

Sur le...

Un outil qui intègre l'ADS

Le Comité régional en développement social vient de faire paraître sur son site Web sa toute dernière production : *Prendre la route du développement social*.

Utilisant la métaphore d'un guide routier, ce document veut « outiller les personnes qui soutiennent et accompagnent le démarrage et la mise en place de projets concertés en développement social. Plus spécifiquement, il permet de mieux comprendre le cheminement d'un projet, du démarrage à la promotion. »

Ce guide intègre l'analyse différenciée selon les sexes. L'ADS ici se compare à une halte routière pour réfléchir aux réalités spécifiques des femmes et des hommes. D'ailleurs, tout au long du parcours, on retrouve un panneau de repérage qui indique des éléments d'informations spécifiques à l'ADS et dans la liste des outils, on retrouve un exemple d'application de l'ADS dans les étapes d'un projet. **Ainsi, les projets concertés contribueront à une plus grande égalité entre les femmes et les hommes.**

[Voir le document](#)

Cette chronique est rendue possible grâce à la participation financière du SCF

Pour nous rejoindre



19-A, rue de Courval
Victoriaville G6P 4W2

Téléphone
819.758.8282

Télécopie
819.758.7624

Adresse électronique
coordo@femmescentreduquebec.qc.ca

Nous sommes sur le Web!
www.femmescentreduquebec.qc.ca

[Pour vous inscrire à notre liste d'envoi](#)

[Chroniques précédentes](#)

FAIRE ATTENTION AUX STÉRÉOTYPES SEXISTES

Le but ultime de l'analyse différenciée selon les sexes est d'atteindre **une plus grande égalité entre les femmes et les hommes**. Quand on l'applique à une politique, un service ou une mesure, on veut ainsi diminuer les écarts existants entre les femmes et les hommes en regard d'une situation donnée. C'est pourquoi, aux étapes d'élaboration des stratégies et de la mise en oeuvre des actions, on doit démontrer une attention particulière pour ne pas renforcer les stéréotypes sexistes qu'on veut éliminer.

UN EXEMPLE QUI PARLE

Un garage en mécanique a procédé à un sondage auprès de sa clientèle féminine. Lors de ce sondage, beaucoup d'entre elles affirmaient ne pas aimer se rendre au garage et ont fait part de leur crainte de se faire « avoir ». Le propriétaire, pour séduire sa clientèle féminine, leur offre maintenant un service personnalisé. À leur entrée, elles sont orientées vers un stand où une hôtesse, habillée en rose les attend. On les raccompagne dans un véhicule rose et on vante la salle de bains « réaménagée » où l'on peut se maquiller aisément.

Le propriétaire, en faisant ces changements, a voulu répondre aux besoins de sa clientèle féminine et la réponse aux besoins exprimés a été un réaménagement, assez superficiel, des lieux. L'intention est louable, mais en agissant ainsi, on a consolidé des stéréotypes sexistes.

En quoi, cette façon de faire a renforcé les stéréotypes sexistes?

La couleur rose nous ramène au stéréotype de la princesse. On insinue que les femmes sont plus préoccupées par leur maquillage que de l'entretien de leur voiture. On les attire par des détails superficiels (auto de raccompagnement rose) infantilisant ainsi les clientes. Pourquoi pas une auto bleue pour les hommes?

Quelles auraient été les bonnes actions à mettre en place en regard de l'égalité?

Il est vrai qu'une majorité de femmes se sentent dépassées par les mystères de la mécanique automobile. L'idée d'une hôtesse n'est pas mauvaise en soi pour donner des explications. Certaines clientes se sentiront plus à l'aise de discuter avec une femme, habillée en rose ou non. Mais on aurait pu également s'interroger sur l'attitude des mécaniciens envers leurs clientes et voir ce qui pourrait être modifié et ainsi adopter de nouveaux comportements. On aurait pu remettre une brochure d'informations sur certains aspects de la mécanique automobile. Ces quelques actions auraient été beaucoup plus profitables pour les clientes et au bout du compte, pour le garagiste.

Pour conclure

Il est clair qu'avec cet exemple, il faut faire preuve de vigilance quand vient le temps de choisir les activités pour répondre à nos objectifs d'égalité. En se demandant quel impact auront les activités choisies sur les femmes et les hommes, on pourra plus facilement éviter de renforcer des stéréotypes sexistes.

L'ÉGALITÉ AU COEUR DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

La CRÉ Montérégie Est a rendu publique sa déclaration sur l'importance de réinscrire l'égalité entre les femmes et les hommes dans la Loi et la Stratégie sur le développement durable du Québec. Pour la CRÉ, il est étrange que cette Loi ne fasse aucune mention du principe d'égalité entre les femmes et les hommes et ne figure plus comme partie prenante d'un tel projet. Pourtant, le gouvernement québécois reconnaît l'égalité entre les hommes et les femmes comme une valeur fondamentale pour l'État québécois.

C'est pourquoi l'ensemble des élus et élues du conseil d'administration croit que le gouvernement du Québec devrait réintégrer le principe 20, qui stipule que « *Les femmes ont un rôle vital dans la gestion de l'environnement et le développement. Leur pleine participation est donc essentielle à la réalisation d'un développement durable.* » dans la Loi sur le développement durable du Québec, afin que sa stratégie tienne pleinement compte de l'égalité entre les Québécoises et les Québécois.

La CRÉ invite également ses partenaires et autres organisations intéressées à télécharger, à faire circuler et à s'appropriier, en tout ou en partie, les idées inscrites à cette déclaration en visitant leur site Web.

[Pour accéder au site Web](#)