

## éditorial

Le Gouvernement actuel s'est à maintes reprises engagé à mettre en œuvre le principe du « gender mainstreaming » : je me contenterai de citer le Plan d'action national d'égalité des femmes et des hommes 2009-2014, le Programme national de réforme du Grand-Duché de Luxembourg dans le cadre de la stratégie Europe 2020 et le Plan national pour un développement durable.

J'ai récemment rappelé ces déclarations d'intention et de bonne volonté à mes collègues ministres et notamment à ceux qui sont en train de réaliser d'importants travaux de réformes touchant de manière directe les citoyens, réformes dont des réflexions sur l'égalité des femmes et des hommes doivent absolument faire partie intégrante.

Le « gender mainstreaming » ne signifie rien d'autre que la nécessité d'examiner et de prendre en considération les conséquences éventuelles sur les femmes et les hommes de toute action, mesure et projet, et ce à chaque stade c'est-à-dire de l'élaboration du concept jusqu'à sa réalisation et son évaluation.

Le but ultime en est que tous les projets et mesures profitent de façon égale aux femmes et aux hommes.

La seule action du Gouvernement ne suffit cependant pas pour faire progresser de manière durable l'égalité des femmes et des hommes.

Une multitude d'autres acteurs doivent s'associer à cette cause et s'appropriier la stratégie de l'intégration de la dimension du genre dans l'ensemble de leurs travaux. Notamment, les autres institutions publiques comme le Parlement, le Conseil d'État et les Chambres professionnelles, les communes, les partenaires sociaux et la société civile.

Chacun d'entre eux, chacun d'entre vous, chers lecteurs, doit prendre ses responsabilités en la matière afin d'assurer une réelle progression.

**Je compte sur vous !**



**Françoise Hetto-Gaasch**  
Ministre de l'Égalité des chances



## « EINFACH (STEREO)TYPESCH »

Qu'est-ce qu'un stéréotype ? En se basant sur la similitude entre un stéréotype et un hamburger, l'article « Einfach (stereo)typesch » élabore une définition de ces représentations figées et simplificatrices, en relation avec leur usage dans la publicité. L'article se penche également sur une publicité récemment soumise au ministère de l'Égalité des chances.

Aux jeunes lecteurs, il propose quelques adresses pour s'informer quant au sujet de l'éthique dans la publicité ou pour obtenir des conseils dans le domaine de la sécurité sur internet, notamment au sujet de la circulation des informations et les risques y afférents sur les sites sociaux populaires.

Voir l'article sur le site : [www.echsimega.lu](http://www.echsimega.lu)



## FIELDGEN MEETS FRANCOISE HETTO-GAASCH

Le 6 mars dernier, la ministre de l'Égalité des chances, Françoise Hetto-Gaasch a rencontré une soixantaine d'élèves de 12<sup>e</sup> Générale et 12<sup>e</sup> CG, ainsi que de 1<sup>ère</sup> classique à l'École Privée Fieldgen pour s'échanger avec eux sur des sujets touchant à l'égalité des filles et des garçons, des femmes et des hommes. Cette journée fut également placée sous le thème de la solidarité à laquelle de nombreuses ONG ont participé à des ateliers organisés par l'école.

Les élèves étaient fort intéressés à discuter avec la ministre sur leur perception de l'égalité, leurs projets de vie et également sur le thème des stéréotypes dans les médias qui fut à l'ordre du jour d'une table ronde organisée le 7 mars par le ministère.

Lire sur le rapport sur le site : [www.echsimega.lu/MegaOnTour.27-2.html](http://www.echsimega.lu/MegaOnTour.27-2.html)



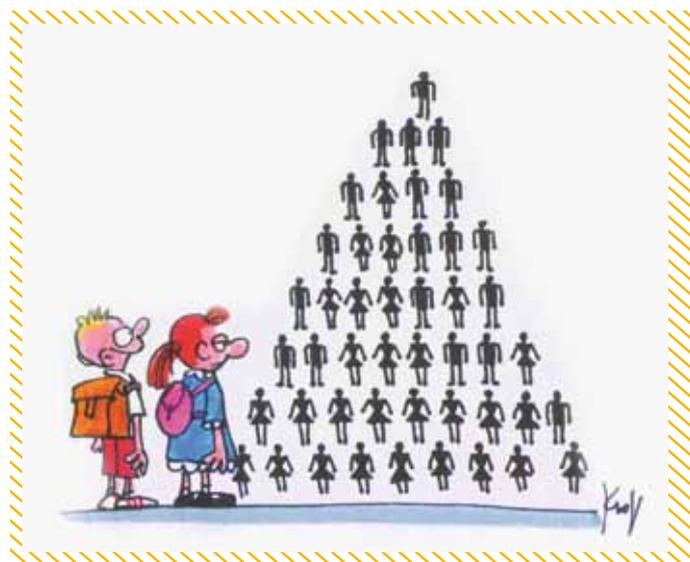
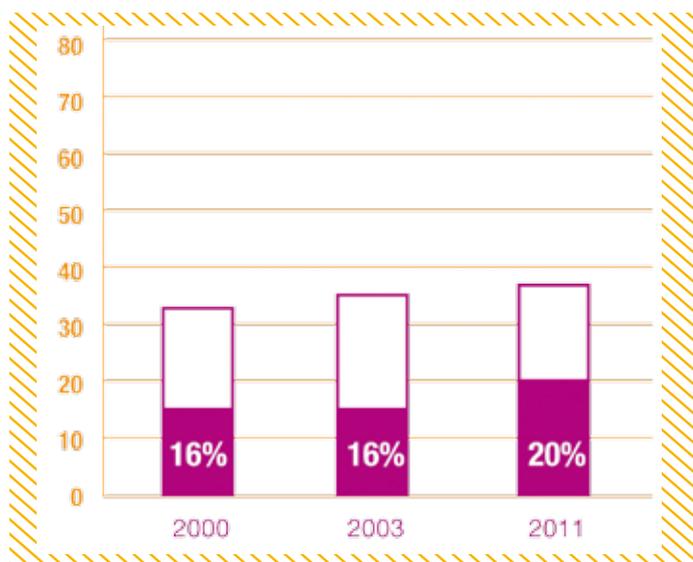
# égalité et travail

## ÉTUDE « LES FEMMES ET LES HOMMES DANS LA PRISE DE DÉCISION ÉCONOMIQUE EN 2011 »

Cette étude qui a été commanditée par le ministère de l'Égalité des chances et réalisée par le Centre d'Études de Populations, de Pauvreté et de Politiques Socio-Économiques / International Network for Studies in Technology, Environment, Alternatives, Development (CEPS/INSTEAD), vient d'être achevée. Elle a été présentée lors d'une conférence de presse en date du 15 février 2012.

Le rapport montre que des progrès ont été réalisés, qui restent dans des proportions modestes dans la mesure où les femmes demeurent sous-représentées dans les postes de décision au sein des entreprises, mais qui sont suffisamment parlants quand même pour conclure à une mixité progressive dans la prise de décision. Aujourd'hui, on constate en effet une évolution à 20% de femmes dans les conseils d'administration.

*L'étude peut être commandée auprès du ministère de l'Égalité des chances ou peut être téléchargée depuis le site du même ministère sur ce lien : [www.mega.public.lu/publications/1\\_brochures/2012/prise\\_de\\_decision\\_economique/Les\\_femmes\\_et\\_les\\_hommes\\_dans\\_la\\_prise\\_de\\_decision\\_economique.pdf](http://www.mega.public.lu/publications/1_brochures/2012/prise_de_decision_economique/Les_femmes_et_les_hommes_dans_la_prise_de_decision_economique.pdf)*



Évolution de la place des femmes dans les **conseils d'administration** depuis 2000

Illustration : Kroll (<http://ec.europa.eu/equalpay>)



## COMMENT ÉVALUER ET CLASSER LES FONCTIONS POUR GARANTIR L'ÉGALITÉ DE TRAITEMENT DES FEMMES ET DES HOMMES ?

Début février 2012, le ministère de l'Égalité des chances a organisé, en collaboration avec le Luxembourg Lifelong Learning Center de la Chambre des salariés et la Luxembourg School for Commerce, l'organisme de formation de la Chambre de commerce, un séminaire intitulé « L'évaluation et classification des fonctions ».

La formation s'est adressée aux cadres et aux dirigeants d'entreprise, respectivement aux gestionnaires en ressources humaines et notamment aux personnes en charge de l'établissement de grilles de salaire dans l'entreprise ou toute autre organisation.

La méthode pédagogique **ABAKABA (Analytische Bewertung von Arbeitstätigkeiten nach Katz und Baitsch)** proposée dans le cadre du séminaire avait pour objectif de familiariser les participants avec les techniques d'établissement d'une grille de salaire parfaitement équitable en rapport avec les activités de travail des femmes et des hommes.

## ÉTUDE « L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ ET MASCULIN AU LUXEMBOURG »

L'étude « l'entrepreneuriat féminin et masculin au Luxembourg » réalisée par le Centre d'Études de Populations, de Pauvreté et de Politiques Socio-Économiques / International Network for Studies in Technology, Environment, Alternatives, Development (CEPS/ INSTEAD), est désormais disponible.

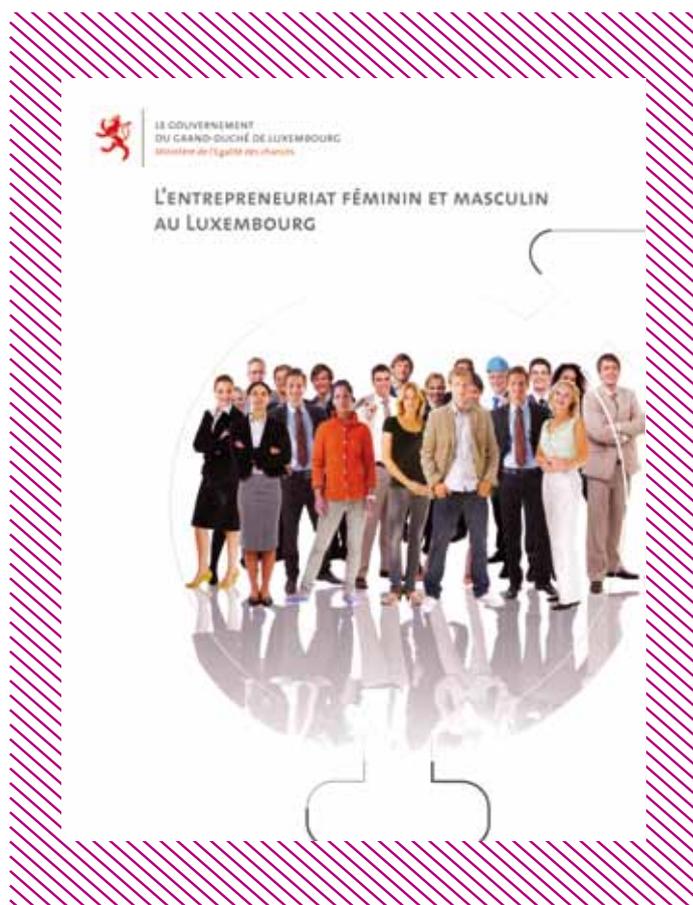
L'objectif de cette étude est de mettre en évidence les obstacles rencontrés par les femmes et les hommes dans les différentes phases de création ou de reprise d'entreprise au Luxembourg. L'étude montre ainsi, entre autre, que c'est moins le genre qui entrave la création ou la reprise d'entreprise que les caractéristiques propres à l'individu.

En effet, bon nombre d'obstacles auxquels se heurtent les créateurs d'entreprise masculins et féminins sont les mêmes : l'accès au financement, le manque d'une qualification adéquate, des lacunes en matière de compétences de gestion et les formalités administratives pour ne citer que quelques-uns.

L'étude peut être commandée auprès du ministère de l'Égalité des chances ou peut être téléchargée depuis le site du même ministère.

Plus d'informations sur :

[www.mega.public.lu/publications/1\\_brochures/2011/entrepreneuriat/index.html](http://www.mega.public.lu/publications/1_brochures/2011/entrepreneuriat/index.html)





# égalité et société

## L'ÉGALITÉ ENTRE HOMMES ET FEMMES DANS LES COMMUNES

Les communes sont un acteur important en matière de politique d'égalité entre hommes et femmes car :

- les communes sont les seules communautés décentralisées au Luxembourg ;
- leurs décisions sont non seulement très visibles pour la population mais également plus concrètes et plus crédibles que l'engagement de l'État, de l'Union européenne ou d'autres organisations internationales ;
- leurs compétences touchent tous les domaines et toutes les étapes de la vie humaine ;
- les communes sont tenues à respecter l'égalité des femmes et des hommes dans leur qualité de prestataire de services et d'employeur.

Les communes ont plusieurs possibilités de structurer leur engagement en faveur de l'égalité des femmes et des hommes.

Ainsi, elles peuvent :

- désigner un délégué politique à l'égalité des femmes et des hommes au sein du Conseil communal ;
- instaurer un service communal à l'égalité des femmes et des hommes ;
- mettre en place une commission consultative à l'égalité des femmes et des hommes ;
- intégrer la dimension de l'égalité des femmes et des hommes dans les travaux de l'ensemble des commissions consultatives ;
- signer la Charte du Conseil des Communes et Régions d'Europe impliquant l'élaboration d'un plan d'action local d'égalité entre hommes et femmes dans les deux ans à partir de la signature de la Charte.

Fin janvier 2011, Monsieur Jean-Marie Halsdorf, ministre de l'Intérieur et à la Grande Région et Madame Françoise Hetto-Gaasch, ministre de l'Égalité des chances, ont adressé une circulaire aux 106 communes les invitant à s'engager de manière formelle en faveur de l'égalité entre hommes et femmes et en leur rappelant les moyens à leur disposition pour ce faire.

Suite aux élections communales d'octobre 2011, l'INAP (Institut national d'administration publique) et le SYVICOL (Syndicat des Villes et Communes Luxembourgeoises) ont organisé, entre les mois de novembre 2011 et février 2012, un cycle de formation à l'attention des élus locaux.

Dans ce contexte, une heure de formation était consacrée à la thématique de l'égalité des femmes et des hommes. Pour le ministère de l'Égalité des chances, c'était l'occasion de donner aux quelques 280 responsables communaux inscrits un aperçu sur les politiques d'égalité entre hommes et femmes et, plus particulièrement, leur mise en œuvre au niveau local.

En date du 30 janvier 2012, Madame la Ministre Hetto-Gaasch a rencontré le réseau national des chargé(e)s de mission à l'égalité des femmes et des hommes, qui sont engagés dans les différents services communaux à l'égalité.

Cette entrevue avait pour objectif de permettre aux uns et aux autres de présenter leurs priorités et leurs travaux en cours, de rechercher d'éventuelles synergies et d'optimiser la collaboration entre le MEGA et les services communaux à l'égalité.

Pour plus d'infos :

[www.cnfl.lu/communes/communes.html](http://www.cnfl.lu/communes/communes.html)

[www.cnfl.lu/communes/charte.html](http://www.cnfl.lu/communes/charte.html)

Lisez également la présentation de la commune de Sanem sur :

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



## TABLE RONDE DU 7 MARS SUR LES STÉRÉOTYPES DANS LES MÉDIAS

Dans nos sociétés hautement médiatisées, les médias de masse nous « touchent » tous les jours et de différentes manières. Leurs messages sont informatifs, divertissants, parfois amusants. Il arrive également que leurs contenus soient irritants, choquants, blessants ou discriminatoires. Parfois même, certains médias véhiculent des messages et visuels scandaleux, voire illégaux.

Dans cette large panoplie d'offres médiatiques, quelle est la représentation des femmes et des hommes qui nous est communiquée et qui peut influencer notre mode de pensée ? Quelle est l'image véhiculée qui s'imprègne dans nos têtes ? Comment se calque-t-elle sur nos comportements ?

Consommateurs de médias que nous sommes tous, hommes et femmes, quelle est notre façon de voir et de vivre ces représentations et concepts de vie ? D'autre part, quand une personne se sent lésée par un message véhiculé par un média, comment réagir ? Quels sont ses moyens d'actions ? Qui intervient ? Que prévoit notre législation ?

La table ronde a tenté de faire le tour de ces questions à la fois d'ordre comportemental, éthique et légal.

Plus d'informations sur : [www.mega.public.lu/actualites/actu\\_min/2012/03/table\\_ronde\\_7\\_mars/index.html](http://www.mega.public.lu/actualites/actu_min/2012/03/table_ronde_7_mars/index.html)



## BANAL? LEGAL? SKANDAL?

WÉI D'MEDIEN EIST BILD VU FRAEN A MÄNNER PRÄGEN.

L'INFLUENCE DES MÉDIAS SUR NOTRE VUE DES FEMMES ET DES HOMMES.

### ÉTUDE SUR LES STÉRÉOTYPES DANS LA PUBLICITÉ

Une étude récente du Conseil de Publicité s'est penchée sur la question de la représentation des femmes et des hommes dans la publicité, et quels stéréotypes sont transmis par le biais de cette publicité. Un total de 1.228 annonces, affiches et spots télévisés, tous publiés au Luxembourg au courant de l'année 2010, ont été analysés avec des méthodes relevant à la fois des aspects quantitatives et qualitatives.

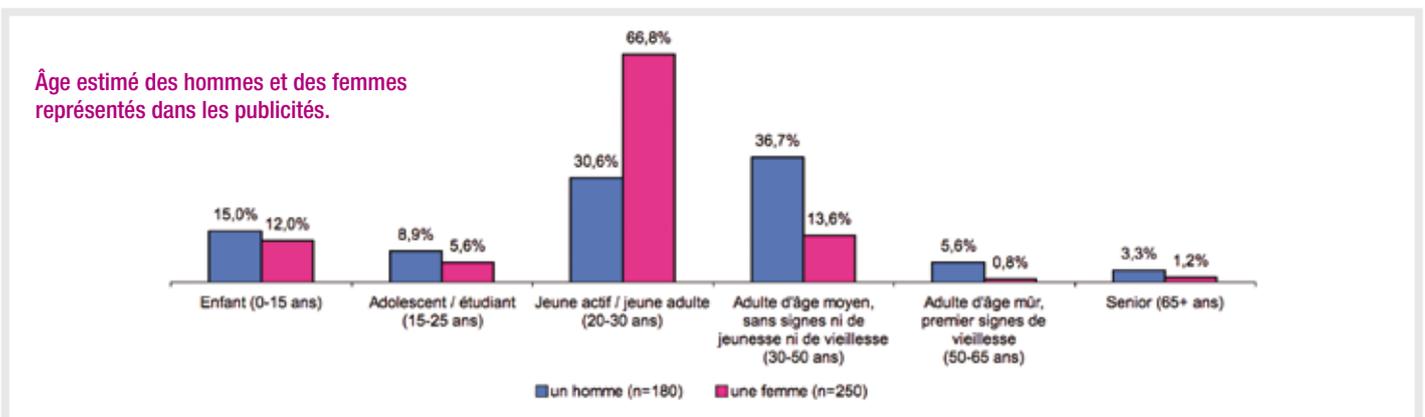
L'étude constate qu'une discrimination directe d'un des deux sexes n'a guère lieu. Les résultats sont plutôt positifs pour ce qui concerne par exemple les personnes montrées dans un rôle professionnel respectivement en tant que parents. Dans les deux cas, on retrouve pratiquement autant d'hommes que de femmes.

D'un autre côté, l'étude a relevé une série d'indicateurs vers une tendance de sexualisation de la femme dans la publicité. La sexualisation ne se fait évidemment pas de manière directe, voire vulgaire,

mais de façon plutôt subtile. Par exemple par le regard : presque la moitié des femmes répertoriées dans les publicités regardaient vers la caméra (donc le lecteur ou téléspectateur), avec souvent un regard que les psychologues caractérisent de séduisant. Par contre, les hommes dans les publicités regardent ailleurs, et ne fixent pas la caméra.

Autre fait intéressant : dans la publicité les femmes sont soumises à des normes d'âge et de beauté beaucoup plus strictes que les hommes. Deux tiers des femmes en publicité ont un âge estimé de 20 à 30 ans, alors que les femmes au-delà de 50 ans sont presque inexistantes. La répartition est par contre bien plus équilibrée auprès des hommes, qui ne doivent visiblement pas correspondre aux mêmes critères d'attrait physique que les femmes.

Rapport d'étude disponible sur : [www.mega.public.lu/publications/r1\\_brochures/index.html](http://www.mega.public.lu/publications/r1_brochures/index.html)



## RTL MEDIA AWARDS 2012

### 1<sup>ER</sup> PRIX POUR LA CAMPAGNE « VIOLENCE » SUR INTERNET

La campagne internet « Violence » créée par l'agence Comed pour le compte du ministère de l'Égalité des chances a obtenu le premier prix dans la catégorie « Publicité Internet » aux RTL Media Awards 2012, dont la cérémonie s'est déroulée le 15 février à la Rockhal.

Cette campagne avait été diffusée en 2010 sur Internet à l'occasion de la journée internationale pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes. Il s'agissait d'une animation dynamique où un poing venait détruire la page d'accueil du site rtl.lu pour faire apparaître le message « La violence domestique peut frapper tout le monde. Luttons contre ! » Charles Nilles, directeur de création de Comed, estime que le succès de la campagne résulte de la simplicité du message et de sa traduction innovante et inattendue sur le web.

Voir le spot sur : [www.youtube.be/bB5xe-Fiecg](http://www.youtube.be/bB5xe-Fiecg)



## LUTTEZ CONTRE LA VIOLENCE DOMESTIQUE

En février, « Violence.lu » a donné la parole à Pierrette Meisch, directrice de la Fondation Pro Familia. Celle-ci revient sur les missions et les différents services de cette fondation basée à Dudelange qui prend en charge les familles et femmes en difficulté. L'interview suit celui de Georges Haan, responsable de Riicht Eraus, publié antérieurement sur le site.

Lire les témoignages sur : [www.violence.lu](http://www.violence.lu)

## Abonnez-vous à notre newsletter sur les différents sites :

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

l'égalité dans la vie des jeunes

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

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

### [megafamily.lu](http://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](http://violence.lu)

le site dédié à la lutte contre la violence domestique

### [mega.public.lu](http://mega.public.lu)

le site institutionnel du ministère de l'Égalité des chances

## publications

- L'entrepreneuriat féminin et masculin au Luxembourg
- Femmes et hommes dans la prise de décision

Retrouvez toutes nos publications sur :  
[www.mega.public.lu/publications/index.html](http://www.mega.public.lu/publications/index.html)