

# #MavoieMonChoix

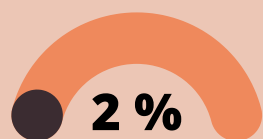
UNE CAMPAGNE DU CENTRE HUBERTINE AUCLERT  
POUR L'ÉGALITÉ FILLES-GARÇONS  
DANS LES CHOIX D'ORIENTATION



## DES CHOIX D'ORIENTATION DIFFÉRENCIÉS...

Le mois de décembre sonne l'ouverture de Parcousup et des choix d'orientation pour de nombreux élèves. Afin de les accompagner, le Centre Hubertine Auclert lance #Mavoiemonchoix, une campagne de sensibilisation à destination des 15-18 ans pour les aider à questionner les stéréotypes sur l'orientation qui limitent leurs choix.

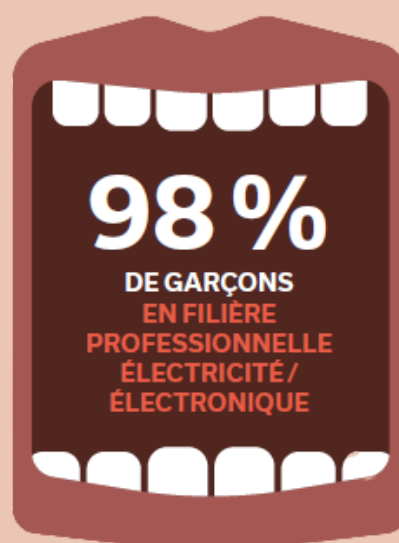
### QUELQUES CHIFFRES CLÉS



des filles ont choisi l'enseignement de spécialité numérique et sciences informatiques (NSI) en première.



des garçons sont en terminale sciences et technologies de la santé et du social (ST2S)



### UNE ORIENTATION GENRÉE, C'EST QUOI ?

Filles et garçons ne suivent pas les mêmes orientations scolaires et le lycée reflète parfaitement ces choix différenciés. Les enseignements scientifiques sont plus choisis par les garçons que par les filles, qui sont elles sur-représentées au sein des enseignements d'humanités, de SES, d'histoire-géographie et de langues et de littérature.

Ces choix d'orientation ne sont pas "naturels", de nombreux travaux scientifiques ont montré qu'il n'existe pas de différences cognitives à la naissance selon le genre. La persistance des stéréotypes intériorisés à la fois par les personnels éducatifs et enseignants et les élèves induit des différences en matière de parcours et de réussite, de choix d'orientation et de poursuite d'études.

### L'INFORMATIQUE, UN MÉTIER D'HOMMES ?

Les études dans le domaine de l'informatique et du numérique sont aujourd'hui beaucoup moins mixtes que précédemment. En 2018, les promotions des écoles d'informatique ne comptaient que 8 % de femmes, alors qu'il s'agissait d'une porte d'entrée dans le métier d'ingénieure pour les femmes dans les années 1980.

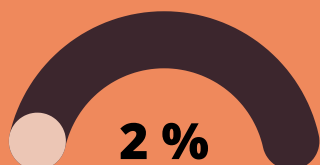
Pourquoi ? La perception du métier ainsi que son importance ont été modifiées : avant que le micro-ordinateur ne soit utilisé, l'informatique était pensée comme un métier du tertiaire, dans lequel les femmes avaient toute leur place. Puis, avec l'arrivée des ordinateurs dans les foyers dans les années 1980, le marketing a ciblé davantage les hommes et les garçons, qui pouvaient devenir des « geeks ».



## ...QUI ONT UN IMPACT SUR L'AVENIR PROFESSIONNEL DES FILLES ET DES GARÇONS.

Ces choix d'orientation différenciés ont des incidences ultérieures en termes d'insertion dans l'emploi ainsi que d'inégalités professionnelles et salariales entre les femmes et les hommes. Seulement 17% des métiers sont mixtes.

### QUELQUES CHIFFRES CLÉS



**2 %**

des auxiliaires de puériculture sont des hommes.



**2 %**

des filles sont ouvrières qualifiées du bâtiment.

“ 44% des 18-29 ans estiment que le système scolaire ne garantit pas l'égalité femmes-hommes en matière d'orientation\* ”

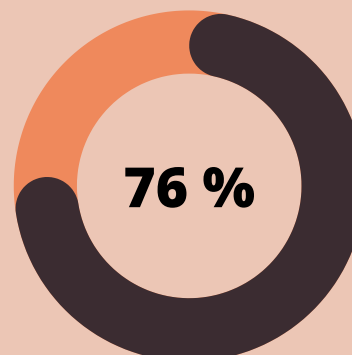
*\* Données issues du Livre Blanc du THINK TANK MARIE CLAIRE  
AGIR POUR L'ÉGALITÉ 2021-2022*



### DES INÉGALITÉS DANS LE MONDE PROFESSIONNEL

Les métiers exercés par les femmes restent les moins valorisés et les moins rémunérateurs en moyenne.

À temps de travail égal, les femmes perçoivent une rémunération plus faible de 22% que les hommes (INSEE, 2022).



**76 %**

des emplois en temps partiel sont occupés par des femmes.



# LE KIT À DESTINATION DES ÉTABLISSEMENTS SCOLAIRES

Quatre affiches et un guide pédagogique créés par l'agence Belazar seront diffusés dans l'ensemble des lycées franciliens. Le kit pourra également être commandé sur le site du Centre Hubertine Auclert.

## Des affiches

Ces 4 affiches mettent en scène les différents émetteurs et émettrices de phrases stéréotypées. Nous les avons représentées en trois grandes sphères : les ami·es, la famille et l'équipe enseignante et éducative.



## Un guide pour les équipes enseignantes et éducatives



## Des cartes ressources



## Le site internet



[www.mavoieimonchoix.fr](http://www.mavoieimonchoix.fr)

Un site qui présente des chiffres clés et des ressources à destination des jeunes et leur entourage.



## Le film en motion design

Des spots déclinés des affiches sont diffusés dans le réseau francilien Turnadon et dans le Transilien.



# LE MOT DE MARIE-PIERRE BADRÉ, PRÉSIDENTE DU CENTRE HUBERTINE AUCLERT



“ Le principe d'égalité entre les filles et les garçons fait partie intégrante des missions de l'Éducation Nationale, il faut mettre en place des actions pour lutter contre les idées reçues et permettre à toutes et à tous de choisir une voie qui leur correspond vraiment. ”

## UNE CAMPAGNE POUR FAVORISER LA MIXITÉ ET L'ÉGALITÉ DANS LES CHOIX D'ORIENTATION DES FILLES ET DES GARÇONS

#MavoieMonchoix a pour objectif de montrer l'importance du rôle de l'entourage des jeunes dans leurs choix d'orientation. En effet, les ami-es, la famille, l'école peuvent participer à la diffusion de stéréotypes limitant les choix de chacune et chacun. La campagne interpelle les lycéennes et lycéens sur les injonctions qu'elles et ils subissent, à travers une tonalité ludique.

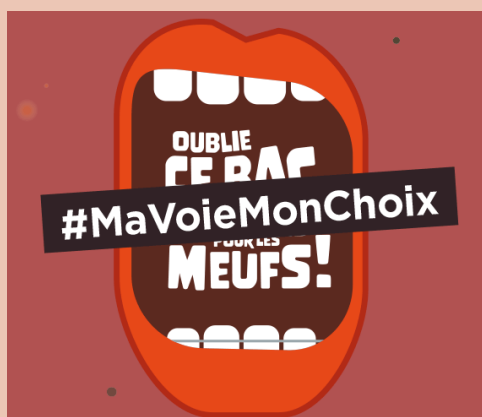
### LES OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE

#### Informer :

- Ouvrir le champs des possibles en favorisant des orientations plus variées
- Valoriser des modèles non stéréotypés de professions

#### Agir :

- Inciter les adolescent-es à diversifier leurs parcours scolaires





## LA CAMPAGNE RELAYÉE PAR DES INFLUENCEUSES ET INFLUENCEURS

Une influenceuse et un influenceur relayent #MavoieMonchoix sur Tiktok et Instagram. Elle et il publieront du contenu en lien avec les choix d'orientations et les stéréotypes de genre, afin de sensibiliser leur audience.



Matthias  
@Mat\_ide

Matthias est infirmier, il est suivi par 30 000 personnes sur Instagram. Il propose du contenu de sensibilisation sur son parcours et son métier.



Olivia  
@olivia\_dureacuire

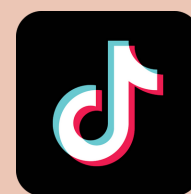
Olivia est pompière. Elle aborde sur les réseaux sociaux, son quotidien et son métier. Elle est suivie par 88 000 personnes sur Tiktok.



Anissa  
@6nissa

Anissa est à l'origine du #Metoo animation. Elle propose du contenu en lien avec les violences sexistes et sexuelles. Elle est suivie par 120 000 personnes sur Instagram et presque 1 millions de personnes sur Tiktok.

# #MaVoieMonChoix



# LES COMMANDITAIRES ET PARTENAIRES



## LE CENTRE HUBERTINE AUCLERT

Le Centre Hubertine Auclert, centre francilien pour l'égalité femmes-hommes, est un organisme associé du Conseil Régional d'Île-de-France. Il promeut l'égalité entre les femmes et les hommes et la lutte contre les violences faites aux femmes à travers l'Observatoire régional des violences faites aux femmes. Il apporte de l'expertise, des ressources et de la formation sur ces thèmes aux actrices et acteurs qui œuvrent sur le territoire francilien (collectivités, associations, syndicats, établissements scolaires).



Belazar est l'agence de communication qui a conçu #MavoieMonchoix.



- La région Île-de-France soutient la production et la diffusion de cette campagne auprès de 800 lycées franciliens et dans le Transilien.



- La société Turnadon diffuse les spots vidéos de la campagne sur des écrans au sein de lieux stratégiques en Île-de-France.



- L'objectif de la Fondation Jean Kerber est l'amélioration des conditions de vie d'enfants orphelins ou vulnérables au travers de l'éducation et de la formation. Elle soutient le Centre Hubertine Auclert depuis plusieurs années sur ses campagnes de sensibilisation auprès du public jeune.

## #MaVoieMonChoix