur.

Alain Ingberg, ancien patron de la marque de jouets Meccano, a signé la charte de mixité en tant que président de l'Association des créateurs-fabricants de jouets français (ACFJ), qui représente 15 % du marché hexagonal. Selon lui, les fabricant·es français·es n'ont pas attendu ce texte pour changer leurs pratiques : *"C'est un travail de longue haleine, mais on a fait beaucoup de progrès. Certains fabricant·es doivent s'habituer. S'ils sont des spécialistes du jouet fille, ils ont parfois du mal à dire que c'est inutile, il y a encore des petites résistances, mais ça vient."* Avant d'ajouter tout de même : *"On ne fera jamais 100%, il ne faut pas se faire d'illusion."*

Il pointe également du doigt les comportements des consommateur·trice·s : *"Prenez une grand-mère qui entre dans un magasin de jouets. Qu'est-ce qu'elle demande ? : 'Je voudrais un jouet pour ma petite fille qui a sept ans'. Il faut aussi former les vendeurs pour leur répondre dans un discours moins genré. Par exemple en disant : 'Si c'est pour un enfant de sept ans, on vous montre tout ce qu'on a pour cet âge.'"*

Alain Ingberg cette réalocrance de la part de certain·es acheteur·euse·s avec un exemple. Ce dernier évoque notamment une cuisinière rose de la marque Ecofiller, dont les ventes se sont effondrées lorsque le jouet a été commercialisé dans une couleur plus neutre.

#### Un virage qui s'opère lentement

Telles la tectonique des plaques, les mentalités évoluent doucement... mais sûrement. C'est en tout cas le point de vue de Cécile Marouzé, elle aussi signataire de la charte : *"On sent les fabricant·es très à l'écoute. Il y a une vraie volonté de faire bouger les lignes. En 2015, Super U a publié un catalogue où les filles et les garçons jouaient ensemble. C'est un vrai changement de société, même si on n'en est qu'aux balbutiements."*

Si on se base sur les catalogues des plus grands magasins distributeurs de jouets, (JouéClub, La Grande Récré, King Jouets mais aussi la grande distribution), les changements sont frémissants, mais visibles. Chez Leclerc par exemple, les garçons jouent à "l'avion de rêve Barbie" et il n'est plus rare de les voir passer l'aspirateur. Cette année, on repère dans le catalogue spécial Noël JouéClub de nombreuses filles sur des tractopelles, des tracteurs ou des semi-remorques.

Mais le secteur se confronte encore à plusieurs inerties. Notamment celle des défilés, comme l'explique Cécile Marouzé : *"Entre la conception d'un jouet et sa mise en rayon, il se passe à peu près 18 mois, donc la charte n'a pas encore trop d'effets. Ils essaient de mettre des petits garçons et des petites filles en train de jouer ensemble, mais les poussettes sont encore roses."*

Autre problème de taille : l'hyper mondialisation du marché. Les acteurs trices du secteur qui ont signé la charte pour les jouets mixtes sont français. Selon **des chiffres du ministère de l'économie**, 75 % du marché est dominé par sept marques, Mattel, Hasbro, Playmobil, V-Tech, Lego, Ravensburger et Bandai, toutes étrangères. Des marques aux jouets standardisés au niveau mondial qui ne jouent pas le jeu ni suivent une logique purement marketing.

Dans une tribune publiée mardi 1er décembre dans Libération, les chercheuses en management Eva Delacroix-Bastien et Florence Benoit-Moreau analysent le but de ce marketing genré ainsi : *"En 1975, 70 % des jouets n'avaient aucun marqueur : les publicités montraient des filles construisant des avions et des garçons en train de conduire. La segmentation s'est affirmée dans les années 90. La logique ? Largement économique. Si un client achète à sa fille un vélo rose siglé Barbie, le petit frère frèrera avec vigueur de l'utiliser à son tour, et réclamera un vélo 'jour garçon'. Un vélo vendu de plus !"*

Il y a aussi les "belles annonces", comme la collection "You can be what you want", proposant une version de Barbie "astronaute" ou "adversaire". *"Le problème, c'est qu'on ne les voit pas en rayon, on a peine en catalogue, il faut les chercher, parce que la Barbie qu'on voit le plus, c'est l'instauricee",* remarque Cécile Marouzé.

En attendant la révolution des jouets non genrés, Cécile Marouzé s'adresse aux parents déconstruits, mais encombrés de cadeaux genrés offerts par l'entourage : *"Ce qui est important quand on est parents, c'est le dialogue et l'explication : 'Il faut donner des outils à nos enfants, pour ne pas tomber dans les pièges de ces représentations genrées'"*, préconise-t-elle.

**Abonnez-vous et recevez chaque samedi notre newsletter féministe et participative**

Votre adresse e-mail

#### JE M'INSCRIS

En validant, vous acceptez de partager votre adresse e-mail avec Sorocité et MailChimp afin de recevoir notre newsletter. Vous pouvez vous désabonner à tout moment à l'aide du lien correspondant disponible dans ces e-mails.

ENFANT ENFANTS FILLE GARÇON GENRE JOUETS JOUETS GENRÉS MÉTIERS NOËL

PARTAGER :

ARTICLES SIMILAIRES

Soro-cité·es : allez-vous offrir des cadeaux non genrés aux enfants pour Noël ?

\*Allô maman bébé\* : 5 séminaires sur la maternité

Soro-cité·es : votre engagement féministe a-t-il changé depuis que vous êtes devenu·e parent·e ?

Soro-cité·es : avez-vous ressenti une pression pour reprendre une vie sexuelle post-accouchement ?

Marguerite Nebelstein

Votre commentaire

Entrez votre commentaire...

PRÉCÉDENT

Soro-cité·es : allez-vous offrir des cadeaux non genrés aux enfants pour Noël ?

Suivez Sorocité sur les réseaux sociaux >

© Sorocité 2020