

L'ESSENTIEL SUR LES JOUETS GENRÉS

FICHE CONSEIL

Une dinette rose pour une petite fille, un jeu de construction pour un garçon : les clichés ont-ils la peau dure ? Oui malheureusement, et le sexisme se glissera encore sous le sapin de ce Noël 2020, mais les mentalités évoluent (doucement)...



Marre du rose !

Depuis des décennies, à l'approche de Noël, que nous propose-t-on dans les magasins de jouets au « rayon filles » ? Maquillage, poupées, bijoux, robes de princesses, poussette, dînettes... Des objets roses, mauves, pailletés, pour souligner qu'ils ne sont surtout pas destinés aux garçons, et qui renvoient à la sphère domestique ou à l'apparence.

Au « rayon garçons » en revanche, ce sont des voitures, des super-héros qui glorifient la force, des jeux de construction ou des jeux scientifiques qui valorisent la réflexion.

Depuis 2015, les associations Pépète Sexiste, Osez le féminisme ! et les Chiennes de garde s'associent en fin d'année pour dire stop au sexisme et aux stéréotypes sexistes véhiculés par l'univers des jouets avec un mot d'ordre : [marre du rose !](#)

Encourager les stéréotypes de genre, ce n'est pas un jeu

On pourrait se dire : « ce ne sont que des jouets, après tout. Pas de quoi prendre ça au sérieux... » Pourtant, les jouets ne sont pas « que » des jouets. S'ils ont bien une fonction ludique, ils sont également des supports d'apprentissage pour les enfants. Ils participent à leur éducation et à leur développement.

Les jouets genrés, eux, limitent les horizons et enferment les enfants, dès le plus jeune âge, dans des rôles stéréotypés. Pourquoi, alors que la plupart des femmes travaillent aujourd'hui, les filles devraient-elles encore se projeter prioritairement dans les activités domestiques, les métiers du soin et apprendre à séduire les garçons dès l'âge de 3 ans ? Exclues des jeux d'aventure, de découverte et de création, comment pourraient-elles s'intéresser au domaine des sciences, de la technique, de la construction ? De la même façon, pourquoi les petits garçons devraient-ils tous rêver de se transformer en super-héros ?

Les jouets genrés exacerbent non seulement les différences entre fille et garçons en induisant ce que les enfants devraient aimer en fonction de leur sexe mais ils prescrivent aussi ce qu'ils ne devraient pas aimer. Ils suggèrent ainsi les comportements que l'on attend d'eux. Qu'une fillette n'a peut-être pas les compétences pour construire le train de voyageurs télécommandé Lego et qu'un garçon n'a pas sa place à la cuisine, ou n'a pas l'instinct pour s'occuper d'un bébé.

Pour le psychiatre Serge Hefez : « Un jouet n'est pas par nature sexué. C'est la famille et la normativité qui poussent l'enfant à le croire. Un enfant est curieux et polymorphe. Il aime découvrir des terrains différents mais a une pression sur les épaules. Dès qu'il sort de la norme, il se sent en souffrance. » Dans ces conditions, difficile pour un enfant de s'aventurer dans les rayons réservés aux jouets du sexe « opposé » ...

Les as du marketing

En 40 ans, la proportion de jouets genrés a considérablement augmenté, jusqu'à représenter 100 % de l'offre de certains catalogues. Alors que nombre de jouets dans les années 1970-1980 étaient unisexes, ni roses, ni bleus, et se transmettaient de frères à sœurs et vice-versa, la séparation entre jouets de filles et de garçons s'est réellement accentuée au début des années 1990.

Les stratégies marketing des fabricants et des distributeurs de jouets se sont alors affinées et l'on a assisté à une redoutable segmentation des produits en fonction de l'âge et du sexe des enfants. Une formidable trouvaille pour multiplier les ventes par deux ! Comment donner la trottinette Hello Kitty de l'aînée au petit frère ? Comment résister à cette pression marketing ? Certains parents ont beau tenter de faire fi de ces considérations (après tout, le rose va aussi aux garçons...), il y a toujours l'école et la télévision pour rappeler les enfants à l'ordre.

Iron Man finira-t-il par passer l'aspirateur ?

Pourtant, tout n'est pas noir au royaume du rose et du bleu. Si les jouets sous licence demeurent très genrés, nombre de fabricants et distributeurs de jouets tendent à offrir des produits de plus en plus mixtes. Certains en font même un argument de vente ! Il faut dire que la pression des associations et des pouvoirs publics est très forte depuis quelques années.

En 2019, l'ensemble des acteurs de la filière a même signé avec le gouvernement une charte visant à développer des jouets qui ne véhiculent pas de stéréotypes, à promouvoir de manière large les jeux scientifiques avec la création d'un label « sciences, technologie, ingénierie, maths (STIM) », à proposer des visuels neutres ou mixtes, à supprimer la catégorisation filles/garçons et à former leurs personnels de vente. Un an après, [cette charte semble commencer à porter ses fruits](#). Les jeux d'expériences scientifiques (du type « petit chimiste »), par exemple, proposent des packagings comportant des visages à la fois de filles et de garçons. Au rayon de ce qu'on appelle les « jeux d'imitation », c'est-à-dire les modèles réduits de cuisines, aspirateurs, etc. on lit désormais « Pour faire comme les grands » et non plus « Pour faire comme maman ».

Nombre de rayons de magasins spécialisés et de catalogues sont organisés par âge et non plus par genre. Un module de formation a été conçu pour les vendeurs, afin qu'ils conseillent les acheteurs en fonction de l'âge de l'enfant ou de ses centres d'intérêt, et non plus seulement de son genre. Enfin, une nouvelle charte élargie à de nouveaux acteurs – professionnels de la petite enfance et de l'accompagnement à la parentalité, notamment – a été signée en septembre de cette année.

Les parents et la liste au père-Noël

Évidemment, les parents jouent un rôle déterminant dans le choix des jouets et sont susceptibles eux aussi de déjouer certains stéréotypes. Mais ce n'est pas si simple ! La séparation entre jouets de filles et jouets de garçons rassure certains parents. Une [enquête réalisée par Tilinoo en 2019](#) indique ainsi que les considérations de genre impactent toujours fortement les comportements d'achat, en particulier quand le jouet est destiné aux garçons. Il semblerait en effet qu'il soit plus facile pour une fille d'obtenir une voiture Spider-Man, que pour un garçon de se voir offrir la poupée Reine des Neiges de ses rêves... Comme quoi les stéréotypes de genre ont encore de beaux réveillons devant eux.

Et si pour Noël votre fille veut vraiment une poupée Barbie ? Si votre garçon est définitivement dingue de superhéros ? Il ne s'agit évidemment pas de leur interdire les jouets dont ils rêvent mais de les aider à ne pas se sentir enfermés dans des cases pleines de stéréotypes. Chaque enfant devrait pouvoir oser aller vers ce qui l'attire réellement, et non plus vers ce qu'on lui impose en fonction de son sexe. Quelque chose à garder en tête, à l'approche de Noël !

