

24e PARLEMENT DES ENFANTS

PROPOSITION DE LOI

Visant à promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes, notamment en assurant la mixité dans la création, dans la promotion et la distribution de jeux et jouets non genrés.

PRÉSENTÉE

Par les élèves de la classe de CM2 de l'école élémentaire PARMENTIER (Département du Rhône, Académie de Lyon) :

BAICHE Nacim, BOUCHAMA Sullyvan, BOULIFA Haniefa, CHOUKRI Az-ddine, DEUBRAS Shawn, EL ABOUBI Mohamed, ELKAZOVIC Emir, KARI Chahinez, KAZADI MWANA Nathan, KECHAD Jihane, KHALED Maria Nour El-Yakine, LACHHAB Amine, LUFULAKIO Julia, MALKI Farouk, MARIE-CATHERINE Ambre, MATALAH Shaïna, MERADI Rayan, MERDASSI Nadir, MOKDAD Malak, MUNTEAN Isac-Avrane, PLATEL Inaya, RAIS Maya, SAOULI Djena, YAHYAOUI Maryam.

Exposé des motifs

La Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et du Citoyen de 1789 affirme dans son premier article que « les Hommes naissent libres et égaux en droit ».

Pourtant les hommes et les femmes ne sont pas toujours égaux, et traités de la même manière : pour les salaires, les hommes sont souvent mieux payés, certains métiers sont « réservés » aux hommes ou aux femmes, les hommes ont souvent accès à des métiers plus qualifiés, et les postes à responsabilités sont occupés en majorité par des hommes.

Dans notre quotidien, nous sommes confrontés à de nombreuses situations où l'égalité entre les hommes et les femmes n'est pas respectée : pour choisir nos vêtements dans les magasins, à l'école pour choisir les jeux dans la cour, etc.

Nous avons choisi de nous intéresser aux stéréotypes qui concernent les jouets, mais aussi tout ce qui les entoure : la publicité, les magasins, les emballages.

Les jeux et les jouets sont des objets que nous utilisons régulièrement à notre âge, et nous ne voulons pas être influencés par ces stéréotypes qui cherchent à contrôler notre cerveau et nous priver de notre liberté.

Nous avons observé que, dans presque tous les magasins, il existe des emplacements et des rayons réservés aux filles et aux garçons. L'ameublement, la décoration, la signalétique indiquent que ces rayons sont « réservés » à un genre. Dans les catalogues de jouets, il y a des pages réservées aux filles et aux garçons. Les jouets eux-mêmes sont très genrés.

Nous avons constaté que les images utilisées pour les emballages et dans les publicités (dans les magasins, les prospectus et à la télévision) sont également stéréotypées. Par exemple, les couleurs présentes dans ces rayons, ces emballages et ces publicités nous indiquent que les jouets sont destinés à des filles ou des garçons (rose, violet pour les filles et bleu, vert pour les garçons).

Nous pensons qu'à cause de cela, on peut s'interdire de faire certaines activités parce qu'elles sont présentées comme si elles étaient réservées à un autre genre. Dès notre enfance, on essaye de nous conditionner en nous « forçant » à jouer et utiliser certains jouets selon notre genre, ce qui influence nos choix et donc notre future vie d'adulte.

C'est pour cela que nous avons décidé d'écrire cette proposition de loi sur les jeux et les jouets, qui contient trois articles, pour garantir l'égalité entre les hommes et les femmes dès l'enfance. Les enfants d'aujourd'hui sont les citoyens de demain qui devront rester libres de leurs choix et égaux, quelque soit leur genre.

Articles

Article 1

La vente de jeux et jouets stéréotypés fille/garçon est interdite. Les vendeurs doivent obligatoirement refuser de faire du commerce avec les fabricants, français ou étrangers, qui en produisent. Cette obligation concerne à la fois les produits et les emballages.

Article 2

Les rayons des magasins doivent être rangés par catégories sans distinction de genre, implicite ou explicite, pour que les consommateurs puissent être libres de leur choix (exemple : constructions, jeux de rôle, sciences, etc.). La signalétique doit aussi respecter ce principe.

Article 3

Les publicités pour ces jeux et jouets, qu'elles soient télévisées ou sous format papier, doivent obligatoirement respecter la mixité homme/femme en n'associant pas une couleur, une scénographie, une activité ou un comportement à un genre car ces stéréotypes influencent le choix des consommateurs et ne favorisent pas l'égalité entre les hommes et les femmes.