



POUR UNE
COMMUNICATION
ÉGALITAIRE

*Guide des bonnes
pratiques en interne
et vers l'externe*

AU SOMMAIRE

• P 4 •
Édito



• P 5 •
La Ville de Rezé
s'engage



• P 6 •
Communication écrite



• P 10 •
9 bonnes pratiques
pour une communication
égalitaire



• P 12 •
Communication visuelle



• P 16 •
Expressions à privilégier



• P 17 •
Qu'en dit la loi ?



• P 18 •
Envie d'en savoir plus ?

“

Le langage n'est pas un simple outil de communication, c'est le reflet de nos préjugés, le miroir de nos rapports de forces, de nos désirs inconscients.

Rendre invisible dans le vocabulaire l'accession des femmes aux fonctions de prestige est une façon de les nier.

”



Benoîte GROULT,

autrice, présidente de la Commission de féminisation des noms de métiers en 1984/86.

EFFET MIROIR :

Au 18^e siècle, l'assemblée de l'Académie française, composée d'hommes nobles, décide que le masculin doit l'emporter sur le féminin dans la langue, puisque l'homme est plus noble que la femme :

« le genre masculin est réputé plus noble que le féminin, à cause de la supériorité du mâle sur la femelle »

(Beauzée, Grammaire générale, 1767).

ÉDITO



Credit : Ville de Rezé

Cécilia Burgaud,
adjointe égalité
femmes-hommes
et lutte contre les
discriminations



Portées par la direction générale des services, les directions dialogue citoyen et communication et solidarités-santé et la communication interne, les bonnes pratiques recensées dans ce guide relèvent d'un cadre obligatoire et leur mise en œuvre se doit d'être effective dans l'ensemble des services et directions.

La parité a toute sa place dans notre communication. Sous toutes ses formes, elle fait partie des outils qui permettent l'accès à l'égalité entre les femmes et les hommes. Dans notre société, nous pouvons toutes et tous constater que certains usages de la langue française contribuent à exclure les femmes et à renforcer les stéréotypes de genre.

Avec ce guide conçu de manière simple et directe, la Ville de Rezé souhaite affirmer son engagement pour une égalité réelle au sein de notre collectivité et sur notre territoire. En effet, il nous appartient à toutes et tous de modifier notre façon de communiquer et ainsi faire évoluer notre système de pensée.

Vous y trouverez des repères et des recommandations pour que les femmes et les hommes soient également considérés dans vos :

- *courriers et courriels,*
- *formulaires administratifs,*
- *délibérations et notes,*
- *et plus largement, documents de communication : articles, communiqués, flyers et autres supports pour rendre visible le féminin comme le masculin.*

L'objectif étant de vous accompagner pour vous donner les clés d'une communication qui contribue à l'égalité entre les femmes et les hommes.

Merci, à toutes et tous, pour votre implication dans la mise en œuvre de ces pratiques qui favoriseront les changements des mentalités en faveur de l'égalité !

LA VILLE DE REZÉ S'ENGAGE

> En 2018, la Ville de Rezé a signé la **Charte européenne pour l'égalité entre les hommes et les femmes dans la vie locale**.

L'article 6 vise à contrer les stéréotypes dans la communication écrite et visuelle. S'en suit un premier plan d'actions en faveur de l'égalité femmes-hommes adopté par la ville pour 2019/2020.

> En 2020, l'axe 1 - Rezé, vivante, nature et inclusive du **projet de mandat de Rezé citoyenne** affirme comme l'un de ses objectifs : **œuvrer pour plus d'égalité entre les femmes et les hommes**.

> Fin 2022, la Ville de Rezé a adopté une feuille de route de **32 actions pour l'égalité femmes-hommes**.

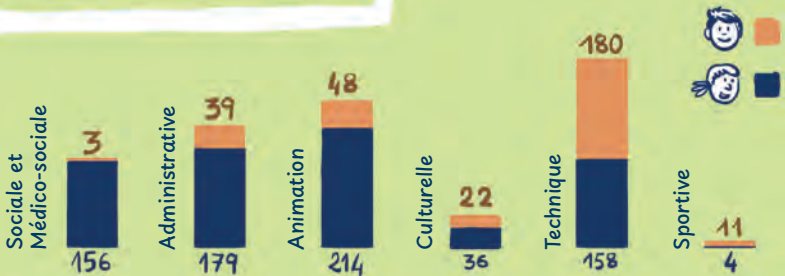
Données extraites du Rapport social unique (RSU) 2023/Ville de Rezé :

Répartition des femmes et des hommes de l'effectif 2023



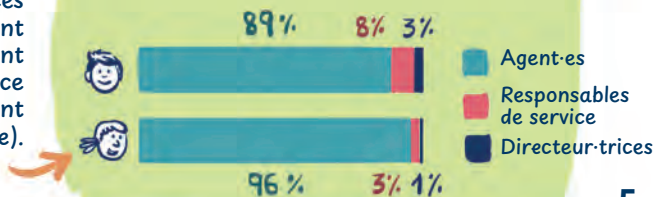
La répartition femmes/hommes de l'effectif 2023 reste similaire à celui de 2022, c'est à dire majoritairement féminin. Plus de 7 agents sur 10 sont des femmes.

Répartition des femmes et des hommes selon les filières



1% des femmes travaillant à la mairie sont directrices (3% des hommes sont directeurs) et 3% sont responsables de service (8% des hommes sont responsables de service).

Postes à responsabilité selon le genre



COMMUNICATION ÉCRITE



Ce qui n'est pas nommé n'existe pas... Loin d'être anecdotiques, les mots, comme les images, participent à la lutte contre les stéréotypes sexistes et contre l'invisibilité des femmes ou des hommes.

1 ÉLIMINEZ LES EXPRESSIONS SEXISTES



Dans une circulaire de 2012, le gouvernement a adopté la **suppression du terme « mademoiselle »** dans tout document administratif officiel, interne ou externe. Cette disposition a été renforcée par la loi de 2014 dans laquelle il est **déconseillé de recourir à des expressions qui renvoient à la situation conjugale d'une personne** et qui participent à **l'exacerbation des rôles sociaux traditionnels**.

Mademoiselle	Madame
Nom de jeune fille	Nom de famille/Nom d'usage
Nom patronymique	Nom de famille
Nom d'épouse ou d'époux	Nom d'usage




2

FÉMINISEZ LES NOMS DE MÉTIERS, TITRES, GRADES ET FONCTIONS

Féminisés au Moyen-Âge, ils ont disparu au profit de l'exclusivité du masculin pour les professions considérées comme «supérieures». Les féminiser à nouveau **donne de la visibilité aux femmes** et tout particulièrement à celles exerçant des professions encore majoritairement «masculines». Faire évoluer les noms de métiers avec notre société, c'est aussi **ouvrir le champ des possibles** en termes d'orientations scolaire et professionnelle pour les filles et les garçons.



La féminisation est à appliquer dans tous les documents, courriels, offres d'emploi y compris dans vos signatures Outlook.

Madame le maire	Madame la maire	
Madame le directeur	Madame la directrice	
Madame l'agent administratif	Madame l'agente administrative	
Madame le rédacteur	Madame la rédactrice	
Madame l'ingénieur	Madame l'ingénieure	




3

OPTEZ POUR LES MOTS ÉPICÈNES ET GÉNÉRIQUES

- Un mot **ÉPICÈNE** ne change pas de forme que l'on se réfère à un nom féminin ou masculin.

Les agents de la fonction publique	Les fonctionnaires	
À la satisfaction de tous	À la satisfaction générale	
Les chefs de la sécurité	Les responsables de la sécurité	

- Un mot **GÉNÉRIQUE** sert à présenter une catégorie entière d'êtres ou de choses.

La directrice/Le directeur	La direction	
Les Français	La population française	
Les agentes et les agents	Le personnel	



Un doute ? Une question ?

Consultez la liste issue de *Femme, j'écris ton nom...*
Guide d'aide à la féminisation des noms de métiers, titres, grades et fonctions (Documentation française).
 À lire sur : www.vie-publique.fr



4

ADOPTÉZ LE POINT MÉDIAN (·) AVEC PARCIMONIE

Le point médian peut être utilisé lorsque les autres outils de communication inclusive et égalitaire (mot épïcène, double flexion) ne sont pas adaptés.

Pour **la COMMUNICATION EXTERNE :**

uniquement pour les titres, sous-titres, intertitres, chapôts et légendes.

Pour **la COMMUNICATION INTERNE :**

même usage et dans le corps de texte avec parcimonie.

• Utilisez un seul point

~~Les habitant-e-s~~

Les habitant·es

~~Les citoyen-ne-s~~

Les citoyen·nes

~~Les agent-e-s~~

Les agent·es



• L'utiliser uniquement lorsqu'une ou deux lettre(s) changent (pas en cas de changement de syllabe)

~~Les collaborateur-trices~~

Les professionnel·les



Attention, le point médian n'est pas le point de fin de phrase !



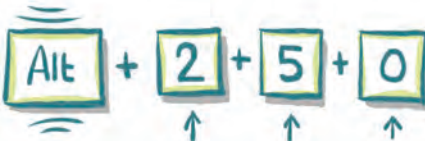
SUR WINDOWS :

avec la touche **Alt** enfoncée,
tapez 250.



SUR MAC :

appuyez
sur **Alt + MAJ + F**



ASTUCE

En cas de difficulté, utilisez un tiret.





5

UTILISEZ LE FÉMININ PUIS LE MASCULIN DANS LES MESSAGES ADRESSÉS À TOUTES ET TOUS

Accolez le féminin et le masculin des mots quand vous parlez d'une population mixte.



Les cheffes et les chefs

Les directrices et les directeurs

Pour toutes et tous

Les habitantes et les habitants

Les candidates et les candidats

Les électrices et les électeurs

Cette règle a été retenue pour marquer l'engagement de la Ville de Rezé sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes. La mise en avant systématique des femmes permet de lutter contre leur invisibilité.

Exception : dans les encadrés Facile à lire (FALC) : l'ordre alphabétique est maintenu car il s'agit d'une norme européenne spécifique.

6

PRÉSENTEZ DE FAÇON IDENTIQUE LES FEMMES ET LES HOMMES



Les femmes sont souvent désignées uniquement par leur prénom et leur qualité « d'épouse de » ou « de mère des enfants » contrairement aux hommes que l'on présente habituellement en déclinant toute leur identité et en précisant leur profession.

Restreindre l'identité des femmes à leur prénom seulement les renvoie à la sphère privée, de l'intime, participant du même coup à une **décrédibilisation** certaine.



~~Le directeur Jean Dubois est arrivé avec la maire.~~

Le directeur Jean Dubois est arrivé avec Agnès Bourgeais, la maire.

~~Deux femmes ont rédigé une note au BM.~~

Yvonne Sy et Anne Vix ont rédigé une note au BM.



9 BONNES PRATIQUES

POUR UNE COMMUNICATION ÉGALITAIRE



COMMUNICATION VISUELLE



Certaines représentations stéréotypées correspondent à des réalités. Pas question de ne plus représenter de femmes réalisant des tâches domestiques puisqu'elles en assument encore 80 % (cf. HCE) mais il convient de ne pas masquer la réalité sociale : femmes cheffes d'entreprise, ingénieures, astronautes, et hommes infirmiers ou caissiers. Si des visuels représentent des métiers ordinairement très genrés, il faut penser à montrer des femmes et vice versa.

1

ADOPTÉZ CES 7 RECOMMANDATIONS



- **COULEURS** : évitez les couleurs douces et roses pour les femmes, sombres et bleues pour les hommes.
- **ACTIVITÉ EXERCÉE** : ne représentez pas systématiquement les femmes dans des activités maternantes et les hommes dans des activités de direction ou dans les secteurs de la technique, de la high-tech ou exigeant des capacités physiques et manuelles.
- **VÊTEMENTS** : ne représentez pas systématiquement les femmes ou les hommes dans des vêtements stéréotypés ou inappropriés pour l'activité réalisée.
- **ATTITUDE DES PERSONNES** : ne représentez pas systématiquement les femmes dans des positions passives et les hommes dans des positions dominantes.
- **PLACE SUR L'IMAGE** : évitez de représenter les hommes au premier plan, et les femmes en arrière-plan ou dans les marges.
- **ENVIRONNEMENT** : ne représentez pas systématiquement les hommes en extérieur et en milieu professionnel et les femmes à l'intérieur et dans la sphère domestique.
- **INTERACTIONS ENTRE LES PERSONNES** : privilégiez la coopération au rapport de force.



GUIDE MODES D'ACCUEIL 2022

Un homme représenté dans une activité relevant d'un service à la personne.



AFFICHETTE MÉDIATION 2023

Représentation de la mixité dans la pratique sportive.





LAURA



JULIEN

POSITION **Détente** : rien ne signifie qu'elle prépare un concours, elle pourrait tout aussi bien lire un roman !

Travail : sourcils marqués, chevelure sombre et expression de concentration.

ACTIVITÉ **Passivité** : une seule activité solitaire.

Activité : l'ordinateur évoque le travail, le lien avec l'extérieur (courriels/réseaux sociaux).

DÉCOR **Beaucoup de livres et pas de dossiers.** L'intérieur est le domaine de la femme par excellence.

Des dossiers et non des livres. On imagine qu'il travaille dans un bureau.

COULEURS **Blanc/tons clairs = douceur = femme/féminité.** Cela est accentué par la lumière douce.

Bleu/tons foncés = action = homme/masculinité/virilité. La lumière encore faible évoque un début ou une fin de journée : c'est un bosseur !

TEXTES **Laura a trouvé LE poste de ses rêves.**

- LE [article défini] indique qu'elle ne pouvait pas trouver autre chose.
- Ses rêves : la rêverie reste l'apanage du féminin même dans le domaine professionnel.
- C'est l'avenir qu'elle a toujours envisagé : elle rêve de son avenir, on ne sait pas si elle a les moyens de le réaliser.

Julien a trouvé UN poste à la hauteur de ses ambitions.

- UN [article indéfini] indique qu'il a plus de possibilités.
- Ses ambitions : l'ambition caractérise le masculin.
- C'est la concrétisation de son projet : l'homme a un projet professionnel. Il est dans l'action, il a des objectifs et se donne du mal pour les réaliser.

2

ÉQUILIBREZ LE NOMBRE DE FEMMES ET D'HOMMES



Lutter contre l'invisibilisation des femmes, c'est aussi **donner autant d'espace aux femmes qu'aux hommes.**

Bon exemple



(crédit : Ville de Rezé)



L'équipe municipale de la Ville de Rezé.



Majorité d'hommes aux postes de décision, perpétuant les stéréotypes.

Mauvais exemple



(crédit : Yoan Valat/AFP)

PENSEZ-Y AUSSI POUR :

- les sujets de communication,
- les temps de parole, le nombre d'intervenantes lors d'événements,
- les noms de sites, bâtiments, salles,
- ...

3

DIVERSIFIEZ LES REPRÉSENTATIONS DES FEMMES ET DES HOMMES



La communication publique doit veiller à s'adresser **aux femmes et aux hommes** de tous âges, toutes origines, tous milieux professionnels, toutes religions, toutes capacités physiques ou mentales et de tous lieux.

ASTUCE

Jouez avec les textes et les visuels pour équilibrer les représentations.

Si l'illustration va dans le sens des stéréotypes, le texte ou une légende peut compenser.



Job dating 2023 et 2024

Valorisation de métiers sans stéréotype de sexe et couleurs neutres.



EXPRESSIONS À PRIVILÉGIER



1

~~LA JOURNÉE DE LA FEMME ?~~ LA JOURNÉE DES DROITS DES FEMMES



Communiquer sur la **Journée internationale des droits des femmes** et non sur la Journée de la femme. **Pourquoi ?** Le 8 mars, ce n'est pas la fête des femmes mais

une journée pour mettre en lumière l'actualité des droits des femmes, des droits souvent menacés, jamais acquis. Le singulier « la femme » enferme les femmes dans le stéréotype de « l'éternel féminin ».



2

~~L'ENTREPRENEURIAT AU FÉMININ ?~~ L'ENTREPRENEURIAT DES FEMMES

L'usage d'une déclinaison « au féminin » pour désigner les secteurs dans lesquels les femmes sont encore peu représentées marque **une ambiguïté**

sur l'existence de compétences supposées naturellement différentes pour les femmes et les hommes.



3

~~LES DROITS DE L'HOMME ?~~ LES DROITS HUMAINS

L'expression « droits de l'Homme » **invisibilise les femmes**. Elle n'est historiquement pas neutre quand on se rappelle que les femmes ont été

juridiquement exclues de la première déclaration des droits de l'Homme et du citoyen en 1789. La plupart des pays européens utilisent l'adjectif « humains ».



4

~~LE PATRIMOINE CULTUREL ?~~ LE MATRIMOINE ET PATRIMOINE CULTURELS

Le terme matrimoine n'est pas un néologisme. Employé dès le Moyen-Âge, il désigne les biens hérités de la mère, quand le patrimoine désigne ceux hérités du père.

Réhabiliter le terme de matrimoine permet de revaloriser l'héritage culturel des femmes, que le terme de patrimoine a tendance à invisibiliser.

QU'EN DIT LA LOI ?



Le Conseil de l'Europe a adopté en 2008 une recommandation visant à « l'élimination du sexisme dans le langage et la promotion d'un langage reflétant le principe d'égalité entre les femmes et les hommes ».

La France a adopté plusieurs textes :

- **sur la rédaction non discriminante des offres d'emploi** : articles L.1132-1 et L.5321-2 du Code du travail et article 225-1 du Code pénal, qui doit se traduire dans toutes les activités du pays et de ses institutions, y compris dans sa communication,
- **sur la féminisation des noms de métiers, titres, grades et fonctions** : circulaire du Premier ministre, Laurent Fabius du 11 mars 1986, réaffirmée par **la circulaire** du Premier ministre, Lionel Jospin le 6 mars 1998,
- **sur la suppression de l'expression « chef de famille »** : loi n°70-459 du 4 juin 1970 relative à l'autorité parentale,
- **sur le mot « patronyme » remplacé par le mot « Nom de famille »** : loi du 4 mars 2002,
- **sur la suppression des termes « Mademoiselle », « Nom de jeune fille », « Nom patronymique », « Nom d'époux », « Nom d'épouse » dans les correspondances et formulaires des administrations** : circulaire du 21 février 2012 du Premier ministre, François Fillon,
- **sur les règles de féminisation et de rédaction des textes publiés au Journal officiel de la République française** : circulaire du Premier ministre, Édouard Philippe du 21 novembre 2017 qui vise à proscrire l'écriture inclusive et à utiliser d'autres formulations,
- **sur les règles de féminisation dans les actes administratifs du ministère de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports et les pratiques d'enseignement** : circulaire du ministre de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports, Jean-Michel Blanquer du 5 mai 2021 qui vise à proscrire l'écriture inclusive et à utiliser d'autres formulations,
- le 30 octobre 2023, le Sénat a adopté la proposition de loi visant à **« protéger la langue française des dérives de l'écriture dite inclusive. »**

ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?



Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes

Guide pratique pour une communication publique sans stéréotype de sexe (version 2022).



Le langage inclusif : pourquoi, comment

Éliane Viennot
(2018. Édition IE.)



Charte de l'accessibilité de la communication de l'État

(sept. 2022).



Le sexe des mots

Marina Yaguello
(Seuil 1995).



Centre Hubertine-Auclert



Non, le masculin ne l'emporte pas sur le féminin !

Éliane Viennot
(2014. Édition IE.)



Catalogue des idées reçues sur la langue

Marina Yaguello
(1988. Éditions Seuil.
Point Virgule)



Les mots et les femmes

Marina Yaguello
(Payot 1978)



L'écriture inclusive, et si on s'y mettait ?

Raphaël Haddad
(Le Robert)



Délégation générale à la langue française et langue de France rattachée au ministère de la Culture

Rubriques Politique
de la langue et
Enrichissement
de la langue.



L'écriture inclusive a-t-elle un intérêt ? Quelles preuves ?

Viviane Lalande
(chaîne Youtube
Scilabus)



Femme, j'écris ton nom...

Guide d'aide à la
féminisation des noms
de métiers, titres,
grades, fonctions
(disponible en ligne
à la Documentation
française).



ACADEMIE
FRANÇAISE

Déclaration de l'Académie française sur l'écriture dite « inclusive »

adoptée
à l'unanimité de ses
membres dans la
séance du jeudi 26
octobre 2017



Rezé 

Hôtel de ville

Place Jean-Baptiste-Daviais

BP 159

44403 Rezé cedex

02 40 84 43 00

reze.fr

