



HAUT-COMMISSARIAT
AU PLAN

Liberté
Égalité
Fraternité



FRANCE STRATÉGIE
ÉVALUER. ANTICIPER. DÉBATTRE. PROPOSER.

Stéréotypes femmes-hommes : un retour en arrière préoccupant chez les jeunes, un combat à amplifier

Clichés persistants, presque anodins ou insurmontables ? Pourquoi s'intéresser aux stéréotypes de genre, dix ans après un rapport de France Stratégie sur la même question ?

Parce que la volonté de faire reculer ces stéréotypes nécessite durée, suivi et constance, qui manquent parfois dans nos politiques publiques. Parce que, surtout, l'on voit poindre des signaux alarmants, d'une remise en cause brutale des politiques d'égalité aux États-Unis à une jeunesse « en réaction » pour laquelle l'égalité filles-garçons n'a rien d'évident... Enfin, parce que **la lutte contre les stéréotypes n'est pas « la cerise sur le gâteau » de l'égalité entre les sexes, mais son socle** : ces représentations dans les têtes nourrissent les inégalités dans les faits, les discriminations, voire les violences sexuelles ou sexistes. **C'est un continuum, un esprit d'égalité qu'il faut bâtir, dès la petite enfance.**

Cette nouvelle étude est très ambitieuse et originale. Elle s'appuie sur des données détaillées, une enquête inédite auprès des plus jeunes, un groupe de travail large et des consultations multiples, ainsi que sur une analyse de très nombreux champs – la famille et la garde d'enfants, l'école, l'orientation scolaire et professionnelle, la culture et le sport, la santé et, nouveauté essentielle, les réseaux sociaux.

On peut en tirer **quatre enseignements clés.**

D'abord, les stéréotypes de genre reculent sur longue période. En France, la part de la population adhérant à l'idée que « les femmes devraient rester à la maison » a ainsi été divisée par deux entre 2000 et 2014 (de 44 % à 22 %). Et notre pays se situe parmi les moins « stéréotypés », sur le podium européen derrière la Suède et l'Islande (*European Values Study* de 2017).

Mais la baisse ralentit... Depuis le milieu des années 2010, une stagnation s'observe, sans doute en partie parce que l'on touche au socle le plus difficile à éroder des stéréotypes dans la population. Ainsi, en 2022, un quart des Français continue d'adhérer fortement ou modérément aux stéréotypes de genre, avec un écart significatif entre femmes et hommes.

Sur certains stéréotypes, liés au care, il existe même un retour en arrière. Si les stéréotypes sur le partage des tâches économiques et domestiques continuent de reculer, il n'en va pas de même sur la prédisposition supposée des femmes au travail parental et au soin des autres. Par exemple, 59 % des Français partagent en 2022 l'idée que « les mères savent mieux répondre aux besoins des enfants que les pères », soit un niveau d'adhésion supérieur à 2014 (54 %).

Surtout, de nombreux stéréotypes resurgissent chez les jeunes (18-24 ans), alors que les plus jeunes étaient précédemment les plus « progressistes ». C'est notamment le cas sur la vocation parentale des mères : en 2022, 57 % des 18-24 ans pensent que « les mères savent mieux répondre aux besoins des enfants que les pères », contre 50 % en 2014. Et la part des 18-24 ans se disant « tout à fait d'accord » avec l'affirmation selon laquelle « les filles ont autant l'esprit scientifique que les garçons » a nettement reculé, de 62 % en 2014 à 53 % en 2022.

Ce sont ces signaux, notamment, qui nous ont conduits à **enquêter, de manière inédite, sur les 11-17 ans.** Le sondage CSA-France Stratégie met en évidence une adhésion précoce aux stéréotypes d'aptitudes et de rôles sociaux différenciés. **La vision stéréotypée des adolescents baisse en moyenne avec l'âge, mais l'écart se creuse entre les filles et les garçons,** plus marqués par les stéréotypes. Il faudra suivre cette catégorie d'âge dans la durée pour mieux connaître la formation, l'ancrage ou la persistance des stéréotypes chez les plus jeunes.

C'est un **risque social de double polarisation** que fait apparaître cette étude : entre les générations, si la cohorte actuelle des jeunes adultes confirme dans la durée sa vision plus genrée de la société ; entre les hommes et les femmes, si l'écart d'adhésion aux stéréotypes entre adolescents filles et garçons se maintient ou s'amplifie.

Le développement massif des **réseaux sociaux**, dont on ne perçoit que les premiers effets, est à cet égard alarmant : ils agissent comme **une arme de construction massive des stéréotypes de genre**, en les relayant et les amplifiant, dès le plus jeune âge.

Une certitude émerge en tout cas : **l'impératif d'une politique publique de lutte contre les stéréotypes plus ambitieuse, plus constante et plus globale.**

La nécessité d'aller au cœur des réflexes les plus ancrés et d'agir le plus tôt possible est bien démontrée par un fait éloquent, persistant : alors que les filles affichent de meilleures compétences en mathématiques que les garçons en début de CP, l'écart s'inverse dès le milieu de l'année scolaire...

L'étude formule ainsi **vingt propositions, dans tous les domaines.** Avec, en particulier, des idées fortes en matière de petite enfance (répartition obligatoire du congé parental, allongement du congé paternité) ou d'orientation scolaire et professionnelle (bonus dans Affelnet ou Parcoursup pour inciter au choix des filières les moins mixtes).

Le nouveau combat, sans doute le plus difficile, portera sur le monde numérique : au delà des violences directes, la régulation des plateformes et des réseaux sociaux, au niveau européen, devra intégrer la lutte contre les stéréotypes eux-mêmes, faute de quoi tous les efforts (et progrès) de meilleure représentation dans les médias traditionnels seront absolument vains.

CLÉMENT BEAUNE
Haut-commissaire au Plan
Commissaire général de France Stratégie

➤ RAPPORT Mai 2025

*Lutter contre les stéréotypes filles-garçons.
Quel bilan de la décennie, quelles priorités d'ici 2030 ?*
par Marine de Montaignac (coord.), Cécile Jolly et Peggy Furic