

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE DU 18 novembre 2021

### **Le Haut Conseil à l'Égalité publie aujourd'hui le 3<sup>ème</sup> état des lieux du sexisme en France**

Le HCE publie aujourd'hui le **troisième état des lieux du sexisme en France**, conformément aux dispositions de la loi du 27 janvier 2017 relative à l'égalité et la citoyenneté. Dans ce rapport annuel 2020-2021, trois domaines ont été plus spécifiquement analysés par la commission « *Lutte contre les stéréotypes et la répartition des rôles sociaux* » du HCE : **les conséquences de la crise sanitaire sur les femmes, le sexisme en entreprise et les violences sexistes et sexuelles dans des secteurs variés**. Dans la continuité de l'état des lieux 2019 du sexisme en France, dont le focus portait sur les médias audiovisuels, cette édition propose, **une analyse du sexisme dans la presse écrite et 20 recommandations pour y améliorer la place des femmes**.

#### ***2020-2021, une année marquée par une pandémie mondiale et l'émergence d'une parole inédite dans le sillage de #MeToo***

L'année 2020 a été marquée par l'avènement d'une pandémie mondiale : la crise de la COVID-19, révélatrice et amplificatrice de la situation des femmes en France et dans le monde. Celle-ci a notamment révélé le manque de reconnaissance des métiers du *care* ou du service aux personnes et a amplifié le déséquilibre dans la répartition des tâches domestiques ainsi que les violences intrafamiliales. De plus, alors que les violences contre les femmes ont augmenté dans la sphère privée, leur parole, dans le sillage de #MeToo, n'a cessé de prendre de l'ampleur pour mettre en lumière les multiples violences auxquelles elles font face dans toutes les sphères de la vie privée et sociale. **Cette troisième édition de l'état des lieux du sexisme en France**, sans prétendre à l'exhaustivité, rend donc compte de ce double mouvement.

#### ***La place des femmes dans la presse écrite : une évolution réelle mais souvent très insuffisante***

Les médias constituant l'un des principaux vecteurs de la fabrique des stéréotypes, le HCE a choisi de porter cette année son attention sur le sexisme dans la presse écrite. **Cette édition analyse donc à la fois la place des femmes dans les organisations, l'image des femmes et la prise en compte des sujets d'égalité entre les femmes et les hommes dans le contenu des journaux de presse écrite quotidienne nationale et régionale ainsi que dans la presse magazine dite féminine**.

Dans l'analyse menée par le HCE, plusieurs constats s'imposent, parmi lesquels :

- **Une sous-représentation des femmes dans les organisations de presse écrite :**
  - ✓ Seulement 30 % de femmes en moyenne occupent des postes dans les rédactions de presse généraliste interrogées et 50 % lorsque sont intégrés les titres de presse féminine
  - ✓ 100 % des postes de directeur et directrice de publication sont occupés par des hommes
  
- **Une sous-représentation importante des femmes dans les contenus et les représentations graphiques de la presse écrite :**
  - ✓ En moyenne, les femmes représentent 23 % des personnes mentionnées et 21 % des personnes citées dans les articles analysés
  - ✓ Il n'y a jamais plus de 30 % d'expertes citées dans les articles analysés
  - ✓ En moyenne, les articles dont un homme est le sujet principal constituent plus de 80 % des contenus analysés

**Face à ces constats, le Haut Conseil à l'Égalité formule 20 recommandations parmi lesquelles :**

- **Introduire des quotas** de femmes aux postes décisionnaires et à responsabilités éditoriales.
- **Mettre en œuvre un principe d'éga-conditionnalité** via un système progressif de bonus-malus portant sur les aides à la presse.
- **Se doter de systèmes de comptage**, informatisés si possible, sur la composition des rédactions, ainsi que sur les articles publiés dans la presse.
- **Favoriser la mise en place de formations** sur l'égalité professionnelle et sur les violences sexistes et sexuelles dans les rédactions et écoles de journalisme.
- **Créer un « Observatoire de l'égalité dans la presse »** pour récolter les données et accompagner les entreprises de presse dans leur marche vers l'égalité.