



Comment donner les mêmes chances aux femmes

Le 15 novembre dernier, le Think Tank Marie Claire s'est interrogé sur les mesures à prendre pour une réelle égalité dans l'éducation et la transmission. Par Catherine Durand

Aux filles, patience, bienveillance, beauté, générosité. Aux garçons, force de caractère, ambition, confiance en soi, esprit de compétition. Ce chapelet de stéréotypes n'est pas extrait d'un manuel du XIX^e mais d'un sondage réalisé pour Marie Claire⁽¹⁾, dévoilé le 15 novembre lors du deuxième rendez-vous de notre Think Tank Agir pour l'égalité, en partenariat avec le Connecting Leaders Club, dans les locaux de Salesforce France. Son thème ? Education, transmission : quelles mesures concrètes en faveur d'une réelle égalité des chances ? Un thème qui soulève beaucoup de questions : élève-t-on nos fils comme nos filles ? Comment transmettre les mêmes choix de carrières aux femmes ? Comment les inégalités sociales imputent-elles les inégalités de genre ? Des interrogations sur lesquelles se sont penchés nos partenaires⁽²⁾, des membres du comité scientifique et des spécialistes du monde de l'entreprise, de l'université, des médias, du cinéma. 63 % des sondés pensent que les femmes ayant une position de pouvoir sont souvent dures.

directrice de la rédaction. *Elles ne sont pas à leur place, elles y sont par effraction, comme illégitimes.* » Encore faut-il qu'elles se sentent légitimes, égales aux garçons qu'elles côtoient depuis la maternelle, où tout commence. « *La mixité est un impensé à l'école et dans le travail,* déplore Brigitte Grésy, secrétaire générale du Conseil supérieur de l'égalité professionnelle. *Il ne faut pas s'étonner si dans le classement Forbes des 30 start-up leaders dans le monde, une seule soit dirigée par une femme.* »

La confiance en soi fondamentale

En France, 41 % des élèves en terminale S sont des filles, peu enclines par la suite à suivre une carrière scientifique ou financière, comme le souligne Isabelle Huault, présidente de l'université Paris-Dauphine : « *Nombreuses en éco-gestion, les étudiantes ne sont que 30 % à intégrer maths-informatique. Elles sont dans l'autocensure.* » Comment prendre confiance en soi quand l'image des femmes véhiculée par les médias, la publicité, les réseaux sociaux et la fiction cumule les poncifs sexistes ou

1. Radu Mihaileanu (réalisateur), Anne-Christine Champion (Natixis), Marianne Mairesse (Marie Claire), Sylvie Pierre-Brossolette (CSA) et Emmanuelle Daviet (Radio France).
2. Tony Prophet (Salesforce) et Valérie Hoffenberg (Connecting Leaders Club).
3. Dans le public, les questions ont fusé.

dégradants ? Sylvie Pierre-Brossolette, du CSA, dépiste les stéréotypes récurrents malgré la Charte de bonne conduite adoptée par les agences de publicité et la remise, chaque année, par les télé et les radios, des indicateurs sur la représentation femmes-hommes dans leurs programmes. « *Avec Brigitte Grésy, nous avons analysé la série Candice Renoir : look rose, toujours en retard à cause des gosses, remèdes de bonne femme, c'est à hurler de rire. Quant à Nina, l'héroïne est infirmière mais tous les hommes médecins. Sans parler de la télé réalité et des talk-shows. Là, on sanctionne.* » De nombreuses propositions, qui figureront dans un livre blanc remis au gouvernement, ont émergé : parité dans les médias, meilleure représentation des femmes de pouvoir, formation des équipes éducatives dès la maternelle, diffusion d'études sur les différences biologiques des sexes... Et un conseil de Brigitte Grésy à retenir : « *Nous les femmes devons regarder le monde plutôt que de dépenser notre énergie pour que l'on nous regarde.* »

1. Etude Harris Interactive sur les stéréotypes dans le cadre de l'observatoire de l'égalité, pour Marie Claire. Novembre 2018.
 2. Salesforce France, L'Oréal, Natixis, CSP-The Art of Training, Radio France et TF1.