SAÉ 101 – AUDITER UNE COMMUNICATION NUMÉRIQUE

Groupe K : Anouar Fertahi, Nawal Gherbi Bahia, Fanette Lanfranchi, Axel Le Pape, Alexandre Marques Da Silva, Antoine Moulin, Léa Zoccoli

Présentation du projet et audit de collectifs existants associés

Sommaire

Sommaire 2
Présentation du projet S.A.É. 4
Analyse de collectif 1 : Association Pour une M.E.U.F. (Pour une Médecine Engagée, Unie et Féministe) 6
- **Présentation** 6
- **Dernières actions de l'association** 8
- **Analyse de la présence sur les réseaux sociaux** 10
- **Première analyse du site web** 13
- **Analyse de la présence médiatique** 14
- **Analyse campagne du Centre Hubertine Auclert : "L'égalité professionnelle ça se travaille"** 15

Analyse de collectif 2 : La Fondation des Femmes 18
- **Présentation** 18
- **Analyse de la présence sur les réseaux sociaux** 20
- **Première analyse du site web** 24
- **Analyse d'une campagne de communication** 26
- **Analyse de la présence médiatique** 30

Comparaison des stratégies de communication des deux collectifs 31
Retours sur le projet 33
Annexes 34
- **Publications Réseaux Sociaux** 34
  - **Pour une M.E.U.F.** 34
    - **Facebook** 34
    - **Twitter** 37
    - **Instagram** 39
  - **Fondation des Femmes** 40
    - **Twitter** 40
    - **Instagram** 43
    - **Facebook** 45
- **Campagnes de communication** 48
  - **Fondation des Femmes** 48
  - **Centre Hubertine Auclert** 52
    - **Affiches** 52
    - **Livret pédagogique** 54
- **Sites web** 56

Introduction

Dans le présent livret, nous allons vous présenter notre projet SAÉ pour ce semestre dont l'objectif est de défendre une des grandes luttes de notre société actuelle en se mettant dans la peau d'un collectif *« à contre-courant »* et de ses préoccupations, ses activités, défendre ses valeurs, etc. au travers d'un évènement. Vous découvrirez donc ici notre projet mais également deux collectifs sur lesquels nous avons pu nous baser pour déterminer les méthodes de communication et objectifs de collectifs en lien avec la thématique que nous avons choisie : Les luttes féministes.

Ainsi, vous trouverez d'abord une présentation de notre association puis de son projet pour défendre les droits des femmes. Ensuite, nous vous proposerons de découvrir deux collectifs luttant pour la cause féministe également : Pour une M.E.U.F. et La Fondation des Femmes. Nous avons, pour cela, analysé leur présence en ligne sur les réseaux sociaux, leur présence médiatique, leur site web, et nous vous proposons leurs dernières actions ou l'analyse d'une de leurs dernières campagnes de communication.

Au plus proche de notre thématique, vous trouverez également une analyse de la campagne de communication « L'égalité professionnelle, ça se travaille ! » réalisée par le Centre Hubertine Auclert.

Nous vous proposerons enfin de comparer la présence médiatique des deux collectifs analysés et nous intéresserons aux retombées que pourra avoir cet audit sur notre propre projet, notamment en ce qui concerne la stratégie de communication numérique que nous allons devoir mettre en place pour faire la promotion de notre action.

Présentation du projet S.A.É.

Présentation de l'association créée

Nom : À Postes Égaux

Nom choisi en référence à l'expression « À parts égales » ou encore au film « À armes égales », « À Postes Égaux » est une association créée dans l'objectif de contribuer à atteindre l'égalité entre les femmes et les hommes, en particulier dans le monde du travail. Ainsi, plusieurs actions ponctuelles ou sur le long terme pourront être menées à destination des entreprises mais aussi du grand public, afin de mettre en évidence le travail restant à accomplir dans ce domaine, et de proposer des solutions pour avancer dans ce sens.

Cibles des actions

Engagée pour l'égalité femmes-hommes au travail, l'association cible donc logiquement les salarié·e·s, mais aussi plus particulièrement les dirigeant·e·s et directeur·trice·s des ressources humaines.

Toutefois, afin de se faire connaître, de prendre de l'envergure et de sensibiliser largement à ces problématiques, l'association partage également des actualités, informations et engagements avec le grand public.

Outils de communication

<u>Réseaux sociaux</u> :

Afin d'atteindre un public le plus large possible, l'association sera présente sur les réseaux sociaux, dont au moins les plus courants (Twitter, Instagram, Facebook). En effet, ces supports sont aujourd'hui indispensables pour faire passer des messages d'actualité ou de sensibilisation auprès du plus grand nombre.

<u>Interventions en entreprises</u> :

Pour concrétiser notre engagement particulier pour l'égalité dans le monde du travail, c'est tout naturellement au sein de cet écosystème que l'association mènera une grande partie de ces activités, avec des interventions de sensibilisation sur les inégalités les plus répandues dans le travail et des

formations auprès des dirigeants ou D.R.H. pour leur fournir des outils adaptés au traitement et à la réduction des inégalités et discriminations diverses dans le monde professionnel. Nous vous invitons à lire le point suivant pour plus de détails sur ce projet.

Appel à un parrain / une marraine :

L'association envisage de faire appel à un parrain afin de donner plus de crédibilité et de poids au message qu'elle veut porter. Il pourra s'agir d'une personnalité publique connue telle qu'une humoriste défendant les droits des Femmes, par exemple Nicole Ferroni (fictivement, ndlr.).

Analyse de collectif 1 : Association Pour une M.E.U.F. (Pour une Médecine Engagée, Unie et Féministe)

Présentation

L'association Pour une M.E.U.F. défend tout particulièrement la lutte contre le sexisme dans le milieu médical et l'accès aux soins.

Cette association de soignants se bat par exemple dans l'objectif d'augmenter la visibilité de la péridurale déambulatoire, ou encore s'inscrit dans la lutte contre les médecins agresseurs sexuels.

Identité visuelle et structure du site web

Adresse : https://www.pourunemeuf.org

L'identité visuelle de cette association est basée autour de son environnement d'action : la médecine.

En effet, on retrouve dans leur logo une référence au serpent et au bâton, symboles de la médecine. Les couleurs aussi sont en référence à la médecine : Un vert souvent associé dans l'inconscient à l'hôpital, toutefois dans une teinte vive et moderne. La couleur secondaire est le jaune, qui est comme une illumination devant remettre la lumière sur ce travers-ci de la société pour y mettre fin.

La typographie utilisée sur le logo est de style manuscrit donne une impression d'humanité et un côté chaleureux au logo, permettant de créer une proximité entre le lecteur et l'association et d'encourager à la rejoindre.

L'objectif du style graphique est de rendre le site chaleureux avec des portraits type en fond, permettant au visiteur de s'identifier à la cause présentée. Notons qu'il n'y a que des visages féminins mis en avant, mais que l'écriture inclusive utilisée dans la rédaction des contenus invite tout le monde à rejoindre le combat, femmes comme hommes.

Par ailleurs, leurs réseaux sociaux y sont bien mis en avant, un bloc fixé en bas à gauche est ainsi systématiquement présent sur le site, permettant d'accéder aux comptes Facebook et Twitter de l'association ou encore d'envoyer la page par e-mail ou de suivre les actualités via un flux RSS.

Enfin, le visiteur est invité dès l'introduction de la page d'accueil à faire un don à l'association, permettant de financer des formations ou des rencontres sur divers thèmes en lien avec le sexisme principalement. Toutefois, l'association se dit ouverte à élargir les thèmes de ces rencontres à d'autres discriminations. Cela leur permet ainsi de viser un public le plus vaste possible.

Dernières actions de l'association

Cette partie a été ajoutée pour cette association en raison de l'absence de campagne de communication réalisée par elle à analyser (voir plus loin).

Evènement : Atelier « Bienveillance en Gynécologie »

Atelier à 5 euros le 21 janvier 2022 à 20 heures.

L'objectif principal de cet atelier en ligne était d'expliquer à des professionnels de santé comment rassurer les jeunes patientes confrontées à des séances de Gynécologie anxiogènes et qui peuvent être mal vécues en raison de la douleur causée ou crainte à la suite de certains actes médicaux. Cette formation a pour but d'apprendre à ces praticiens comment accueillir les patientes, quels mots utiliser, comment assurer leur confort lors des consultations et d'encourager la mise en place des moyens pour éviter et détecter les situations de violence. Cet atelier touche à une réalité du monde médical et donne de concrets conseils aux médecins participants pour remédier à certains points problématiques dans l'exercice de la médecine pour améliorer les conditions des patientes.

Pour promouvoir cet événement, l'association a coordonné ses différents supports de communication :

- **Twitter** : 3 tweets identiques le jour même pour rappeler l'événement : Ici l'association a opté pour une stratégie compacte et rapide mais peu détaillée et diversifiée.

- **Facebook** : Cependant sur Facebook la communication est bien plus concentrée mais détaillée. Seule une publication a été faite mais elle explique en détail l'événement et son utilité.

- **Newsletter** : De plus une Newsletter est proposée pour compléter le système et informer de l'atelier en ligne.

Cet atelier cible les étudiants dans le domaine médical, les soignants + toutes autres personnes intéressées et concernées par la Gynécologie. L'objectif de communication était de promouvoir et de faire connaître cet atelier pour qu'un maximum de personnes y participe.

Autre évènement mineur récent : Discussion patients / soignants

Pour leur dernier évènement, le collectif a organisé une discussion entre les soignés et les soignants. Cette action récurrente change à chaque fois de thème. L'objectif est de proposer un échange entre les participants concernant leur vécu médical, leurs parcours etc. L'endométriose était le thème de la dernière édition. Dû au fait que cette maladie touche uniquement les femmes, elle est encore mal diagnostiquée. Des idées reçues appuient sur la négligence des soignants face à ce sujet, cela résultant à une incompréhension de cette maladie qui elle-même découle aux sous-diagnostiques. Tout cela aboutit à une souffrance continue des patientes provoquant une certaine inégalité entre les maladies des hommes et des femmes. Si le sujet était mieux traité il y aurait une meilleure prévention et donc une baisse des cas et une meilleure prévention des personnes atteintes.

Analyse de la présence sur les réseaux sociaux

Likes, Repartages & Commentaires (en date du 18/09/2022)

Quantitatif	Nombre d'abonnés			Nombre de publications		Fréquence de publication		
Facebook @pourunemeuf	2861			X		< 5 / mois irrégulièrement		
Twitter @pourunemeuf	6012			2931		5-10 par mois irrégulièrement		
Instagram @pourunemeuf	236			1		Jamais		
10 dernières publications	NB de likes			NB de repartages		NB de commentaires		
	FB	Twi.	Inst.	FB	Twitter	FB	Twi.	Inst.
1 (+ récente)	7	29	68	2	39	0	1	3
2	10	4		0	2	1	1	
3	56	17		9	11	0	0	
4	7	6		0	18	0	0	
5	17	9		7	13	0	1	
6	2	23		1	8	0	1	
7	49	7		20	4	1	0	
8	6	38		0	12	0	0	
9	29	8		13	8	0	1	
10	6	2		0	03	0	0	

Nous pouvons remarquer que le collectif "Pour une MEUF" est davantage présent sur Twitter où il compte 6K d'abonnés contre 2.8K pour Facebook. Le compte Instagram est quant à lui presque laissé à l'abandon avec une seule publication d'ouverture du compte. Ce collectif est actif, particulièrement sur Twitter où la fréquence des post est de 10 posts maximum par mois. Ce réseau social est leur base solide pour communiquer. Si la communication et les réactions semblent assez limitées, cela peut se justifier étant donnée leur relative petite taille ils ne peuvent pas se permettre d'être sur tous les fronts, et il est très compliqué de se faire connaitre et de capter durablement une audience quand on est une petite structure.

Facebook permet toujours de manière complémentaire de toucher un autre public. C'est pourquoi ils n'ont pas approfondi leurs activités sur Instagram, le public étant sensiblement le même que sur le réseau social de l'oiseau bleu.

Le taux d'engagement en fonction du nombre de likes est assez faible, 6,6% sur Facebook et 2,5% sur Twitter, sur les 10 dernières publications. Ainsi s'il y a des communautés établies en termes d'abonnés, l'engagement est très faible. Nous pouvons nous demander si ce faible taux d'engagement est lié au fait que les abonnés ne sont pas intéressés réellement par le contenu ou au fait qu'ils ne souhaitent pas prendre parti en likant les publications sur ces sujets de société. Sur Instagram nous mesurons un taux d'engagement beaucoup plus élevé mais qui ne semble pas pertinent à analyser car il n'y a qu'un seul post et le compte n'est pas utilisé.

Nous remarquons que certaines publications ont un nombre anormalement important de likes / repartages / commentaires. Dans la plupart des cas, cela s'explique par le fait que les publications en question sont faites en réaction à une publication d'une autre association / collectif ce qui mutualise les publics des différents collectifs engagés et augmente donc les statistiques de la publication. A noter que nous avons comptabilisé les repartages / citations avec commentaire comme publications de l'association pour notre sélection des publications les plus récentes, mais pas les simples retweets sans commentaires.

Mais au-delà de la quantité, quels types de publications l'associations rédige-t-elle et pourquoi ?

D'abord les Réseaux Sociaux sont principalement utilisés pour promouvoir leurs idées plus que leur association. Effectivement les publications ont le plus souvent pour objectif soit de réagir à d'autres actions dans le domaine que l'association approuve et donc soutient, soit de tenir au courant de l'actualité politique sur le domaine. Mais aussi elles mettent en avant leurs propres événements et ateliers.

Il ne faut pas vraiment voir leur RS comme une vitrine, que le site web se chargent mais plutôt comme un moyen de réunir leur communauté et de la partager. Ils permettent également de prévenir les personnes extérieures des actions et ainsi de tenter d'élargir leur audience.

Quantitatif	Instagram	Facebook	Twitter
Nombre d'abonnés	236	2861	6012
Nombre de publication	1	X	2931
Nombre de likes	68 (1 seule publication)	2552 (page) 189 (10 dernières publications)	120 (10 dernières)
Taux d'engagement	28,8% (likes)	6,6% (likes)	2,5% (likes)
Nombre de repartages	X	52 (10 dernières)	39 (10 dernières)
Nombre de commentaires	3	1	4 (10 dernières)

Qualitatif	Instagram	Facebook	Twitter
Type de publications	Aucune. Une seule publication d'ouverture	Relaie des tribunes pour affirmer son engagement	Relaie des tribunes pour affirmer son engagement
Type de commentaires	Emojis	Commentaires pour confirmer leurs participations aux évènements et pour encourager l'association et la soutenir	Commentaires félicitant les initiatives prises
Type de comptes suivis / d'abonnements	Principalement associations collègues dans des domaines similaires et comptes de médias	Comptes d'associations similaires et de personnes travaillant dans le domaine.	Comptes d'associations similaires et de personnes travaillant dans le domaine.

Première analyse du site web

Page d'accueil :

- Illustrations diverses de femmes en fond d'en-tête
- Logo
- Nom de l'association
- Slogan
- Brève explication de l'objet de l'association
- Deux boutons en tête de la page, 1 pour faire un don et 1 autre pour en apprendre plus sur à qui s'adresse ce don (lien vers la page "qui sommes-nous ?")
- Lien vers les différents moyens de contact (réseaux sociaux, newsletter permettant d'informer les personnes intéressées et tous les lecteurs (réunions, actualités etc.), et de donner le sentiment d'une association active au quotidien.

Bas 1ère page :

- Renvoi vers des articles divers

En conclusion le site web est sobre, assez direct, simple et efficace. On ne retrouve aucune particularité au niveau visuel/artistique, hormis le logo reprenant le nom de l'association et les symboles de la médecine. Toutefois, le site dispose d'une palette de couleur originale (turquoise, jaune) ce qui permet de forger graphique une identité à travers les couleurs.

Toutes les autres informations se situent dans le menu déroulant ("qui sommes-nous ?", "nos actions", "blog", "liens", comment rejoindre l'association en tant que personnel soignant…)

Organisation d'évènements et d'ateliers tels que des rencontres entre soignants et soignés.

Analyse de la présence médiatique

La presse :

Généralement, lorsqu'un article souligne un problème de société en rapport avec le monde médical, l'association "Pour une M.E.U.F" est citée comme solution aux problèmes énoncés dans l'article. Lien : https://nouveau.europresse.com/Link/umiv/news%c2%b720190506%c2%b7HUF%c2%b7026

Cependant, dans certains articles, la presse présente l'association ainsi que ses engagements comme leur volonté de réformer l'enseignement médical pour un apprentissage plus égal envers les femmes. On peut retrouver leurs combats dans cet article : https://nouveau.europresse.com/Link/umiv/news%c2%b720200828%c2%b7SQW%c2%b7447c5c2b-1e30-470b-99cd-6ff470250517

Les réseaux sociaux :

Nonobstant un nombre de followers assez faible, leurs publications suscitent plus de réactions. On peut dire que les personnes qui les suivent sont plus engagées dans la cause.

Leurs profils ne sont pas vérifiés. L'association ne possède sûrement pas les recommandations nécessaires pour être authentifiée.

Référencement :

1ère page, 6ème résultat après avoir recherché "site association féministe" sur le moteur de recherche Google.

Campagnes de communication

Ce collectif n'a pas vraiment réalisé de campagnes. Il est plutôt signataire d'autres campagnes : L'association s'associe à des campagnes dans le domaine médical lancées par d'autres associations. Nous en cherchions une en lien avec le féminisme. Ainsi n'ayant pas pu trouver de campagne provenant de cette association, nous avons alors choisi d'analyser une campagne pour les droits des Femmes réalisée par le Centre Hubertine Auclert. De plus, cette campagne est en lien avec le monde du travail, au cœur du projet de notre nouvelle association.

Analyse campagne du Centre Hubertine Auclert : "L'égalité professionnelle ça se travaille"

Description du collectif :

Le Centre Hubertine Auclert, est un centre de ressource à but non lucratif qui a pour dédication la promotion de l'égalité des sexes. Parmi les buts principaux de l'organisme on peut noter des objectifs tels que :

- La promotion de l'égalité femmes-hommes
- Lutter pour la prise de conscience des gens sur cette lutte
- Produire de l'expertise dans ces domaines
- Étudier et mettre en évidence les écarts professionnels entre les hommes et les femmes

Description de la campagne :

La campagne "L'Égalité Professionnelle ça se travaille !" lutte pour une égalité générale dans le monde du travail entre les hommes et les femmes, cette campagne met en évidence les principales différences et inégalités dans le monde du travail actuellement en France. Ces informations sont accompagnées de noms et portraits de personnalités faisant office d'icônes dans un ensemble de domaines professionnels différents dans lesquels la femme est en minorité, ces personnalités illustrées à chaque page servent aussi à montrer que malgré le fait que dans tel ou tel domaine la femme est aujourd'hui extrêmement minoritaire, certaines se sont battues et ont réussi à obtenir petit à petit des avancées, comme pour encourager à continuer le combat.

Dates

Cette campagne a été publiée en 2018, toujours disponible au téléchargement aujourd'hui sur le site du Centre Hubertine Auclert

Objectif

L'objectif de cette campagne est de sensibiliser aux différences de parité hommes-femmes dans le monde professionnel, en s'appuyant sur les modèles de différentes personnalités féminines ayant été pionnières des domaines où encore de nos jours la femme est extrêmement minoritaire.

Cibles

Les publics ciblés par cette campagne sont

- Les adolescents
- Les étudiants
- Les professionnels de l'éducation
- Les professionnels de la santé
- Les élus et agents des collectivités et de l'administration

Selon le Centre Hubertine Auclert lui-même sur la fiche technique de la campagne.

Supports et communications

Cette campagne est exclusivement composée d'affiches papier ou disponibles dans un format numérique en PDF, ainsi que sous forme d'un livret pédagogique. Il est possible de les télécharger ou d'en commander des exemplaires imprimés gratuitement en payant juste les frais de port. Les documents sont en accès libre et direct dans « l'Égalithèque » du site internet du Centre.

Répercussions médiatiques

Après vérification sur "Europresse" et des recherches en amont sur Google, il est possible d'affirmer que les médias n'ont pas parlé de cette campagne. Cependant, il est important de noter le fait que l'association

n’attendait aucune retombée dans la presse car la cible prioritaire n’est pas le grand public.

Analyse de collectif 2 : La Fondation des Femmes

Présentation

La Fondation des Femmes a été créée en 2014. Elle met en lumière les petites associations féministes de quartiers et les regroupe pour les aider en leur louant des locaux ou leur proposant des financements à partir de dons reçus par la Fondation. La Fondation cible entre autres directement les inégalités dans le secteur du travail. Ses valeurs sont l'entraide, le respect, la fraternité, la solidarité, l'écoute, la bienveillance.

Ce collectif collecte des dons afin de financer des projets tels que le soutien d'un centre d'accueil de jour pour les femmes en situations de précarité ou encore la distribution de produits de première nécessité durant le confinement. De nombreux projets ont été financés dans les domaines de la violence, de la précarité, de la justice, du travail, du harcèlement et de la santé. La fondation des femmes a pour but de faire progresser l'égalité entre les hommes et les femmes au travail dans divers domaines tels que les inégalités salariales, les inégalités face à l'embauche, des congés parentalités et lutte également contre le harcèlement.

Charte graphique et structure du site web

Son logo est constitué d'un ruban blanc qui est le symbole international de la lutte contre les violences faites aux femmes, sur un fond en forme de losange violet qui lui symbolise le féminisme. A côté est écrit le nom de la fondation, en blanc sur un fond violet. L'inscription est encadrée par des traits droits blancs qui lui donnent une dimension importante. Le nom est inscrit en lettres capitales blanches ce qui le fait ressortir. La police utilisée est simple et claire. Le violet est une couleur qui représente les Femmes mais aussi la sagesse, la bonne parole et c'est pour cela que cette couleur a été utilisée car elle est en lien avec le cœur des actions de la Fondation que sont la recherche de l'égalité entre les Femmes et les Hommes et la lutte contre les violences sexistes et sexuelles. Le logo est inscrit sur une bande violette. Sur le site web, on trouve notamment une vidéo présentant l'objectif de la Fondation des Femmes à travers une femme qui subit des violences, que les personnels soignants ne croient pas et qui, grâce à la Fondation, s'en sort. On y trouve également une infographie composée de 6 cases de trois couleurs le violet (sagesse, bonne parole), le jaune (la joie) et le rouge (force énergie, puissance) avec les inscriptions « violences, justice, précarité, harcèlement, santé et travail », là

encore en capitales blanches afin que l’on se concentre dessus. Sur leur site web nous pouvons remarquer une catégorie don en rouge afin d’attirer l’œil avec un cœur qui rappelle l’amour.

Analyse de la présence sur les réseaux sociaux

Quantitatif	Nombre d'abonnés			Nombre de publications		Fréquence de publication		
Facebook @FondationDesFemmes	63K			X		3-5 jours		
Twitter @Fondationfemmes	34,7K			1030		3-5 jours		
Instagram @fondationdesfemmes	72K			1170		Environ tous les 2 jours		
10 dernières publications	Nombre de like			NB de repartages		NB de commentaires		
	FB	Tw.	Inst.	FB	Twi.	FB	Twi.	Inst.
1 (+ récente)	32	32	386	5	8	0	1	3
2	18	8	237	0	5	0	1	2
3	49	10	207	0	3	0	1	8
4	69	6	1146	21	1	1	1	10
5	45	5	224	65	1	3	0	0
6	95	6	492	8	1	2	1	2
7	29	24	247	18	20	5	0	1
8	96	93	382	6	70	1	2	3
9	20	28	195	18	8	5	1	0
10	27	48	184	4	23	0	1	1

Nous pouvons remarquer que le collectif "la fondation des femmes" est plus suivi sur Instagram où il compte 72K abonnés contre 63K pour Facebook et 34,7K sur Twitter. Ce collectif est actif particulièrement sur Instagram où la fréquence des post est de 2 jours contre 3 à 5 jours sur les autres réseaux sociaux. De plus, le nombre de likes et de commentaires est plus important sous les postes Instagram que sous les postes des autres réseaux sociaux. Toutefois, La Fondation des Femmes est active sur l'ensemble des réseaux sociaux malgré tout, ce qui lui permet de toucher un public le plus large possible. Les publications sur Instagram sont plus likées que sur les autres réseaux sociaux, aussi cela est en accord avec le nombre d'abonnés, plus important que sur Facebook et Twitter. Cela montre bien l'importance de multiplier les canaux de communication pour toucher un maximum de personnes. On voit qu'il y a très peu de commentaires dans tous les cas, les personnes se contentent de liker les

contenus concernés sans y réagir. Les repartages sont également relativement limités, peut-être car repartager de tels contenus représente un réel engagement politique, que certains ne soutiennent pas à 100% ou ne souhaitent pas remettre en avant. L'action de liker est celle qui demande le moins d'engagement, cependant les likes sont importants car ils montrent que les publications sont lues et appréciées.

L'association privilégie donc le réseau social sur lequel elle a le plus de résonnance. On ne peut pas détacher de réelle progression sur le laps de temps étudié, les chiffres restent stables globalement dans une même fourchette entre 200 et 1000 likes par publication. Le nombre exact varie ensuite selon le type de publication, général ou concernant uniquement la vie de l'association par exemple. Ainsi, on remarque que quand certaines publications ont des statistiques plus élevées que les autres. Dans ces cas-là, il s'agit de publications qui relaient les actions d'autres associations ce qui mutualise les publics, ou de publications relayant des sujets externes à l'association qui ont touché toute la population, par exemple des concertations organisées par l'État. On trouve par exemple des statistiques très importantes sur une publication rappelant l'anniversaire du Grenelle contre les violences conjugales. A noter que nous avons comptabilisé les repartages / citations avec commentaire comme publication de l'association pour notre sélection des publications les plus récentes, mais pas les simples retweets sans commentaires.

Le taux d'engagement sur Facebook et Twitter est très faible (0,7%). Cependant, la Fondation des Femmes a de très nombreux abonnés donc il est logique que tous ne réagissent pas. De plus, de nombreuses publications ont un caractère informatif qui n'attend pas forcément de retour. Il n'y a pas de publications attendant explicitement un témoignage ou un débat en commentaires.

Sur Instagram en revanche, réseau social le plus actif de la Fondation, le taux d'engagement est de 5% ce qui est assez bon, en particulier en considérant que le compte totalise plus de 70 000 abonnés donc 5% représente un nombre significatif de personnes. L'engagement plus important sur ce réseau vient donc confirmer que c'est le canal de communication privilégié par la Fondation et celui sur lequel elle a le plus d'audience.

Qualitativement, la Fondation des Femmes fait plusieurs utilisations des différents réseaux sociaux. Essentiellement, elle partage des contenus sous forme de photos ou de vidéos, accompagnés de descriptions textuelles rapides.

Les formats sont adaptés à chaque réseau social, avec par exemple une attention particulière à correspondre aux formats classiques Instagram. Les contenus publiés sont des communiqués de presse, des bilans de leurs actions, des messages invitant à les rejoindre ou à rejoindre une association de terrain, des reposts de communiqués ou partages d'évènements d'associations partenaires, etc.

Quantitatif	**Instagram**	**Facebook**	**Twitter**
Nombre d'abonnés	72000	63000	34700
Nombre de publication	1170	X	1030
Nombre de likes	10221 (10 dernières)	448 (10 dernières)	74 (10 dernières)
Taux d'engagement	5,1% (likes)	0,7% (likes)	0,7% (likes)
Nombre de repartages	X	143 (10 dernières)	22
Nombre de commentaires	30	17	6

Qualitatif	Instagram	Facebook	Twitter
Type de publication	Photos, vidéos, réels, campagne de sensibilisation	Post avec du texte et des photos ou vidéos	Tweet avec des photos et des vidéos
Type de commentaires	Commentaires pour avoir des informations supplémentaires, pour encourager et féliciter l'association ainsi que pour réagir à l'actualité.	Commentaires pour confirmer leur participation aux évènements et pour encourager l'association et la soutenir	Commentaires félicitant les initiatives prises
Type de comptes suivis/d'abonnement	Comptes luttant également pour des causes féministes, qui agissent pour l'égalité des genres dans divers domaines (l'art), lutte contre les violences sexistes et sexuelles etc.	Comptes d'associations principalement défendant les droits des femmes. Par exemple : "féministes en mouvements", "App-elles", "voix des femmes" ou encore "Solidarités femmes" etc.	Personnalités importantes défendant les droits des femmes, notamment une députée de l'Essonne, Associations féministes luttant pour les droits des femmes ainsi que contre les violences etc.

Première analyse du site web

Adresse : https://fondationdesfemmes.org/

Premières impressions :

- Site web adapté à l'ordinateur et également au téléphone

- Celui-ci est très ergonomique, visuel et travaillé.

Page d'accueil :

1ère partie de la page d'accueil : Présentation de la fondation, de leur objectif.

Vidéo de présentation de leur collectif : La Fondation des Femmes, qu'est-ce que c'est ?) **:**

Le collectif a utilisé de l'animation (dans un style "Corporate art style") pour faire passer leurs messages. Aucun acteur n'est présent à l'image dans cette vidéo.

Au début de la vidéo, dans un environnement sombre et triste, une femme explique son quotidien avec un partenaire violent. Elle essaye de le pardonner, elle accepte ses excuses mais reçoit toujours des coups. Elle est toujours seule (elle se renferme sur elle-même). On remarque d'ailleurs que pendant la vidéo, il n'y a aucune image de violence, de coups. Cette absence permet de montrer cette vidéo à tout type de public (enfants, etc.) sans heurter la sensibilité des personnes concernées. On ne voit pas le partenaire ce qui permet d'éviter les clichés et les stéréotypes, de montrer que n'importe qui peut être violent. Les médecins ignorent les signes de violences sur son corps.

Elle se sent en danger mais à ce moment-là la "Fondation des Femmes" lui tend la main. Dans un environnement cette fois clair et coloré, on nous explique que grâce aux dons que la Fondation peut redistribuer à des associations de terrain et grâce à un soutien juridique (avocats bénévoles), ils font progresser les droits des femmes et ils peuvent aider les femmes victimes dans leurs procédures judiciaires ; ils distribuent également des produits de première nécessité et mettent en place des lieux pour l'installation des associations.

Après l'explication de leurs actions, la vidéo se termine sur un message (Pour lutter contre les inégalités et les violences...) résumant l'importance de l'action qui laisse enfin place à un écran de fin avec leur logo et leur nom. Au début de la vidéo, ils ont utilisé des voix différentes les unes des autres de

femmes (qui ont peut-être été victimes de violences) sur une musique sobre et “triste”. Puis la musique devient plus mélancolique et une autre femme (que l’on peut considérer comme une bénévole) présente leur collectif.

2ème partie de la page d’accueil : Partie actualité avec différents postes comme “REMISE EN CAUSE DU DROIT À L'AVORTEMENT” dans différents pays et autres toujours en lien avec les droits des femmes.

3ème partie de la page d’accueil : Partie don avec différents montants tous imagés par des illustrations ainsi qu’un bref descriptif expliquant que permettra tel ou tel montant (8€/mois pour rentrer dans le programme et soutenir modestement la Fondation Des Femmes, 10€/mois pour contribuer aux accompagnements téléphoniques d’une femme victime de violences, 15€/mois pour des produits de première nécessité pour une femme dépendante et ses enfants et 20€/mois pour pouvoir héberger en urgence une femme victime de violences conjugales et ses enfants pendant 4 nuits à l’hôtel).

4ème partie de la page d’accueil : Un récapitulatif de tout ce que l’association a permis comme avancées dans leur lutte. 770 000 Kits de première nécessité distribués (produits hygiéniques), 4,2 millions d’euros réservés à des associations de terrain et nuitées d’urgence financées pour les femmes victimes de violences.

5ème partie de la page d’accueil : Commentaires de différents donateurs, bénévoles ou autres personnes, accompagnés de leur prénom et de leur photo, permettant de s’identifier aux témoignages présentés.

6ème partie de la page d’accueil : Partie permettant à la personne consultant le site web de naviguer vers l’ensemble du site comme elle le désire grâce à 4 catégories (don, devenir bénévole, se former ou engager son entreprise)

7ème partie de la page d’accueil : Newsletter, réseaux sociaux, mentions légales et autres informations complémentaires.

8ème partie de la page d’accueil : principe de mécènes : Des entreprises peuvent donner annuellement ou plusieurs fois par an ; Elles peuvent également partager ses expertises et ses compétences que ce soit en communication.

Analyse d'une campagne de communication

« Maintenant on agit »

A l'occasion de la Journée internationale des droits des Femmes du 8 mars 2019, la Fondation des Femmes a lancé une campagne de sensibilisation en s'appuyant sur le soutien de 44 acteurs et actrices Français.es pour « appeler au don et mettre en lumière les vécus des femmes victimes de violences et de discriminations »

Le mouvement avait déjà été lancé en 2018. Cette campagne est parrainée notamment par l'actrice Julie Gayet qui a participé à l'organisation au préalable de la campagne de 2019 : *"Dans le cinéma on peut mettre dans la lumière celles qui sont dans l'ombre. Comme l'a rappelé Léa Drucker aux Césars, les associations ont besoin de moyens financiers, là, maintenant, pour agir et les défendre. On peut tous et toutes donner."*.

Message principal

Encourager les femmes victimes de violences à sortir du silence et donner de la visibilité à ces situations. L'objectif final étant de briser le tabou autour des violences conjugales et des discriminations, de libérer la parole. Parallèlement, la fondation et ses partenaires réalisent un appel aux dons et mettent en exergue la nécessité de redonner des moyens aux associations d'aide aux victimes et combler les besoins avec soutiens financiers.

Dates

Lancé sous une première forme pour le 8 mars 2018.

Ici, début de la campagne pour le 8 mars 2019 à l'occasion de la Journée Internationale des droits des Femmes. Communications toujours d'actualité et disponibles aujourd'hui notamment sur le site même s'il n'y a plus d'ajout de nouveaux éléments.

Objectifs de communication

Cette campagne poursuit un objectif de comportement car elle incite les cibles directes comme indirectes à prendre conscience de la réalité de ces violences, et elle incite tout le monde à en parler et les victimes à révéler ce qu'elles ont subi et qu'elles n'osent parfois pas dire.

La campagne fait également appel aux dons afin que le soutien inactif se transforme en soutien actif. En effet de nombreuses personnes estiment qu'il est important de soutenir les associations caritatives mais n'y participent pas.

Enfin, il y a un objectif de relation puisque la Fondation des femmes invite « tout le monde » à rejoindre le mouvement *#MaintenantOnAgit* afin de créer une communauté et de donner plus de poids à l'action. De plus la Fondation des Femmes a fait appel à des personnalités publiques du cinéma pour faire passer son message et donner de la visibilité à son action dans les médias et ainsi espérer que le public soit influencé par les demandes émanant de personnalités qu'ils connaissent et apprécient que sont les acteurs et actrices participants.

Cibles

Cœur de cible : Donateurs potentiels de 40 à 70 ans, et parallèlement les jeunes victimes susceptibles de rejoindre le mouvement en ligne.

Cible principale : Les adultes actifs ainsi que les retraités donneurs potentiels et l'ensemble des victimes de violences ou discriminations sexuelles ou sexistes.

Cible secondaire : La population générale active sur les réseaux sociaux, susceptible de relayer la campagne et de donner si elle en a les moyens de manière ponctuelle. Les jeunes, qui disent soutenir ces causes mais donnent rarement financièrement (moins de 5% des dons) avec la possibilité de faire un don sur les applis mobiles *Pumpkin* et *Lydia*.

Cible relais : Les autres célébrités, visées par les acteurs et actrices signataires et qui seraient ensuite susceptibles de rejoindre la campagne ou d'en faire la promotion. L'ensemble des Femmes, pour les alerter sur les problèmes auxquels sont confrontées d'autres femmes, et les inviter à parler de la campagne autour d'elles, etc.

Supports et communications

Un clip de présentation de la campagne a été tourné avec les 44 personnalités du cinéma Français qui se sont associés à la campagne dès sa création : https://www.youtube.com/watch?v=86sPrlRQj60

44 personnalités du cinéma Français ont participé à la réalisation de cette campagne : Virginie Ledoyen, Camille Chamoux, Marie-Philomène Nga, Pierre Arditi, Antoine de Caunes, Clotilde Hesme, Pierre Richard, Eye Haidara, Isabelle Carré, Anne Depetrini, Muriel Robin, Eva Darlan, Olivier Rabourdin, Jonathan Zaccai, Mélanie Bernier, Mélanie Doutey, Thierry Fremont, Florence Thomassin, Valérie Bonneton, François Berléand, Julie Gayet, Valérie Damidot, Anna Mouglalis, Cécile Cassel, Gérard Jugnot, Nagui, Grégory Gadebois, Fatou Guinea, Léa de Beautealmakeup, Marie Bunel, Lisa Zimouche, Hélène Fillières, Anne Charrier, Tom Dingler, Barbara Schulz, Anne Consigny, Sophia Aram, Anne Marivin, Firmine Richard, Lucien Jean Baptiste, Pascale Arbillot, Abel Jafri, Lisa Zimouche. (Source : page“Maintenant On Agit | Fondation des Femmes”)

Des capsules individuelles de quelques secondes ont également été réalisées avec à chaque fois une personnalité interprétant une femme victime de violences qui délivre son témoignage, chacune des capsules se terminant par un appel aux dons et le message « Maintenant on agit, Maintenant on donne ! »

Un numéro vert a également été mis en place au moment du lancement de la campagne, aujourd’hui inactif, pour collecter les dons.

La Fondation des femmes s’est également associée aux applications *Pumpkin* et *Lydia* souvent utilisées par les plus jeunes pour appeler aux dons. Des entreprises telles que le *Crédit Municipal* ou encore la *Mutuelle Nationale Territoriale* ont annoncé leur soutien dès le lancement de la campagne.

Enfin, des infographies sous forme d’images ont été publiées pour appeler au don ou quelques-unes avec des statistiques sur les violences faites aux femmes et féminicides afin d’encourager les lecteurs à passer à l’action.

De nombreuses publications ont été faites sur Twitter à partir du début du mois de mars 2019 pour informer sur la campagne, appeler aux dons et publier les capsules individuelles avec les témoignages complets.

Sur Instagram, il est très compliqué de remonter jusqu’à cette date en ayant une vision globale.

Sur Facebook, s’il est compliqué de remonter chronologiquement, on retrouve tout de même des posts de certaines des 44 personnalités ayant interprété une victime avec un appel aux dons et la vidéo de leur témoignage.

Retombées médiatiques

Les retombées médiatiques de cette campagne sont nombreuses. Sans pouvoir entrer dans le détail étant donné que la campagne est terminée depuis plusieurs années maintenant, les personnalités investies dans la réalisation de la campagne ont pour certaines été invitées dans des émissions TV et ont donc pu avoir l'occasion d'en parler. Plusieurs médias ont également écrit des articles sur le sujet, notamment dès le lancement d'une première campagne un an plus tôt, en 2018. Notons que si nous n'avons pas trouvé d'opération similaire en 2019, le slogan #MaintenantOnAgit avait été affiché sur la Tour Eiffel lors de la campagne de 2018.

Par exemple, on peut retrouver les articles suivants via la base de données *Europresse* concernant uniquement la campagne de 2019 :

- *Madame Figaro* - https://madame.lefigaro.fr/societe/44-personnalites-sengagent-contre-les-violences-faites-aux-femmes-050319-164151
- *Libération* - https://www.liberation.fr/france/2019/03/04/les-droits-des-femmes-maintenant-on-agit_1712341/
- *L'Yonne Républicaine* du 8 mars 2019 (Voir annexes)
- Le *HuffPost* - https://www.huffingtonpost.fr/life/article/44-celebrites-portent-la-voix-de-femmes-victimes-de-violences_140937.html
- 20Minutes, Julie Gayet fait référence à la campagne : https://www.20minutes.fr/arts-stars/serie/2482123-20190327-series-mania-soupcons-propose-role-blonde-hitchcockienne-rejouit-julie-gayet
- Interview de Anne-Cécile Mailfert dans *Sud Ouest* : https://www.sudouest.fr/economie/droits-des-femmes-un-an-et-demi-apres-metoo-qu-est-ce-qui-a-change-2800410.php
- La campagne traverse même la frontière Belge dans *Metro* : https://fr.metrotime.be/actualite/des-celebrites-portent-la-voix-de-femmes-violentees

Analyse de la présence médiatique

La presse **:**

Dans des articles récents, la présidente de la Fondation des femmes prend la parole et commente sur l'actualité en rapport avec la femme : les manifestations à Paris au sujet du droit à l'avortement en France en réaction à l'actualité aux Etats-Unis concernant l'interdiction à ce droit fondamental.
Lien : https://www.francetvinfo.fr/societe/violences-faites-aux-femmes/violences-conjugales-dire-que-c-est-important-mais-ne-pas-trouver-l-argent-pour-regler-le-probleme-ca-n-est-pas-coherent-denonce-la-fondation-des-femmes_5339176.html

Elle est également citée dans la presse à la suite de son engagement.
Lien : https://www.nouvelobs.com/societe/20220928.OBS63801/contre-la-desinformation-en-ligne-sur-l-ivg-le-planning-familial-lance-un-nouveau-site.html

La Fondation des Femmes et Anne-Cécile Mailfert, sa fondatrice et présidente, possèdent toutes deux un article Wikipédia qui apparaît lorsque l'on cherche leurs noms sur le Web.

Liens : Association : https://fr.wikipedia.org/wiki/Fondation_des_femmes

Anne-Cécile Mailfert : https://fr.wikipedia.org/wiki/Anne-Cécile_Mailfert

Anne-Cécile Mailfert apparaît également sur YouTube dans de nombreuses interviews diffusées à la radio, notamment France Inter. Lien (exemple de vidéo) : https://www.youtube.com/watch?v=Am859AZeDmI

Radio France : https://www.radiofrance.fr/personnes/anne-cecile-mailfert

Les réseaux sociaux :

Les profils Instagram et Twitter de "La Fondation des Femmes" sont vérifiés, malgré le fait que beaucoup de personnes suivent leurs comptes, il y a très peu de réactions sur le contenu posté.

Référencement :

1ère page, 5ème résultat après avoir recherché "site association féministe" sur le moteur de recherche Google.

Comparaison des stratégies de communication des deux collectifs

Premièrement, nous pouvons constater que La Fondation des Femmes est beaucoup plus présente sur les réseaux sociaux que « pour une M.E.U.F. ». Prenons l'exemple des abonnés sur les réseaux sociaux, « la Fondation des Femmes » compte 72K abonnés sur Instagram contre 6K sur Twitter, réseaux les plus suivis pour chaque collectif, pour le collectif Pour une M.E.U.F. Nous pouvons expliquer cette énorme différence par l'écart de notoriété des deux associations, mais aussi par le fait que La Fondation des Femmes est un regroupement d'associations qui a recourt à un large angle d'approche vis-à-vis des droits des femmes, tandis que Pour une M.E.U.F. est plus spécifique au domaine médical, ce qui implique donc moins de personnes.

Comparons à présent la fréquence des publications. La Fondation des Femmes publie des posts tous les 2 à 3 jours sur tous ses réseaux sociaux alors que le collectif Pour une M.E.U.F. publie seulement environ 5 posts par mois, voire jamais. Forcément, comme Pour une M.E.U.F. est un groupe beaucoup plus réduit en termes d'effectif comparé à La Fondation des Femmes", cela pourrait expliquer la différence de partage de contenu mais aussi par le fait qu'ils mènent moins d'actions sur lesquelles elles pourraient communiquer. Par exemple sur Instagram, l'association Pour une M.E.U.F. compte uniquement un post contre 1170 pour la Fondation des Femmes.

Au niveau des campagnes, Pour une MEUF n'a pas proposé de campagne complète, seulement des communications ponctuelles à travers des échanges en présentiel. Les causes de ce problème peuvent tout simplement être dû au fait que le groupe est dû se réorganiser il y a quelques années ainsi qu'au fait que leur champ d'action est très spécifique.

Pour les sites web et leur référencement, Pour une MEUF est 6ème dans les résultats de recherche après avoir tapé les mots-clés : "site association féministe", la Fondation des Femmes est 5ème.

Lorsque l'on ouvre les deux sites des deux groupes, la différence la plus notable est le contenu affiché au centre de l'écran. Pour une MEUF se doit de se présenter tandis que Fondation des Femmes n'en a pas besoin, elle affiche directement le gros titre le plus récent de l'actualité. Toujours dans la

présentation, Fondation des Femmes ne dispose pas d'onglet "qui sommes-nous", surement encore parce qu'elle n'en a pas besoin au vu de sa notoriété.

Dans le contenu, Fondation des Femmes propose beaucoup d'actualités. Pour une MEUF affiche quant à elle d'anciens articles, toujours dû au manque d'initiative de la part du groupe.

Et enfin la navigation est plus efficace pour le site de Pour une MEUF mais plus agréable et complet sur celui de Fondation des Femmes.

Retours sur le projet

À la suite de ces analyses, certaines idées ont pu retenir notre attention pour notre propre projet à mener. En voici une liste de quelques-unes que nous envisageons d'appliquer à nos actions.

- L'idée de la vidéo en animation permet de passer un message d'une manière neutre mais suffisamment intéressante pour que l'on ait envie de la regarder. Il faudrait également garder le fait de ne pas montrer qui fait des violences, qui harcèle, qui discrimine pour garder une neutralité et éviter les clichés et les stéréotypes
- Au niveau des dons il y a deux types de dons : mensuel ou ponctuel
- Permettre différentes façons d'aider l'association pour inciter les gens à apporter leur soutien en fonction de leurs préférences ou possibilité
- Consacrer une partie du site à l'actualité pour appuyer sur la légitimité de notre mouvement/association dans l'espace et le temps (exemple : appuyer sur le fait que le sujet est toujours d'actualité en France actuellement)
- Newsletter pour mettre au courant les personnes suivant l'activité de l'association de ses actions actuelles afin de donner une image de lutte constante ou mettre au courant pour certains évènements
- Ajout de commentaires de personnes agissant pour ou représentant l'association pour que les personnes qui en sont extérieur puisse mieux s'imager les choses, s'identifier et se projeter dans les témoignages et surtout donner une image de confiance
- Dans le cadre de notre association qui est plus orientée sur les inégalités et discriminations au travail en entreprise, proposer des stylos et autres produits de travail en bureau avec le logo / nom de l'association pour en faire la promotion.
- Créer et mettre à disposition une cafétéria ainsi qu'un espace de travail pour toute les personnes victimes de harcèlement dans leurs lieux de travail
- Pourquoi pas créer une sorte de club ? À voir.

Annexes

Publications Réseaux Sociaux

Au 15 septembre 2022

Pour une M.E.U.F.

Facebook

Pour une MEUF
13 septembre, 23:10

LE DROIT A L'AVORTEMENT DOIT ÊTRE RECONNU COMME DROIT FONDAMENTAL PARTOUT ET TOUT LE TEMPS

Aux États-Unis, la Cour Suprême a osé en juin dernier remettre en cause le droit à l'avortement qui dépendra désormais des différents États. À ce jour déjà 18 États interdisent l'avortement ou sont en passe de le faire, quatre réduisent son accès.
Les femmes venant de l'Ukraine en guerre, réfugiées en Pologne, se voient refuser un droit auquel elles avaient pourtant accès dans leur pays.
Les femmes d'Amérique latine, de l'Équateur au Pérou en passant par le Salvador et le Brésil, luttent sans relâche pour arracher ce droit, durement réprimé. Les Argentines et les Colombiennes l'ont obtenu de haute lutte.
Les femmes d'Afrique et du Moyen-Orient, en majorité, vivent dans des pays où l'avortement est totalement interdit ou très restrictif.
En Europe même, ce droit est encore dénié aux femmes de Pologne, Malte, Andorre, Monaco.
Il est considérablement entravé en Espagne et en Italie par le nombre important de médecins qui se réfugient derrière leur clause de conscience pour exercer un refus de soin alors que l'avortement est un droit.

L'AVORTEMENT EST UN DROIT QUI EST TOUJOURS ATTAQUÉ !

En France, l'accès à l'avortement est empêché par les fermetures de maternités de proximité et donc de centres d'Interruption Volontaire de Grossesse, les diminutions de budgets alloués aux associations féministes, la double clause de conscience qui perdure et les délais qui sont plus restrictifs que dans d'autres pays européens et obligent encore des femmes à avorter à l'étranger ! Une loi de février 2022 a entériné le fait que les sages-femmes puissent pratiquer des IVG «instrumentales » mais les décrets d'application ne sont toujours pas publiés !

En France, en Europe et dans le monde, des forces politiques réactionnaires de droite, d'extrême droite, intégristes religieuses, s'acharnent à empêcher les femmes d'avorter. Elles visent à faire perdurer le contrôle patriarcal sur le corps des femmes. Il est grand temps de garantir le droit à l'avortement en l'inscrivant dans la Constitution française et dans la Charte européenne des droits fondamentaux !

Des femmes et des filles meurent toujours dans le monde car elles ne peuvent avorter en sécurité . D'autres sont emprisonnées durant de nombreuses années. Ceci constitue une violation des droits humains que nous continuerons à combattre au niveau international.

L'AVORTEMENT EST UN DROIT FONDAMENTAL DONT CHAQUE FEMME DOIT POUVOIR BÉNÉFICIER !

Exigeons des engagements fermes, des ressources humaines et financières dédiées pour que partout dans le monde les femmes puissent avorter librement, sans frais, et en toute sécurité !

Les droits des femmes à disposer de leur corps, le droit à la santé, les droits sexuels et reproductifs sont des droits fondamentaux. Ils concourent à la réalisation pleine et entière de tous les autres droits et à l'émancipation de toutes et tous !

TOUTES ET TOUS DANS LA RUE LE 28 SEPTEMBRE 2022
JOURNÉE INTERNATIONALE POUR LE DROIT À L'AVORTEMENT

Collectif Avortement en Europe, les femmes décident

Premier·e·s signataires : ANCIC, ANSPO, CADAC, CGT, CNDP, les Dyonisiennes, les Effronté·es, Femmes égalité, Femmes solidaires, LDH, LFI, LFID, Maison des femmes de Montreuil, Maison des femmes de Paris, Marche mondiale des femmes France, OLS, On Arrête Toutes, NPA, Planning Familial, Planning Familial 94, PCF, Las Rojas, StopVOG, Sud PTT, Sud Santé sociaux, Union Syndicale Solidaires.

avortementlesfemmesdecident@gmail.com
https://www.facebook.com/avortementeurope https://twitter.com/CollAvortement

Avortement : les femmes décident
9 septembre, 08:01
Nous manifestons pour le droit à l'avortement le 28 septembre. Voici l'appel .

7 2 partages
J'aime Commenter Partager

Pour une MEUF
19 août, 18:45

Tout notre soutien au Le Planning Familial face aux attaques de l'extrême droite. L'accueil inconditionnel est une valeur non négociable !

le planning familial

Paris, le 19 août 2022

Face aux attaques en cours de l'extrême droite
le Planning familial continue d'agir et appelle à le soutenir

Le Planning familial, organisation féministe et d'éducation populaire, ses militant·es et ses responsables font depuis le 18 août 2022 l'objet d'une attaque extrêmement violente sur Twitter et sur d'autres réseaux sociaux, de la part de personnalités d'extrême-droite et de leurs sympathisant·es. Ces attaques prennent prétexte d'une affiche présentant une personne trans pour appeler à notre désubventionnement, pour questionner notre légitimité en tant qu'association de défense des droits des femmes et de lutte pour le droit à l'avortement.

Association agissant depuis plus de 65 ans, le Planning familial pratique un accueil inconditionnel des personnes, quelle que soit leur identité de genre. Parmi les plus de 300.000 personnes que nous rencontrons tous les ans lors de nos accueils, de nos animations et de nos actions, des personnes trans nous demandent conseil pour la contraception, l'avortement, le suivi médical de leur transition. Il nous appartient de les accueillir. Il nous appartient de faire en sorte qu'elles se sentent les bienvenues.

Nous, féministes, n'accepterons pas de voir le Planning familial faire l'objet d'une campagne de dénigrement sur le dos des minorités de genre. Oui, notre accueil est inconditionnel. Oui, les personnes trans ont leur place dans notre mouvement. Rien ne peut justifier la violence des propos tenus depuis plusieurs jours à l'encontre de notre organisation et des personnes concernées. Rien sauf la haine. Et cette haine, nous la combattrons sans faillir.

Nous consultons nos conseils juridiques pour poursuivre ces instigateurs de haine, qui sont parfois des élu·es de la République. Les droits sexuels et reproductifs sont un tout : au Planning nous ne les hiérarchisons pas, nous nous battons tout autant pour l'avortement que pour la santé sexuelle des personnes trans ou encore pour l'accès des jeunes à l'éducation à la sexualité. Seule cette cohérence est efficace contre les antichoix.

Nous appelons l'ensemble des organisations féministes, organisations politiques, syndicats, associations progressistes, alliés·es à affirmer publiquement leur soutien au Planning familial, à ses militant·es, à ses valeurs, à ses combats, à ses actions quotidiennes auprès des publics.

La confédération du Planning familial

Le Planning Familial
19 août, 15:55
Suite aux attaques de l'extrême droite que subissent Le Planning et ses militant•es, notre association prend la parole et lance un appel à soutien

56 9 partages
J'aime Commenter Partager

Pour une MEUF
22 août, 17:36

La prochaine réunion de l'association aura lieu mardi prochain le 30 aout à 20h. Si vous êtes sur Paris, Toulouse ou Nantes (nouvelle antenne !) et voulez nous rencontrer, n'hésitez pas à nous envoyer un MP ou un mail à pourunemeuf@tutanota.com. A très vite !

10 1 commentaire
J'aime Commenter Partager

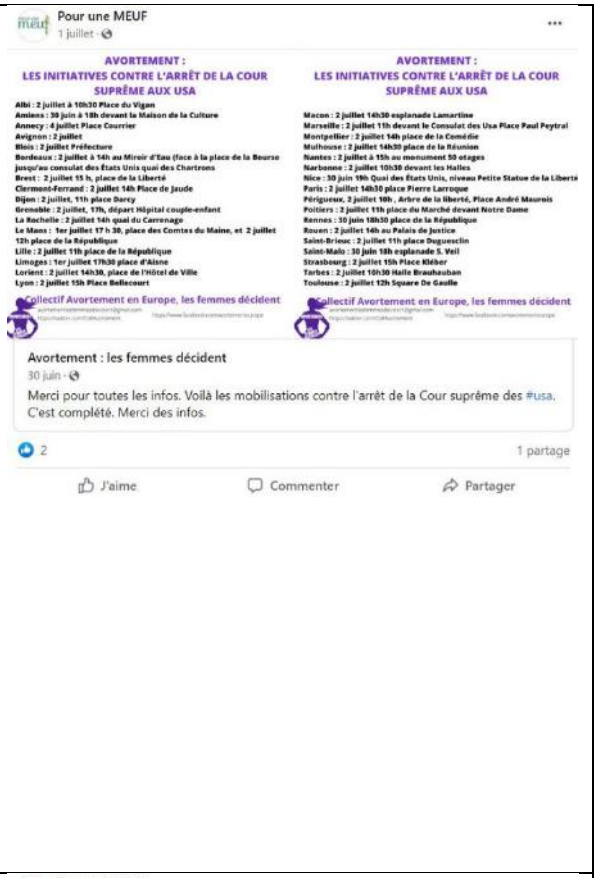
Pour une MEUF
28 juin

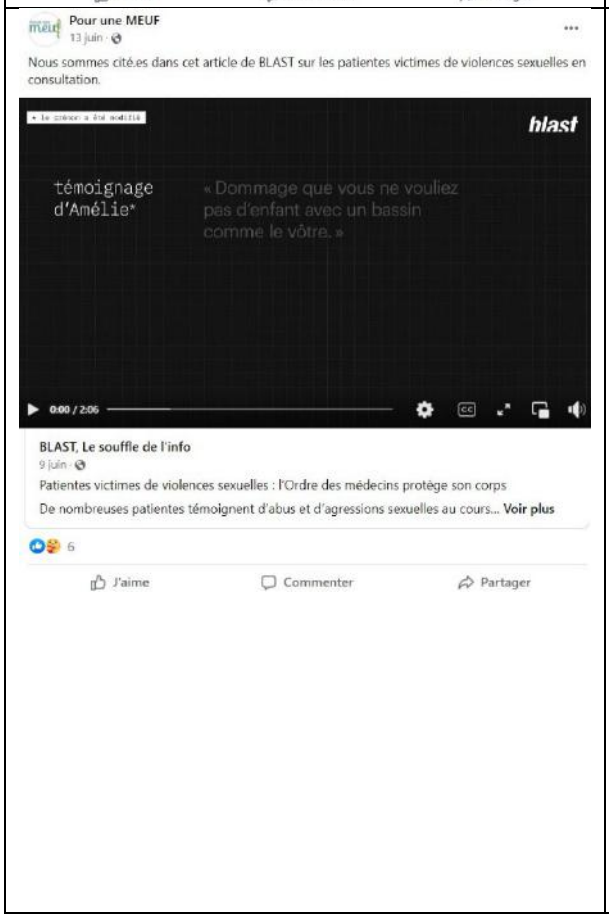
Suite à la médiatisation d'une nouvelle affaire de violences gynécologiques concernant la secrétaire d'État Chrysoula Zacharopoulou nous souhaitons apporter de nouveau et de façon très claire **tout notre soutien aux patient·es** qui dénoncent des maltraitances médicales.
Les violences gynéco-obstétricales sont un phénomène réel contre lequel nous nous devons de lutter en tant que soignant·es, aux côtés des patient·es.
"Comme dans tout domaine de la médecine, la relation... **Voir plus**

POURUNEMEUF.ORG
www.pourunemeuf.org

49 1 commentaire 20 partages
J'aime Commenter Partager

Pour une MEUF
24 juillet
Nous sommes invité•es par Actions Traitements à animer un atelier sur le thème des violences à l'occasion de leur colloque le 13 octobre.
Programme
Actions Traitements
20 juillet
[COLLOQUE 2022]
Après 2 ans de pause, nous organisons notre nouveau colloque !
Date : jeudi 13 octobre 2022 à Paris
Thème : "Vie affective et sexuelle : VIH,... Voir plus
7
J'aime
Commenter
Partager


Pour une MEUF
1 juillet
AVORTEMENT :
LES INITIATIVES CONTRE L'ARRÊT DE LA COUR SUPRÊME AUX USA
Collectif Avortement en Europe, les femmes décident
Avortement : les femmes décident
30 juin
Merci pour toutes les infos. Voilà les mobilisations contre l'arrêt de la Cour suprême des #usa. C'est complété. Merci des infos.
2
1 partage
J'aime
Commenter
Partager


Pour une MEUF
13 juin
Nous sommes cité.es dans cet article de BLAST sur les patientes victimes de violences sexuelles en consultation.
blast
témoignage d'Amélie*
« Dommage que vous ne vouliez pas d'enfant avec un bassin comme le vôtre. »
0:00 / 2:06
BLAST, Le souffle de l'info
9 juin
Patientes victimes de violences sexuelles : l'Ordre des médecins protège son corps
De nombreuses patientes témoignent d'abus et d'agressions sexuelles au cours... Voir plus
6
J'aime
Commenter
Partager

Pour une MEUF
6 juillet
[Article] Avez-vous déjà entendu parler de la péridurale déambulatoire ? Nous nous sommes demandé-es pourquoi elle est si peu répandue en France. Retrouvez l'article ici :
https://www.pourunemeuf.org/.../pourquoi-la-peridurale.../
Article
Pourquoi la péridurale déambulatoire est-elle invisibilisée ?
17
7 partages
J'aime
Commenter
Partager

Pour une MEUF
27 juin ·

Ce que nous allons voir, c'est un grand nombre d'États qui diront que toute perte fœtale après six semaines est suspecte et doit être signalée.

Carmel Shachar
#IMPACT

Les Glorieuses
27 juin ·
Maintenant que la Cour suprême des États-Unis a annulé Roe v Wade, les patientes qui font des fausses couches pourront faire les frais du mouvement anti-avorteme... **Voir plus**

6

J'aime Commenter Partager

Pour une MEUF
13 juin ·

Action de soutien à un groupe de 6 médecins qui ont refusé de payer leur cotisation à l'Ordre des Médecins en Ariège dans le cadre du Mouvement d'Insubordination aux Ordres Professionnels (MIOP). Un rassemblement est prévu à Foix le 17 juin prochain.

SMG
Syndicat de la Médecine Générale

Communiqué de presse du 7 juin 2022

Appel à mobilisation de soutien aux médecins en injonction de paiement de leur cotisation ordinale 2020 et 2021.
Rendez-vous devant le tribunal de Foix le 17 Juin à 13 heures

Début janvier 2022, suite à leur refus de payer, 6 médecins d'Ariège ont reçu une injonction de payer leur cotisation pour l'année 2020 et 2021.

Ce refus de payer s'inscrit dans le Mouvement d'Insoumission aux Ordres Professionnels (MIOP). Ce mouvement national regroupe plusieurs professionnel·le·s et plusieurs associations, syndicats, collectifs, appelant à la dissolution de l'Ordre des médecins[1].

Les raisons de ce refus sont multiples et renvoient aux différents dysfonctionnements relevés par le rapport de la Cour des Comptes rendu public le 9 décembre 2019 et par le Manifeste du 9 mars 2021[2] :
- mauvaise représentativité de la profession que l'ordre prétend représenter,
- cumul des mandats,
- une mauvaise gestion comptable et soupçons de détournement de fonds,
- des indemnités excessives non justifiées,
- opacité du fonctionnement,
- activité juridictionnelle et disciplinaire partiale,
- faillite dans l'application de la déontologie médicale, pouvant privilégier la confraternité plutôt que l'éthique médicale,
- manque de rigueur dans le traitement des plaintes (pour viols, agressions sexuelles, situations de maltraitance) et justice disciplinaire marquée par des dysfonctionnements,
- manque de vigilance face à la relation médecins-industrie pharmaceutique.

Il se donne le droit de représenter l'ensemble de la profession, se substituant aux syndicats, et dépassant ainsi son champ de compétence.
L'Ordre des médecins se place en acteur incontournable des débats sur la profession médicale et l'évolution du système de santé : il s'est, entre autre, opposé à l'IVG, à l'exercice collectif et collaboratif, au tiers-payant. En défendant un modèle essentiellement libéral, il n'a rien fait pour défendre le service public hospitalier et a laissé se développer les dépassements d'honoraires, une grave source d'inégalité dans l'accès aux soins. Sous couvert de défense de la « confraternité et de l'image de la profession », il a couvert de graves faits de pédocriminalité et d'agressions sexuelles, comme dans l'affaire : « Joël Le Scouarnec »[3].

Ces nombreux dysfonctionnements ne sont pas sans conséquence sur la santé des usager·es de soin.

Aujourd'hui, l'opposition aux Ordres Professionnels prend plusieurs formes (pétitions, tribunes, paiement différé des cotisations, paiement partiel avec reversement à des associations d'intérêt général, non-paiement...)[4].

Par cette opposition, **nous ne réclamons pas une dérégulation complète de l'exercice médical, ce qui serait préjudiciable à la santé publique. Nous demandons en revanche un contrôle plus démocratique et plus juste du pouvoir médical.**
Il existe déjà des institutions ou des organismes publics pouvant assurer ces missions, sous réserve de leur donner les moyens humains et financiers à la hauteur. Nous désirons que soient étudiées les propositions faites pour reprendre les missions de l'Ordre dans la perspective de sa dissolution.
Nous souhaitons un débat public sur ses rôles, ses alternatives et sa dissolution.

Le collectif de soutien

1.https://miopfr.blogspot.com/2020/01/manifeste-pour-la-dissolution-des.html
2.https://www.ccomptes.fr/system/files/2019-12/20191209-rapport-Ordre-des-medecins.pdf
3. Appel du collectif DésOrdre pour un Complément d'enquête sur les pratiques disciplinaires de l'Ordre des médecins envers les praticiens prédateurs sexuels: https://smg-pratiques.info/appel-du-collectif-desordre-pour-un-complement-d-enquete-sur-les-pratiques
4. Pétition « Dissolution de l'Ordre des médecins » https://www.change.org/p/emmanuel-macron-dissolution-de-l-ordre-des-m%C3%A9decins

29 13 partages

J'aime Commenter Partager

Twitter

À l'occasion de la journée mondiale pour le droit à l'avortement nous rediffusons notre article
« IVG : mensonges et manipulations, le debunking de Pour une M.E.U.F. » qui est malheureusement toujours d'actualité.
pourunemeuf.org/2020/12/06/ivg...
Journée mondiale pour le droit à l'avortement
La lutte pour l'accès à l'IVG en France continue !
POUR UNE meuf
ALT
1
39
29
Don

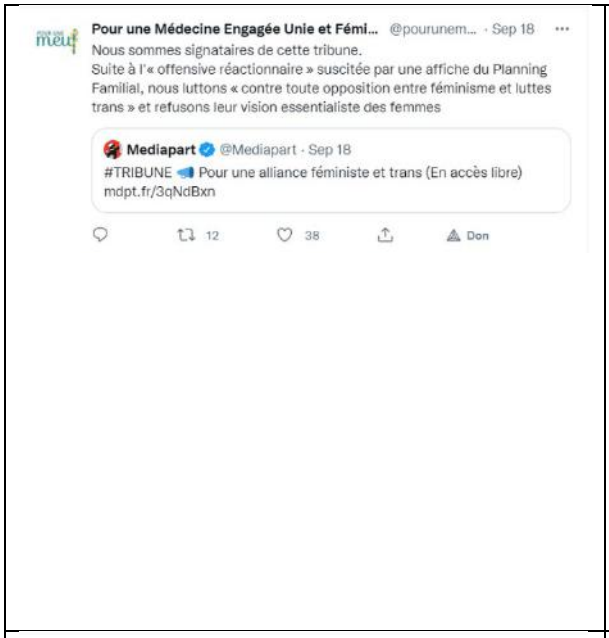
Pour une Médecine Engagée Unie et Fémi... @pourunem... · Sep 26
Les rendez-vous des rassemblements pour défendre le droit à l'IVG mercredi
Collectif Avortement en Europe les fem... @CollAvorte... · Sep 26
Des initiatives partout le #28septembre pour défendre le droit à l'#avortement
DROIT A L'AVORTEMENT : LES INITIATIVES DU 28 SEPTEMBRE
DROIT A L'AVORTEMENT : LES INITIATIVES DU 28 SEPTEMBRE
11
17
Don

Pour une Médecine Engagée Unie et Féministe @pourunemeuf · 11h
→ Les décrets d'application pour que les sages-femmes puissent enfin pratiquer les IVG instrumentales se font toujours attendre...
→ Enfin, la double clause de conscience spécifique à l'IVG persiste !
1
2
4
Don

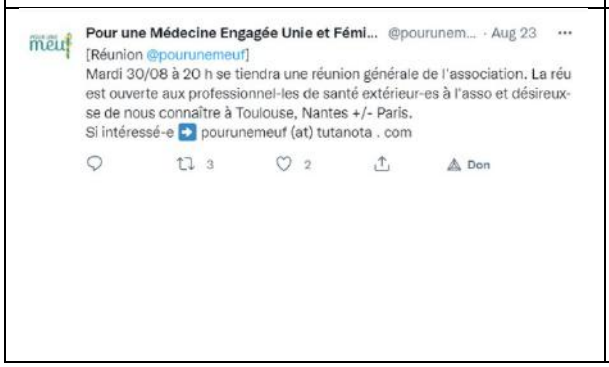
Pour une Médecine Engagée Unie et Fémi... @pourunem... · Sep 18
On recommande cette formation !
Docteure Gécé @docteurgece · Sep 15
Tu es médecin généraliste ? Tu voudrais savoir comment mieux accompagner tes patient.e.s transgenres et non binaires, aussi bien dans l'accueil que dans le soin ?? Ce DPC est fait pour toi !!
Save the date : 29 et 30 novembre 2022 à Paris
sftg.eu/formations/ils...
4
7
Don

Pour une Médecine Engagée Unie et Féministe Retweeted
Pour une Médecine Engagée Unie et Fémi... @pourunem... · Sep 20
[Formation endométriose pour pro de santé]
Last minute ! Il reste des places pour une formation que nous organisons sur l'endométriose, jeudi 22/09 à 20 h 30 avec Marie-Rose Galès, patiente experte @superendogirl
Infos et inscriptions ici
helloasso.com
Formation endométriose : les fondamentaux
Formation organisé-e par Pour une Médecine Engagée Unie et Féministe - Formation Endométriose: les fondamentaux Par Marie-Ro...
18
6
Don

Pour une Médecine Engagée Unie et Fémi... @pourunem... · Sep 20
[Rencontre soignant·es - soigné·es]
Nous organisons le jeudi 20 octobre à 19 h 30 à Toulouse une soirée de discussion entre soigné·e·s et soignant·e·s autour du vécu et de l'accompagnement des "fausses couches".
Sur inscription par mail : pourunemeuf (at) tutanota . com
« Fausse couche », parlons-en.
soirée d'échanges entre soignant·es et personnes soigné·es
JEUDI 20 OCTOBRE 2022
19H30 • TOULOUSE
Inscriptions par mail : pourunemeuf@tutanota.com
fb.com/pourunemeuf
@pourunemeuf
@pourunemeuf_
POUR UNE meuf
1
13
9
Don


Pour une Médecine Engagée Unie et Fémi... @pourunem... · Sep 18
Nous sommes signataires de cette tribune.
Suite à l'« offensive réactionnaire » suscitée par une affiche du Planning Familial, nous luttons « contre toute opposition entre féminisme et luttes trans » et refusons leur vision essentialiste des femmes
Mediapart @Mediapart · Sep 18
#TRIBUNE Pour une alliance féministe et trans (En accès libre) mdpt.fr/3qNdBxn
12
38
Don

Pour une Médecine Engagée Unie et Fémi... @pourunem... · Sep 16
Un travail utile de nos collègues du @SNJMG et de @Heroines95
Syndicat Jeunes MG @SNJMG · Sep 15
[Guide et flyers sur la prise en charge des personnes victimes de violences sexistes et sexuelles (à télécharger)]
Show this thread
GUIDE DE PRISE EN CHARGE DES VICTIMES DE VIOLENCES SEXISTES ET SEXUELLES
PROTOCOLES DE PRISE EN CHARGE DES VICTIMES DE VIOLENCES SEXISTES ET SEXUELLES
ACCUEIL DES VICTIMES DE VIOLENCES SEXISTES ET SEXUELLES
Guide
Flyer 1
Snjmg


Pour une Médecine Engagée Unie et Fémi... @pourunem... · Aug 23
[Réunion @pourunemeuf]
Mardi 30/08 à 20 h se tiendra une réunion générale de l'association. La réu est ouverte aux professionnel-les de santé extérieur-es à l'asso et désireux-se de nous connaître à Toulouse, Nantes +/- Paris.
Si intéressé-e pourunemeuf (at) tutanota . com
3
2
Don

Pour une Médecine Engagée Unie et Fémin... @pourunem... · Oct 3
À propos des injustices liées au genre. Pourquoi le remboursement d'un traitement doit-il être conditionné au genre supposé de la personne recevant les soins?
L'affreux Youri @MrKrabsleRetour · Oct 2
#OctobreRose vous voulez savoir à quel point ma vie ne tient qu'à un fil?
Mon traitement coute 3400€ par mois Non remboursé car je suis un homme.
J'ai besoin de 12boites par an, mon oncologue a droit à 8 boites gratuite par an.
Elle a un autre patient qui est un homme cis /1
Show this thread
1
8
23
Don

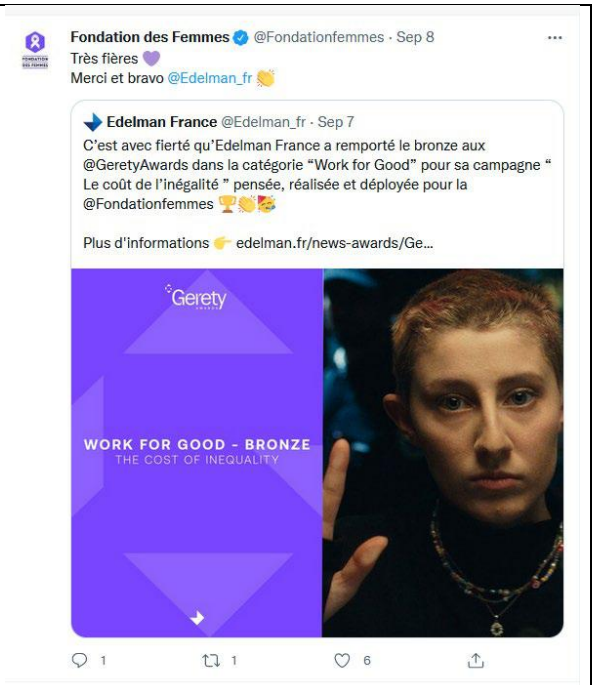
Instagram

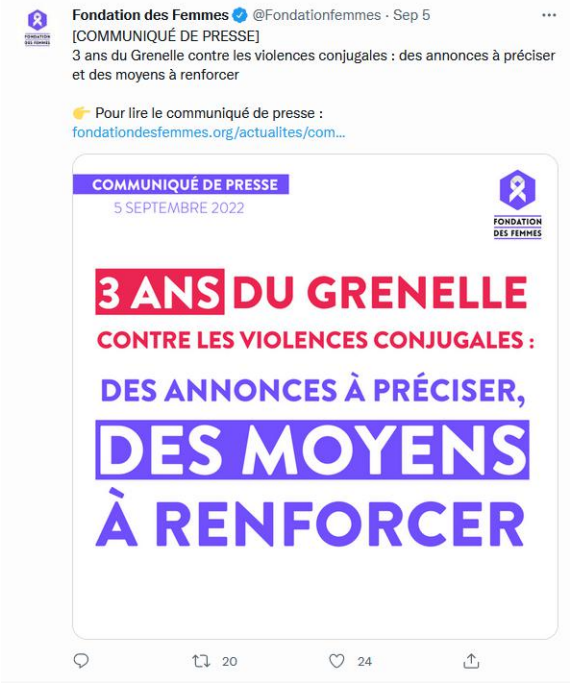
POUR UNE meuf
Qui sommes nous ?
• Pour une M.E.U.F. (Pour une **Médecine Engagée Unie et Féministe**) est une association loi 1901
• Nous sommes des **soignant·es** engagé·es dans la **lutte contre le sexisme** dans le domaine de la santé et du soin.
• L'association a été fondée en **2017**
Nous souhaitons :
• promouvoir la **santé** de toutes les femmes,
• **lutter contre les discriminations** dans les milieux de soin,
• favoriser l'émergence d'un **enseignement en santé égalitaire** et juste,
• **défendre les professionnelles de santé** contre les violences qu'elles peuvent connaître dans l'exercice de leurs métiers.
Pour en savoir plus, retrouvez toutes nos actions sur notre **site internet** (lien en bio)
www.pourunemeuf.org
fb.com/pourunemeuf
@pourunemeuf
@pourunemeuf_

Fondation des Femmes

Twitter

Fondation des Femmes @Fondationfemmes · Sep 13
En cette #JourneeMondiale du #Legs, la Fondation des Femmes tient à vous dire MERCI 💜
Pour léguer aux générations futures un monde où l'égalité entre les femmes et les hommes serait la norme, retrouvez toutes les infos sur notre site.
👉 fondationdesfemmes.org/faire-un-legs-...
FONDATION DES FEMMES
1
5


Fondation des Femmes @Fondationfemmes · Sep 8
Très fières 💜
Merci et bravo @Edelman_fr 👏
Edelman France @Edelman_fr · Sep 7
C'est avec fierté qu'Edelman France a remporté le bronze aux @GeretyAwards dans la catégorie "Work for Good" pour sa campagne " Le coût de l'inégalité " pensée, réalisée et déployée pour la @Fondationfemmes 🏆👏🎉
Plus d'informations 👉 edelman.fr/news-awards/Ge...
Gerety
WORK FOR GOOD - BRONZE
THE COST OF INEQUALITY
1
1
6

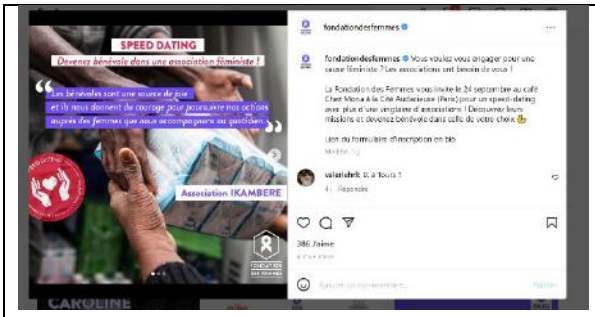

Fondation des Femmes @Fondationfemmes · Sep 5
[COMMUNIQUÉ DE PRESSE]
3 ans du Grenelle contre les violences conjugales : des annonces à préciser et des moyens à renforcer
👉 Pour lire le communiqué de presse :
fondationdesfemmes.org/actualites/com...
COMMUNIQUÉ DE PRESSE
5 SEPTEMBRE 2022
FONDATION DES FEMMES
3 ANS DU GRENELLE
CONTRE LES VIOLENCES CONJUGALES :
DES ANNONCES À PRÉCISER,
DES MOYENS
À RENFORCER
20
24

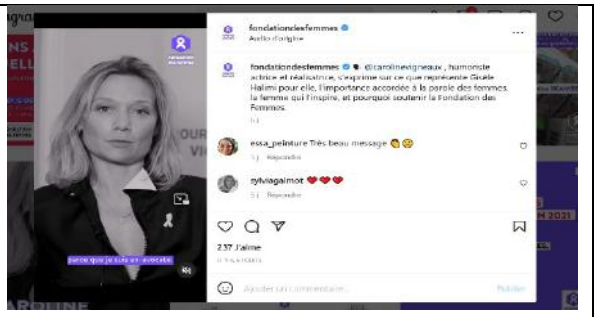
Fondation des Femmes @Fondationfemmes · Sep 2
Demain, le 3 septembre 2022 se tiendra le 3e anniversaire du Grenelle sur les Violences Conjugales.
Nous nous sommes battues pour avoir ce Grenelle et les mesures qu'il prévoit restent essentielles.
+20% DE FEMMES TUEES
PAR LEUR CONJOINT EN 2021
3 ANS APRES LE GRENELLE
SUR LES VIOLENCES CONJUGALES,
CE QU'IL FAUT RETENIR
FONDATION DES FEMMES
2
70
93

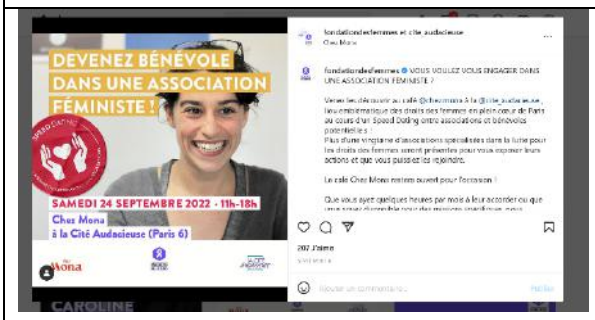
Fondation des Femmes @Fondationfemmes · Sep 1
CE QUE VOS DONS RENDENT POSSIBLE
Grâce à vos dons, la Fondation des Femmes soutient le réseau Les Lesbiennes dépassent les frontières !
CE QUE VOS DONS RENDENT POSSIBLE
LES LESBIENNES DÉPASSENT LES FRONTIÈRES
CONTRE LES VIOLENCES les HOM
CONTRE -ATTA
LESBIENNES
ACCUEIL, SOUTIEN ET ACCOMPAGNEMENT DE LESBIENNES EXILÉES, RÉFUGIÉES, DEMANDEUSES D'ASILE
Par le réseau Les Lesbiennes Dépassent les Frontières
FONDATION DES FEMMES
Les Lesbiennes Dépassent les Frontières
1
8
28

Fondation des Femmes @Fondationfemmes · Aug 24
@AnneCMailfert, Présidente de la Fondation des Femmes, s'exprime sur ce que représente Gisèle Halimi pour elle, l'importance accordée à la parole des femmes, la femme qui l'inspire, et pourquoi soutenir la Fondation des Femmes.
FONDATION DES FEMMES
C'est grâce à son verbe,
0:57 1,091 views
1
23
48

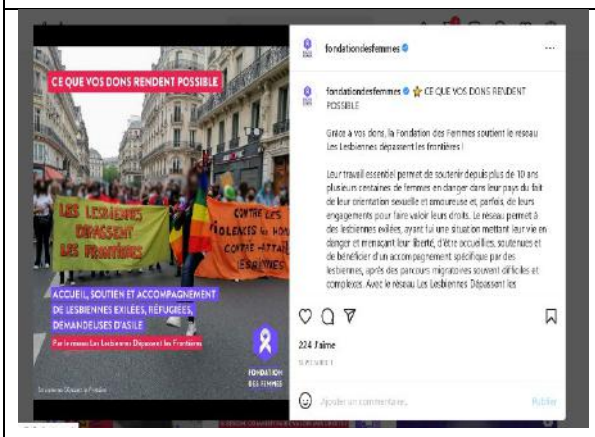
Instagram

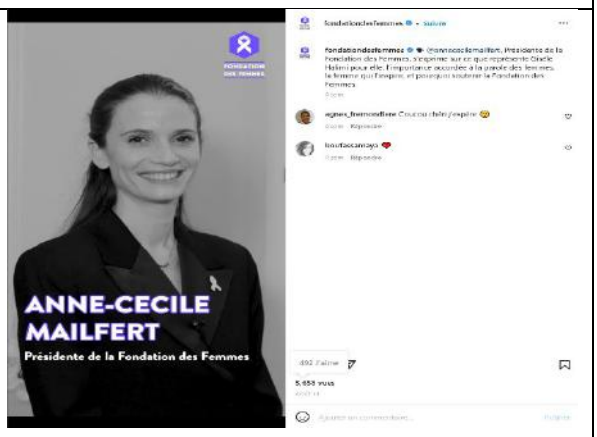

SPEED DATING
Devenez bénévole dans une association féministe !
Association IKAMBERE
fondationdesfemmes


fondationdesfemmes

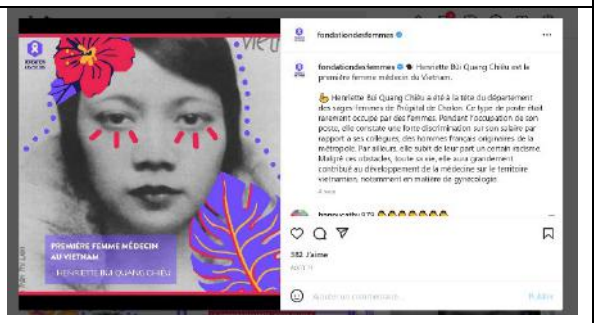

DEVENEZ BÉNÉVOLE DANS UNE ASSOCIATION FÉMINISTE !
SAMEDI 24 SEPTEMBRE 2022 - 11h-18h
Chez Mona
à la Cité Audacieuse (Paris 6)
fondationdesfemmes

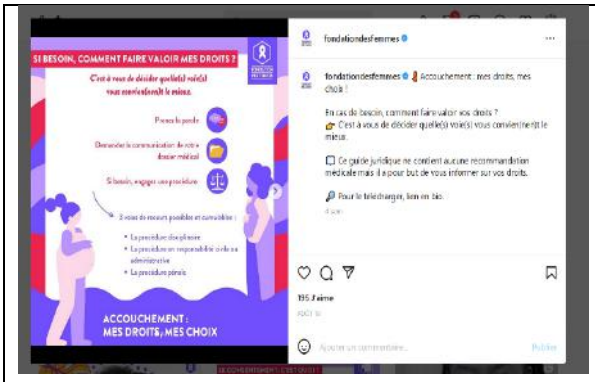
+20% DE FEMMES TUEES PAR LEUR CONJOINT EN 2021
3 ANS APRES LE GRENELLE SUR LES VIOLENCES CONJUGALES, CE QU'IL FAUT RETENIR
fondationdesfemmes


CE QUE VOS DONS RENDENT POSSIBLE
LES LESBIENNES DÉPASSENT LES FRONTIÈRES
ACCUEIL, SOUTIEN ET ACCOMPAGNEMENT DE LESBIENNES EXILÉES, RÉFUGIÉES, DEMANDEUSES D'ASILE
fondationdesfemmes

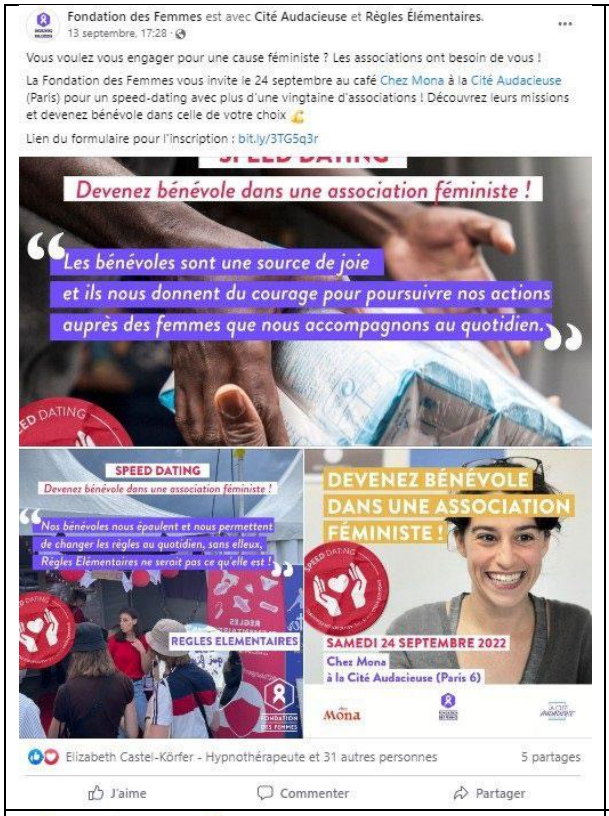

ANNE-CECILE MAILFERT
Présidente de la Fondation des Femmes

CE QUE VOS DONS RENDENT POSSIBLE
Le programme #ToutesSolidaires, c'est
2,5 millions d'euros redistribués
157 associations soutenues
34 000 femmes bénéficiaires
1 200 enfants
40 000 nuitées d'urgence
fondationdesfemmes

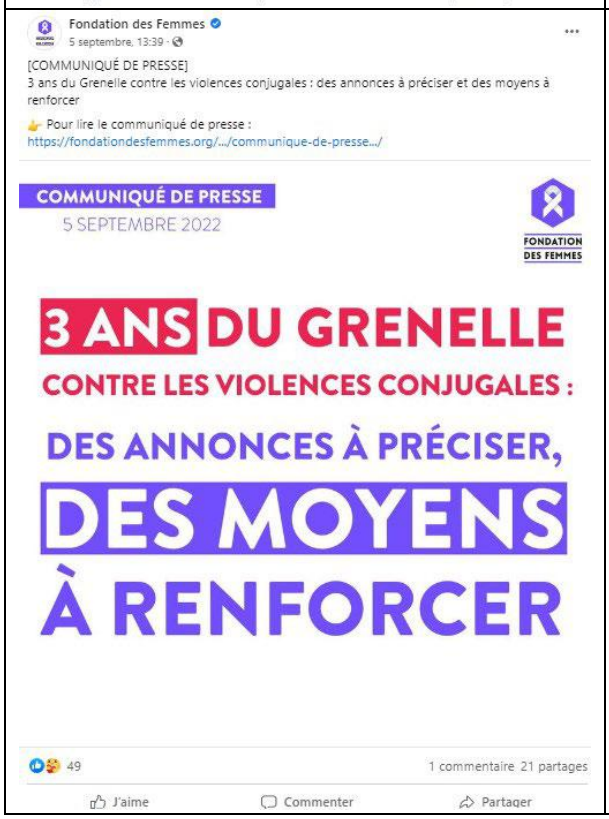

PREMIÈRE FEMME MÉDECIN AU VIETNAM
fondationdesfemmes

 SI BESOIN, COMMENT FAIRE VALOIR MES DROITS ? ACCOUCHEMENT : MES DROITS, MES CHOIX fondationdesfemmes fondationdesfemmes Accouchement : mes droits, mes choix ! En cas de besoin, comment faire valoir vos droits ? C'est à vous de décider quel(s) voie(s) vous convient le mieux. Ce guide juridique ne contient aucune recommandation médicale mais il a pour but de vous informer sur vos droits. Pour le télécharger, lien en bio. 195 J'aime	ROUKIATA OUEDRAOGO Actrice & Autrice

Facebook


Fondation des Femmes est avec Cité Audacieuse et Règles Élémentaires.
13 septembre, 17:28 ·
Vous voulez vous engager pour une cause féministe ? Les associations ont besoin de vous !
La Fondation des Femmes vous invite le 24 septembre au café Chez Mona à la Cité Audacieuse (Paris) pour un speed-dating avec plus d'une vingtaine d'associations ! Découvrez leurs missions et devenez bénévole dans celle de votre choix
Lien du formulaire pour l'inscription : bit.ly/3TG5q3r
Devenez bénévole dans une association féministe !
Les bénévoles sont une source de joie et ils nous donnent du courage pour poursuivre nos actions auprès des femmes que nous accompagnons au quotidien.
SPEED DATING
Devenez bénévole dans une association féministe !
Nos bénévoles nous épaulent et nous permettent de changer les règles au quotidien, sans elleux, Règles Elémentaires ne serait pas ce qu'elle est !
REGLES ELEMENTAIRES
DEVENEZ BÉNÉVOLE DANS UNE ASSOCIATION FÉMINISTE !
SAMEDI 24 SEPTEMBRE 2022
Chez Mona
à la Cité Audacieuse (Paris 6)
Elizabeth Castel-Körfer - Hypnothérapeute et 31 autres personnes
5 partages
J'aime
Commenter
Partager

Fondation des Femmes
8 septembre, 18:05 ·
VOUS VOULEZ VOUS ENGAGER DANS UNE ASSOCIATION FÉMINISTE ?
Venez les découvrir au café Chez Mona à la Cité Audacieuse, lieu emblématique des droits des femmes en plein cœur de Paris au cours d'un Speed Dating entre associations et bénévoles potentiel.le.s !
Inscrivez-vous dès maintenant
SPEED-DATING
DEVENEZ BÉNÉVOLE
DANS UNE ASSOCIATION FÉMINISTE !
SAMEDI 24 SEPTEMBRE 2022
CHEZ MONA - CITÉ AUDACIEUSE (Paris 6)
CE SAMEDI À 11:00
Speed-Dating : Devenez bénévole dans une association féministe !
Paris
63 personnes intéressées
Ça m'intéresse
18
J'aime
Commenter
Partager


Fondation des Femmes
5 septembre, 13:39 ·
[COMMUNIQUÉ DE PRESSE]
3 ans du Grenelle contre les violences conjugales : des annonces à préciser et des moyens à renforcer
Pour lire le communiqué de presse :
https://fondationdesfemmes.org/.../communique-de-presse.../
COMMUNIQUÉ DE PRESSE
5 SEPTEMBRE 2022
FONDATION DES FEMMES
3 ANS DU GRENELLE
CONTRE LES VIOLENCES CONJUGALES :
DES ANNONCES À PRÉCISER,
DES MOYENS
À RENFORCER
49
1 commentaire 21 partages
J'aime
Commenter
Partager

Fondation des Femmes
2 septembre, 17:41 ·
Demain, le 3 septembre 2022 se tiendra le 3e anniversaire du Grenelle des Violences Conjugales.
Nous nous sommes battues pour avoir ce Grenelle et les mesures qu'il prévoit restent essentielles. En revanche, son bilan est mauvais sur l'ensemble des trois grands axes d'actions (prévenir, protéger et punir) parce que les moyens financiers manquent cruellement.
Moins de 2% de femmes équipées de téléphone "Grave danger", manque de places d'hébergement, armes à feu non confisqu... Voir plus
+20% DE FEMMES TUEES
PAR LEUR CONJOINT EN 2021
3 ANS APRES LE GRENELLE
SUR LES VIOLENCES CONJUGALES,
PREVENIR
2% DE FEMMES VICTIMES EQUIPEES DE TELEPHONE "GRAVE DANGER"
PROTEGER
4 FEMMES VICTIMES SUR 10 N'ONT PAS DE PLACE EN CENTRE D'HEBERGEMENT
PUNIR
1 FEMME VICTIME DE FEMINICIDE SUR 5 EN 2021 AVAIT SIGNALE SUBIR DES VIOLENCES
POUR DES RESULTATS EFFICACES, L'ETAT DOIT INVESTIR DANS LA LUTTE CONTRE LES VIOLENCES CONJUGALES
69
3 commentaires 65 partages
J'aime
Commenter
Partager

Fondation des Femmes
1 septembre, 18:11 ·

CE QUE VOS DONS RENDENT POSSIBLE

Grâce à vos dons, la Fondation des Femmes soutient le réseau Les Lesbiennes dépassent les frontières !

Leur travail essentiel permet de soutenir depuis plus de 10 ans plusieurs centaines de femmes en danger dans leur pays du fait de leur orientation sexuelle et amoureuse et, parfois, de leurs engagements pour faire valoir leurs droits. Le réseau permet à des lesbiennes exilées, ayant fui une situation mettant leur vie en danger et menaç... Voir plus

Clos-e et 44 autres personnes 2 commentaires 8 partages

J'aime Commenter Partager

Fondation des Femmes
24 août, 09:00 ·

Anne-Cécile Mailfert, Présidente de la Fondation des Femmes, s'exprime sur ce que représente Gisèle Halimi pour elle, l'importance accordée à la parole des femmes, la femme qui l'inspire, et pourquoi soutenir la Fondation des Femmes.

95 5 commentaires 18 partages

J'aime Commenter Partager

Fondation des Femmes
22 août, 09:00 ·

CE QUE VOS DONS RENDENT POSSIBLE : #ToutesSolidaires

Entre mars 2020 et avril 2021, pour faire face à la crise engendrée par le Covid-19, 2,5 millions d'euros ont été redistribués à 157 associations, qui ont permis d'aider plus de 34 000 femmes et près de 1 200 enfants.
C'est le programme d'urgence #ToutesSolidaires, retrouvez son bilan.... Voir plus

Clos-e et 28 autres personnes 1 commentaire 6 partages

J'aime Commenter Partager

Fondation des Femmes
21 août, 09:00 ·

Henriette Bùi Quang Chiêu est la première femme médecin du Vietnam.

Henriette Bùi Quang Chiêu a été à la tête du département des sages-femmes de l'hôpital de Cholon. Ce type de poste était rarement occupé par des femmes. Pendant l'occupation de son poste, elle constate une forte discrimination sur son salaire par rapport à ses collègues, des hommes français originaires de la métropole. Par ailleurs, elle subit de leur part un certain racisme.
Malgré ces obstacles, toute... Voir plus

96 5 commentaires 18 partages

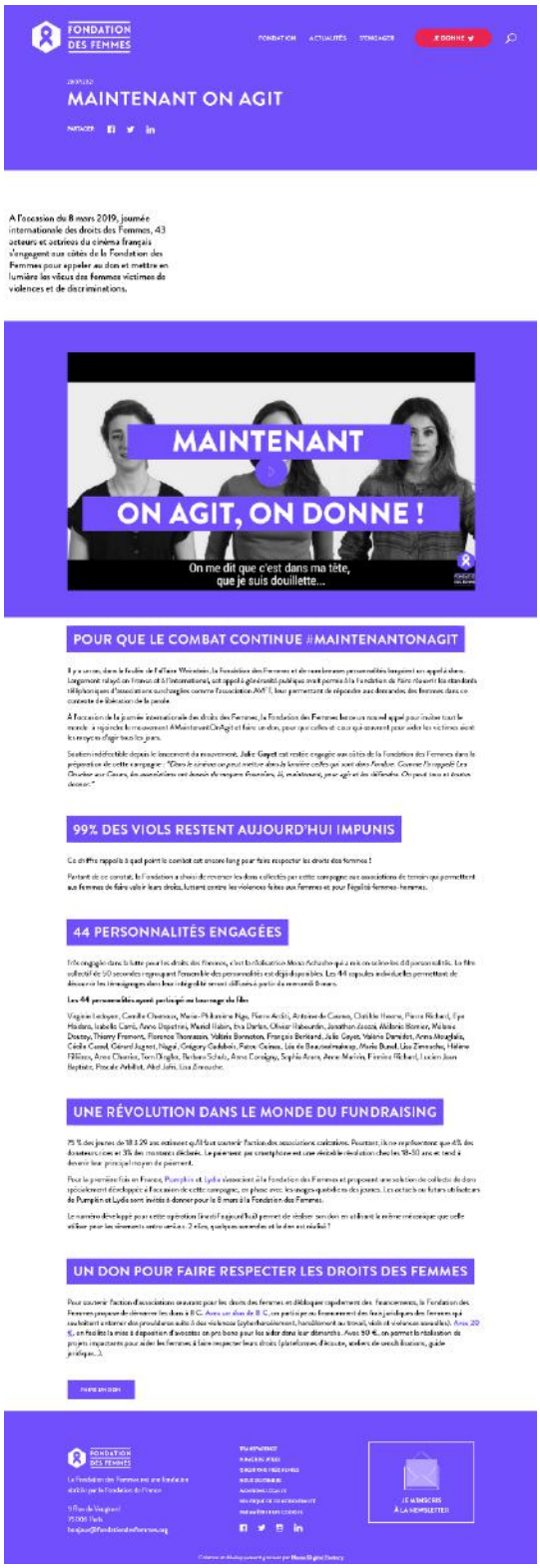
J'aime Commenter Partager

Fondation des Femmes
19 août
Accouchement : mes droits, mes choix !
En cas de besoin, comment faire valoir vos droits ?
C'est à vous de décider quelle(s) voie(s) vous convien(nen)t le mieux.
... Voir plus
ACCOUCHEMENT : MES DROITS, MES CHOIX
TÉLÉCHARGEZ LE GUIDE JURIDIQUE
Léger comme une plume et 19 autres personnes
4 partages
J'aime
Commenter
Partager

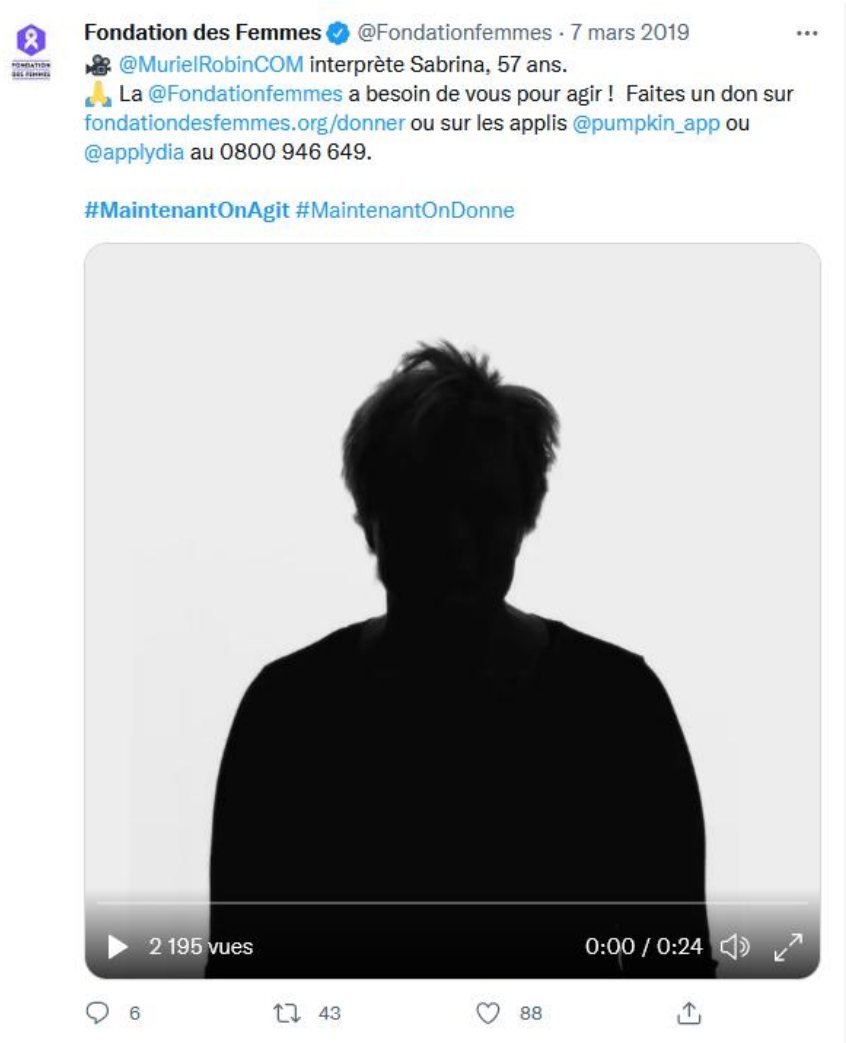
Fondation des Femmes
17 août
Roukiata Ouedraogo, lauréate du Prix Coup de Coeur, avec le sujet #RegardeMoiBien, s'exprime sur ce que représente Gisèle Halimi pour elle, l'importance accordée à la parole des femmes, la femme qui l'inspire, et pourquoi soutenir la Fondation des Femmes.
FONDATION DES FEMMES
ROUKIATA OUEDRAOGO
Actrice & Autrice
0:01 / 1:02
Kayiri Spirit, Mata Gabin MuziK et 26 autres personnes
1 commentaire 14 partages

Campagnes de communication

Fondation des Femmes



Source : https://fondationdesfemmes.org/maintenant-on-agit/



Exemple de capsule témoignage individuel, Twitter Fondation des Femmes

https://twitter.com/Fondationfemmes/status/1103615117923627008

Exemples d'infographies statistiques et d'appel aux dons – Twitter Fondation des Femmes

Tweet de soutien du Crédit municipal et affiche physique de promotion – Twitter Crédit Municipal

Temps de parole

32,7 % : les femmes ont parlé deux fois moins que les hommes (67,3 %) à la télévision et à la radio, révèle l'institut national de l'audiovisuel (INA) dans une étude menée de 2001 à 2018 sur 700.00 heures de programmes.

VIOLENCES SEXISTES ET SEXUELLES « MASSIVES » DANS LES RÉDACTIONS

MÉDIAS. Enquête en ligne. Dans les médias, les violences sexistes et sexuelles sont « massives », selon une enquête menée en ligne auprès de 1.837 journalistes et étudiants en journalisme par les collectifs NousToutes, Prenons la Une et Paye Ton Journal, qui recense des cas dans plus de 200 rédactions. Cette enquête, baptisée #EntenduAlarédac et lancée fin février dans la foulée de l'affaire de la « Ligue du LOL », visait à mesurer l'ampleur des violences sexistes et sexuelles au travail dans les rédactions françaises, en recueillant notamment des témoignages. 99 personnes victimes d'agression sexuelle ont témoigné et 2 viols ayant eu lieu dans le cadre du travail ont été rapportés. Dans 60 % des cas d'agression sexuelle comme dans 70 % des cas de harcèlement, les rédactions n'ont pas réagi suite au signalement. ■

Journée des droits des femmes

OPINION PUBLIQUE ■ Selon 80 % des Françaises, la situation des femmes ne s'est pas améliorée depuis #MeToo

« Passons de la parole aux actes »

Si le phénomène #MeToo a libéré la parole, il reste « énormément de pain sur la planche », insiste la féministe Anne-Cécile Mailfert dont la Fondation des femmes part en campagne cette semaine.

INTERVIEW

Nathalie Van Praagh
nathalie.vanpraagh@centrefrance.com

« Ce ne sont pas les femmes qui sont fragiles, ce sont leurs droits », défend Anne-Cécile Mailfert, 35 ans, à l'origine de la Fondation des femmes, née après #MeToo.

■ ***En 2015, vous déclariez : « C'est dur d'être féministe. » Depuis le mouvement #MeToo, est-ce plus facile ?*** Pas forcément, comme on a pu le voir récemment avec l'affaire de la Ligue du LOL. Lorsqu'on exprime de manière transparente ses opinions sur les inégalités et la lutte contre les violences, on rencontre encore des difficultés à ne pas être prise pour cible. Ce n'est pas forcément mon cas aujourd'hui à la tête de la Fondation des femmes mais je sais que les militantes féministes continuent à être vilipendées sur les réseaux sociaux, malheureusement.

■ ***N'y a-t-il pas eu, quand même, une prise de conscience dans l'opinion publique ?*** C'est incontestable. #MeToo a ouvert les yeux sur la réalité des violences faites aux femmes, sur le fait que ces violences touchent tous les milieux et peuvent se produire partout, chez un proche comme chez le voisin. Dans l'étude Kantar que nous venons de sortir avec le magazine *Femme Actuelle*, le combat contre les violences conjugales et sexuelles représente une priorité pour plus de 55 % des Français, devant les inégalités de salaires pour 33 %.

■ ***Autre chiffre marquant : 95 % des sondés se prononcent en faveur de peines plus sévères envers les agresseurs.*** C'est très difficile pour les victimes : une infime proportion d'entre elles verra son violeur condamné. Et ce chiffre est en baisse de 40 % en dix ans. Ce sondage montre que les Françaises et les Français ont une perception assez proche de la réalité : ils demandent massivement des améliorations sur la prise en charge des femmes victimes de violences mais aussi sur les peines qui s'ensuivent pour que cesse l'impunité. En 2018, les femmes ont pris la parole, brisé le silence. Beaucoup de choses ont été dites et la population est en demande de mesures fortes : passer des grands discours et des belles intentions aux actes.

INÉGALITÉS. En France, les femmes sont payées en moyenne 25 % de moins que les hommes. PHOTO STÉPHANE MAN

■ ***Le nombre d'ingénieures en informatique est passé en France de 33 % à 15 % en trente ans dans un secteur pourtant en pénurie. Que faire pour que les femmes fassent partie du monde de demain ?*** Nous devons trouver une réponse collective pour enrayer ce cercle vicieux : dès le plus jeune âge, au niveau de l'Éducation nationale, au sein même des écoles puis des entreprises. Mais aussi en mettant en valeur des modèles auxquels les filles puissent s'identifier. Des associations existent, qui sensibilisent les lycéennes à une carrière scientifique, leur proposant une expérience en entreprise pour qu'elles puissent se projeter. Ce sont des initiatives qu'il faut absolument soutenir pour encourager les femmes à ne surtout pas délaisser ce champ, notamment l'informatique dont une partie de notre avenir dépend. C'est un vrai combat que d'aller à rebours des stéréotypes, de cette culture geek aussi en train de s'installer et qui s'avère très masculine.

■ ***Que pensez-vous de l'obligation désormais faite aux entreprises de publier les écarts de salaires entre hommes et femmes ?*** L'outil est bon. Mais pour éviter que les entreprises ne tombent dans l'autosatisfaction, les modes de calcul doivent être améliorés d'après les analyses de plusieurs organisations syndicales. Dans le cas d'une augmentation de salaire, par exemple, l'index considère que l'égalité est atteinte quand le même nombre de femmes et d'hommes l'ont perçue dans l'année. Mais quid du montant ? S'il est de 10 euros pour une femme et de 100 euros pour un homme, on reste dans le trompe-l'œil. C'est un bon exercice d'autoévaluation pour les entreprises mais il ne faut pas le prendre comme une donnée fiable et indépendante sur l'état des inégalités salariales en France.

■ ***Votre Fondation, née le 8 mars 2016, visait un million d'euros de dons sur trois ans. Objectif atteint ?*** Quasiment. Sur la seule année 2018, nous avons reversé 500.000 euros, récoltés auprès des institutions privées et des particuliers. Nous avons pu améliorer ainsi la vie de 15.000 femmes victimes de violences. Par des séances de danse thérapie notamment, elles ont entamé un travail de reconstruction pour se réapproprier leur corps traumatisé. Nous avons aussi rouvert des standards téléphoniques débordés après #MeToo et #BalanceTonPorc qui ne pouvaient plus répondre aux appels des femmes cherchant de l'aide. Cette semaine, nous lançons la campagne #MaintenantOnAgit, soutenue par une quarantaine d'acteurs et d'actrices, qui portent chacun témoignage d'une femme victime de violences, de discriminations ou d'inégalités. Le clip, « De l'ombre à la lumière », est diffusé sur les chaînes publiques et sur Canal plus. ■

« #MeToo a ouvert les yeux, c'est incontestable, sur la réalité des violences faites aux femmes. »

ANNE-CÉCILE MAILFERT Présidente de la Fondation des femmes

Fondation des femmes. Pour faire un don (à partir de 8 euros) : www.fondationdesfemmes.org/donner

L'ÉDITORIAL

FLORENCE CHÉDOTAL

florence.chedotal@centrefrance.com
Twitter : @florchedotal

Plafond des rêves

Autrefois, dans nos campagnes, quand un petit garçon naissait, on disait « voilà un bienheureux ». Autant dire que naître fille rétrécissait aussitôt votre horizon, votre dédiait votre vie au bien-être masculin. Le temps est passé, mais il demeure ce sentiment que ce monde ne s'offre pas aussi facilement aux femmes qu'aux hommes, qu'il faut arracher les choses.

Combien de femmes ainsi stoppées dans leur élan ? Que ce soit par l'inconscient d'une autocensure ou par des mains extérieures. Ce sont des carrières entravées, des destins dévoyés, des rêves que des petites filles ne s'autorisent même pas. Alors quand des attitudes sexistes, sous couvert d'humour, ou sexuelles viennent fragiliser, souvent briser, des parcours de vie, comment comprendre que la complaisance et l'impunité soient encore et toujours les deux réponses les plus apportées ? Comme si la vie d'une femme, ses rêves, comptaient un peu moins.

Sans relâche, il faut enseigner l'égalité aux petits garçons et donner confiance aux petites filles, leur apprendre la liberté, leur répéter que leur corps n'appartient qu'à elles et, surtout, leur dire que ce monde est aussi le leur.

« L'Yonne Républicaine » – 8 mars 2019 via Europresse

Centre Hubertine Auclert

Affiches

YVONNE FOINANT
1892 - 1990 — Pionnière de l'entreprenariat, créatrice en 1945 d'un réseau de femmes cheffes d'entreprises
AUJOURD'HUI EN FRANCE SEULEMENT 3% DES PDG DES ENTREPRISES COTÉES EN BOURSE SONT DES FEMMES
L'égalité, ça se travaille !
centre hubertine auclert
ÎledeFrance

L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE
ça se travaille !
D'hier à aujourd'hui
Lucie Baud
Ada Lovelace
Yvonne Foinant
Bessie Coleman
Alice Guy
ÎledeFrance
centre hubertine auclert
ÎledeFrance

Livret pédagogique

BESSIE COLEMAN

1892 - 1926 — Pilote, pionnière de l'aviation

Durant la Grande guerre Bessie Coleman découvre les exploits des aviateurs français et américains, notamment Eugene Bullard, premier pilote de chasse noir américain. Elle décide de devenir aviatrice mais les écoles de pilotage américaines lui ferment leurs portes en raison de son sexe et de sa couleur de peau. En novembre 1919, elle part pour la France où l'école des frères Caudron de Coutroy l'accepte. Le 15 juin 1921, Bessie Coleman devient alors la première femme noire américaine à être diplômée de la Fédération Aéronautique Internationale. Rentrée à New York, et profitant de sa nouvelle notoriété, elle crée un show de voltige en septembre 1922 où elle apparaît en personnage d'aventurière en tenue militaire.

Son autre combat sera de refuser la ségrégation raciale de l'époque : elle n'accepte de se produite que devant un public mixte et seulement si tout le monde est assis sur le même banc sans distinction de couleur. Elle meurt le 30 avril 1926 dans un crash.

En 1929, la première école d'aviation pour noirs américains voit le jour grâce à William J. Powell. En 1992, le 2 mai est déclaré jour officiel de Bessie Coleman par le maire de Chicago. En 2001, elle est honorée par le National Women's Hall of Fame, puis en 2006, elle rentre au National Aviation Hall of Fame. Son effigie sera éditée sur des timbres et des pièces de 1 dollar.

Aujourd'hui encore, seulement 8% des pilotes d'Air France sont des femmes.

2

ADA LOVELACE

1815 - 1852 — Mathématicienne, pionnière de la programmation informatique

De son nom complet Augusta Ada King, comtesse de Lovelace, née Ada Byron, fille de Lord Byron. Elle est principalement connue pour avoir réalisé le premier programme informatique, lors de son travail sur un ancêtre de l'ordinateur : la machine analytique de Charles Babbage.

Dans ses notes, on trouve le premier algorithme publié, destiné à être exécuté par une machine, ce qui fait considérer Ada Lovelace comme la première programmeuse du monde. Elle a également entrevu et décrit certaines possibilités offertes par les calculateurs universels, allant bien au-delà du calcul numérique et de ce qu'imaginaient Babbage et ses contemporains. Il fallut attendre les années 1930 avec Alan Turing pour formaliser une telle notion de calculateur universel qui manipule des symboles généraux, et abandonner la notion de calculatrice purement numérique.

Tombés dans l'oubli, Ada Lovelace et ses travaux furent exhumés avec l'avènement de l'informatique. Le nom d'Ada apparaît pour la première fois pour nommer le langage de programmation conçu entre 1977 et 1983 pour le département de la Défense américain.

Aujourd'hui en France, seulement 11% des étudiants en école d'informatique sont des femmes.

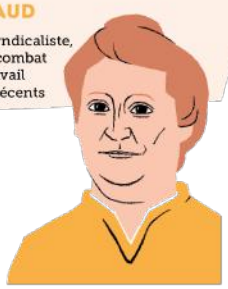
AUJOURD'HUI

Aujourd'hui, filles et garçons n'ont pas les mêmes parcours scolaires, les filles réussissent mieux mais s'orientent davantage dans des filières d'enseignement supérieurs et les secteurs moins porteurs d'emploi, moins rémunérés et moins valorisés. Les garçons sont plus nombreux à se diriger vers les filières sélectives de l'enseignement supérieur (notamment celles des filières scientifiques et techniques), plus prestigieuses et offrant plus de débouchés. Les stéréotypes de sexe ont pour conséquence de limiter les choix des filles et des garçons dans leurs parcours professionnels.

3

LUCIE BAUD

1870 – 1913 — Syndicaliste, pionnière du combat pour un travail et un salaire décents



Lucie Baud rentre à 12 ans comme apprentie dans une usine de soierie où sa mère travaille déjà. L'usine emploie principalement des femmes, une main d'œuvre bon marché, peu syndiquée, et souvent étrangère. Avec l'accélération de la mécanisation et de la rationalisation du travail les cadences se font plus fortes, tout en réclamant une forte concentration pour ne pas que les machines s'enrayent. Lucie Baud, comme ses consœurs ouvrières, travaille treize heures par jour. Elle épouse à 21 ans un garde-champêtre de vingt ans son aîné.

Après la mort de son mari, elle fonde un syndicat. Elle est envoyée au Congrès de la Fédération Nationale de l'Industrie du textile en 1904 où elle est la seule femme... mais les syndicalistes ne lui accordent pas le droit de prendre la parole. Elle mène surtout la grande grève qui agite l'industrie de la soie, en 1905, contre les cadences infernales et les salaires de misère, diminués subitement et dans de grandes proportions.

Elle meurt précocement à 43 ans en 1913, quelques années après avoir survécu à une tentative de suicide.

« Elle a écrit une courte autobiographie publiée en 1908 dans la revue Le Mouvement socialiste, texte rare et remarquable, par lequel sa mémoire nous est parvenue (...). Il demeure dans sa vie bien des énigmes que j'ai tenté de comprendre dans Mélancolie ouvrière » écrit Michelle Perrot, historienne.

Aujourd'hui en France, les femmes gagnent en moyenne 24 % de moins que les hommes tous temps de travail confondus.

AUJOURD'HUI

Les femmes représentent 48% de la population active (et 51,6% de la population française) mais les inégalités entre hommes et femmes au travail sont toujours une réalité. En 2016, 77% des emplois à temps partiel sont occupés par des femmes. Elles sont également plus touchées par le chômage. Les femmes effectuent 71% des tâches ménagères et 65% des tâches parentales. Les écarts de pension pour les retraites sont de 39% en défaveur des femmes. Les seniors sans emploi et sans retraite, donc dans une grande difficulté financière, sont à 66% des femmes.

4

YVONNE FOINANT

1892 - 1990 — Pionnière de l'entrepreneuriat, créatrice en 1945 d'un réseau de femmes cheffes d'entreprises

« La guerre a fait beaucoup évoluer les esprits et les situations à cet égard. Le nombre n'était pas négligeable des veuves qui, brusquement, se trouvaient avec la responsabilité d'une affaire sur les bras. Toutes ne purent ou ne voulurent l'assumer. Mais, souvent, des femmes nullement préparées à cette tâche, se révélèrent dans les circonstances qui leur étaient imposées. » C'est le cas d'Yvonne Foinant, si l'on en croit le portrait qu'en dresse Suzanne Normand, dans l'hebdomadaire illustré *Vu*. A 22 ans, la Grande Guerre l'oblige à prendre les rênes de l'entreprise de fabrication d'outillage par estampage de Charleville, créée par son mari en 1913. Elle devient alors « Maître des forges », une première en France. Au décès de son époux, elle est gérante statutaire (termes de 1928).
En 1938, elle est la première femme à être élue déléguée de la Confédération générale du patronat français (future Medef) puis devient conseillère au commerce extérieur et, en 1941, elle est élue vice-présidente du syndicat d'outillage à la main.

En 1945, elle fonde la fédération des Femmes cheffes d'entreprises, une association qui promeut l'égalité économique entre les femmes et les hommes. Les critères d'adhésion sont stricts : il faut posséder son entreprise, et prouver ses compétences en tant que telles. L'association travaille par ailleurs à la visibilité des femmes, les aident à obtenir des mandats au sein des diverses organisations patronales et instances professionnelles.

En 1957, Yvonne Foinant est décorée de la Légion d'Honneur. Elle est la deuxième femme à recevoir cette distinction à titre industriel. Elle se retire de la vie publique en 1979, à 89 ans.

Aujourd'hui en France, seulement 3% des PDG des entreprises cotées en bourse sont des femmes.

ALICE GUY

1873 – 1968 — Réalisatrice, pionnière du cinéma

En Décembre 1894, à 21 ans, elle entre comme secrétaire chez Gaumont où, quelques mois plus tard, elle prendra la direction des productions cinématographiques Elle met en scène, supervise des scénarios, le casting, la décoration, les costumes. Elle engage Zecca, Cohl, Jasset, Feuillade... et s'occupe de toute la partie création de la maison Gaumont. Alice Guy rencontre tous les chercheur-e-s importants de l'époque (Marey, Lumière, Demeny, Eiffel...) et mettra en application leurs découvertes.
Elle tourne en mars 1896 *La Fée aux choux*, considéré par les historiens comme le premier film de fiction. En 1902, elle utilise le parlant. En 1906, elle réalise son premier long métrage de superproduction *La vie du Christ* avec 300 figurant-e-s.
En 1907, elle épouse Herbert Blaché Bolton, un cameraman, et part aux Etats-Unis. Elle y crée ses sociétés (« La Solax », « Le Film Suply Co »), fait construire deux studios et dirige une compagnie d'acteurs et actrices : « La Solax Stock ».
On dénombre plus de 600 films liés à ses activités : comique, aventure, drame, western, féérique, fantastique, anticipation, opéra filmé, polar, documentaire, film de guerre et historique, court et long métrage, noir et blanc, couleur, muet et parlant. Alice Guy achève sa carrière en 1920. A son retour en Europe, sous le pseudonyme de Guy Allix, elle écrit plusieurs contes pour enfants. Pendant plus de 50 ans ses films disparaissent totalement pour réapparaître peu à peu à partir de 1972.

— *« Alice Guy était une réalisatrice exceptionnelle, d'une sensibilité rare, au regard incroyablement poétique et à l'instinct formidable [...]. Elle a écrit, dirigé et produit plus de mille films. Et pourtant, elle a été oubliée par l'industrie qu'elle a contribué à créer. »* Martin Scorsese, New York, octobre 2001.

Aujourd'hui en France, 20% des longs métrages sont réalisés par des femmes.

AUJOURD'HUI

Musique, cinéma, spectacle vivant, arts plastiques, photographie... les femmes sont moins reconnues, moins produites, moins financées et moins diffusées. De 2014 à 2017, seulement 4% des chefs d'orchestre étaient des femmes. De 2016 à 2016, 18% des lauréats du meilleur album étaient des femmes aux Victoires de la musique. Une seule réalisatrice a remporté la Palme d'Or (Jane Campion pour La leçon de piano). L'écart de salaires entre les femmes et les hommes atteint 18 % dans ce secteur.

6

POUR ALLER PLUS LOIN

Les chiffres-clés de l'égalité entre les femmes et les hommes, Secrétariat d'État chargé de l'Égalité entre les femmes et les hommes, 2018.
https://www.egalite-femmes-hommes.gouv.fr/wp-content/uploads/2018/09/29474-DICOM-CC-2018-essentiel_BD.pdf

Le temps domestique et parental des hommes et des femmes : quels facteurs d'évolutions en 25 ans ?, INSEE, 2015.
https://www.insee.fr/fr/statistiques/1303232?sommaire=1303240

Les retraités et les retraites, DREES, 2018.
https://drees.solidarites-sante.gouv.fr/IMG/pdf/retraites_2018.pdf

Un tiers des seniors sans emploi ni retraite sont pauvres, Les Echos, 2018.
https://www.lesechos.fr/economie-france/social/0302275868217-un-senior-sans-emploi-ni-retraite-sur-trois-vit-sous-le-seuil-de-pauvrete-2206396.php

Observatoire de l'égalité entre femmes et hommes dans la culture et la communication, Ministère de la Culture, 2018.
https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/68061-observatoire-de-l-egalite-entre-femmes-et-hommes-dans-la-culture-et-la-communication.pdf

Inégalités entre les femmes et les hommes dans les arts et la culture, Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes, 2018.
http://haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/hce_rapport_inegalites_dans_les_arts_et_la_culture_20180216_vlight.pdf

Femmes et cinéma : réalisation, production, formation, CNC, 2018
https://www.cnc.fr/documents/36995/167074/Femmes+et+cin%C3%A9ma++r%C3%A9alisation%2C+production%2C+formation.pdf/efb73d83-9c1b-dd3f-4503-f071f87282f1

7

CENTRE FRANCILIEN
POUR L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES
CENTRE HUBERTINE AUCLERT
www.hubertine.fr
contact@hubertine.fr
7, place des Cinq Martyrs du Lycée Buffon
75015 Paris
@CentreHubertine
Hubertine.Auclert.Centre

Organisme associé de la Région Île-de-France, le Centre Hubertine Auclert est le centre francilien pour l'égalité femmes-hommes.
Il a pour principaux objectifs la promotion de 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 et des ressources sur ces thèmes aux actrices et acteurs qui œuvrent sur le territoire francilien.

centre hubertine auclert

île de France

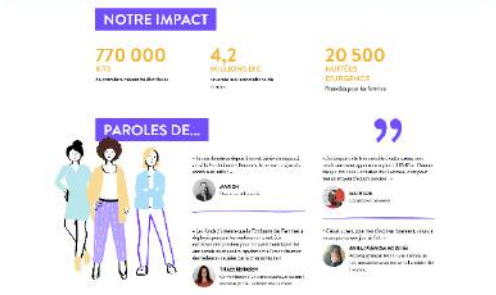
île de France

Conception graphique : Marion Dubois

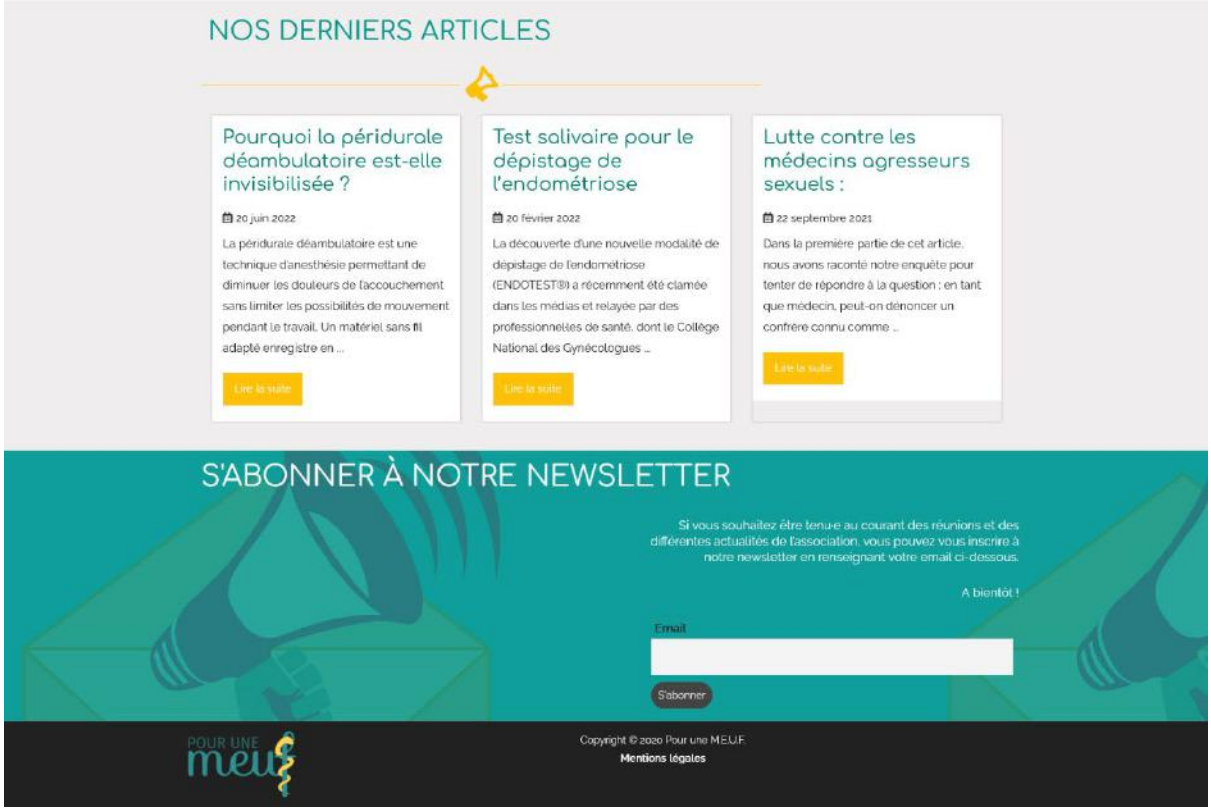
Source : https://www.centre-hubertine-auclert.fr/outil/campagne-de-sensibilisation-l-egalite-professionnelle-ca-se-travaille

Sites web

Captures des sites web tels qu'ils étaient au moment de notre analyse.



https://fondationdesfemmes.org/ - 22/09/2022



https://www.pourunemeuf.org/ - 29/09/22