

décembre 2012

La **newsletter**  
du ministère  
de l'Égalité  
des chances

## éditorial

### EIS AARBECHT: ENG INSPIRATIONSQUELL FIR ANER LÄNNER?

A leschter Zäit si mir am MEGA e puer mol gefrot gin fir op Konferenzen am Ausland iwver eis Erfahrungen ze schwätzen an zwar an deene verschiddenste Beräicher.

Ënnert dem Titel „Luxemburg - ein Land macht sich auf den Weg“ war de MEGA den 22. an den 23. Oktober 2012 op der internationaler Männerpolitikkonferenz zu Berlin invitéiert fir déi verschidde Schrëtt, déi Lëtzebuerg an deene leschte Joeren an der Jugend- a Männerpolitik gaangen ass, viirstellen.

Den 28. November 2012 huet de MEGA op der internationaler Konferenz FemCities zu Bréissel am Kontext vun engem Austausch vu „Best practices“ eis Aarbecht am Beräich vun der Problematik vum Benotzë vu Stereotypen an der Publicitéit, am méi speziell d'Virgoe géint sexistesch Reklammen, virgestallt.

Lëtzebuerg ass vum europäeschen Institut fir d'Gläichstellung vu Männer a Fraen (EIGE) gefrot gin fir Member ze gin vun engem thematesche Réseau iwver Formatiounen am Beräich vum Gender. De MEGA kann an deem Aarbechtsgrupp ënnert aanerem iwver déi obligatoresch Coursen «Politique de l'égalité hommes/femmes» schwätzen déi all nei Mataarbechter aus dem öffentleche Secteur musse beleeden an déi vum MEGA ausgeschafft an ofgehal ginn.

Ech selwer wäert am März 2013 en marge vun der 57. Sessioun vun der CSW (Commission on the Status of Women) vun der UNO zu New York am Kader vun engem sougenannte „Side-Event“ eis Gesetzgebung iwver d'„Violence domestique“ a méi spezifesch d'Konzept vun der Expulsioun vun den Auteurë präsentieren.

Dësen Invitatiounen nogoe bedeit intensiv Virbereedunge während villen Aarbechtsstonnen.

Si sinn awer och a virun allem eng Unerkennung fir eis Aarbecht an eis Politik, op déi mer och e bëssen houfreg kënnen sinn.

Aus de Reaktiounen, déi méng Mataarbechter an ech op esou international besatene Evénementen kréien schlësse mer dass mer op engem gudde Wee sinn mat deene verschiddensten Aspekter vun der Gläichstellungspolitik zu Lëtzebuerg.

Ech wënschen iech alleguerte ganz schéi Feierdeeg an e gudde Rutsch an dat neit Joer a freeë mech och fir dat nächst Joer op vill spannend Aktivitéite fir d'Gläichstellung vu Fra a Mann.



Françoise Hetto-Gaasch  
Ministre de l'Égalité des chances

Kontaktmail: [info@mega.public.lu](mailto:info@mega.public.lu)

## MEGASITE.LU

**echsimega.lu**

l'égalité dans la vie des jeunes

**megapower.lu**

l'égalité dans la prise de décision politique, économique et sociale

**megafamily.lu**

l'égalité des femmes et des hommes au sein de la famille et la conciliation entre vie familiale et vie professionnelle

**violence.lu**

le site dédié à la lutte contre la violence domestique

**mega.public.lu**

le site institutionnel du ministère de l'Égalité des chances

# égalité et éducation

## MEEDERCHER A COMPUTERTECHNIK... A FIRWAT NET?

De 15. a 16. November 2012 war et erëm sou wäit – di 26. Foire de l'Étudiant(e) huet hier Dieren opgemaach um Kierchbierg an den Hale vun der LUXEXPO fir de Schüler a Schülerinnen et ze erméiglechen, sech och dëst Joer nees z'informéieren iwwert di verschidde Richtungen a Weeër an déi se hiert zoukënftegt Studium lenke kéinten.

Dëst Joer louch den thematesche Schwéierpunkt vun der Foire op den neien Technologien, an de MEGA huet dat prompt als Ophänkert geholl fir eng ganz Panoplie professionell Expertinnen aus dem Beräich vun der IT, der Forschung an den neie Kommunikatiounstechnologïe mat de Schüler a Schülerinne schwätzen ze loossen an aus hirem Erfahrungsschatz deem interesséierten a vill Froë stellende jonke Public ze berichten.

Ausserdem war nach eng Doktorantin vun der Uni Metz um Stand, déi de Prinzip vum Eye-tracking op Computerschiermer demonstréiert huet, souwéi de Bilan d'Orientation, begleet vun zwou Expertinnen, deen nees grouse Succès hat, genee wéi di flott Karikature vum franséische Karikaturist Lolo.



[www.echsimega.lu](http://www.echsimega.lu)



## MEGA ON TOUR

Le 21 novembre dernier, la ministre de l'Égalité des chances, Françoise Hetto-Gaasch, s'est rendue au Lycée du Nord Wiltz, où elle a rencontré une soixantaine d'élèves des 2e et 3e pour s'échanger avec eux sur les thèmes touchant à l'égalité des filles et des garçons, des femmes et des hommes. Des dialogues très vifs sur l'égalité salariale, le choix du futur emploi ou les quotas dans les conseils d'administration étaient lancés et les jeunes surprenaient souvent par des réponses bien précises et pointues. Fin novembre, Madame la ministre était également partie à la rencontre des élèves de l'École Privée Sainte Anne à Ettelbruck dont les échanges feront l'objet de notre prochain courrier.

Lire les rapports de ces échanges sur : [www.echsimega.lu](http://www.echsimega.lu)



# égalité et travail

## LE PROGRAMME DES ACTIONS POSITIVES DANS LE SECTEUR PRIVÉ TOUJOURS À LA UNE

Quelles sont ces entreprises qui ont déjà participé au programme des actions positives du ministère de l'Égalité des chances et où en sont-elles avec la transposition de leur plan d'actions ?

Voici quelques-unes des premières entreprises participantes qui ont transposé leur plan d'actions positives.

### 1<sup>ER</sup> CAS DE BONNES PRATIQUES : ING LUXEMBOURG

#### Comment garantir au mieux l'égalité des femmes et des hommes dans la conciliation de la vie professionnelle et de la vie privée ?

Pour ING Luxembourg, la solution est de mettre l'accent sur le télétravail. En effet, depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2011, et sous réserve de compatibilité avec la fonction et l'organisation du département, il est possible d'effectuer ponctuellement une partie du travail journalier depuis un endroit différent des locaux de la banque.



La sensibilisation pour l'égalité des femmes et des hommes passe par la communication.

Même s'il s'agit-là d'une action prioritaire, cela n'a pas empêché la banque de prendre d'autres mesures dans ce domaine, comme par exemple l'élargissement des plages horaires permettant aux salariés de travailler entre 7h00 et 19h00 ou encore l'accompagnement des employés en absence prolongée. En effet, que l'absence prolongée soit connue à l'avance ou non, la banque propose de garder le contact. Ainsi, la personne salariée conserve notamment l'accès au réseau intranet de l'entreprise depuis son domicile.

Dans le domaine de l'égalité de traitement des femmes et des hommes les actions positives qui se doivent d'être citées, relèvent des méthodes de recrutement tels que l'ouverture au temps partiel ou encore le branding.

#### POUR RAPPEL

À partir de 1999, les premières actions positives ont été organisées au sein des entreprises du secteur privé.

Par la suite, le ministère de l'Égalité des chances a élaboré un véritable programme des actions positives en 2007 en demandant aux entreprises participantes d'axer leurs mesures sur trois thèmes prioritaires, qui sont :

- l'égalité de traitement des femmes et des hommes,
- l'égalité des femmes et des hommes dans la prise de décision,
- l'égalité des femmes et des hommes dans la conciliation de la vie professionnelle et de la vie privée.

Depuis, la mise en place du nouveau gouvernement en 2009, le ministère de l'Égalité des chances a intensifié sa collaboration avec bon nombre d'entreprises.

Quelques-unes d'entre elles ont déjà transposé leur plan d'actions positives, en orientant les mesures prises sur ces trois thèmes.

#### Comment garantir l'égalité des femmes et des hommes dans la prise de décision ?

Soulignons en termes d'évolution de carrière chez ING Luxembourg le programme de cross-mentoring (6 mentors et 7 mentees) permettant des échanges constructifs de développement personnel entre mentors et mentees venant d'entreprises et de secteurs différents. Un programme de formation spécifique pour des talents féminins constitue également une mesure intéressante.

### 2<sup>ER</sup> CAS DE BONNES PRATIQUES : DELOITTE GENERAL SERVICES

Afin d'assurer l'égalité de traitement de ses salariés, Deloitte a mis en place un tableau de bord qui détaille les différentes variables de contrôle de l'égalité des genres dans l'entreprise. Celui-ci permet de mesurer trimestriellement les équilibres de genre par garde, par service, en termes de responsabilités comme de salaires, et ainsi d'identifier les situations nécessitant attention.

Ces statistiques servent également à sensibiliser les instances de direction de la firme, mais aussi l'ensemble du personnel, par exemple lors de l'événement organisé chaque année à l'occasion de la Journée Internationale de la femme.



### Que vaut l'égalité femmes/hommes dans la prise de décision pour cette grande entreprise ?

Deloitte tient à mettre en valeur sa diversité dans les organisations professionnelles luxembourgeoises en prise directe avec ses branches d'activité. Pour ce faire, une enquête interne a recensé les différents postes de représentation externe de l'entreprise afin d'améliorer l'équilibre homme-femme.



Formation en interne : Comment sensibiliser la direction aux enjeux de la mixité dans l'entreprise ?

Un système de tandem a été proposé, permettant à un employé senior d'introduire et d'accompagner un employé plus jeune dans les milieux décisionnels. Cette initiative permet d'offrir de nouvelles opportunités d'échanges intergénérationnels, d'impliquer davantage de directeurs et associés dans la représentation externe, et de préparer les générations futures.

Finalement, en ce qui concerne la conciliation de la vie professionnelle et de la vie privée, en complément des opportunités offertes à ses employés en termes d'aménagement du temps de travail, toujours dans un souhait de flexibilité.

En plus des formations à caractère professionnel auxquelles ces salariés sont invités, Deloitte offre spécifiquement à une population de jeunes parents des sessions de formation en prévention, sécurité et premiers soins à destination des nouveau-nés et des enfants ainsi que des formations sur le partage des responsabilités parentales. Données par des intervenants de l'association Eltereschoul - École des Parents, ces différentes sessions ont rencontré un grand succès non seulement en termes d'affluence mais surtout en termes d'apprentissage.

### 3<sup>e</sup> CAS DE BONNES PRATIQUES : CRÉDIT AGRICOLE

Dans le cadre de l'égalité de traitement des femmes et des hommes, la société anonyme Crédit Agricole qui compte presque autant de femmes que d'hommes, 197 sur 198, a mis en œuvre une politique de gestion des carrières dans le but de donner à chacun de ses collaborateurs, homme ou femme, la possibilité d'effectuer une carrière correspondant à ses aspirations et ses aptitudes.

Cette politique définit différents niveaux de carrière ainsi que les profils de compétences nécessaires à chacun de ces niveaux. Chaque salarié connaît son positionnement actuel, ses possibilités d'évolution de carrière, et les pré-requis à une évolution.

La politique de gestion des carrières prévoit en outre, à partir d'un certain niveau, que les promotions sont décidées par un Comité Carrière, sur base d'un dossier de candidature comportant entre autres un assessment fait par une société externe.

En renforçant l'objectivité et la transparence, la politique de gestion des carrières du Crédit Agricole représente un élément clé des actions en faveur de l'égalité des femmes et des hommes.

### De quelle façon le Crédit Agricole aborde-t-il l'égalité dans la prise de décision ?

Une solution était de demander à une consultante d'intervenir devant son Comité de Direction afin de le sensibiliser aux enjeux de la mixité dans l'entreprise. Les points suivants ont notamment été abordés :

- en quoi la mixité professionnelle est-elle source de performance ?
- comment gérer des équipes mixtes et développer des styles de leadership permettant aux hommes et aux femmes d'optimiser leur performance ?

Cette sensibilisation est le prélude à une action de plus grande envergure, puisque le Crédit Agricole souhaite la décliner pour l'ensemble des managers en 2013.

### Qu'en est-il finalement de l'égalité des femmes et des hommes dans la conciliation de la vie professionnelle et de la vie privée ?

Depuis plusieurs années, le Crédit Agricole Luxembourg permet à ses collaborateurs de mieux concilier la vie professionnelle et la vie privée : tous bénéficient d'un horaire de travail flexible ; 25% des salariés ont opté pour le travail à temps partiel. Le Crédit Agricole a institué des formules d'épargne congés et d'achat de jours de congés qui peuvent être utilisés selon les besoins.

Voilà trois bonnes pratiques parmi celles lancées par de nombreuses entreprises participantes qui ont fait de l'égalité hommes/femmes une réalité sur le lieu de travail et qui peuvent servir de source d'inspiration à d'autres entreprises.

Contact «Entreprise» au ministère de l'Égalité des chances : [www.mega.public.lu/actions\\_projets/actions\\_positives/contact/index.html](http://www.mega.public.lu/actions_projets/actions_positives/contact/index.html)

# égalité et société

## KONFERENZ ZUM THEMA „MÄNNERPOLITIK“ IN BERLIN

Am 22. und 23. Oktober 2012 fand in Berlin unter der Schirmherrschaft des deutschen Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend sowie des österreichischen Bundesministeriums für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz die erste internationale Konferenz zum Thema Männerpolitik statt. Neben Deutschland, Österreich und Norwegen nahmen auch VertreterInnen des Gleichstellungsministeriums in Luxemburg sowie der neu gegründeten Informations- und Beratungsstelle infoMann an dieser Tagung teil.



Erste Regierungsrätin Maryse Fisch : „Die Politik der Gleichstellung muss sowohl die Bedürfnisse von Frauen wie auch von Männern in den Fokus nehmen.“

300 Teilnehmende aus den unterschiedlichsten Feldern von Politik, Initiativen und Interessengruppen, aus der Wissenschaft, von großen Verbänden bis hin zu kleinen Beratungsbüros beteiligten sich an den 14 Vorträgen und den 11 Workshops zu ganz unterschiedlichen Schwerpunkten wie z.B. Männer und Gesundheit, Vaterschaft, Sorgerechtsfragen oder Feminismus und Männerbewegung.

Eröffnet wurde diese Konferenz durch die Bundesministerin Kristina Schröder, die in ihrer Rede unterstrich, dass „die Verengung auf frauenpolitische Perspektiven“ mitverantwortlich dafür sei, dass die Gleichstellung zwischen Frauen und Männern nur schleppend vorankomme. Und geht mit dem als typisch männlich geltenden Ideal des allseits flexiblen und allzeit verfügbaren Arbeitnehmers hart ins Gericht. Diese modernen „Arbeitsnomaden“ dürfen nicht länger Leitbild sein. „Der Wertewandel wird die Arbeitswelt verändern!“, so Kristina Schroeder.

Maryse Fisch, Erste Regierungsrätin im Chancengleichheitsministerium, wies in ihrem Beitrag auf die Ursprünge der luxemburgischen Ansätze hin. Sie unterstrich, dass die Ministerin Françoise

Hetto-Gaasch von Anfang an in ihrer Funktion als Ministerin für Chancengleichheit den Standpunkt vertrat, dass sich eine Politik der Chancengleichheit öffnen muss und sowohl die Bedürfnisse von Frauen und Männern in den Fokus nehmen muss. Die Bestandsaufnahme zur Jungen- und Männerarbeit in Luxemburg, sowie die Konferenz „Mensch Mann“ waren wichtige Meilensteine auf dem Weg zur Gründung des infoMann, der ersten Informations- und Beratungsstelle für Jungen und Männer in Luxemburg. Maryse Fisch zeigte sich trotz der Widerstände und der Skepsis in Politik und Gesellschaft sehr zuversichtlich, dass die luxemburgische Männerpolitik eine Zukunft haben wird.

Francis Spautz vom infoMann ging in seinem Beitrag auf die Organisation, die Finanzierung und die Vernetzungsbemühungen der neuen Beratungsstelle ein und unterstrich die Wichtigkeit internationaler Begegnungen als Möglichkeit des gegenseitigen Austauschs und der internationalen Vernetzung.

Zusammen mit dem deutschen Publizisten Thomas Gesterkamp leitete Ralph Kass den Workshop zum Thema „Wieviel Feminismus verträgt Männerpolitik?“ der für den Geschlechterdialog zwischen Frauen- und Männerbewegung plädierte. Beide Bewegungen haben gemeinsame Zielsetzungen und Grundlagen.

## Keine Gerechtigkeit auf Kosten des anderen Geschlechts

Die Politik solle sich generell am Leitbild einer übergeordneten Gerechtigkeit für alle BürgerInnen orientieren. Dies bezöge auch den moralischen Anspruch der Geschlechtergerechtigkeit mit ein. Folglich dürfe es keine Klientelpolitik geben, die sich ausschließlich auf die Männer konzentriert „auf Kosten der Frauen“. Es müsse vielmehr darum gehen, Schnittmengen der Frauen- und Männerbewegung zu identifizieren und als gemeinsame Basis zu nutzen, im Sinne der Chancengleichheit in vielen Lebenslagen.

Eine Nachfolgekonferenz wird voraussichtlich 2014 in Wien stattfinden.



Die Eröffnungsrede zur Konferenz in Berlin hielt die deutsche Bundesministerin Kristina Schröder.

## LE SAVIEZ-VOUS ?

AU NOM DE L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

### Le terme « Mademoiselle » va disparaître des formulaires administratifs au Luxembourg

Le 9 mars dernier, le Gouvernement en conseil a estimé suite à l'interpellation de la ministre de l'Égalité des chances que l'utilisation du terme de « Mademoiselle » constitue une discrimination à l'encontre des femmes. Il a décidé de faire supprimer officiellement la référence à ce terme de tous les documents et formulaires administratifs.

La ministre a également rappelé que doivent être supprimées en parallèle les références au « nom de jeune fille » et « nom de l'épouse ». Le Gouvernement a rappelé que « le seul nom légal est celui qui figure dans le registre de l'état civil ». (Loi 6 fructidor an II - Loi portant qu'aucun citoyen ne pourra porter de nom ni de prénom autres que ceux exprimés dans son acte de naissance - Recueil des lois spéciales tome 4). L'utilisation du « nom de l'épouse » et « nom de jeune fille » ne correspond qu'à un usage qui n'a pas de fondement légal. La nouvelle mesure prendra néanmoins du temps à être mise en place.

Le Gouvernement a confié ses craintes en ce qui concerne les lettres de l'administration : sur les boîtes aux lettres ne figure en général que le nom de l'époux, la disparition du 'nom de l'épouse' pourrait entraîner de nombreux retours de courriers.

### À l'instar de la France, le Luxembourg a franchi le pas !

Entré dans la législation française au début du XIX<sup>e</sup> siècle via le Code Napoléon, aujourd'hui abrogé, le terme « Mademoiselle » ayant pour seul but de faire état de la situation matrimoniale des femmes, alors que les hommes en sont dispensés, n'a aucune valeur légale. Le terme de mademoiselle renvoie les femmes à l'époque où elles étaient considérées comme incapables à être des citoyennes à part entière. Elles « gagnaient » le titre de « Madame » en passant de la tutelle de leur père à celle de leur mari. Il en va de même au Luxembourg et en Belgique, trois pays régis par le Code Napoléon !

Rappelons que la Constitution luxembourgeoise stipule l'égalité entre hommes et femmes et par conséquent interdit toute discrimination entre hommes et femmes dans tous les domaines y compris sur base de l'état civil.

### Une femme peut désormais accéder à la tête du pays, et ce dès la première descendance du grand-duc Henri.

Depuis septembre 2011, la Couronne grand-ducale sera à l'avenir transmise à l'héritier aîné, qu'il soit un garçon ou une fille.

Jusqu'alors la couronne se transmettait « en ligne directe par ordre de primogéniture dans la descendance mâle, à l'exclusion de la descendance féminine » suivant le pacte de famille de 1783. Les modifications apportées au pacte de famille de la Maison de Nassau du 30 juin 1783 et du Statut de famille portant organisation de la Maison du 5 mai 1907 de la Maison de Luxembourg-Nassau ont été apportées par décret grand-ducal du 16 septembre 2010 introduisant l'égalité entre hommes et femmes en matière de succession au trône et publié au Mémorial B n°55 en date du 23 juin 2011.

## AIDE MÉMOIRE

Ce décret grand-ducal ensemble avec la loi du 23 décembre 2005 relative au nom des enfants ont permis au Luxembourg de lever les deux réserves portant respectivement sur la transmission de la couronne grand-ducale aux descendants masculins et le droit du choix du nom patronymique imposé aux enfants faites lors de l'approbation de la Convention des Nations Unies du 18 décembre 1979 sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes (CEDAW) par le biais de la loi du 15 décembre 1988.

## L'ÉGALITÉ ENTRE FEMMES ET HOMMES ? OUI, BIEN-SÛR ! MAIS COMMENT ADAPTER UN THÈME AUSSI ABSTRAIT AUX MESURES PRATIQUES D'UNE ADMINISTRATION COMMUNALE ET DE SES SERVICES ?

Voilà les questions que ce sont posés de nombreuses communes à travers le pays en étant confronté à la charte européenne pour l'égalité entre femmes et hommes sur le plan local. En effet, cette charte reste assez vague dans sa description de mesures à prendre pour mettre en pratique les principes parfois abstraits dont elle parle. Et ceci est de bonne guerre, car cette charte est censée valoir pour toutes les communes et régions de l'Europe et ne saura, de ce fait, rentrer dans plus de détails spécifiques, vu les situations propres dans les différentes communes des différents pays à travers l'Union.

Le samedi 13 novembre 2012, une conférence à Junglinster a tenté de trouver quelques réponses adaptées aux conditions dans les communes du Grand-Duché de Luxembourg.

Sous le slogan « L'Égalité dans ma commune ? - JUST DO IT ! », une panoplie de services communaux provenant de différentes communes des quatre coins du Grand-Duché ont bel et bien démontré que ces idées sont restées tout sauf vagues et abstraites et ont présentés leurs propres projets pratiques et pragmatiques, tendant à répondre aux questions posées plus haut.

En somme, il y avait les communes de : Bettembourg (D. Semedo), Dudelange (A. Saffran), Esch-sur-Alzette (N. Jemming), Genderhaus (B. Gemnich), Junglinster (E. Pianaro), Luxembourg (A. Maquill), MEC asbl (A. Pattou), Sanem (R. Marchewka)



Mme Deborah Semedo de la commune de Bettembourg.



Un public très intéressé, à l'écoute des bonnes pratiques.

Chacune de ces communes ayant analysé les besoins spécifiques sur le plan local dans le domaine de l'égalité entre femmes et hommes et ayant trouvé une réponse bien précise et concrète afin d'aborder les travaux envers une amélioration du statu quo local dans la matière, disposait de 5 minutes pour présenter les étapes de la réalisation du projet. Lors de ces présentations, le public s'étonnait de la diversité dans les approches de ces solutions, toutes aussi utiles que pragmatiques et parfois surprenantes dans leur simplicité et leur originalité.

Des stands avec des informations, dépliants, campagnes, gadgets et brochures étaient préparés afin de permettre une vision plus approfondie des thèmes présentés.

Cette manifestation, avec son caractère fortement pragmatique, proposait maintes pistes concrètes à suivre pour les représentants d'autres communes se trouvant parmi les spectateurs. Il reste maintenant à voir si cette action portera les fruits désirés et que d'autres suivront ces exemples de bonne pratique dans le futur.

[www.megapower.lu](http://www.megapower.lu)

#### NOUVELLE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION POUR INFOMANN

Depuis la mi-novembre, une nouvelle campagne a été lancée à la télévision luxembourgeoise pour promouvoir « infoMann », un nouveau service qui cible les hommes et les garçons.



[www.infomann.lu](http://www.infomann.lu)

#### CAMPAGNE VIOLENCE DOMESTIQUE 2012

La campagne de sensibilisation au phénomène de la violence domestique 2011 « La violence fait du mal à toute la famille » est relancée cette année rappelant par la thématique du nounours et du canard que la violence touche tout le monde, y compris les enfants même si seules deux personnes sont directement impliquées. L'idée est de faire comprendre que les enfants dans un ménage sont toujours victimes de la violence domestique, même s'ils ne sont pas directement ciblés !

Cette année, la campagne comprenait quelques nouvelles facettes, par lesquelles la ministre a voulu rendre la campagne plus compréhensible et accessible à la population, telle qu'elle est représenta-

tive sur tout le territoire en mettant un accent plus particulier à la sensibilisation de la communauté lusophone. À travers les journaux portugais luxembourgeois, la population a été sensibilisée par la presse à l'augmentation des cas de violence domestique au sein de la communauté de langue portugaise, avec un accent particulier sur les couples avec enfants mineurs.

Outre la distribution sur affiches géantes format Aribus à travers le pays, la version des cartes postales distribuées gratuitement par le réseau Boomerang se voit enrichi de deux langues étrangères supplémentaires le portugais et l'allemand au côté du français. Il en va de même pour une nouvelle version sur affiche en format Din A1 distribuées aux partenaires du ministère, du gouvernement et aux divers acteurs de terrain.



C'est ajouté une campagne ambulante via autocollants en langues française et allemande sur 15 bus, à travers tout le pays qui ont circulé du 19 novembre au 16 décembre 2012.

#### Mettre en « scènes » la violence domestique

Enfin, la ministre entend conclure une coopération avec la Confédération de la Communauté portugaise au Luxembourg en vue de mettre sur pied divers projets d'information et de sensibilisation en matière de violence domestique à l'attention de la communauté lusophone.



La ministre a donné son aval à un premier projet intitulé « Scènes » un théâtre de prévention et d'éducation axé en l'occurrence sur la violence domestique, tant les auteurs que les victimes directes et indirectes dont les enfants, les familles en général. Il sera mis en scène par le Théâtre Forum. À partir de courtes scènes décrivant des situations de violence conjugale, ce dernier propose aux spectateurs de rejouer les scènes pour les transformer et ainsi améliorer situations et comportements.

Le projet démarrera en 2013 dans les trois régions Centre, Nord et Sud du pays.

[www.violence.lu](http://www.violence.lu)



## DIR HUTT EIS GESCHRIWWEN

### Sexisme et publicité responsable

En septembre dernier (voir notre dernière newsletter), l'exposition « Act responsable » avait voulu, d'une part, rendre attentif le grand public à l'existence d'une publicité responsable et, d'autre part sensibiliser les professionnels de la communication du Luxembourg à une utilisation créative et responsable de la publicité dans l'intérêt des femmes et des hommes.

Que le message d'une telle manifestation portant sur une représentation respectueuse des femmes et des hommes ne semble pas être passé partout, montre la diffusion de deux récentes campagnes. L'une, arborant des scènes violentes dans le seul but de promouvoir le festival du meuble, avait été enlevée de l'antenne de suite, grâce notamment à l'intervention rapide de la Commission pour l'éthique en publicité. Peu après, une autre campagne, peut-être moins flagrante, mais tout aussi irritante, voire blessante, avait fait l'objet d'une plainte auprès du Conseil de la publicité et dont le plaignant a transmis une copie à la ministre de l'Égalité des chances.

Le plaignant a mis le doigt sur le sexisme contenu dans cette campagne et il considère, très justement à nos yeux, qu'une telle campagne porte atteinte aux articles 3 et 4 du Code de déontologie concernant la décence et la responsabilité sociale.

Voici un extrait de sa lettre au Conseil de la Publicité :

« (...) Il n'y a aucun lien entre les jeunes femmes nues et le produit proposé. La nudité sert essentiellement à aguicher des clients masculins qui sont supposés succomber à leurs charmes sexuels. Je me permets de remarquer que cette vision n'est pas non plus très flatteuse à l'égard du public cible de l'entreprise qui est ainsi réduit à son instinct sexuel.

La publicité incite clairement au voyeurisme. Si la représentation des jeunes femmes n'est pas nécessairement scabreuse ou lascive, elles est néanmoins aguichante. La vision qu'elle transmet est celle où les femmes sont aguicheuses ce qui n'est certainement pas fait pour encourager les jeunes femmes d'aujourd'hui à prendre un rôle plus actif qui pourrait également être celui de décider des installations sanitaires. Quelle sera la réaction des étudiantes qui prendront ces bus et à fortiori des étudiants envers leurs condisciples féminins ? Est-ce que les publicitaires se sont posé la question ? » Michel W. (Walferdange)

Avez-vous des doléances, des remarques ou suggestions à nous faire ?  
Alors, écrivez-nous : [info@mega.public.lu](mailto:info@mega.public.lu)



### EXTRAIT DU CODE DE DÉONTOLOGIE

Article 4 : Responsabilité sociale

(...) La publicité doit respecter la dignité des femmes et des hommes et doit s'abstenir de toute offense, de tout dénigrement et de tout mépris envers le sexe féminin et le sexe masculin.

Elle doit éviter toute entrave à l'égalité des sexes en tenant notamment compte de l'évolution de l'environnement social et des relations humaines ainsi que de la diversité des rôles assumés par les deux sexes.

La représentation du corps humain dans la publicité doit être décente et sans connotation voyeuriste ni avilissante. La reproduction des attributs sexuels n'est justifiée que lorsque la relation avec le produit à promouvoir peut être établie. (...)

Voir tous les articles du code de déontologie sur : [www.clep.lu](http://www.clep.lu)



## GLOSSAIRE Gender Mainstreaming

Gender Mainstreaming ist eine Initiative, die Gleichstellung von Männern und Frauen auf allen Ebenen zu erreichen. Gender Mainstreaming unterscheidet sich von Frauenpolitik dadurch, dass beide Geschlechter in gleichem Maße in die Konzeptgestaltung einbezogen werden sollen. Der Amsterdamer Vertrag von 1997/1999 hat das Konzept zum offiziellen Ziel der Gleichstellungspolitik der Europäischen Union gemacht. Die Luxemburger Regierung hat das Konzept des Gender Mainstreaming in sein Regierungsprogramm eingeschrieben.



