



Cabinet de conseil & formation sur les questions d'égalité femmes-hommes

Petite enfance – milieu scolaire – entreprise

STEREOTYPES ET JOUETS POUR ENFANTS : LA SITUATION DANS LES CATALOGUES DE NOEL

Depuis plusieurs années, il est reproché aux magasins de jouets de présenter aux enfants (et aux adultes qui font les achats) un monde binaire et stéréotypé. Dans leurs catalogues comme dans leurs rayons, le rose et le bleu sont devenus le symbole du clivage mis en place entre les jouets dits « pour filles » et ceux « pour garçons ». Pour les unes, les robes de princesses, les jeux de coopération (marchande, maitresse...) ou d'imitation (ménage, cuisine, poupées). Pour les autres, les super-héros, les jeux de construction ou d'extérieur.

A l'étranger, les lignes commencent doucement à bouger. La franchise suédoise de Toys'R'Us a lancé, pour Noël 2012, un premier catalogue de jouets « dégenré ». Au Royaume-Uni, suite à une campagne d'envergure menée par l'association Let Toys Be Toys, plusieurs grandes enseignes britanniques se sont engagées à supprimer les rayons spécialisés « filles » et « garçons ».

Mais qu'en est-il en France ?

En 2010, Mona Zegaï a étudié les argumentaires de vente employés par 8 catalogues de Noël parus entre 2005 et 2007. Pour elle, les univers présentés favorisaient « *l'exacerbation des inégalités de sexe et l'injonction à leur reproduction* ».¹

Depuis 2012, Super U essaye de se distinguer en présentant dans ses catalogues des garçons et des filles partageant les mêmes jeux, voitures comme poupées. Mais le catalogue est-il vraiment dégenré ? Et sa médiatisation l'année passée a-t-elle fait des émules en 2013 ?

Trezego a voulu faire le point en étudiant 10 catalogues de jouets parus pour Noël 2013.

TREZEGO, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Trezego est un cabinet de conseil et formation spécialisé sur les questions d'égalité femmes-hommes. Créé en 2013 en Normandie par Astrid Leray, il intervient auprès des professionnels de la petite enfance, des enseignants et des entreprises.

¹ Mona Zegaï, La mise en scène de la différence des sexes dans les jouets et leurs espaces de commercialisation, Cahier du Genre, n°49/2010

L'ECHANTILLON

Notre échantillon est constitué de 10 catalogues de jouets parus pour Noël 2013 :

- 4 catalogues de grandes surfaces,
- 5 catalogues de magasins spécialisés dans les jouets,
- 1 catalogue de magasin bien-être & loisirs ayant un rayon jouets important.

Soit un total de 1 580 pages.

METHODOLOGIE

La mise en page

Qui dit catalogue de Noël, dit pages roses et bleues. Mais dans quelle proportion ? Sous quel intitulé ? Trezegeo a tout d'abord étudié la mise en page des catalogues en s'intéressant à deux critères :

- les rubriques du sommaire,
- le genre des pages.

Sur ce deuxième point, une fois écartées les pages ne présentant pas de jouets (sommaire, publicités, coordonnées des magasins...), nous avons identifié 4 types de pages :

- des pages « filles » c'est-à-dire celles présentant une majorité de jeux roses ou violets, une mise en page avec des photos de petites filles ou un fond de couleur rose ou violet,
- des pages « garçons » c'est-à-dire celles présentant une majorité de jeux bleus, une mise en page avec des photos de garçons ou un fond de couleur bleue ou plus sombre,
- des pages « mixtes » présentant un mélange de jouets genrés, soit déclinés en deux versions « filles » ou « garçons » (ex : 2 vélos, l'un rose et l'autre bleu) soit un mélange de jouets sexués de même catégorie (ex : dans les mini-univers, le château de princesse et le fort américain).
- des pages non genrées présentant des jeux sans code couleur.

Les jouets et les enfants présentés

Plutôt que de pointer les jouets présentés dans les catalogues, nous nous sommes focalisé sur les photos d'enfants les illustrant. En effet, si les différentes enseignes présentent plus ou moins les mêmes jouets, elles se distinguent par les illustrations qu'elles choisissent.

4 critères ont été étudiés:

- La proportion d'enfants de chaque sexe,
- Leur apparence : vêtements et coiffure,
- Leur posture : active ou passive,
- Les jeux qu'ils présentent.

RESULTATS

LA MISE EN PAGE

I - Les rubriques des catalogues

a. Classement par tranche d'âge

Un seul catalogue segmente ses rubriques par tranche d'âge et sans code couleur ni enfants associés aux jeux.

b. Classement par genre

La moitié des catalogues (5/10) ont des rubriques « filles » et des rubriques « garçons » (Tableau 1).

Elles peuvent :

- être clairement affichées (ex : « Les jouets garçons/Les jouets filles »),
- porter des noms détournés (ex : « Encourager les champions/Faire rêver les princesses »),
- se présenter sous forme de regroupements de jouets genrés.

Tableau 1 : Les catalogues proposant des rubriques genrées

	Nom des rubriques	
Leclerc	Les garçons	Les filles
Intermarché	Les jouets garçons	Les jouets filles
Super U	Mes univers préférés : Garçon	Mes univers préférés : Fille
Carrefour	Encourager les champions	Faire rêver les princesses
Toys'R'us	Héros, figurines, animaux, véhicules, garages, circuits, robots, radiocommandes	Beauté, poupées, jeux d'imitation, mini univers, poupées mannequins

c. Classement par thématique

Dans les quatre autres catalogues, le classement est thématique, en fonction du type de jeu.

Néanmoins, parmi toutes les couleurs des rubriques, on retrouve des rubriques roses ou violettes pour les rubriques de poupées, de princesses et de mannequins et des rubriques bleues pour les voitures, les armes ou les super-héros (Tableau 2).

Rares sont alors les associations contre-stéréotypées (ex : « Construire à l'infini » en violet)

Tableau 2 : les rubriques bleues et roses des catalogues proposant des classements thématiques

	Rubriques bleues	Rubriques roses ou violettes
La Grande Récré	<ul style="list-style-type: none">▪ Les playmobil▪ Les héros, véhicules et jeux de construction▪ Les jeux éducatifs et scientifiques	<ul style="list-style-type: none">▪ Les poupées, mini mondes et poupées mannequins
Oxybul	<ul style="list-style-type: none">▪ Jeux de société▪ Découvrir et explorer▪ Livres et multimédia▪ Musique▪ Produits techniques	<ul style="list-style-type: none">▪ Dès la naissance▪ Dès 12 mois▪ Dès 18 mois▪ Jeux éducatifs (éveil)▪ Imitation

King Jouet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tout en énergie ▪ Tout en connaissance 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tout en découverte (éveil) ▪ Tout en tendresse ▪ Tout en paillette ▪ Tout en réalisme (imitation)
Joué Club	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comme mes héros ▪ A l'aventure ▪ A toute allure 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Avec des câlins ▪ Côté glamour ▪ Construire à l'infini

II - La mise en page

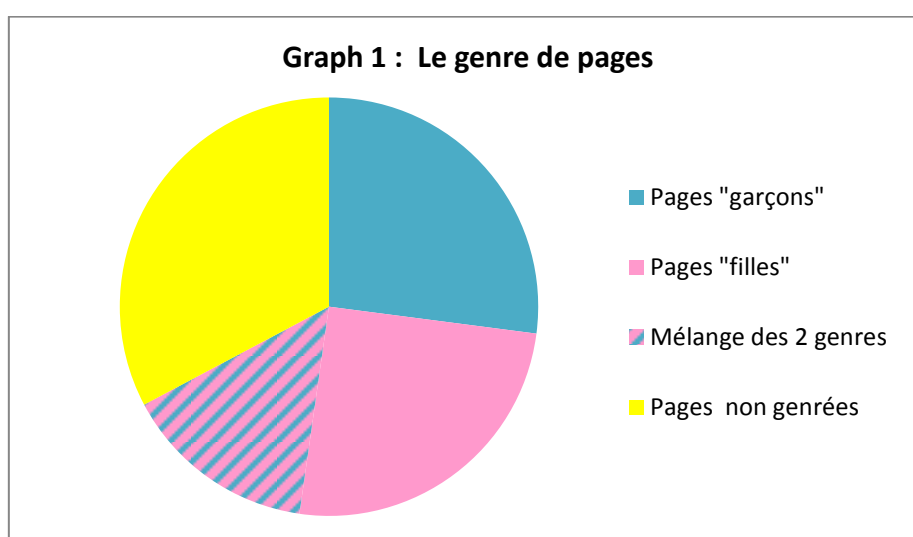
Une fois écartés les sommaires, les publicités, les introductions de chapitres, il reste 1508 pages de jouets.

Selon les critères définis par notre méthodologie (codes couleur des jeux ou des fonds de page et sexe des enfants en illustration), elles se répartissent de la manière suivante:

- 27% des pages sont « pour les garçons »,
- 25% des pages sont « pour les filles »,
- 15 % des pages présentent un mélange de jouets genrés, soit le même jeu déclinés en deux versions, l'une pour les filles, l'autre pour les garçons, soit un mélange de jouets sexués de même catégorie (ex : dans les mini-univers, le château de princesse et le fort américain).



Seules 33 % de pages présentent des jeux non genrés. On y trouve essentiellement des jeux d'éveil, des jeux en bois, des jeux de société, des nouvelles technologies et des cuisines (Graph. 1).



En effet, la cuisine est aujourd’hui considérée comme un jouet mixte (cf. les jeux d’imitation p.11). Encore classée dans les pages « filles », les cuisines s’affichent dans 7 catalogues sur 10 en présentent des enfants des 2 sexes.

Et pour que cette nouvelle mixité soit bien comprise, les codes couleurs ont radicalement changé : les cuisines ne sont plus roses mais grises, rouges et vertes.



Cela dit, on remarque :

- que cette mixité ne s’étend pas au rayon ménage qui reste un secteur uniquement féminin,
- que les jeux « de filles » placés dans les rubriques « garçons » (ex : les boites roses de playmobil, les voitures télécommandées roses) ne suscitent pas le même effort de mise en page. Les filles n’y sont pas représentées. On peut supposer que l’interdit de féminin étant plus fort pour les garçons que ne l’est l’interdit de masculin pour les filles, ces dernières vont plus facilement feuilleter les pages réservées aux garçons. D’où leur moindre prise en compte lors de l’illustration des catalogues.

LES ENFANTS REPRESENTES

1 272 photos d’enfants illustrent les pages des 10 catalogues.

Avec un tel effectif, ces dernières donnent une vraie clef de lecture pour l’enfant. Non seulement elles lui indiquent qui joue à quoi et comment, mais elles donnent également un modèle de ce à quoi doit ressembler une petite fille ou un petit garçon.

I – La proportion de filles et de garçons

Les photos ont été classées selon trois catégories : filles, garçons et enfants non classables.

Dans cette dernière catégorie, nous n’avons finalement relevé que des photos de bébés. Par la suite, nous les nommerons « bébés NC ».

Tableau 3 : les proportions d’enfants de chaque sexe

Photos d’enfants	effectifs	Pourcentage
Garçons	639	50.31 %
Filles	533	41.97 %
Bébés NC	98	7.72 %

Les filles ne représentent que 41.97% de l'échantillon d'enfants (Tableau 3).

La moitié des catalogues sont sous la barre des 40% de filles et un seul catalogue présente plus de filles que de garçons (Super U : 55% de filles).

Concernant les enfants non classables, comme précisé auparavant, cette catégorie ne regroupe que des bébés. En effet, l'absence de cheveux et les traits enfantins des tous petits ne permettent pas toujours d'identifier leur sexe.



Les vêtements jouent alors un rôle important. En effet, certains bébés sont habillés de rose, de violet ou portent des barrettes. Ils sont donc clairement et volontairement identifiés comme des filles (et nous les avons donc classés comme tel).

Faut-il en conclure que les autres, habillé de gris, de blanc, de jaune...sont des garçons ? C'est fort probable. Néanmoins, considérant que ces couleurs pouvaient être portées par tous les enfants, nous avons préféré créer une catégorie « non classable ».

II – Vêtements et coiffures

a. Les filles

Elles sourient tout le temps et regardent très souvent le photographe.

88% d'entre elles ont les cheveux longs ou mi longs.



Quand ce n'est pas le cas (notamment pour les enfants de moins de trois ans dont les cheveux n'ont pas encore suffisamment poussé), elles portent alors une barrette, une robe rose ou à fleurs, des chaussures vernis ou tout autre signe distinctif féminin.



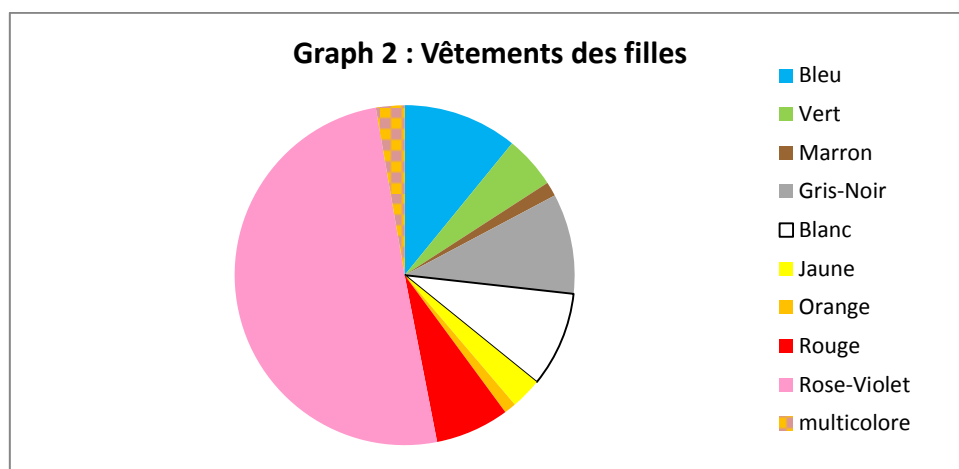
Seule 2% de filles ne sont pas identifiables par leurs cheveux ou leurs vêtements mais par la couleur du jeu avec lequel elles jouent.



Si l'on écarte les enfants dont les vêtements ne sont pas visibles (enfants déguisés, gros plans sur le visage), il reste 441 filles.

50% sont vêtues d'au moins un vêtement rose ou violet.

11% sont vêtues de bleu, 10% de gris et 9% de blanc (Graph. 2).

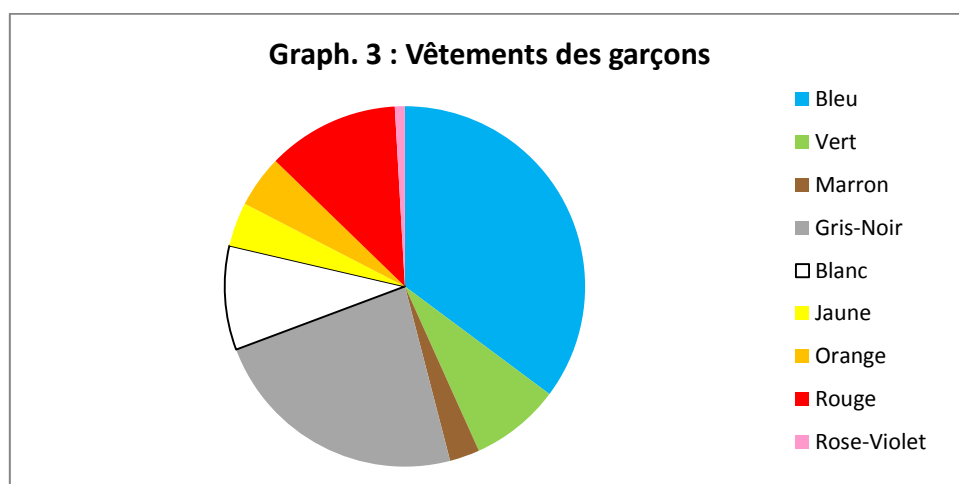


b. Les garçons

Sur les 557 garçons dont les vêtements sont visibles :

- 35 % sont vêtus de bleu,
- 23 % de gris ou noir,
- 12 % de rouge.

Moins d'1% d'entre eux (5 cas) portent un t-shirt rose ou violet (Graph. 3).



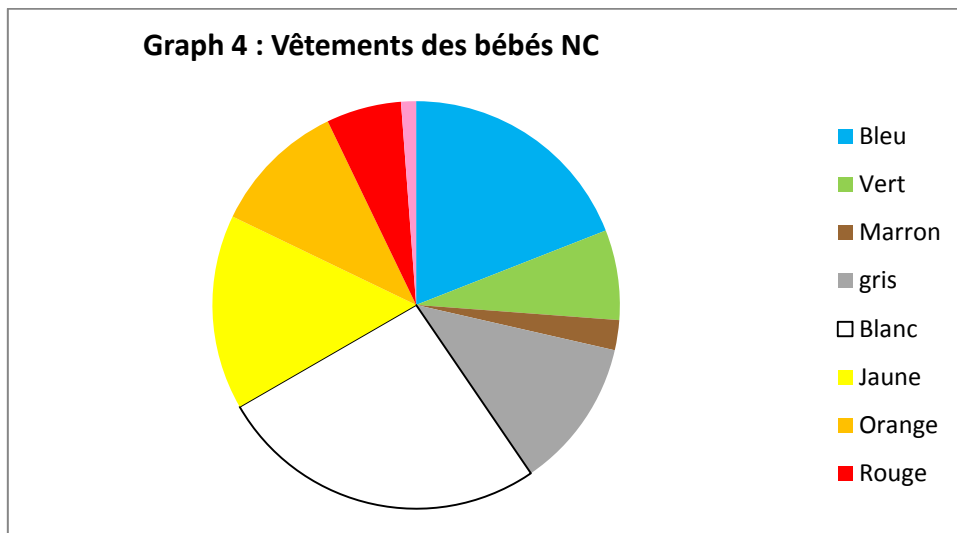
c. Les bébés NC

En écartant les enfants dans le bain (10%) ou ceux déguisés, il reste un échantillon de 84 bébés dont :

- 26 % sont vêtus de jaune ou d'orange,
- 26 % de blanc,
- 19 % de bleu,
- 12 % de gris ou noir (Graph. 4).

Ils portent donc les mêmes couleurs que les garçons mais avec un pourcentage plus important de jaune, d'orange et de blanc.

Cela confirme l'hypothèse exposée précédemment : ces enfants sont majoritairement des garçons (cf. remarque sur les enfants non classables p.6). Ils jouent sur des jeux mixtes. D'une manière très androcentrée, le masculin représente donc le général et l'universel alors que si l'enfant est une fille, le jeu présenté est genré (par sa couleur ou son orientation « fille »).



III – Postures et activités

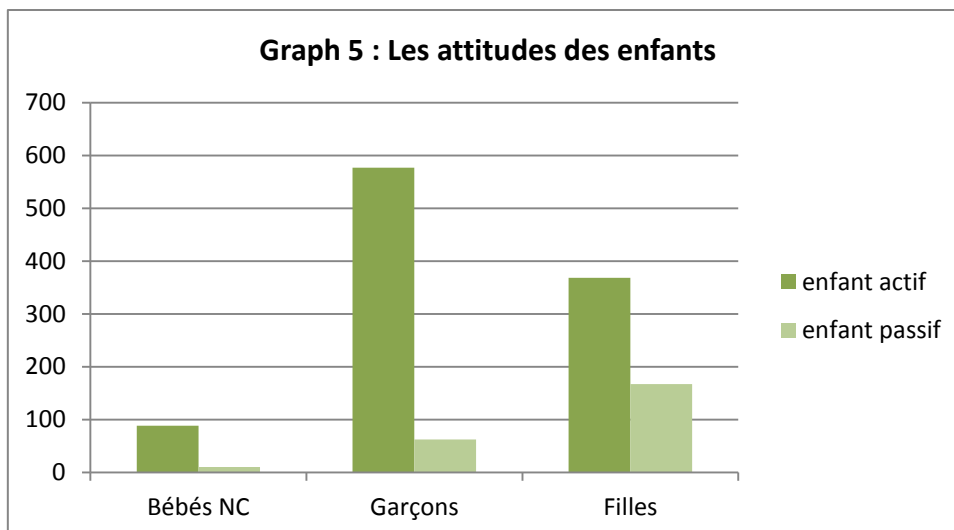
a. Les postures : actif ou passif

81% des enfants sont représentés actifs, c'est-à-dire en plein jeu alors que 19% posent devant le photographe de manière passive.

Par attitude passive, nous avons retenu quatre cas de figures :

- enfant endormi,
- enfant faisant face au photographe, immobile pour montrer un déguisement,
- enfant faisant face au photographe en tenant une peluche dans les bras,
- enfant regardant un autre enfant jouer sans participer.

Si l'on fait ses observations en fonction du sexe des enfants, on observe que 31 % des filles sont représentés passives (avec une peluche, en robe de princesse ou sur le siège passager des voitures électriques...) alors que seul 10% des bébés NC ou des garçons le sont (Graph. 5).



b. Les jeux présentés par les enfants

Très peu d'enfants sont présentés dans une activité contre-stéréotypée.

Si l'on écarte la cuisine qui, comme vu précédemment, est aujourd'hui considérée comme une activité non genrée, seuls 34 enfants déconstruisent les idées reçues:

- 26 filles (soit 5% de l'échantillon féminin),
- 8 garçons (soit 2% de l'échantillon masculin).



A noter, les filles en situation non stéréotypées peuvent jouer seules alors que les garçons sont toujours présentés en binôme avec une petite fille, comme s'il leur fallait un justificatif de cette transgression.

Les peluches

Dans 51 cas sur 60, elles sont présentées par des petites filles qui les câlinent.

Les quelques garçons qui les présentent en rigolent ou les escaladent.



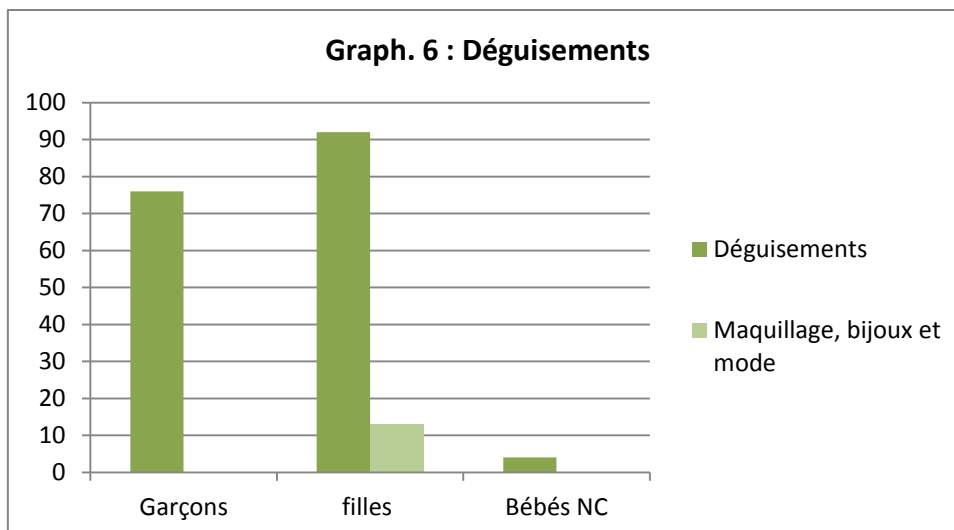
Les jeux d'éveils

Essentiellement mixtes, ces jouets sont surtout présentés par des bébés NC (42%), des garçons (30,5%) et plus rarement par des filles (27,5%).

Comme vu dans le paragraphe sur la couleur des vêtements (p. 8), la présentation d'un jeu mixte reste très androcentrée.

Les déguisements

Peu valorisés par les grandes surfaces, les déguisements se trouvent essentiellement dans les catalogues des enseignes spécialisées. Parmi les 172 costumes présentés, on dénombre 92 costumes portés par des filles, 76 par des garçons et 4 par des enfants NC (Graph. 6).



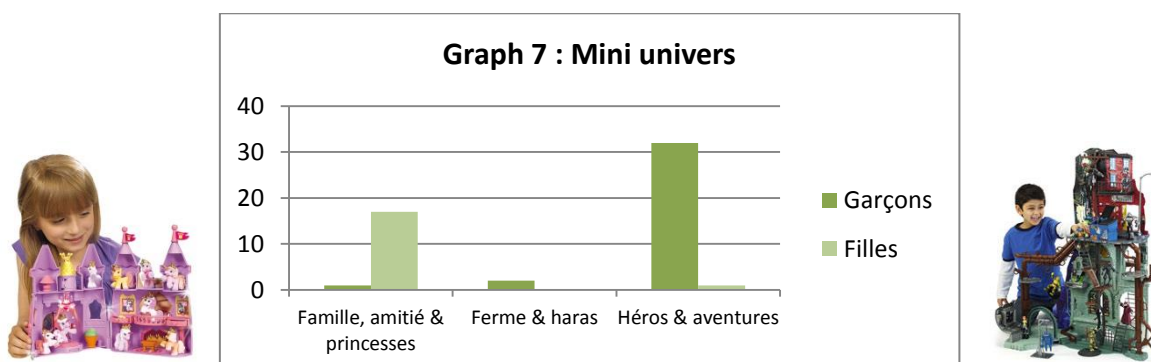
Néanmoins, si l'on regroupe les déguisements par catégorie (et donc si l'on regroupe, entre autre, les 55 robes de princesse dans une seule catégorie), les garçons disposent de 11 types de costumes alors que les filles n'en ont que 8 dont plusieurs jouent sur le même registre (danseuse, mariée, princesse...) (Tableau 4).

Tableau 4 : Les catégories de costumes proposées aux enfants

Bébés NC	Garçons	Filles
Animaux réels ou imaginaire	Super Héros Héros de dessin animé Samouraïs Chevalier Policier - pompier Robot Boxeur Magicien Dracula Pirate Cow boy - indien	Fées Héros de dessin animé Princesse Mariée Danseuse Draculaura - Sorcière Pirate Cow boy - indien

Les mini-univers

Garçons et filles ont des mini-univers mais ils ne jouent pas avec les mêmes jouets. Pour les filles, on trouve des jeux de coopération (la famille de poupées, les « friends » de Lego, le château de princesse...) et pour les garçons, les super-héros et l'aventure (Graph.7).



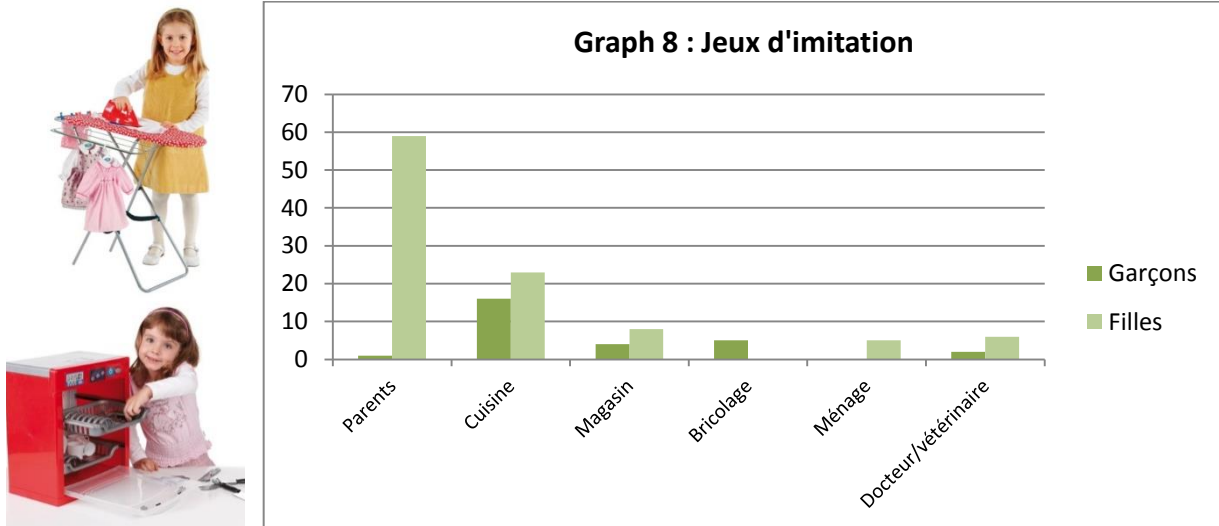
Les jeux d'imitation

C'est globalement un univers de filles (101 pour 28 garçons- Graph. 8).

Les garçons ne s'imposent que sur le bricolage (5 cas sur 5).

Ils peuvent ponctuellement jouer à la marchande mais en étant le client (4 cas).

Enfin, s'ils envahissent les cuisines (17 cas sur 40 – cf. remarque p.5), ils ne partagent pas les tâches ménagères...

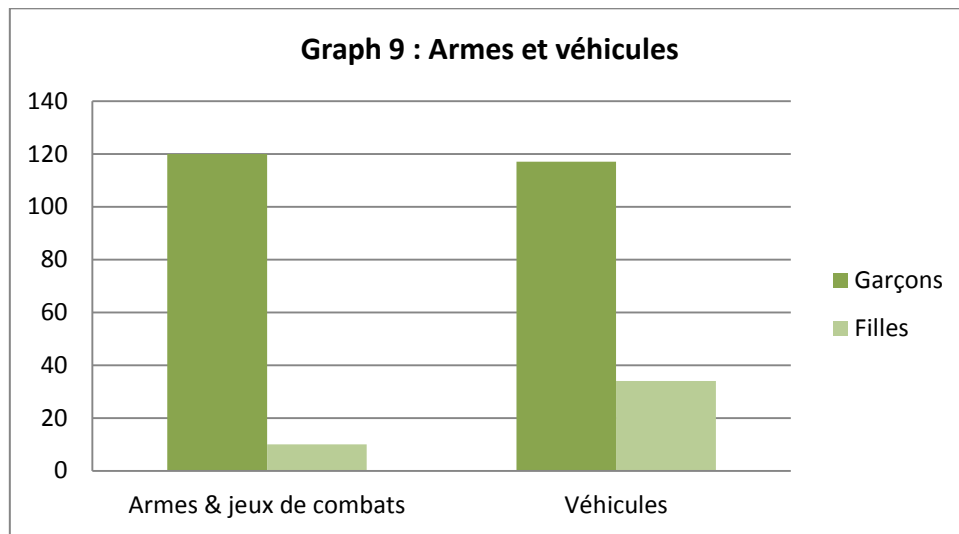


Armes et jeux de combat

Non seulement les armes semblent réservées aux garçons (92% des cas- Graph. 9) mais sur les 639 garçons, 120 présentent une arme ou un jeu de combat soit 19% de l'échantillon masculin !



Pour les filles, nous avons identifié 5 jeux représentés une dizaine de fois et seulement dans la moitié des catalogues.



Véhicules : voitures, avions, grues, fusées, tracteurs...

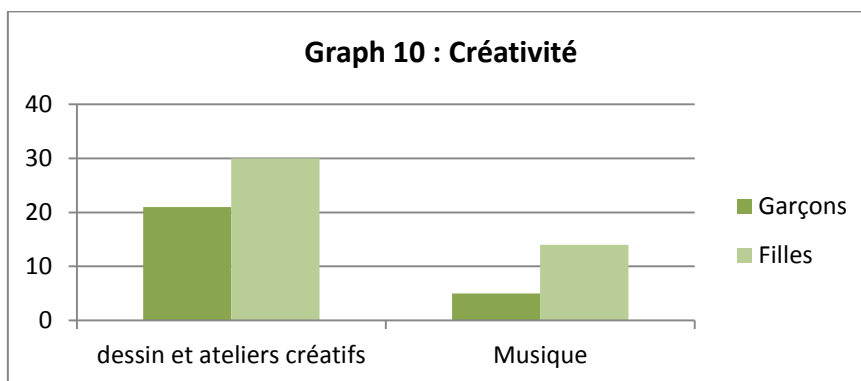
Si 34 filles jouent avec des voitures ou des grues, elles ne représentent que 22% des enfants associés à un véhicule (Graph. 9).

De plus, concernant les véhicules électriques, on s'aperçoit que les filles n'ont le droit de conduire que si leur véhicule est rose. Sinon, à elles le siège passager...



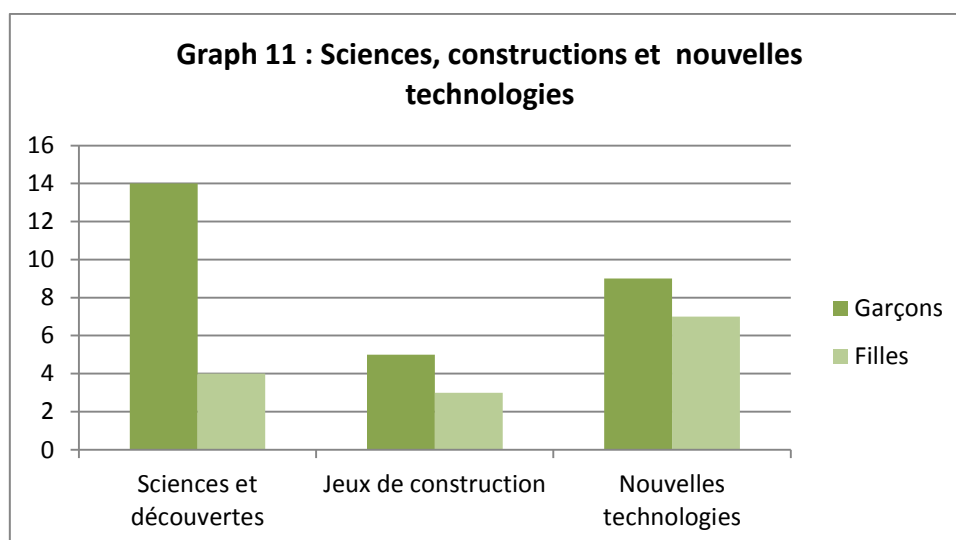
Créativité : dessin, atelier créatif et musique

On dénombre 59% de filles sur les ateliers créatifs ou le dessin et 73,7% sur la musique (Graph. 10).



Sciences, constructions et nouvelles technologies

Si les représentations liées aux nouvelles technologies ou aux jeux de construction tendent à s'équilibrer, les garçons restent majoritaires pour les jeux liés aux sciences (14 garçons pour 4 filles- Graph 11).



Jeux de société

Présentés dans des pages non genrées (notamment sans code couleur), les jeux de sociétés regroupent néanmoins 2 fois plus de garçons (61) que de filles (33).



Jeux d'extérieur et sport

Sur les 95 cas recensés, seuls 40% de filles présentent des activités sportives ou d'extérieur (cabane, toboggan, vélo...).

Parmi elles, les quelques filles (4) présentant une activité sportive ont toutes un signe distinctif féminin, quitte à faire de la boxe en jupe...



Conclusion

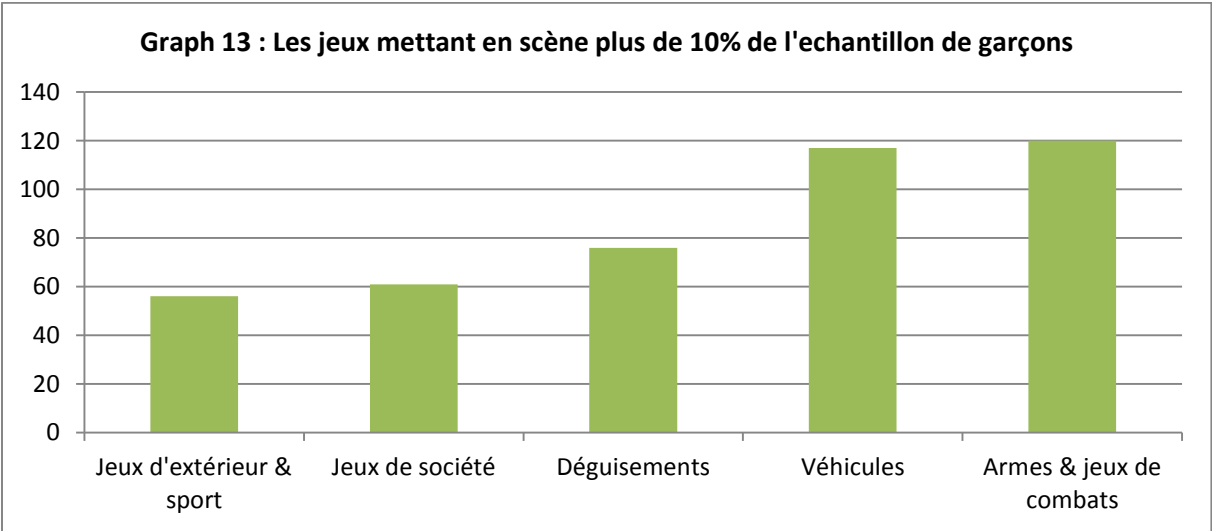
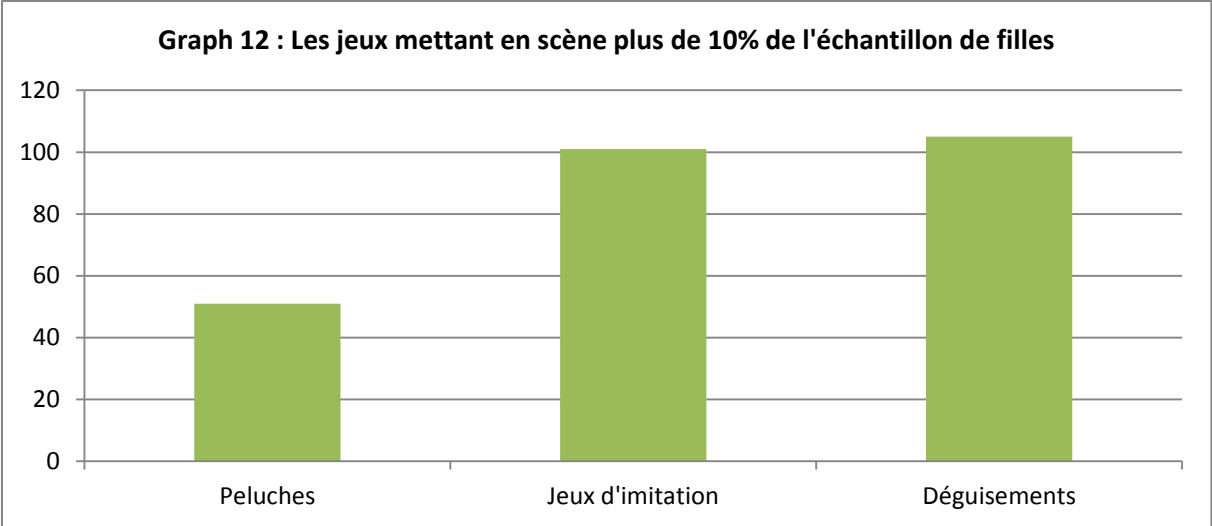
En détaillant les jouets présentés par les enfants, on s'aperçoit que les garçons sont présents dans des situations plus variées et plus nombreuses que les filles (Tableau 5).

Tableau 5 : Genre et type de jouets

Jouets présentés essentiellement par des garçons	Jouets présentés essentiellement par des filles	Jouets présentés par autant de filles que de garçons
<ul style="list-style-type: none">▪ Jeux d'éveil▪ Mini-univers d'aventures▪ Armes & jeux de combats▪ Véhicules▪ Sciences et découvertes▪ Jeux de construction▪ Nouvelles technologies▪ Jeux de société▪ Jeux d'extérieur & sport	<ul style="list-style-type: none">▪ Peluches▪ Déguisements▪ Mini-univers de coopération▪ Jeux d'imitation▪ Ateliers créatifs▪ Musique	<ul style="list-style-type: none">▪ Livres▪ Dessin

De plus, si l'on sélectionne les jeux mettant en page plus de 10% de l'échantillon de garçons (soit au moins 64 garçons) ou plus de 10% de l'échantillon filles (soit au moins 54 filles), la dichotomie est encore plus flagrante :

- pour les filles, peu de possibilités : la sphère privé, la coopération et le calin sécurisant aux peluches (graph. 12),
- pour les garçons, l'injonction au dépassement de soi prend de multiples facettes : les armes, les déguisements de super-héros, les voitures, la compétition qu'elle soit dans les jeux de société ou d'extérieur (graph.13).



SYNTHESE

En rouge, les situations les plus stéréotypées.

En jaune, les points positifs.

		MOYENNE	Intermarché	Carrefour	Super U	Leclerc	King jouet	Toy'R'Us	Joué club	La Grande récré	Oxybul	Nature et Découverte
PAGES	Rubriques filles et garçons	/	oui	oui	Oui	oui	Classement thématique	Oui	Classement thématique	Classement thématique	Classement thématique	Classement par âge
	% de pages non genrées	32,80%	21,90%	28,00%	33%	28,70%	26,70%	16,90%	32,40%	30,50%	50,20%	100%
ENFANTS	% de filles	42,05%	37,80%	39,70%	55,10%	38%	47,40%	41,50%	43,60%	38,40%	42,90%	20,80%
	% de filles en posture passive	31,21%	46,40%	20,00%	4,00%	18,50%	31,70%	38,80%	28,60%	45,90%	24,10%	40%
	% de filles aux cheveux longs ou avec accessoire	87,66%	85,70%	92,00%	92,60%	96,30%	87,30%	86,70%	85%	88,50%	88,90%	80%
	% de filles avec au moins un vêtement rose ou violet	41,50%	50,00%	48,00%	55,50%	66,70%	54%	38,80%	40,80%	32,80%	18,50%	20%
	% de garçons vêtus de bleu- gris- noir	51,02%	78,30%	64,70%	61,90%	58,30%	48,40%	41,10%	48,10%	41,30%	58,10%	50%
ACTIVITES	% de garçons portant une arme	31,30%	36,96%	50,00%	4,76%	25,00%	22,58%	17,05%	13,13%	25,33%	0,00%	/
	% de filles jouant à des jeux d'imitation	18,9%	25%	28,00%	22,22%	22,22%	26,98%	25,51%	55,32%	9,84%	5,56%	/
	% de filles déguisées	19,6%	10,71%	4,00%	0%	0%	6,35%	23,47%	14,97%	37,70%	29,63%	/
	Catégories de déguisements filles	2,2	1	1	/	/	2	4	6	3	5	/
	Garçons en situation non stéréotypée	8 sur 639	0	0	1 sur 21	1 sur 36	0	4 sur 129	0	1 sur 75	1 sur 62	/
	Filles en situation non stéréotypée	26 sur 535	0	2 sur 25	6 sur 27	0	2 sur 63	3 sur 98	6 sur 147	3 sur 61	4 sur 54	/

Pour conclure, les catalogues de jeux présentent un concentré de stéréotypes que cette étude met clairement en évidence.

S'il fallait faire un classement

Seul le catalogue de Nature et Découverte propose une présentation non genrée en classant les jouets par tranche d'âge et sans photos d'enfants. C'est donc celui que nous évaluerons comme le moins stéréotypé même si l'on peut regretter vivement que les introductions de chapitres ne présentent que 5 filles sur 24 photos.

En deuxième position, Oxybul présente plusieurs critères positifs dont notamment un large pourcentage de pages non genrées. Il évite l'opposition armes contre robes de princesses et donne un peu de couleurs aux vêtements des filles. Néanmoins, ces dernières conservent les cheveux longs et près de 2/3 des garçons restent vêtus de couleurs traditionnelles.

En troisième position, Super U donne la part belle aux filles qu'il choisit nombreuses et actives. Il met également en valeur quelques enfants en position non stéréotypés mais l'enseigne conserve le sexisme des rubriques « filles » et « garçons » et ne s'affranchit pas des stéréotypes liés aux vêtements ou aux coiffures.

Arrivent ensuite les enseignes spécialisées dans les jouets. Ce sont elles qui dominent le marché. Malheureusement, elles semblent assez indifférentes à la volonté de déconstruire des stéréotypes.

Enfin, les catalogues des grandes surfaces présentent un condensé de sexisme. Attristant quand on sait que ces dernières représentent le deuxième circuit de distribution derrière les spécialistes et que, crise aidant, leurs prix attractifs n'ont pas fini de séduire les consommateurs...

Que disent les catalogues à nos enfants ?

Reproduction miniature du monde des adultes et première initiation à de nombreux domaines de la vie sociale, les jouets sont de véritables outils d'apprentissage pour les enfants.

Or, en mettant en scène un univers extrêmement genré et stéréotypé, les spécialistes du jouet sont un des rouages de l'intériorisation des inégalités femmes-hommes.

Ainsi, à la lecture des catalogues de Noël, non seulement certaines dichotomies seraient aussi genrées qu'irréconciliables (intérieur/extérieur, sécurité/danger ou coopération/compétition) mais garçons et filles n'auraient pas les mêmes potentiels.

Comme l'écrivait Mona Zegaï en 2010, les spécialistes du jouet véhiculent « *une véritable idéologie de la différence des sexes* » où chaque enfant se voit réduit de 50% de ses capacités : aux filles l'intime et le relationnel, aux garçons la place active dans la société.