

L'association Femmes & Sciences agit pour une représentation mixte des jouets

Résultats de l'enquête de Noël 2019

Le 06/04/2020

1 - Objet

Ce document interne à l'association a pour but de faire le point des actions de l'association Femmes & Sciences dans le cadre de la charte pour une représentation mixte des jouets.

Les points principaux sont le contenu de la charte et le résultat de l'enquête auprès des adhérentes de Noël 2019.

2 - Contexte

L'association Femmes & Sciences est associée aux actions pilotées par la secrétaire d'Etat à l'Industrie **Agnès Pannier-Runacher** pour la lutte contre les stéréotypes sexistes sur les jouets et dans les magasins de jouets. En effet, la construction des représentations genrées qui interviennent dans l'orientation se fait très tôt. Les catalogues de jouets sont consultés dans les familles et interviennent dans la construction des représentations.

L'association Femmes & Sciences est co-signataire de la charte pour la mixité des jouets. Cette charte réunit des fabricants de jouets, des distributeurs de jouets, l'union des marques et des associations dont l'engagement sur le sujet a été remarqué. Le préambule inscrit cette charte dans la volonté du gouvernement de :

- **Lutter contre les stéréotypes de genre** dès le plus jeune âge,
- **Susciter davantage de vocations scientifiques chez les jeunes femmes** et de lutter contre les préjugés qui peuvent les détourner des univers scientifiques dès l'enfance.

La lutte contre les stéréotypes sexués consiste à supprimer les références explicites ou implicites qui donnent l'impression qu'un jouet est plutôt destiné à l'un ou l'autre sexe (couleur rose ou bleue, image sur le jouet, texte). Une attention particulière est donnée aux catégories qui étaient traditionnellement sexuées (ex : soin aux bébés, kits créatifs pour filles, cuisine, jeux de construction, garage, trains,)

Femmes & Sciences est plus particulièrement impliquée pour les actions en faveur des vocations scientifiques, car elles sont liées au thème prioritaire de l'association « **Inciter les jeunes filles à s'engager dans des carrières scientifiques** ». Les actions prévues pour cette finalité sont listées dans le paragraphe suivant.

3 – Extraits de la charte en synergie par rapport aux domaines d'action de Femmes & Sciences

La charte signée est disponible sur le site Femmes & Sciences à ce lien : www.femmesetsciences.fr/download/9214/

A - Actions pour favoriser les vocations scientifiques prévues dans la charte

Ce paragraphe reprend les extraits de la charte liés aux vocations scientifiques à travers les engagements de chacun des groupes. Les numéros de sous-paragraphe correspondent à ceux de la charte.

I. Engagements des fabricants de jouets (FJP, ACFJF) page 5

- Pour les marques qui ont développé des univers « filles » et « garçons » : développer des références (jouets, déguisements) à **la technique et la technologie pour les filles** et réciproquement des références aux sujets domestiques et aux soins dans les univers ciblés garçons.
- Promouvoir de manière large les jeux scientifiques avec la création d'un label « **Sciences, Technologies, Ingénierie, Maths** » STIM. Ce label pourrait être repris par les marques dans leur communication et au travers de leurs produits.

II. Engagements des distributeurs de jouets (FCD, FCJPE) page 6

- Dans les catalogues : Valoriser la dimension « non genrée » des jouets à caractère scientifique, notamment par la scénographie.
- Dans les magasins : Mieux mettre en valeur les jouets scientifiques en direction des garçons et des filles.

VI. Engagements des acteurs publics page 8

- Promouvoir une action portant sur les jouets scientifiques pour les fêtes de fin d'année (livres, activités et plus largement univers extra-scolaires, ...)

B - Engagement de l'association Femmes & Sciences dans la charte

Ce paragraphe reprend les extraits de la charte liés aux engagements de l'association Femmes & Sciences et des autres associations. Les numéros de sous-paragraphe correspondent à ceux de la charte.

IV. Engagements des associations page 7

Les associations Elles bougent, Familles de France, Femmes & Sciences, Le Jeu pour tous, Pépite sexiste et Women in Toys s'engagent à :

- Contribuer, par un travail commun avec les acteurs de la profession du jouet, à l'élaboration d'un guide pratique à destination des acheteurs et des responsables grands comptes.
- Identifier et promouvoir les actions positives des acteurs.

Les associations Femmes & Sciences et Le jeu pour tous s'engagent à :

- Collaborer à l'élaboration d'un support de formation à destination des vendeurs et vendeuses en magasin, dans la limite de leurs moyens.

Les associations Familles de France et Le jeu pour tous s'engagent à :

- Proposer des campagnes de sensibilisation sur les réseaux sociaux Facebook, Twitter et dans leur magazine.

VII. Action commune à l'ensemble des acteurs

- Mettre, en œuvre, en fin d'année, une communication incitative à destination du grand public (via la presse et les réseaux sociaux) afin d'ouvrir le champ des jouets et de prendre en compte la contribution des différents jouets au développement des enfants (par exemple, des activités leur permettant de développer leur confiance en eux, leur sens de la coopération et d'altruisme et ce, tant chez les filles que chez les garçons).

4 – Rappel sur les stéréotypes

Un stéréotype est un ensemble de croyances concernant les caractéristiques supposées d'un groupe, qui affectent, souvent inconsciemment, les interactions sociales dans la société. Par exemple les filles ne sont pas bonnes en mathématiques.

A cause des stéréotypes on va préjuger des goûts et des comportements des personnes, et imposer une « norme de comportement » en fonction du sexe.

Les préjugés de genre sont à l'origine d'inégalités à toutes les périodes de la vie.

Les principales conséquences à l'âge adulte, sont les suivantes :

- pour les femmes, les inégalités concernent les salaires, le partage des tâches domestiques et un renoncement à des métiers ou à des activités récréatives,
- pour les hommes les inégalités, concernent les conséquences de l'interdiction de montrer leurs émotions, une moindre valorisation de l'investissement des pères auprès de leurs enfants et un renoncement à des métiers ou à des activités récréatives.

D'après les chiffres publiés en 2019 dans le rapport rédigé par le secrétariat chargé de l'Égalité entre les femmes et les hommes, l'écart de salaire entre hommes et femmes est de 24 % dont 6,5% dus au temps partiel, 9,5% dus au métier choisi et 9% à poste et compétence égaux. Dans la sphère privée, les femmes font 72% du travail domestique, y compris quand les deux membres du couple travaillent.

Il y a moins de 30% de femmes en université dans les métiers liés aux sciences fondamentales ou dans les écoles d'ingénieurs. Cette différence de proportion s'explique en partie par le fait que la société considère que ces métiers ne sont pas pour les femmes. C'est une injustice pour les femmes et une perte pour l'économie qui a besoin de toutes les compétences pour gérer les changements de notre économie.

En quoi les jouets sont-ils concernés ?

Les jouets participent à la construction des stéréotypes à l'origine de ces inégalités, quand :

- Les jouets portant sur les activités de la sphère domestique attribuent le ménage et le soin des bébés à la femme, le bricolage, la voiture et le barbecue à l'homme.
- Des jouets sont présentés comme convenant aux filles ou comme convenant aux garçons, car ils permettent de développer une compétence liée à un stéréotype (des jeux de loisirs créatifs autour de l'univers de fée et des héroïnes passives attendant le prince charmant pour les filles, des jeux de constructions, des super-héros valorisant la force, le combat, la stratégie pour vaincre, pour les garçons).
- Les personnages représentés sur les boîtes, les figurines ou les déguisements reproduisent la répartition inégalitaire des métiers dans la société (Les garçons à la technique et les filles infirmières ou coiffeuses). Les métiers présentés comme destinés aux garçons sont en moyenne plus rémunérateurs et permettant un meilleur déroulement de carrière que ceux présentés pour les filles.
- Les jeux de plateaux pour les adolescent.e.s et adultes ont des personnages avec des figurines très stéréotypées et des caractéristiques (force, stratégie, endurance) qui reprennent les représentations genrées.

A partir des jouets, qu'ils ou elles voient dans les magasins ou sur les catalogues, les enfants se construisent une représentation du monde. Quand les jouets sont plus ou moins conseillés pour un sexe ou l'autre, cette représentation est sexuée. Ces représentations vont influencer le partage de l'activité domestique, l'orientation scolaire et le choix professionnel des enfants.

En fonction des jouets qu'ils ou elles utilisent les enfants vont développer des compétences qui pourraient les enfermer dans certains parcours scolaires.

Les catalogues de jouets ont un rôle particulier car ils sont regardés par tou.te.s, y compris par les enfants dont la famille n'a pas les moyens d'acheter des jouets et des livres. Ils sont quasiment à la même place que la littérature enfantine pour la construction, chez l'enfant, d'un imaginaire concernant la société des adultes.

Par ailleurs, un parent ou un grand-parent qui feuillette le catalogue et voit un jouet mis en scène avec une petite fille sera sans doute peu enclin à l'offrir à un petit garçon.

5 - Enquête auprès des adhérentes et adhérents de Femmes & Sciences

Une enquête a été lancée auprès de toutes et tous les adhérent.e.s le 15 décembre 2019 à propos des jouets dans les catalogues et en magasin. Pour guider l'analyse deux questionnaires ont été proposés :

- l'un portant sur les catalogues de jouets édités à Noël

- l'autre sur les magasins vendant des jouets, plus précisément sur le rayon « jouets scientifiques de ces magasins ».

Ces deux questionnaires sont à la fin de l'article sur le site de Femmes & Sciences.

<http://www.femmesetsciences.fr/actions/charte-pour-la-mixite-des-jouets/>

Parmi les éléments de réponses :

- Deux réponses au questionnaire sur les catalogues
 - o Catalogue Leclerc, Noël 2019, Titre « Jouets du féérique au futuriste », environ 600 jouets sur 120 pages.
 - Le questionnaire « Leclerc » a été rempli par Sophie Trélat.
 - o Catalogue FNAC, Noël 2019, Titre « Noël kids, notre sélection d'idées cadeaux pour tous les curieux », environ 1000 jouets ou livre ou DVD sur 140 pages.
 - Le questionnaire « FNAC » a été rempli par Véronique Ezratty
- Des éléments sexistes sur un ou plusieurs jouets repérés par Claire Desaint, Evelyne Nakache, Dominique Morello et Sophie Trélat,
- Une analyse des catalogues en ligne des jouets scientifiques ainsi que la visite des magasins JouéClub par Claire Desaint,
- Un parcours rapide dans les magasins vendant des jouets du centre commercial de Vélizy 2 dans les Yvelines par Véronique Ezratty.

A - Le regroupement en ensemble de pages et en rayon en magasin :

- La consigne de ne plus classer les jouets en fonction du sexe de l'enfant a été suivie. La quasi-totalité des rayons et des catalogues explorés n'utilisait pas ce critère de tri. Les deux exceptions sont :
 - o Maxitoys sur Internet
 - o Les magasins de la chaîne JouéClub (Voir photos du magasin JouéClub, Ancenis-Saint Géréon, dans le 44, à Noël 2019)



Liste des regroupements des deux catalogues étudiés.

Catalogue Leclerc « Jouets du féérique au futuriste »	Catalogue FNAC Noël kids, notre sélection d'idées cadeaux pour tous les curieux
<ul style="list-style-type: none"> - Noël des petits bouts, - Noël des poupées, - Noël des petits grands, - Noël des héros, - Noël des artistes, - Noël en famille, - Noël en plein air. 	<ul style="list-style-type: none"> - Jouets 0/3 ans - Jouets 3/6 ans - Jouets 6/12 ans - Livres 0/3 ans - Livres 3/6 ans - Livres 6/9 ans - Livres 9/12 ans - Vidéos – En famille

B - Les clichés sexistes dans les catalogues

Dans la plupart des catalogues, il n'y a plus de pages « spéciales garçons » ou « spéciales filles », cependant les clichés sexistes sont bien présents sur les boîtes ou dans la scénographie.

Quelques-uns ont été repérés sur les boîtes ou la scénographie dans le catalogue FNAC :

- Des boîtes de Playmobil roses quand elles sont destinées aux filles.
- Deux enfants déguisés : le garçon en policier, la fille en princesse.
- Deux pages roses sont consacrées aux Barbie.
- Les poupons et les boîtes d'activités créatives sont, pour moitié d'entre elles, roses.
- 5 jeux scientifiques et techniques, où seul un garçon joue sur l'emballage ou dans la photo de présentation du catalogue.

Nous le déplorons. Environ 20 jouets sont concernés, ce qui fait 2% du catalogue.

Aucun cliché sexiste n'a été repéré dans les textes de description.

Cependant, la charte a été signée le 24 septembre, alors que les catalogues étaient déjà très avancés. Des efforts ont visiblement été faits et nous travaillons avec l'industrie du jouet pour faire un guide qui prévoira normalement une relecture systématique par un œil extérieur.

Dans le catalogue Leclerc, les problèmes sont plus nombreux et concernent parfois plusieurs pages de suite, comme pour les jeux pour les petits bouts de 2 ans ou les jeux de plein air. Il faudra être très vigilant l'année prochaine. Les paragraphes suivants reflètent la perception d'une lectrice, perception qui intervient dans la construction des stéréotypes.



La couleur rose et la mise en scène de petites filles en train de jouer

Certaines pages, du fait de la couleur, de la situation illustrée (mise en scène, mannequin enfant fille photographiée, ...), il est clair que certains jouets visent clairement les filles ou les garçons. Un enfant garçon qui feuillette le catalogue se projettera par exemple difficilement sur les jeux de Minnie (la cuisine de Minnie, ou bien le salon de thé,) puisque ces situations sont orientées pour filles (couleurs à tendance rose pastel, petites filles mises en scène).

Les filles représentées sont en rose, passives ou dans un rôle de soin.

NOËL DES PETITS BOUTS

69€ JOURS 15, 16 & 17 DE NOVEMBRE
LE CAMION PAT PATROUILLE
 Camion de 7 places et porte de secours à bascule. Le camion peut se transformer en véhicule de construction.
 1 figurine Minky et deux véhicules figurines. 100% jouable.

39€ JOURS 15, 16 & 17 DE NOVEMBRE
LE QUARTIER GÉNÉRAL
 Poste de commandement à 4 étages. 1 figurine Minky et 1 figurine Minky. 100% jouable.

17€ JOURS 15, 16 & 17 DE NOVEMBRE
VÉHICULE ET FIGURINE MINTY POPS
 Minky à bascule sur son véhicule idéal pour les nouvelles aventures. 1 figurine Minky. 100% jouable.

29€ JOURS 15, 16 & 17 DE NOVEMBRE
VÉHICULE TRANSFORMABLE MINTY POPS
 Un super véhicule transformable pour les super héros de la Pat Patrouille. 1 figurine Minky et 2 véhicules figurines. 100% jouable.

23€ JOURS 15, 16 & 17 DE NOVEMBRE
VÉHICULE TONDO MOVERS ET FIGURINE
 Camion Minky à bascule. 1 figurine Minky. 100% jouable.

9€ JOURS 15, 16 & 17 DE NOVEMBRE
VEILLEUSE DE POCHE PYJAMASQUES
 Veilleuse à bascule. 1 figurine Minky. 100% jouable.

La couleur bleue et la mise en scène de petits garçons en train de jouer.

A l'inverse, certains jeux incitent moins les petites filles à s'y intéresser (exemple des pages 20-22-23 où seuls des petits garçons sont mis en scène pour ces jouets indiqués dans la catégorie « petits bouts », autour de 2 ans). De plus, il est clair que les couleurs plus froides ou franches (tons bleus, violets, ou rouge/orange) semblent cibler les jouets pour garçons.

Le garçon est en bleu, et actif.

Les Pyjamasques

PYJAMASQUES

69€ JOURS 15, 16 & 17 DE NOVEMBRE
LE CAMION DE TRANSPORT
 Petite de transport idéal pour Minky, Gaby et Bibou à bord du camion de transport. 1 figurine Minky et 1 figurine Minky. 100% jouable.

19€ JOURS 15, 16 & 17 DE NOVEMBRE
VÉHICULE ET FIGURINE
 Petite de transport de la série des Pyjamasques. 1 figurine Minky et 1 figurine Minky. 100% jouable.

9€ JOURS 15, 16 & 17 DE NOVEMBRE
VEILLEUSE DE POCHE PYJAMASQUES
 Veilleuse à bascule. 1 figurine Minky. 100% jouable.

23€ JOURS 15, 16 & 17 DE NOVEMBRE
VÉHICULE TONDO MOVERS ET FIGURINE
 Camion Minky à bascule. 1 figurine Minky. 100% jouable.

Prenons l'exemple des Pyjamasques, en page 23 : seul un petit garçon est montré en photographie, portant la veilleuse de la marque du petit héros. On sait par expérience que ces petits héros qui « règlent les bobos la nuit » (les Pyjamasques) plaisent beaucoup aux petites filles aussi (qui se voient elles aussi aventurières et courageuses), ainsi il est incompréhensible que Leclerc n'ait pas cherché à mettre en scène, aussi, à côté des petits garçons, des petites filles pour ces thèmes portant sur les héros des petits. Il est à noter que les Pyjamasques sont des super-héros mixtes (deux garçons et une fille), ainsi que leurs antagonistes dans la série (il y a des filles et des garçons) : une attribution masculine n'est donc pas justifiée par le thème de la série.



Les activités artistiques pour les filles

Nous sommes également étonnées de la catégorie Noël des artistes, et surtout de la première page qui montre une petite fille créative avec le jeu du jardin magique. A noter que le « motto » pour cette catégorie de jouets est : peindre, créer, inventer et pâtisser sans fin. On est encore dans le cliché suivant : les filles sont plutôt artistes, et les garçons plutôt bricoleurs/aventuriers/héros.... Cela nous choque en effet ; pourquoi ne pas mettre en scène, aussi, un petit garçon cuisinant, et créant ?! Les stéréotypes sont encore présents dans ce catalogue. Citons la personne ayant analysé ce catalogue : « Je suis obligée d’inciter mes filles à feuilleter toutes les pages en les aidant à se projeter, et lorsqu’on les aide à se projeter en donnant l’exemple, « comme les grands, je bricole », et bien cela est tout de suite plus facile pour elles d’avoir envie d’essayer de sortir de ces stéréotypes ! »



Des jeux de plein air.... pour les garçons

Enfin, il est relativement choquant que la catégorie Noël en plein air, présentée en toute fin de catalogue, vise particulièrement les garçons. Seuls des garçons sont mis en scène sur les petits tracteurs ou les engins d’extérieur. Et enfin sur la dernière photo, on voit un petit garçon conduire l’engin, une petite fille à ses côtés, en passagère, et non en conductrice « comme les grands », comme maman ou papa !

Les bonnes pratiques pour la conception de catalogues

Il ne suffit pas de supprimer les pages filles et les pages garçons dans les catalogues et les rayons filles et rayons garçons dans les magasins, il convient de faire attention aux emballages, aux enfants mis en scène dans les catalogues ou sur les affiches et à l’environnement en fond.

Il faut également :

- Supprimer les couleurs roses et bleues et les motifs connotés (petites fleurs, perles, etc.) sur les jouets et leurs emballages.
- Equilibrer les représentations des garçons et des filles en train de jouer, en prenant si nécessaire à contre-pied les représentations habituelles (un garçon peut jouer à la poupée et une fille avec un garage).

C - Les franchises internationales

En préambule, rappelons que la communication des franchises internationales est très cadrée. Il s'agit de marques pour lesquelles la France représente un petit marché. Le distributeur a peu de marge de manœuvre.

- **Lego** – (Danemark) Lego a fait de gros efforts. La visite du magasin spécialisé en Lego dans le quartier des Halles à Paris n'a pas montré de clichés sexistes, ni sur les boîtes ni dans les indications du magasin. Cependant, la gamme « lego friends » est clairement destinée aux filles et les lego techniques représentent pour beaucoup des bolides très agressifs. Tous les magasins ne font pas attention de compenser les stéréotypes induits, par exemple en représentant une fille jouant avec les bolides.
- **Disney** – (USA) L'univers Disney est lié aux derniers films sortis. Les dernières héroïnes de Disney se prennent en charge et agissent face à leur destin. Le distributeur de jouets n'a aucune liberté sur la présentation des pages Disney.

- **Barbie** – (USA) L'univers de Barbie est rose. Il s'agit d'un monde imaginaire mais qui sous-tend un idéal féminin de la femme grande, mince et obnubilée par son apparence. L'univers masculin est moins représenté, avec Ken qui est aussi un personnage masculin stéréotypé.
La gamme a été élargie à des poupées avec des mensurations plus proches de la réalité ainsi qu'à une série « Barbie des métiers » incluant des métiers scientifiques et techniques : « Barbie cosmonaute », « Barbie pilote », « Barbie pompière ».
A Velizy2, il y avait un large rayon Barbie repérable à sa couleur dans 3 magasins sur 5. Seul celui de la FNAC proposait les « Barbie des métiers ».



- **Playmobil** –(Allemagne) L'univers Play reproduit des scènes de la vie familiale, de loisir ou professionnelle. La plupart de ces scènes sont remplies de clichés. Les boîtes sont bleues. Les boîtes plus particulièrement destinées aux filles ont un ajout de tons roses. L'homme de la boîte rose apporte des fleurs. Celui de la boîte bleue allume le barbecue. Les femmes sont invisibles, hormis peut-être à l'intérieur de la maison.



D - Les jeux scientifiques

Femmes & Sciences a pour thème prioritaire d'encourager les jeunes filles à se diriger vers les sciences ou vers les techniques. Pour cette raison, les membres de l'association sont particulièrement vigilants à ce que les jeux scientifiques ou techniques puissent être considérés autant pour les filles que pour les garçons. Ce n'est pas toujours le cas, comme le montrent les exemples suivants.

Problèmes sur la mise en scène de la figure : soit il n'y a que des garçons, soit un garçon qui joue et une fille qui le regarde jouer.

Catalogue Leclerc



Catalogue FNAC



Problèmes sur l'emballage

Sur de nombreux emballages, il y a des images qui semblent indiquer que le jeu est plus spécifiquement pour les garçons et parfois plus spécifiquement pour les filles. La représentation du « savant fou » est parfois utilisée. Lorsqu'il y a un personnage de chaque sexe, la jeune fille est parfois cantonnée au rôle d'assistante.

Chimie et Physique pour les garçons (sciences et laboratoire)

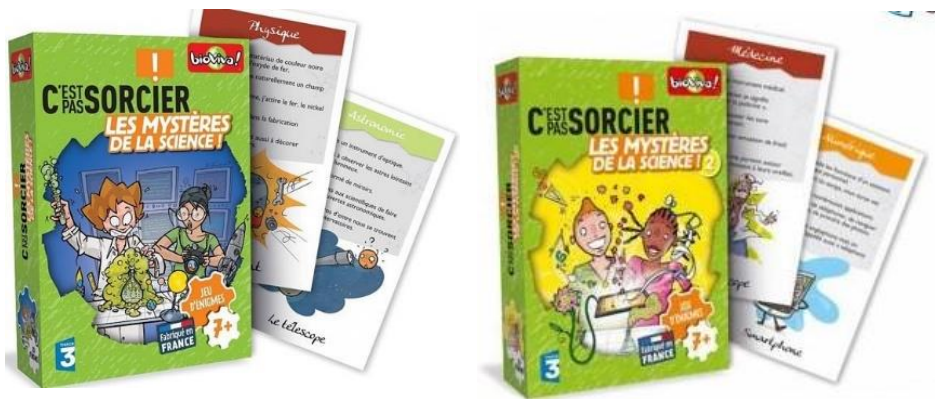


Chimie pour les filles (parfums et pâte à modeler)



Une évolution de l’emballage

Des fabricants ont une politique de suppression des stéréotypes sur les nouveaux emballages, et refont progressivement les emballages de leur jeu.



Voici le jeu : les mystères de la sciences « avant » et « après ». Cette évolution sera d’autant plus rapide si les produits avec des stéréotypes sur l’emballage ne sont pas acceptés par les distributeurs, qui préfèrent les concurrents ayant fait l’effort de les supprimer.

Les fabricants spécialisés dans les jeux scientifiques

L’étude n’est pas exhaustive, mais elle a montré que les jeux techniques et scientifiques sont présents dans un nombre fini de marques.

Certaines marques ont des jeux pour les garçons et pour les filles. (Clementoni-jeux scientifiques, BUKI, le coding robot de RODO).

Certaines marques sont exemptes de clichés sexistes (par exemple GRAVITAX, jeux de circuits de billes, Le laboratoire des curieux, Atelier de Mécanique-« Sciences et jeux »de Clementoni).

D’autres ont quelques boîtes avec des représentations genrées, sans que l’on sache si ces boîtes sont des versions anciennes ou si elles ont été conçues récemment (Planet Sciences).

Femmes et Sciences réfléchit à une action vers les fabricants et fabricantes qui ne prennent pas la charte en considération pour les jouets scientifiques.

Conclusion et actions possibles pour Femmes & Sciences

La charte pour une représentation mixte des jouets a donné un cadre d’action aux représentants de l’industrie des jouets, et une dynamique se met en place.

Déjà, les rayons jouets pour les filles et les rayons jouets pour les garçons ont pratiquement disparu. Cependant de nombreux clichés genrés restent dans les catalogues ou sur les emballages de jouets : couleur rose pour les jouets « pour fille », des images où le garçon joue et la fille regarde, etc.

Trois finalités d’actions peuvent être mises en évidence :

- Ce qui concerne tous les jouets,
- Ce qui concerne les jouets scientifiques et techniques,
- Ce qui concerne la contribution des différents jouets au développement des enfants (point 7 de la charte).

Pour les aspects concernant tous les jouets, un plan est en place, piloté par l’industrie du jouet. L’association Femmes & Sciences est impliquée dans deux actions avec les fabricants et les distributeurs de jouets et trois autres associations « Familles de France », « Pépite sexiste » et « Le jeu pour tous ». Ces deux actions sont :

- Rédiger un guide pour la conception des catalogues de jouets de Noël sans stéréotypes,

- Coopérer à la réalisation d'une vidéo à destination des vendeurs et vendeuses dans les magasins (le pilotage est réalisé par la Fédération française des industries Jouet Puériculture).

Pour les aspects concernant les jouets scientifiques, l'association est dans son rôle si, par exemple, elle prend contact avec les fabricants de jouets. Cependant, il s'agit d'une action qui demande du temps.

Pour les aspects concernant la contribution des jouets au développement de l'enfant, nous ne sommes pas spécialistes. Cependant, la contribution du jeu pour le développement des compétences scientifiques doit nous interpeler.

Les actions concrètes pouvant être mis en place par femmes et sciences sont les suivantes :

- Participer à la diffusion du label, STIM prévue dans la charte.
- Ecrire aux fabricants et fabricantes de jouets scientifiques dont les emballages reproduisent des stéréotypes genrés.
- Ecrire aux directeurs et directrices de magasins pour leur signaler les progrès à faire pour diminuer les stéréotypes sexistes dans leur magasin.
- Sensibiliser les parents et autres acheteurs et préconiseurs de jouets et faire connaître les fabricants qui proposent des vélos et des jouets sans stéréotypes.
- Contacter les associations de médiation scientifique qui agissent vers le grand public, comme : Planètes sciences, Les petits débrouillards, La pâte à sel, L'esprit sorcier.
- Prendre contact avec des enseignants intéressés par le sujet.