

MARRE DU ROSE !



Jouets : Stop aux stéréotypes sexistes !

Malgré de nombreuses actions militantes et quelques victoires féministes les magasins de jouets continuent à véhiculer des stéréotypes sexués qui révèlent l'ampleur de la discrimination que subissent les enfants et la manière dont se construisent les carcans du masculin et du féminin au travers des jouets et de leurs usages.

Une discrimination réelle

Aux petites filles le rose, les poupées et les poussettes, le maquillage et les princesses, les dînettes et les aspirateurs... Comme maman. Ou plutôt comme l'idée sexiste que l'on se fait d'une maman...

Aux petits garçons le bleu, les ateliers de bricolage et les voitures, les armes et les super-héros, les jeux de conquête et de construction... Comme papa ou plutôt comme l'idée sexiste que l'on se fait d'un papa...

Pourquoi trouve-t-on des pages bleues et des pages roses dans les catalogues de jouets ? Et pourquoi les rayonnages des magasins de jouets restent-ils encore majoritairement organisés en fonction du sexe des enfants ? Aux filles l'espace domestique, les enfants et la beauté; aux garçons l'héroïsme solitaire, l'ambition, le pouvoir et le savoir.

Les jouets ne sont pas "que" des jouets, notamment pour les filles

Les jouets sont des supports d'apprentissage, qui aident au développement des enfants. Alors que 86 % des femmes travaillent, pourquoi les filles devraient-elles se projeter dans les activités domestiques et uniquement dans les métiers du soin et apprendre à séduire les garçons dès l'âge de 3 ans ? Les filles sont très tôt persuadées qu'elles sont « meilleures » pour s'occuper des enfants (64 % des filles de 7 à 12 ans le pensent, contre 2 % des garçons) ou pour cuisiner (63 % contre 3 %). Elles intériorisent également leur "rôle" d'objet sexuel, au cœur du système patriarcal. Et si les filles sont exclues des jeux d'aventure, de découverte et de création, comment pourraient-elles s'intéresser au domaine des sciences, de l'ingénierie ou du bâtiment au moment de choisir leurs études ?

La limitation des horizons pour les unes, l'ouverture sur le monde pour les autres, enferment ainsi les enfants, dès le plus jeune âge, dans les rôles qui permettent l'organisation sexiste de la société.

Marketing genré pour faire dépenser plus

Cette segmentation des jeux s'est dangereusement accentuée ces dernières décennies, car elle sert l'intérêt de l'industrie. Vendre des produits distincts (rose / bleu, fille / garçon) non interchangeables entre frères et sœurs, c'est en vendre deux fois plus. En plus d'enfermer les enfants dans des rôles stéréotypés, le portefeuille des parents est deux fois plus sollicité.

Des associations contre le sexisme des magasins de jouets

En cette période d'achats massifs de jouets, Pépite Sexiste, Osez le féminisme ! et les Chiennes de Garde s'associent une nouvelle fois pour une grande campagne nationale contre les stéréotypes sexistes véhiculés par l'univers des jouets pour enfants.

Depuis notre première campagne Marre du Rose 2015, parce que le sexisme des jouets est de plus en plus mal perçu par les acheteur.se.s, certaines enseignes ont fait des efforts dans la présentation de leurs catalogues, sites internet et rayons. Et puis d'autres enseignes, pas du tout ! Quant aux fabricants, quasiment aucun progrès notable n'a été réalisé : Les "univers" des jouets proposés sont encore beaucoup trop stéréotypés : princesses contre chevaliers, Barbies contre Super-héros, maquillage contre armes factices....

En 2018, nous vous avons préparé un Guide de Noël pour acheter moins sexiste, et nous avons noté les (maigres) efforts des principales enseignes :

MARRE DU ROSE ! Bulletin Noël 2018



	5/20	Bilan très faible . Stéréotypes à travailler
	11/20	Motivation évidente, on continue les efforts !
	3/20	Décevant. Beaucoup d'efforts à fournir
	3/20	Mauvais. La notion de stéréotypes n'est pas acquise
	2/20	Pourrait difficilement faire pire !
	12/20	Des efforts, mais des progrès à faire sur le site.
	5/20	Géants clichés.
	12/20	Beaux progrès. On continue !
	5/20	Stéréotypes très présents. Gros travail à faire.
	2/20	Maxis stéréotypes
	6/20	Des timides efforts. Dommage pour les rayons genrés.



Agir

Agissons dès aujourd'hui en privilégiant les enseignes les moins sexistes pour nos achats de jouets. Nous exigeons toujours des fabricants et des magasins qu'ils abandonnent leur différenciation genrée et le code couleur rose / bleu. Nous voulons qu'ils proposent des jouets qui cultivent les imaginaires de nos enfants de manière égalitaire et sans stéréotypes sexistes. Libérons l'imaginaire de tous les enfants, ouvrons-leur tous les champs des possibles !

Signez la pétition " Marre du rose" sur change.org

<https://www.change.org/p/mattel-marre-du-rose-ouvrons-les-champs-des-possibles-aux-enfants>

Venez tracter

[le samedi 22 décembre à Tours à 15h30 \(Place Jean Jaures\)](#)

17 Décembre 2018

