

Guide méthodologique pour la mise en œuvre du **GENDER BUDGETING** dans les communes bruxelloises



BRUXELLES POUVOIRS LOCAUX
SERVICE PUBLIC RÉGIONAL DE BRUXELLES



SOMMAIRE

PRÉFACE	4
POURQUOI CE GUIDE ?	6
CONSTRUIRE UN BUDGET SENSIBLE AU GENRE	8
1. LA CATÉGORISATION	11
1.1 Les crédits neutres	11
1.2. Les crédits « spécifiques »	14
1.3. Les crédits « genrables »	15
2. LE COMMENTAIRE DE GENRE	17
3. EXEMPLES DE NOTES ET COMMENTAIRES DE GENRE PAR SERVICE	23
3.1 Enseignement	23
3.2 Action sociale	28
3.3 Petite enfance	34
3.4 Prévention-jeunesse	38
3.5 Sports	43
3.6 Culture	47
3.7 Activité économique, emploi	51
3.8 Urbanisme, Rénovation, Patrimoine public et Travaux de voirie	55
3.9 Services généraux: Organisation, Ressources humaines, Communication, Finances, Démographie ..	59
LIENS	61

Guide méthodologique
pour la mise en œuvre du
GENDER BUDGETING
dans les communes bruxelloises



BRUXELLES POUVOIRS LOCAUX
SERVICE PUBLIC RÉGIONAL DE BRUXELLES

PRÉFACE



C'est avec fierté que je préface ce guide méthodologique pour la mise en œuvre du gender budgeting dans les communes bruxelloises. Un pas de plus pour l'égalité entre les femmes et les hommes, une production de plus qui démontre que cette égalité est réellement une priorité pour le gouvernement bruxellois.

Le gender mainstreaming, soit l'approche intégrée de façon transversale du genre dans les politiques publiques, est un des outils indispensables pour accéder à l'égalité, mais demeure un concept encore trop peu connu. Bien que cette approche ait été présentée dès 1995 lors de la conférence mondiale sur les femmes des Nations unies à Pékin, ce n'est qu'en 2012 que la Région bruxelloise a adopté une ordonnance portant intégration de la dimension de genre dans ses lignes politiques.

Depuis, plusieurs avancées ont été réalisées et le Plan bruxellois de gender mainstreaming et d'égalité entre les femmes et les hommes 2022-2025 en est un des exemples les plus probants et aboutis. Ce plan, qui concerne chaque membre du gouvernement bruxellois, démontre bel et bien que toute initiative régionale peut, mais surtout doit, prendre en compte l'aspect genré. Ce guide méthodologique sur le gender budgeting fait d'ailleurs partie des actions concrètes de ce plan. Car qui dit gender mainstreaming, dit également gender budgeting, soit un budget qui tient compte de l'aspect genré des finances.

Tout comme vous, je suis convaincue que le genre doit être pris en compte dans chaque politique publique menée au sein de notre région afin d'éviter que nous renforçons ou créions, sans le vouloir, de nouvelles inégalités entre les hommes et les femmes.

À travers nos politiques publiques, nous voulons et devons promouvoir une égalité réelle entre les hommes et les femmes et donner aux femmes la place qui leur revient. En effet, une évolution est sans conteste en marche et la dynamique de gender mainstreaming et de gender budgeting prend de plus en plus d'ampleur. Les pouvoirs publics sont de plus en plus conscients de la nécessité de lutter contre les inégalités entre les hommes et les femmes et cela à tous les niveaux.

En effet, une fois que l'on porte ses « lunettes de genre », il est difficile de ne pas voir les discriminations sexistes qui peuvent impacter chaque élément de la vie quotidienne.

Je ne peux donc que féliciter les collaborateur-trices de Bruxelles Pouvoirs locaux pour leur engagement dans cette thématique qui me tient à cœur. Outre la diffusion du présent guide, les communes bénéficieront d'une formation et d'un accompagnement dans le cadre du gender budgeting, ce qui permettra également de disposer de statistiques genrées et d'affiner leur action publique.

Grâce à l'implémentation du gender budgeting, les pouvoirs locaux contribuent à rendre notre Région toujours plus inclusive et plus égalitaire. Adopter des « lunettes de genre », c'est lutter contre le sexisme sous toutes ses formes. Ce combat est encore loin d'être terminé, mais, ensemble, nous avançons.

Nawal BEN HAMOU

Secrétaire d'État de la Région de Bruxelles-Capitale à l'Égalité des chances

POURQUOI CE GUIDE ?



Il y a un peu plus de vingt ans, le gender mainstreaming, ou l'intégration transversale de l'égalité de genre dans toutes les politiques, envahissait la scène internationale. Figurant parmi les résolutions de la Conférence mondiale sur les femmes de Pékin en 1995, il est institutionnalisé par l'Union européenne par le traité d'Amsterdam. Le gender budgeting ou budgétisation sensible au genre, en tant que déclinaison budgétaire de l'approche intégrée de l'égalité de genre, met au jour l'androcentrisme des budgets, qui, sous couvert d'une apparente neutralité, contribuent souvent à reproduire les inégalités de genre qui minent notre société.

En tant qu'outil de politique publique, le gender budgeting permet non seulement un rééquilibrage des dépenses pour plus d'égalité entre hommes et femmes mais il porte également en lui une philosophie de scan approfondie des dépenses publiques afin de vérifier que celles-ci ne servent pas inconsciemment à renforcer les stéréotypes de genre et le sexisme. Il est en cela un formidable outil pour plus de démocratie et de transparence.

La Belgique a fait sienne cette stratégie d'intégration de la dimension du genre dans l'ensemble des politiques et des budgets puisque plusieurs niveaux de pouvoirs ont adopté une législation relative à l'approche intégrée de genre. Au niveau local bruxellois, bien qu'aucune obligation légale en la matière ne pèse sur les communes, Bruxelles Pouvoirs locaux (BPL) soutient depuis plusieurs années maintenant les communes bruxelloises dans la mise en œuvre de politiques qui intègrent une perspective de genre. En particulier, depuis fin 2014, la Région promeut la mise en œuvre d'une budgétisation sensible au genre dans les communes bruxelloises.

La méthode de gender budgeting qui a été présentée aux communes par Bruxelles Pouvoirs locaux est la méthode tricatégorielle (classement des articles budgétaires en trois catégories) :

- catégorie 1 : crédits neutres du point de vue du genre ;
- catégorie 2 : crédits spécifiques à la réalisation de l'égalité femmes/hommes ;
- catégorie 3 : crédits pour lesquels une prise en compte de la dimension de genre est pertinente.

La classification s'accompagne d'une brève justification, d'une note de genre pour les crédits classés en catégorie 2 et d'un commentaire de genre pour les crédits classés en catégorie 3. Ce commentaire indique de quelle façon la dimension de genre sera prise en compte dans les dossiers concernés.

Après plusieurs formations sur la question, il apparaît que les communes sont demandeuses d'un soutien pratique pour la mise en place d'un budget genré.

C'est l'objet du présent guide, qui présente de façon synthétique une méthodologie facilitant la mise en œuvre du gender budgeting, et propose des exemples concrets de réflexions à avoir dans le cadre de la rédaction des commentaires de genre, par compétence communale. Il a été réalisé sur base du travail mené avec les communes en 2020 et 2021 par l'association le CORIF¹, qui a été mandaté par Bruxelles Pouvoirs locaux pour accompagner les communes dans la mise en œuvre du gender budgeting.

¹ Conseil Recherche Ingénierie Formation pour l'égalité entre femmes et hommes (association française qui depuis 40 ans agit en faveur de l'égalité professionnelle et de la mixité, et lutte contre les stéréotypes et les représentations sexistes) : www.corif.fr

CONSTRUIRE UN BUDGET SENSIBLE AU GENRE



La construction d'un budget sensible au genre passe par l'analyse approfondie des articles budgétaires liés aux dépenses de la commune. Pour ce faire, la première étape sera de catégoriser les articles budgétaires en fonction de leur pertinence par rapport à la question du genre, c'est à dire de leur lien avec des enjeux d'égalité entre hommes et femmes. La deuxième étape est de pousser plus loin l'analyse pour les crédits identifiés comme ayant une pertinence de genre afin de définir des objectifs et un plan d'action pour que l'utilisation qui sera faite de ces crédits contribue à renforcer l'égalité de genre.

Phase 1 CATÉGORISATION

Catégorie 1 :
Crédits neutres

Catégorie 2 :
Crédits spécifiques à l'égalité

Catégorie 3 :
Crédits genrables

Phase 2 COMMENTAIRE DE GENRE

- Constat : rassembler les chiffres
- Analyse financière
- Analyse de l'objet des dépenses : identification des problèmes
- Définition des objectifs
- Mise en place d'un plan d'action comprenant des données genrées
- Accompagnement et suivi





01

LA CATÉGORISATION

1.1. LES CRÉDITS NEUTRES

Ces crédits appartiennent à la **catégorie 1**. Ils sont liés à des dossiers pour lesquels aucune pertinence de la dimension de genre n'a pu être établie, comme par exemple :

- les loyers et charges locatives des immeubles loués, les dommages locatifs ;
- les fournitures d'eau, de combustible pour le chauffage, d'électricité, de gaz ;
- les huiles et carburants pour les véhicules ;
- les assurances couvrant les biens immobiliers, les véhicules, le matériel ;
- les fournitures administratives ;
- les frais de téléphonie, d'internet et d'affranchissement ;
- la location de photocopieur ;
- les remboursements périodiques des emprunts ;
- les frais financiers : taxes, intérêts, pré-comptes, rentes, etc.

Certains crédits sont souvent considérés comme « neutres » alors qu'en réalité ils sont **genrables** : ce sont les frais liés au personnel (traitements, cotisations patronales, frais de déplacement, pécules de vacances, chèques-repas, avantages, intervention dans les primes syndicales, etc.). Ils sont donc à classer dans la catégorie 3 (en effet, ils présentent clairement une dimension de genre : absence de mixité de certains postes, inégalités des fonctions occupées, des responsabilités portées, des salaires perçus, etc.). Il peut par exemple être très intéressant de faire une analyse de la masse salariale par genre. Le salaire moyen des hommes et des femmes sera ainsi un indicateur intéressant de l'égalité salariale au sein de la commune et de l'accès ou non des femmes aux positions les plus rémunératrices et donc de pouvoir.

Même chose pour les frais de formation, ceux-ci ne sont pas neutres. D'une part, il est intéressant d'analyser le budget moyen de formation des hommes et des femmes. On peut ainsi potentiellement remarquer que les hommes se situent plus souvent au sein de fonctions techniques qui impliquent le paiement de formations onéreuses alors que certaines fonctions qui concentrent plus de femmes font parfois l'objet d'un manque de formations alors que celles-ci sont un élément essentiel pour le développement d'une carrière épanouie.

Par ailleurs, dans certains cas, le contenu même de formation pourra utilement intégrer un point sur les questions de genre, singulièrement dans certains services (enseignement, jeunesse notamment, cf. exemples par service, à partir de la page 23).

Certaines dépenses peuvent être classées en catégorie 1 ou 3 selon les cas :

- **Les prestations administratives et techniques de tiers: les prestations de tiers peuvent recouvrir une large gamme de prestataires. Certaines prestations n'auront pas de pertinence quant à la question du genre, mais d'autres peuvent utilement intégrer cette question** (sensibilité du sous-traitant à la question de l'égalité femmes-hommes pour une campagne de communication par exemple, ou encore mixité du personnel employé par une société de maintenance ou d'entretien de matériel). Les pouvoirs publics peuvent se donner la possibilité d'intégrer dans les critères de choix de leurs prestataires un critère

relatif à leur engagement en faveur de la mixité et de l'égalité femmes-hommes (noter par exemple dans l'appel d'offres que les communes privilégieront à prix équivalent un prestataire sensible à la mixité de ses équipes).

- **Les prestations de tiers pour les bâtiments (nettoyage, gardiennage, ascenseur, etc.) :** là aussi il est possible de favoriser un prestataire qui s'engage en faveur de la mixité et de l'égalité.
- **Les fournitures techniques pour consommation directe :** elles recouvrent aussi une large gamme de dépenses. S'il s'agit d'asphalte pour refaire les routes, on les mettra en catégorie 1, si ce sont des jeux pour des activités de loisirs pour enfants, on les mettra en catégorie 3 en raison de la nécessité que ceux-ci ne confortent pas les stéréotypes de genre.
- En ce qui concerne **les loyers**, si des communes décidaient de créer des loyers spécifiques pour familles monoparentales (principalement des mères), cette dépense serait à mettre en catégorie 2.

CONSEIL

Ne pas présupposer qu'un dossier ne comporte aucune dimension de genre, et réfléchir en profondeur avant de le classer en catégorie 1 (ci-contre des exemples proposés par l'Institut pour l'égalité des femmes et des hommes dans le manuel pour la mise en œuvre du gender budgeting au sein de l'administration fédérale)

- « **Déchets chimiques - destruction de munitions à Poelkapelle** », **ministère de la Défense**. Avant d'associer cette allocation à la première catégorie, il convient de réfléchir à son impact potentiel sur la situation des femmes et des hommes : existe-t-il des types de déchets chimiques susceptibles d'exercer un effet différent sur les femmes et les hommes (au niveau biologique, hormonal, etc.) ? Partant du principe que le traitement de ces munitions engendrera des résidus, a-t-on tenu compte de leur effet sur les femmes et les hommes ? Etc.
- « **Dépenses relatives à toutes les opérations dans le cadre de l'introduction d'un système de vote automatisé** », **SPF Affaires Intérieures**. S'il s'agit uniquement de crédits techniques destinés à l'achat de matériel ou à l'installation des ordinateurs, cet exemple relève effectivement de la première catégorie. Mais si un volet 'sensibilisation' est également prévu, cette ligne de crédit devra être incluse dans la troisième catégorie, car il conviendra de vérifier si cette sensibilisation est aussi accessible et efficace pour les hommes que pour les femmes.



1.2. LES CRÉDITS « SPÉCIFIQUES »

Ces crédits concernent des dossiers ayant pour **objectif spécifique de promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes**. Ils appartiennent à la **catégorie 2**.

Il peut s'agir de budgets alloués :

- à des opérations de communication (location d'une exposition sur les droits des femmes pour le 8 mars par exemple);
- à des opérations de formation/sensibilisation à l'égalité de genre (ex : formation aux stéréotypes de genre, au sexisme...);
- à des actions visant à agir pour établir une réelle mixité dans certains domaines (action spécifique pour encourager les femmes à créer leur entreprise, ou les hommes à travailler dans l'aide aux personnes par exemple);
- à des subsides pour des associa-

tions œuvrant spécifiquement dans le champ de l'égalité femmes-hommes (association luttant contre le harcèlement de rue par exemple);

- à noter que les salaires du personnel dont la mission est explicitement liée à l'égalité femmes-hommes sont classés en catégorie 2.

Les articles de cette catégorie donnent lieu à une « note de genre », expliquant leur utilisation « spécifique », et permettant d'établir un document récapitulatif des actions visant à réaliser l'égalité de genre joint au budget.

Cette note de genre se compose au minimum d'un tableau qui doit permettre d'identifier facilement l'article budgétaire et de le retrouver dans les tableaux budgétaires.

Exemple de note de genre (proposé par l'Institut pour l'égalité des femmes et des hommes, tiré du budget du SPF Affaires étrangères, Commerce extérieur et Coopération au Développement) :

Catégorie 2:

crédits relatifs aux actions visant à réaliser l'égalité entre les femmes et les hommes

Division organique	Programme	Activité	Nom de l'allocation de base	Budget (en milliers d'euros)
21	0	1	Dépenses de toute nature destinées à promouvoir l'égalité des chances entre les femmes et les hommes dans les services publics	7

CONSEIL

Nous vous préconisons d'aller au-delà de cette identification des dépenses de catégorie 2, et de faire un travail similaire à celui des commentaires de genre liés à la catégorie 3 (ci-après).

1.3. LES CRÉDITS «GENRABLES»

Ces crédits concernent des dossiers qui ont trait à une **politique publique** et ont ou peuvent **avoir un impact sur la situation respective des femmes et des hommes**. Ils appartiennent à la **catégorie 3**.

Ces frais peuvent concerner :

- les droits d'auteur, les honoraires et indemnités pour expertise, études, conférences, etc. ;
- les crédits relatifs aux études et recherches ;
- les frais de réception et de représentation, les fournitures de prix ;
- l'achat de livres ;
- l'achat de vêtements de travail ;
- les frais liés à la communication, à la diffusion d'informations ;
- les frais de formation des personnels ;
- les frais de personnel ;
- certaines prestations administratives ou techniques de tiers spécifiques à la fonction ;
- certaines fournitures techniques pour

consommation directe ;

- les subsides et primes aux associations ;
- les frais pour l'organisation d'activités ;
- les dépenses extraordinaires (mise en place d'une aire de jeux, réaménagement de l'éclairage, construction d'un stade sportif, etc.).

Les articles de cette catégorie donnent lieu à un « commentaire de genre », dont la forme n'est pas figée, mais qui devrait comprendre :

- un constat sur la situation des femmes et des hommes au regard de la problématique (statistiques genrées, résultats d'études, ou de questionnement des bénéficiaires sur leurs besoins, etc.) ;
- la proposition d'actions à mener, permettant de mesurer les écarts et les inégalités s'il n'y a pas d'informations existantes sur lesquelles s'appuyer, ou de les réduire le cas échéant.

GENDER BUDGETING TRAINING FOR TEAMS



02

LE COMMENTAIRE DE GENRE

L'essence de la démarche du gender budgeting repose donc sur le commentaire de genre réalisé pour les crédits qui ont été classés en catégorie 3. Le commentaire de genre se construit sur base d'une analyse la plus fine possible des enjeux d'inégalité de genre qui se posent dans le domaine concerné par la dépense.

COMMENT RÉALISER UN COMMENTAIRE DE GENRE ?

En amont

Dans votre domaine de compétence (sport, emploi, action sociale, éducation etc.):

- Y a-t-il des différences, des inégalités entre les femmes et les hommes, et si oui, êtes-vous en mesure d'en identifier les causes ?

Sinon, **la sensibilisation des équipes** permettrait de mieux comprendre les mécanismes de construction des inégalités, et d'identifier au mieux les crédits qui pourraient avoir un impact différencié sur les femmes et sur les hommes.

- Connaissez-vous la répartition genrée des bénéficiaires de vos projets ? Connaissez-vous les besoins, difficultés et attentes de ces bénéficiaires, ceux des femmes et ceux des hommes ?

Ce travail de diagnostic chiffré constitue une première étape dans la mise en œuvre d'actions correctrices des inégalités femmes-hommes

Analyse des crédits (cf. fiches suivantes détaillées)

- 1- Quels sont les impacts possibles des différents crédits sur les femmes et les hommes ? Est-ce que l'organisation du projet permet d'assurer le même accès aux femmes et aux hommes aux bénéficiaires du budget ?
- 2- Que pourrait-on faire pour améliorer la ventilation de chaque crédit en direction des femmes et des hommes ?
- 3- Qu'est ce qui est déjà en place en termes d'égalité des femmes et des hommes dans ce domaine ? Il est important de valoriser/s'appuyer sur l'existant.

Définition d'objectifs et actions en fonction du résultat de l'analyse

Sur base des différences/inégalités constatées, quel est l'objectif que la commune souhaite viser dans le cadre du gender budgeting et quelles sont les actions à court terme (*quick win*) et à moyen terme qui peuvent être envisagées pour rencontrer cet objectif ?

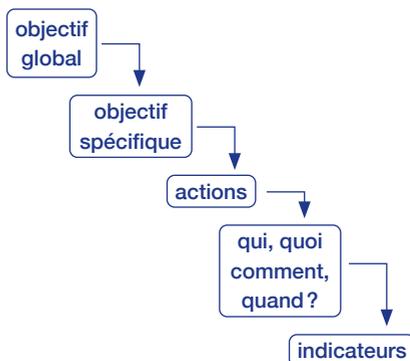
Exemple

Constat que les filles font moins de sport que les garçons. Ce constat est étayé par différentes études et se confirme dans les chiffres des chèques-sport octroyés par la commune : les garçons représentent 80 % des bénéficiaires (exemple fictif).

Objectif : augmenter la part des filles parmi les bénéficiaires de chèques-sport communaux pour atteindre l'équilibre de 50/50.

Actions :

- action possible 1 : réalisation d'une campagne de communication communale sur les chèques-sport axée sur l'importance pour les filles comme pour les garçons de faire du sport ;
- action possible 2 : une action positive serait de donner temporairement deux chèques-sport aux filles au lieu d'un pour corriger l'inégalité.



Suivi et évaluation

Une fois les objectifs et actions formulés, il faudra définir le processus de suivi et d'évaluation des actions :

1- Définir des critères et des indicateurs de suivi

Un critère est un élément de référence qui permet de juger, d'estimer, de définir quelque chose.

Pour les questions d'évaluation des résultats, il s'agit de trouver les critères de résultats qui permettront d'apprécier le degré d'atteinte des objectifs.

Qu'est-ce qui nous fait dire que l'objectif est atteint ?

Répondre à cette question permet d'identifier plus facilement les critères. On cherche donc à savoir s'il y a un changement entre le début et la fin de l'action, en rapport avec les résultats attendus. Ces évolutions avant/après peuvent concerner différentes dimensions :

- l'évolution des représentations, le changement de comportements ;
- l'acquisition de connaissances, de compétences ;
- la modification des milieux de vie ;
- la création d'un service, d'une ressource ;
- l'amélioration de l'organisation ;
- etc.

Pour être renseigné, un critère nécessite des **indicateurs**.

Les critères sont davantage manipulables une fois traduits en indicateurs. Par exemple :

- la satisfaction des bénéficiaires d'un service est un critère ;
- le nombre de bénéficiaires satisfaits du service est un indicateur quantitatif, les points forts et points faibles identifiés par les bénéficiaires, un indicateur qualitatif.

Les indicateurs sont principalement des données chiffrées (mais peuvent également être qualitatifs). Ils permettent de comprendre une réalité sociale.

Plusieurs types d'indicateurs sont possibles :

- les indicateurs de résultats : montrent les avantages directs générés par l'action au bénéfice des groupes cibles. Ce sont les indicateurs les plus convaincants ;
- les indicateurs de réalisation : indiquent que les actions prévues ont bien été réalisées ;
- les indicateurs de processus : indicateurs intermédiaires par rapport aux deux types précédents ; font rapport sur les étapes du processus (le pro-

cessus lui-même fait partie des réalisations attendues) et des résultats du processus en lui-même.

Un indicateur doit avoir plusieurs qualités : il doit être valide et fiable (mesurer effectivement ce qu'il est censé mesurer), mais aussi être observable ou mesurable.

Exemples d'indicateurs de genre quantitatifs :

- nombre de filles/garçons, femmes/hommes sensibilisé-es, informé-es ;
- nombre d'activités organisées ;
- part des femmes et des hommes touché-es par rapport à la part des femmes et des hommes dans la population cible.

2- Définir les délais de réalisation de l'action

3- Définir la personne ou le service qui sera chargé-e du suivi de la mise en place et de l'évaluation de l'action correctrice

4- Le cas échéant, prévoir dans le budget des fonds pour financer les coûts éventuels induits par la mise en place d'actions correctrices

Les pages qui suivent donnent par service des exemples de dépenses classées en catégorie 3, et chaque fois un exemple de note et un exemple de commentaire de genre.

CONSEIL

Votre commentaire de genre sera d'autant plus efficient que vous aurez défini :

- **des objectifs précis** : un objectif trop large (« favoriser l'accès des femmes à » ou « permettre la participation des hommes à ... ») devient une finalité, ce n'est pas un objectif opérationnel évaluable ;
- **des moyens associés** : prévoir de réaliser des statistiques genrées sans vérifier que le temps de la personne qui sera chargée de le faire pourra être financièrement pris en charge peut rendre l'action caduque ;
- **des résultats attendus clairement identifiés, avec des indicateurs pertinents** : « la mise en place de x activités, auxquels x femmes ou x hommes auront participé » par exemple.



EQUAL LEARNING OPPORTUNITIES



03

EXEMPLES DE NOTES ET COMMENTAIRES DE GENRE PAR SERVICE

3.1. ENSEIGNEMENT

Au niveau des interactions entre enseignant-es et élèves, diverses études, effectuées sur base d'observations vidéo, mettent au jour le fait que, par une multitude de mécanismes « liés à différentes représentations, attentes et jugements », les enseignant-es catégorisent les élèves en fonction de leur genre.

Les observations mettent en avant le fait que les enseignant-es n'interrogent pas les filles et les garçons de la même façon. En effet, ces derniers sont davantage mis à contribution, dans une proportion de deux tiers/un tiers, et sont interrogés plus longtemps. Par ailleurs, les questions auxquelles ils doivent répondre sont plus complexes, liées « au moment où apparaît le savoir nouveau de la séance », quand les questions destinées aux filles ont trait à « des savoirs déjà appris dans la classe ». Les enseignant-es tolèrent davantage de la part des garçons « les interventions spontanées » et les reçoivent plus souvent, les gratifient de plus d'encouragements et aussi de plus de critiques. On parle aussi d'un « temps de latence » plus long pour les garçons, qui signifie qu'on laisse plus de temps aux garçons pour trouver la réponse. (...)

Selon Marie Duru-Bellat, « tous ces comportements sont largement inconscients, et ils reposent sur une lecture très particulière du réel, qui peut être tout à fait erronée, mais leurs effets n'en sont pas moins réels. » Par exemple, si l'on dit à un individu que les personnes de son genre réussissent mieux tel ou tel test, il réussira mieux le test que si on lui avait affirmé l'inverse. On appelle ce phénomène « effet pygmalion » ou « prédiction auto-réalisatrice » : les attentes façonnent les comportements, les élèves intériorisant ce que l'on attend d'eux ou elles et la façon dont on les perçoit.

Les conséquences de ces attentes différenciées sont particulièrement négatives pour les filles qui ont une moindre estime d'elles-mêmes ; ont peu de modèles positifs ; rejettent les filières scientifiques, pourtant plus valorisées socialement ; intègrent leur futur rôle social : elles se dirigent vers des carrières d'aide à la personne (aides-soignantes, infirmières, institutrices, éducatrices, assistantes sociales etc.), et dans la famille, elles continuent de prendre en charge l'essentiel des tâches ménagères et des soins aux enfants.

Source : Ligue de l'Enseignement
[Quelle égalité filles/garçons dans l'enseignement ?](#)

Achat de matériel pour les écoles

Les jeux pour les enfants peuvent véhiculer des stéréotypes sexistes. En assignant aux enfants des rôles sociaux en fonction de leur genre (les activités domestiques pour les filles par exemple, les activités de construction pour les garçons), les jouets reproduisent les inégalités entre garçons et filles et, par conséquent, celles entre femmes et hommes. Une attention particulière devra donc être apportée au moment des commandes afin de casser la reproduction des inégalités de genre (éviter par exemple les couleurs ou les formes associées à un genre). Au-delà de l'attention à avoir au moment de la réalisation des commandes, la sensibilisation du personnel à la manière d'interagir avec les enfants lors de l'encadrement des jeux entre bien évidemment en jeu. Une poupée n'est pas stéréotypée du point de vue du genre en elle-même, c'est le fait de décourager les petits garçons de jouer à la poupée qui l'est.

Achat de livres

De même, les livres achetés ne doivent pas venir donner des images stéréotypées des rôles féminins et masculins mais ouvrir le champ des possibles, donner des rôle-modèles non-conventionnels et sensibiliser à la diversité.

Frais pour l'organisation d'activités extra-scolaires, de voyages scolaires, d'excursions

Les activités extra-scolaires proposées dans le cadre des écoles doivent s'adresser à toutes et tous. Les communes doivent s'assurer que les besoins des filles, comme ceux des garçons, sont bien pris en compte, et que la mixité est encouragée et accompagnée. Quelquefois, des parents peuvent être réticents à laisser participer leurs filles à des activités extra-scolaires, en particulier dans le cas d'activités résidentielles. Les communes pourraient mener un travail avec eux pour qu'ils envisagent plus sereinement cette possibilité.

Formation du personnel

Les stéréotypes véhiculés inconsciemment par les professeur-es peuvent avoir un impact sur la construction identitaire des enfants. Dès lors, la formation de ce personnel à la question de l'égalité entre filles et garçons et à la déconstruction de ses propres stéréotypes et préjugés est primordiale. Si une formation est consacrée spécifiquement à des questions d'égalité, alors les frais inhérents à cette formation sont à classer en catégorie 2. S'il s'agit d'un volet égalité dans une formation générique, alors les dépenses liées à cette formation sont à classer en catégorie 3.

Frais de réception et de représentation

Il arrive que des prix soient offerts aux enfants et aux adolescent-es. Les communes devraient veiller à ce que les prix ne soient pas stéréotypés et différents pour les filles et pour les garçons (par exemple un ballon de foot pour les garçons, une poupée pour les filles).

Frais de publicité et participation au SIEP (salon d'information sur les métiers et les professions)

Le système d'orientation scolaire a un rôle important à jouer dans le développement du potentiel de chaque enfant, fille ou garçon. La communication doit servir cet objectif en présentant des femmes et des hommes dans des fonctions considérées comme féminines ou masculines afin d'ouvrir de nouveaux horizons.



Dépenses extraordinaires

Il peut s'agir par exemple de réaménagement de cours d'écoles.

La majorité des études sur la mixité dans les cours de récréation note une séparation filles/garçons dès l'école primaire. Les garçons occupent le centre et une grande partie de la cour et s'adonnent majoritairement à des jeux physiques. Les filles restent cantonnées en bordure de cour, avec des jeux plus calmes.

Cette utilisation de l'espace se répercute sur la motricité des enfants. Les garçons se déplacent plus en courant, en grimant, en traversant la cour quitte à déranger les filles sur leur passage. Les filles sont plus statiques et se déplacent en groupe.

Les communes peuvent saisir chaque projet de réaménagement de cour d'école pour repenser l'espace de jeu de manière à arriver à plus de mixité et une occupation plus égalitaire de l'espace.

Exemple de note de genre

Article budgétaire XXX/YY-ZZ/ - /BBB - Intitulé

Action : formation du personnel enseignant à l'égalité de genre

Montant - €

Action	Mise en place d'une formation du personnel enseignant de l'école X sur l'égalité de genre
Budget	Coût de la formation
Description du résultat atteint	20 enseignant-es formé-es Contenus abordés :
Indicateurs d'évaluation	A l'issue de l'action, 80 % des enseignant-es de l'école sont capables de repérer les stéréotypes véhiculés dans les livres.

Exemple de commentaire de genre

Article budgétaire XXX/YY-ZZ/ - /AAA - Intitulé

Action : réactualisation du fonds documentaire des écoles

Montant - €

Constat (à développer)	L'analyse au regard du genre des livres destinés aux élèves de l'école montre qu'ils sont pour la plupart empreints de stéréotypes sexistes conduisant à l'assignation des filles et des garçons, des femmes et des hommes, à certains rôles sociaux, et donc reproduisant des inégalités.
Objectif	Intégrer une attention systématique pour l'égalité de genre dans l'achat de livres pour les écoles afin d'ouvrir le champ des possibles, et donner des rôle-modèles non-conventionnels aux filles et aux garçons.
Actions	Achat de livres non-stéréotypés du point de vue du genre
Indicateurs qualitatifs	La personne responsable des commandes a fait l'objet d'une sensibilisation à la question du genre. Le service a demandé un avis au service égalité des chances sur les livres envisagés.
Indicateurs quantitatifs	100 % des livres achetés dans l'année sont non-stéréotypés du point de vue du genre.
Moyens nécessaires	Coût de la formation du personnel
Délai	Pour tous les achats réalisés au cours de l'année
Qui pourrait piloter ce dossier dans le service	...

3.2. ACTION SOCIALE

La pauvreté est une problématique profondément genrée.

La composition de ménage a un impact important sur la pauvreté. Les familles monoparentales en particulier, sont singulièrement exposées au risque de pauvreté monétaire. Or plus de 80 % des familles monoparentales bruxelloises sont dirigées par une femme.

La pauvreté se décline aussi différemment pour les femmes en raison de certaines spécificités qui pèsent sur elles : précarité menstruelle, paiement de la majorité des frais liés aux enfants en cas de séparation, report de certains soins pour privilégier la santé des enfants (ce qui peut entraîner des maladies chroniques), ...

Par ailleurs, la position des femmes sur le marché de l'emploi a également un effet pénalisant sur leur revenu : écart salarial, femmes plus nombreuses dans les emplois temporaires et les emplois à temps partiels, interruptions de carrière nettement plus fréquentes chez les femmes que chez les hommes avec des conséquences en termes d'opportunités de carrière et de montant de pension, ségrégation du marché de l'emploi avec une surreprésentation des femmes dans les fonctions les moins valorisées et les moins rémunératrices...

La crise du covid-19 a mis en exergue ces inégalités et les a même aggravées. *« Des enfants qui vivent constamment à la maison, cela veut dire aussi : plus de chauffage, plus d'eau, plus d'électricité. Donc les factures augmentent tout comme les angoisses de ne pas pouvoir les payer. Quand on a une partie de vie à l'extérieur de la maison, ce sont des coûts extérieurs au foyer qu'on ne doit pas prendre en charge, or ce n'était pas le cas durant le confinement »*, explique Christine Mahy (secrétaire générale et politique du Réseau Wallon de Lutte contre la pauvreté).

Source RTBF
[L'autre filéau : la pauvreté qui touche les femmes plus durement](#)

La crise énergétique de 2022, elle aussi, s'est abattue plus durement sur les femmes. Avec la flambée des prix de l'énergie, la confédération européenne des syndicats a déjà identifié que les femmes sont plus susceptibles que les hommes de ne plus pouvoir payer leurs factures.

Source RTBF
[Crise énergétique : la flambée des prix pénalise davantage les femmes, alertent les syndicats européens](#)

Droits d'auteur, honoraires

Ces articles concernent différentes catégories.

Il peut y avoir des dépenses considérées comme neutres, comme par exemple les frais versés à Unisono, plateforme permettant de régler l'utilisation d'œuvres musicales, théâtrales, audiovisuelles, etc.

Mais la majorité des dépenses liées à ces articles, qui concernent des prestations pour des conférences, ateliers, spectacles, bureaux d'études, etc. sont genrables, car :

- les prestataires sont des femmes et des hommes ; or les domaines d'expertise sont souvent genrés : on trouvera plus facilement des intervenantes pour des questions liées à la famille et à l'éducation par exemple, et des hommes pour des questions liées à la création d'entreprise et aux placements financiers. Ceci renforce dans l'inconscient collectif la place différenciée qu'occupent les femmes et les hommes dans la société, les unes investies dans le domaine de la famille et de l'aide aux personnes, les autres dans celui de l'activité économique et financière.

Les communes peuvent contribuer à faire évoluer ces schémas en veillant à ce qu'il y ait dans la mesure du possible un équilibre femmes-hommes entre les personnes sollicitées ;

- ce type de dépenses impacte les femmes et les hommes de la commune qui participent aux activités proposées : un spectacle musical ou une représentation théâtrale en soirée toucheront-t-ils de la même façon les femmes et les hommes ? Un atelier sur le burn-out parental sera-t-il fréquenté autant par les unes que par les autres ? Les communes peuvent mesurer si la fréquentation des activités qu'elles proposent aux usagers et usagères est genrée ou non, et mettre en œuvre des moyens pour inverser la tendance le cas échéant.



Prestations techniques de tiers spécifiques à la fonction

Comme on l'a vu précédemment ces dépenses peuvent-être placées en catégorie 1 ou 3 selon la nature de la prestation engagée et la volonté des communes d'aller ou non jusqu'à la mise en place de critères spécifiques dans les marchés publics sur la question de l'égalité femmes-hommes.

Les dépenses genrables dans cette catégorie pourraient être par exemple :

- l'impression de tote-bag pour un forum pour l'emploi : veiller à ce que les couleurs ou les images imprimées ne soient pas stéréotypées et différenciées selon le genre des participant-es ;
- la prestation de service de l'asbl télé-secours : est-elle utilisée par les femmes et les hommes de façon proportionnelle à leur part dans la population concernée ?
- le recours à un prestataire extérieur pour des excursions en car, en faveur des personnes handicapées. La part de femmes et d'hommes participant aux excursions, reflète-t-elle leur part respective dans la population invitée ?

www.tele-secours.be: service d'assistance à distance qui relie en permanence l'abonné-e à un réseau d'aident-es proches.

Vêtements de travail

Les vêtements de travail (tabliers, chaussures de sécurité, ...) sont achetés en fonction du genre et de la taille des personnes, pour s'adapter à leurs besoins. Qu'on soit conducteur-riche de mini bus pour les personnes handicapées ou aide-ménager-ère dans le cadre d'un service de maintien à domicile des seniors, les vêtements doivent être adaptés à la morphologie de chacun-e.

Subsides et primes

Alors que les femmes représentent la majorité de l'effectif salarié des associations, et qu'elles sont pratiquement aussi présentes que les hommes parmi les membres bénévoles, elles restent sous-représentées parmi les postes à responsabilité et dans les instances de gouvernance des structures (conseils d'administration (CA), bureaux). Quelles fonctions occupent les femmes et les hommes dans les associations subsidiées ? La part des hommes dans les CA reflète-t-elle leur part dans les membres ?

Pour les associations qui rendent des services, quelle proportion de femmes et d'hommes en bénéficient, et est-ce que cette proportion reflète la part des femmes et des hommes dans la population concernée ?

Les communes peuvent promouvoir dans les associations qu'elles financent la question de l'égalité entre les femmes et les hommes, et afficher leur volonté de ne travailler à terme qu'avec les associations qui y sont sensibilisées, et qui prennent des mesures pour réduire les écarts éventuels de participation et d'implication des femmes et des hommes.

Indemnités pour autres prestations

Les services sociaux font quelquefois appel pour certaines activités au dispositif de l'agence locale pour l'emploi (ALE). Pour la personne en demande d'emploi, c'est un complément à ses allocations et une chance en plus de s'insérer dans le monde du travail. Pour les communes, cela permet de bénéficier de certaines prestations à tarif réduit et d'encourager l'insertion des personnes en recherche d'emploi. Les communes peuvent veiller à ce que ces emplois bénéficient autant à des femmes qu'à des hommes, en proportion de leur présence dans la population ciblée.

Allocations et réductions financières aux familles

Certaines allocations existent parfois dans les communes, pour des motifs particuliers (consommation de l'eau par exemple) et selon des critères précis (ancienneté de la résidence dans la commune, statut de personne en situation de handicap, montant des revenus, etc.)

Les communes doivent s'assurer que des biais n'existent pas dans la définition de ces critères, qui entraîneraient une iniquité entre les femmes et les hommes dans le bénéfice de ces allocations.

Exemple de commentaire de genre

Article budgétaire XXX/YY-ZZ/ - AAA - Intitulé

Action : conférences familles

Montant - €

Constat (à développer)	En 2019, les conférences familles ont accueilli plus de x % de femmes. Or dans le public invité, la part est de y % pour les femmes, etc.
Objectif	Augmenter la participation des hommes à ces conférences
Action	Veiller à ce que la communication faite sur ces événements associe aussi bien les femmes que les hommes (iconographie, termes utilisés, etc.). En faire la promotion dans les lieux où se trouvent les hommes.
Moyens nécessaires	Coût d'une sensibilisation du personnel des services à une communication sans stéréotype vis-à-vis du genre
Indicateurs qualitatifs	Sensibilisation du personnel réalisée
Indicateurs quantitatifs	La participation des hommes aura augmenté de x %
Délais	...
Qui pourrait piloter ce dossier dans le service	...

Exemple de note de genre

Article budgétaire XXX/YY-ZZ/CCC - Intitulé

Action : exposition pour le 8 mars

Montant - €

Action	Louer une exposition sur l'histoire du droit des femmes en Belgique et en proposer l'accès libre
Budget	Coût de l'exposition, personnel nécessaire à l'ouverture du lieu d'exposition
Description du résultat atteint	X femmes et Y hommes sont venu-es voir l'exposition
Indicateurs d'évaluation	Le questionnaire proposé aux visiteur-euses pour recueillir leur avis a montré un taux de satisfaction de x %.

3.3. PETITE ENFANCE

Pour agir contre les inégalités d'aujourd'hui, il faut lutter contre les stéréotypes depuis le plus jeune âge. « Les stéréotypes sont de micro-gestes répétitifs invisibles, inconscients pour les acteurs et actrices de terrain, qui ne se révèlent que par un regard extérieur ».

Une expérimentation a été menée en Haute-Garonne en France, basée sur 40 heures d'observation dans des crèches, à différents moments de la vie de la crèche (arrivée et départ de l'enfant, temps de repas, d'activités, de soins, de change...). Sont ainsi passées au crible 8 000 interactions par crèche : tous les échanges, verbaux ou non-verbaux, entre les enfants eux-mêmes, entre les adultes et les enfants et entre professionnelles et parents.

L'analyse des données recueillies fait l'effet d'un coup de tonnerre au sein des équipes. Pas moins de 60 % des échanges verbaux avec les enfants sont en direction des garçons, qui sont aussi 70 % des réprimandés. Ce sont aussi eux qui, à 90 %, occupent l'espace physique et sonore. Généralement les filles reçoivent plus de câlins que les garçons (65 %) et attirent 80 % des compliments. A contrario, 70 % des enfants encouragés à dépasser leurs limites physiques sont des garçons. Le temps de change est en moyenne deux fois plus long pour ces derniers que pour leurs camarades du « sexe faible », les garçons étant davantage encouragés à se débrouiller seuls. En revanche, le temps de transmission des informations aux pères est deux fois moins long que pour les mères... « *Plus la crèche est petite, moins on note de différences, notamment dans les surnoms genrés donnés aux enfants (« ma belle », « ma princesse », « mon costaud », « mon roi »...), la proximité permettant une personnalisation de la prise en charge en-dehors du genre.* ».

Source : www.lesprosdela petiteenfance.fr
Egalitécrèche : un programme expérimenté dans six FAJE de Toulouse



Achat de matériel

En assignant aux enfants des rôles sociaux en fonction de leur genre (la domination, le courage pour les garçons, la soumission, la douceur pour les filles), les jouets reproduisent les inégalités entre filles et garçons et, par conséquent, celles entre femmes et hommes.

Le choix des jouets devra donc éviter l'association couleur et genre afin que la petite fille ou le petit garçon puisse se les approprier librement. En effet, le marketing du secteur du jouet est largement genré : aux filles les couleurs pâles, les formes arrondies ou les cœurs, aux garçons les couleurs vives et franches voire agressives.

L'aménagement des espaces devra également permettre une circulation aisée des enfants d'une aire à l'autre (qui pourront adopter des intitulés moins stéréotypés : restaurant plutôt que coin dinette, marché au lieu de marchande, etc.).



Achat de livres

L'achat de livres pour enfants devra prendre en compte la dimension de l'égalité de genre. Les livres achetés ne doivent pas venir donner des images stéréotypées des rôles féminins et masculins et enfermer les filles dans des rôles de passivité alors que l'action revient aux garçons. Il existe aujourd'hui dans la littérature pour enfants de très nombreux livres qui cassent les stéréotypes du masculin et féminin, abordent l'homosexualité, la transidentité et offrent ainsi aux enfants une perspective du monde plus diversifiée et plus inclusive.

Formation du personnel

Les stéréotypes de genre véhiculés inconsciemment par les professionnel·les de la petite enfance vont avoir un impact sur la construction identitaire des enfants et leur assimilation de comportements stéréotypés tout au long de leur vie d'adulte. Dès lors, la formation de ce personnel à la question de l'égalité entre filles et garçons et à la déconstruction de ses propres stéréotypes et préjugés est primordiale.

Exemple de note de genre

Article budgétaire XXX/YY-ZZ/CCC - Intitulé

Action : formation des personnels de crèche à l'égalité de genre

Montant - €

Action	Mettre en place des formations pour toutes les équipes avec une première partie générale sur les stéréotypes, et une deuxième partie axée sur l'analyse des pratiques dans leur structure
Budget	Coût de la formation
Description du résultat atteint	Nombre de sessions organisées Nombre de participant·es
Indicateurs d'évaluation	Un questionnaire en amont et en aval permettra de repérer les changements de pratiques.

Exemple de commentaire de genre

Article budgétaire XXX/YY-ZZ/CCC - Intitulé

Action : assurer les conditions de la mixité des professionnel·les de la petite enfance par des aménagements appropriés

Montant - €

Constats (à développer)	Faible présence d'hommes dans les professions de la petite enfance
Objectif	Augmenter la proportion d'hommes qui travaillent dans le secteur en prévoyant les conditions pour les accueillir
Action	Aménagement de vestiaires et de toilettes femmes-hommes séparés pour faciliter l'accueil d'hommes en tant que professionnel·les de la petite enfance
Moyens nécessaires	Coût de l'aménagement
Indicateurs qualitatifs	L'absence de toilettes et vestiaires séparés n'est plus un frein à l'embauche d'hommes dans ce secteur
Indicateurs quantitatifs	Augmentation de la proportion d'hommes travaillant dans les crèches (aujourd'hui x %, dans 1 an x+y %)
Délais	...
Qui pourrait piloter ce dossier dans le service	Service marchés publics de la commune

3.4. PRÉVENTION-JEUNESSE

Quelle place pour les filles dans les maisons de jeunes ?

Dans l'étude réalisée par la Fédération Wallonie-Bruxelles sur la mixité dans le sport, les loisirs et l'école, les chiffres récoltés démontrent que les filles sont présentes dans les maisons de jeunes (sur base de l'échantillonnage: 41 % de filles). Cependant, ces chiffres ne permettent pas de connaître le degré de mixité des activités proposées: les filles et les garçons participent-ils en groupe mixte aux mêmes activités? Se rassemblent-ils par genre pour pratiquer des activités « masculines » ou « féminines » ? Il est fort à parier que, comme dans le secteur sportif, si la mixité n'est pas induite et recherchée par les professionnel·les, elle n'opère pas spontanément chez les jeunes.

L'intériorisation des normes sociales de genre, importante à l'adolescence, produit plusieurs effets tels que le besoin de conformité au groupe des pair·es, une perte du sentiment d'auto-efficacité, une perte d'estime de soi et donc une baisse de performance dans les domaines dans lesquels les jeunes se sentent moins légitimes, et ces mécanismes peuvent à leur tour générer un désinvestissement des filles et des garçons pour certaines activités. Des recherches françaises ont ainsi mis en évidence qu'à partir de l'adolescence, les filles fréquentent moins que les garçons les associations de jeunesse.

Ce constat devrait être pris en compte pour promouvoir la mixité dans les maisons de jeunes: comment motiver les adolescentes à fréquenter les maisons

de jeunes ? Cette question appelle une autre question d'ordre structurel: quelle est l'offre de loisirs proposée aux jeunes ?

Une étude française, menée en 2011, constate que l'offre de loisirs publics proposée aux jeunes s'adresse en priorité aux garçons. Les entretiens menés avec les élu·es et les responsables municipaux révèlent un fort souci de canaliser la violence des jeunes dans des activités positives. Dès lors, l'offre de loisirs est très ciblée et la pratique sportive, notamment via la mise en place de terrains et clubs de football, est privilégiée. Dans l'optique d'attirer les filles et spécialement les adolescentes dans les activités de loisirs, il serait pertinent de développer l'offre de loisirs, par exemple en la diversifiant tout en faisant attention à ne pas cantonner filles et garçons dans des activités ultra-stéréotypées.

À ce titre, si la mixité est toujours l'objectif final vers lequel tendre, des activités en non-mixité peuvent être organisées dans une optique de rétablissement de l'égalité. Ce type d'activité doit être bien réfléchi afin de déterminer que la non-mixité est bien un moyen proportionné pour atteindre un objectif légitime. Par exemple, une maison de jeunes pourrait choisir d'organiser des cours de cuisine destinés aux garçons ou des cours de menuiserie destinés aux filles.

Tiré de « l'état des lieux de la mixité filles-garçons dans le sport, les loisirs et l'école », document téléchargeable sur <http://www.egalite.cfwb.be/index.php?id=16215>

Imprimés, dépliants, affiches

L'analyse de la communication sous le filtre du genre peut révéler une iconographie et un discours stéréotypés. Sans une vigilance continue, les stéréotypes de genre sont reproduits, parfois de manière inconsciente : il peut exister par exemple un déséquilibre entre le nombre de filles et le nombre de garçons représenté-es, filles et garçons qui peuvent également être montré-es dans un nombre restreint de rôles et de situations. Cela limite de fait la projection vers d'autres réalités, et renforce chez les jeunes les stéréotypes de genre producteurs d'inégalités entre les femmes et les hommes. Par exemple, éviter une affiche montrant seulement des garçons faisant du sport et prenant des risques, et des filles participant à des ateliers de cuisine et de chant!

Fournitures techniques pour consommation directe

L'achat de jeux, de matériel pour le bricolage, de livres doit être réfléchi pour qu'il ne véhicule de stéréotypes (consignes se référant à des rôles de genre différenciés, couleurs, etc.).

Formation du personnel

Plus que le matériel lui-même, la posture des équipes est essentielle, une formation pourrait être envisagée pour montrer comment les pratiques de chacune peuvent être impactées inconsciemment par les stéréotypes, et comment sans s'en rendre compte on peut se comporter différemment avec les filles et les garçons, encourageant par exemple les unes à développer leur altruisme ou leur créativité et les autres leur goût du risque et leur leadership.

HOW TO FAVOR
A REAL GENDER MIX
IN YOUTH ACTIVITIES?



Organisation d'activités pour les bénéficiaires

- **Camps d'été** : il s'agira de vérifier qu'aussi bien les filles que les garçons participent à ces camps. Si ce n'est pas le cas, et qu'il y a une moindre inscription des un-es ou des autres, il faudra essayer d'en comprendre la cause. Il est quelquefois plus difficile pour les familles de laisser partir pour quelques jours les filles que les garçons. Le programme proposé peut également rebuter les un-es ou les autres. Une attention particulière devra donc être portée au choix des activités proposées : privilégier des sports mixtes (canoé, VTT, etc.), associer les jeunes au choix des thèmes de veillee, etc.
- **Projections de films, soirées multiculturelles** : lorsque les familles sont invitées à participer à des événements concernant les parents et les enfants, s'assurer que les mères et les pères sont également représenté-es. Si ce n'est pas le cas, se demander si les horaires choisis permettent aux un-es et aux autres de venir, si les personnes se sentent concernées par la thématique, etc. Privilégier le choix des activités et du planning avec le public visé.

- **Aide aux devoirs** : s'assurer que les groupes soient mixtes, et que les bénévoles chargé-es de l'aide soient aussi bien des femmes que des hommes, quelle que soit la matière enseignée. Si les jeunes ne voient que des hommes enseigner les sciences, et les femmes enseigner les lettres, cela reproduit les schémas inconscients qui amènent les filles à penser qu'elles ne sont pas douées pour les mathématiques, et les garçons pour la littérature.

Subsides et primes

Il s'agit pour les communes de porter une attention particulière à la façon dont les différents opérateurs jeunesse qui perçoivent ses subsides s'emparent de la question de l'égalité filles-garçons. Ils peuvent en effet, dans leur posture vis-à-vis des jeunes filles et jeunes garçons, dans le choix des activités proposées, dans leur propre gouvernance, impacter directement les jeunes qu'ils accueillent et induire une reproduction des stéréotypes et l'enfermement des filles et des garçons dans des attitudes, comportements, pratiques, rôles stéréotypés. Les communes pourraient demander au moment du dépôt des dossiers de demande de subvention comment le projet de l'opérateur tient compte de cette thématique, et subordonner l'octroi des financements à ce critère.

Exemple de commentaire de genre

Article budgétaire XXX/YY-ZZ/CCC - Intitulé

Action : projection d'un film pour les familles

Montant - €

Constats (à développer)	Aucune donnée par rapport au genre n'a été recueillie l'année N-1 concernant les bénéficiaires (enfants + parents) de la projection. Cependant, c'était un mercredi après-midi, et on constate que ce sont plus souvent les femmes qui se rendent disponibles à ce moment-là.
Objectif 1	Connaitre le genre des participant-es aux activités.
Action 1	Recueillir lors de l'activité de l'année N le genre des bénéficiaires en fonction de l'âge (parents/enfants) Avoir une attention particulière par rapport au genre des parents afin de s'assurer que les pères comme les mères participent à l'activité.
Moyens nécessaires	Personnel pour noter le genre lors de l'accueil
Indicateurs qualitatif	Sensibilisation des animateur-ices à la question
Indicateur quantitatif	Nombre de pères et de mères présent-es lors des activités
Qui pourrait piloter ce dossier dans le service	...
Objectif 2 (à développer pour N+1)	S'il s'avère que les pères sont peu présents, réfléchir au moyen de les intéresser davantage : campagne de communication différente ? Sondage en amont pour connaître les attentes ?

Exemple de note de genre

Article budgétaire XXX/YY-ZZ/AAA - Intitulé

Action : atelier vidéo sur le sexisme

Montant - €

Action	Mettre en place un atelier vidéo spécifique auprès de jeunes adolescent·es de 10-15 ans : - avec une mixité d'effectifs ; - faisant intervenir des expert·es au démarrage pour sensibiliser les participant·es à cette question ; - avec un comité d'accompagnement permettant de suivre les projets de films afin qu'ils répondent à l'objectif de sensibiliser d'autres jeunes par la suite à la question.
Budget	Coût de la formation de l'équipe, honoraires éventuels des expert·es
Description du résultat atteint	Production de vidéos par des jeunes pour les jeunes sur le thème du sexisme ordinaire
Indicateurs d'évaluation	Au moins x % des jeunes impliqué·es auront changé de regard vis-à-vis de cette question ; X films auront été réalisés ; X projections débat sur le sexisme ordinaire auront été organisées dans l'année suivante avec le support de ces films.

3.5. SPORTS

Le sport, encore vecteur d'inégalités genrées

La petite au cours de danse ou à la gymnastique rythmique, le petit au foot ou au karaté. Stéréotypes vous dites ? Oui, les traits sont un peu grossis, malheureusement les activités sportives sont encore trop souvent synonymes de biais de genre.

« Grâce, souplesse, agilité pour les filles ; endurance, rapport de force et esprit de compétition pour les garçons », indique une étude de l'Insee, chiffres à l'appui. Selon l'État des lieux sur la Mixité filles/garçons dans le sport, les loisirs et à l'école de la Direction de l'Égalité des Chances de la Fédération Wallonie-Bruxelles : 51,8 % des garçons de 5^e et 6^e primaire déclarent pratiquer une activité sportive plus de trois fois par semaine, contre 28,1 % des filles. En secondaire, la pratique intensive du sport concerne 38,2 % des garçons, contre 18,3 % des filles. Des écarts dus notamment au manque de visibilité des championnes et à l'absence de rôles modèles féminins.

Quelle place les médias laissent-ils au sport féminin ? Selon le dernier Baromètre Diversité et Égalité du Conseil supérieur de l'audiovisuel, qui a analysé les catégories socio-professionnelles dans lesquelles sont représentés les hommes et les femmes à la télévision, la catégorie de sportif professionnel totalise 29,48 % des hommes. En revanche, seulement 3,31 % des femmes sont représentées en tant que sportives professionnelles.

Les femmes sont également sous-représentées dans les organes de décision des institutions sportives ou dans les rôles de coach ou de leader.

Associé à la virilité, le sport est un phénomène hyper genré qui traîne dans son sillage une dose importante de sexisme : virilité toxique, violence sexuelle, hypersexualisation du corps et de la tenue des sportives, homophobie...

Source : RTBF
[Le sport, encore vecteur d'inégalités genrées](#)



Imprimés, dépliants, affiches

Comme dans les autres services, il faut veiller au sein du service Sports à produire une communication non-stéréotypée vis-à-vis du genre : par exemple éviter de ne représenter que des garçons sur une affiche présentant le club de boxe, ou représenter des filles joueuses de foot mais en hypersexualisant leur corps.

Frais de réception et de représentation

Dans ces frais se trouvent les coupes et médailles attribuées aux gagnant-es des compétitions sportives. Il s'agira bien-sûr de veiller à ne pas donner des trophées et prix différents aux femmes et aux hommes.

Subsides accordés aux clubs sportifs, pour leur fonctionnement et/ou leurs investissements

Au-delà des résultats et de la notoriété des clubs qui peuvent fonder la décision de leur accorder des subsides, Il faut se demander combien d'hommes et combien de femmes sont concerné-es *in fine* par ces budgets : bien souvent les activités sportives plutôt pratiquées par les hommes (foot, rugby, etc.) sont sur-représentées par rapport à l'ensemble, ce qui entraîne une inégalité dans la répartition entre les femmes et les hommes du budget des communes. Ces dernières peuvent accompagner les clubs à réfléchir à une plus grande mixité de leurs adhérent-es (communication plus égalitaire, réflexion sur les freins qui peuvent exister à l'accès des femmes à certaines

activités sportives, et sur les leviers possibles de changement, encouragement à la création de clubs qui offrent des activités mixtes, etc.). À terme, les communes pourraient conditionner l'attribution de ces subsides à la mise en œuvre d'une démarche de progrès des clubs sur cette thématique.

Subsides et primes directes accordées aux ménages

Il s'agit de chèques-sport attribués pour encourager la pratique sportive des habitant-es. Quelle est la part des femmes et des hommes qui bénéficient de ces chèques ? Si elle ne reflète pas leur part dans la population ciblée par l'aide, il conviendrait de s'interroger sur les raisons de cet écart, et mettre en place des mesures correctrices.

Travaux de construction de bâtiments

La construction de nouvelles infrastructures sportives doit intégrer dès le début une réflexion sur le genre : comment faire en sorte que les femmes et les hommes, pratiquant-es et spectateur-rices, soient accueilli-es équitablement dans ces lieux ? Des enquêtes préalables auprès de la population et des ateliers participatifs peuvent permettre de répondre au mieux aux besoins de toutes et tous.

Exemple de commentaire de genre

Article budgétaire XXX/YY-ZZ/CCC - Intitulé

Action : communication des communes sur les évènements sportifs

Montant - €

Constats (à développer)	Les articles sportifs figurant dans le journal de la commune couvrent souvent uniquement les compétitions masculines.
Objectif	Montrer que tous les sports peuvent être pratiqués par les femmes et les hommes
Action	Veiller à faire des articles sur des compétitions féminines autant que sur des compétitions masculines, dans des sports variés
Moyens nécessaires	Personnel chargé de la communication formé à la question de l'égalité femmes-hommes
Indicateurs	Dans chaque page des sports du bulletin communal, il y aura au moins un article présentant une activité sportive mixte, ou une compétition féminine
Qui pourrait piloter ce dossier dans le service	...



Exemple de note de genre

Article budgétaire XXX/YY-ZZ/CCC - Intitulé: Sport - Frais de fonctionnement technique

Action : exposition sur les femmes sportives

Montant - €

Action	Récolter auprès des clubs sportifs des photos des équipes féminines qui serviront à une exposition au sein du stade
Budget	Coût de l'exposition, moyens techniques pour l'installer dans le stade
Description du résultat atteint	Sensibilisation des clubs (encadrant-es, licencié-es, familles) à la possible place des filles dans certains sports
Indicateurs d'évaluation	Au moins X photos auront été recueillies auprès des clubs. Au moins X de photos seront exposées dans le stade. Au moins x % des personnes interrogées exprimeront leur satisfaction par rapport à la campagne.

3.6. CULTURE

Des inégalités chiffrées

Rendue publique en octobre 2020 l'étude Deuxième scène (Acte 3) commanditée par Elsa Poisot (Écarlate la Cie), sur la présence des femmes dans les arts de la scène en Fédération Wallonie-Bruxelles (hors secteur de la musique), vise prioritairement à rendre compte de l'état du secteur du point de vue du genre.

Concrètement, une équipe de six chercheurs-euses de l'ULiège a mis les mains dans le cambouis pour révéler ce qui n'était jusqu'alors qu'une intuition : à la lumière de leur recherche, il apparaît clairement qu'environ 60 % des étudiant-es diplômé-es des écoles supérieures dans le domaine des arts de la scène (les trois conservatoires, l'IAD, l'Insas, La Cambre et l'Esac) sont des femmes, mais que la tendance s'inverse dès qu'il s'agit de comptabiliser les artistes présent-es à la tête des institutions et dans les programmations des lieux culturels.

Assurant la veille statistique, La Chauffeerie, incubateur d'entreprises culturelles et créatives basé à Liège, révèle aujourd'hui une très légère amélioration dans certains postes : ainsi, avec 70 % d'hommes contre 30 % de femmes dans les auteur-rices dramatiques pour la saison 2018-19, on passe à 61 % d'auteurs contre 39 % d'auteurs-trices en 2020-21. En ce qui concerne la programmation, le ratio masculin-féminin 60 %-40 % établi en 2018-19 passe en 2020-21 à 57 %-43 % (qu'elle soit ou non empêchée par la crise sanitaire). Peut-on dès lors vraiment parler d'amélioration ? Selon Elsa Poisot, c'est prématuré : *« En France, où la situation est assez similaire, ça fait 15 ans qu'ils réalisent des études chiffrées et quasi rien ne bouge. Combien de femmes talentueuses sont laissées sur le carreau parce que le système ne leur permet pas d'édifier leur matrimoine ? Parce que le travail collectif sur l'imaginaire reste à faire ? L'objectif à atteindre est la parité ! ».*

Source : L'Écho
[La Deuxième scène met en lumière les inégalités dans les arts de la scène | L'Écho](#)



Droits d'auteur, honoraires

Ces dépenses concernent les coûts de défraiements d'intervenant-es pour des conférences, pour des prestations artistiques, les honoraires pour des traductions... Il faudrait veiller dans la mesure du possible, à une réelle mixité de ces intervenant-es, ou choisir de façon alternée des prestataires femmes et hommes.

Prestations techniques de tiers spécifiques à la fonction

Il peut s'agir de prestations de sonorisation ou d'éclairage, d'appel à un-e régisseur-se pour certaines festivités, etc.

Comme on l'a vu précédemment, ces dépenses peuvent être placées en catégorie 3 si les communes souhaitent affirmer leur volonté de travailler avec des prestataires prenant en compte la thématique de l'égalité femmes-hommes, et aller jusqu'à la mise en place de critères spécifiques dans les marchés sur la question de l'égalité femmes-hommes.

Subsides aux organismes au service des ménages

Les projets culturels portés par des femmes, et/ou dans lesquels les femmes sont actrices, doivent avoir une part égale à celle des hommes dans les programmations. Les communes peuvent être attentives à soutenir de manière égalitaire la création artistique de femmes et d'hommes et/ou à prendre en compte la répartition hommes/femmes dans l'organigramme des organismes culturels qui vont être subventionnés.

Le contenu des œuvres subventionnées est également un enjeu : ces œuvres font-elles le jeu des stéréotypes de genre ? Véhiculent-elles des idées sexistes ? Cantonnent-elles les femmes dans des rôles mineurs ? À ce titre, le test de Bechdel est intéressant. Ce test vise à mettre en évidence la sur-représentation des protagonistes masculins ou la sous-représentation de personnages féminins dans une œuvre de fiction.

Pour qu'une œuvre passe le test, il lui faut répondre à trois critères simples :

1. il doit y avoir au moins deux femmes nommées (nom et prénom) dans l'œuvre,
2. qui parlent ensemble,
3. et qui parlent de quelque chose qui est sans rapport avec un homme.

Un questionnement peut également entourer le public des œuvres culturelles financées par la commune. S'il s'avère qu'on observe une répartition inégale des femmes et des hommes qui assistent aux manifestations culturelles organisées par la commune, il est possible de privilégier les projets qui interrogent ces écarts (sont-ils dus aux constructions culturelles genrées ? Est-ce un problème de communication ? Un problème lié au sentiment de sécurité ?) et y apportent des solutions innovantes.

Subsides aux musées, aux centres culturels

Tout ce qui concerne la programmation de ces lieux est genrable (proportion auteurs-rices en expositions, genre des bénéficiaires venant aux manifestations, contenu des programmes, frais de personnel (notamment questionnement de la mixité des métiers).

Exemple de commentaire de genre

Article budgétaire XXX/YY-ZZ/CCC - Intitulé

Action : prendre en compte la mixité dans la passation de marchés publics pour des prestations techniques

Montant - €

Constats (à développer)	Les personnes qui interviennent sur la régie, l'éclairage, la sonorisation des salles de spectacle sont souvent des hommes.
Action	Ajouter dans le marché de sous-traitance une mention demandant au prestataire de préciser comment il prend en compte la thématique de l'égalité femmes-hommes dans sa structure, et notamment la mixité au sein de ses métiers
Objectif	Avoir plus de femmes qui interviennent sur les fonctions techniques
Moyens nécessaires	Coût du personnel chargé de la rédaction des marchés
Indicateurs qualitatifs	Rédaction d'une clause dans les marchés
Indicateurs quantitatifs	100 % des marchés contiennent cette clause
Qui pourrait piloter ce dossier dans le service	...

Exemple de note de genre

Article budgétaire XXX/YY-ZZ/AAA - Intitulé

Action : sensibilisation des opérateurs culturels à la prise en compte du genre

Montant - €

Action	Création d'une base de données de femmes expertes dans le domaine de la culture, qui pourraient être mobilisées lors de conférences ou d'évènements organisés par les services culturels de la commune
Budget	Dépenses de personnel pour la prospection nécessaire à la constitution de la base de données, et sa diffusion
Description du résultat atteint	Visibilité des femmes dans le champ culturel à travers la parité de représentation dans les évènements
Indicateurs d'évaluation	Création de la base de données Envoi d'un questionnaire aux services culturels pour en connaître l'utilisation et en vérifier l'impact

3.7. ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE, EMPLOI

Les données chiffrées quant à la présence des femmes sur le marché du travail ne mentent pas : le nombre et les compétences ne suffisent pas à installer l'égalité.

En Belgique, en 2018, les femmes sont majoritaires parmi le personnel administratif, le personnel de service et de vente, les professions intellectuelles, scientifiques et artistiques ainsi que les professions élémentaires (aides ménagères...).

Elles ne représentent par contre qu'une infime partie des métiers qualifiés de l'industrie et de l'artisanat, des conducteurs-ices d'installations et de machines, et des ouvriers et ouvrières de l'assemblage, des agriculteurs-rices et des ouvriers et ouvrières qualifiés de l'agriculture ou des professions militaires.

Enfin, seul un-e manager sur trois est une femme.

Quant au temps partiel, il concerne 43,5 % des femmes salariées en 2018, et 11 % seulement des hommes.

Source : Peoplesphere
[Les données chiffrées quant à la présence des femmes sur le marché du travail ne mentent pas : le nombre et les compétences ne suffisent pas à installer l'égalité.](#)

IT'S NOT JOBS
THAT HAVE A GENDER,
IT'S PEOPLE WHO HAVE
STEREOTYPES



Subsides aux organismes au service des ménages

Les femmes sont plus éloignées de l'emploi (ou de la recherche d'emploi) que les hommes, et les causes en sont souvent une difficulté à concilier la (re)prise d'une activité avec les responsabilités familiales et domestiques auxquelles elles sont assignées socialement, surtout quand elles sont cheffes de famille monoparentales (coût de l'accès aux crèches, et nombre restreint de possibilités de garde d'enfants). Elles ont également moins confiance dans leurs compétences, et connaissent mal le marché du travail et les métiers qui sont encore majoritairement occupés par les hommes. D'ailleurs, certains stéréotypes sont toujours prégnants, les décourageant d'entreprendre certaines formations.

Les communes, auprès des associations qu'elles subventionnent pour la remobilisation de publics éloignés de l'emploi, peuvent privilégier des projets qui prennent en compte ces freins et proposent des leviers pour aider à leur résolution.

Frais de réception et de représentation, droits d'auteurs et honoraires

Si des forums emploi, des journées sur l'alternance, des salons de la formation sont organisés, les communes devraient s'assurer que les informations délivrées ne reproduisent pas les stéréotypes encore à l'œuvre dans les métiers : métiers énoncés au féminin et au masculin, photos de femmes et d'hommes en exercices professionnels variés, intervenantes et intervenants, etc.

Prestations administratives de tiers spécifiques à la fonction

Certaines de ces dépenses peuvent être classées en catégorie 3 : il s'agit de la sous-traitance occasionnée par des opérations de communication sur l'emploi. Les communes pourront décider de consulter autant de prestataires femmes qu'hommes si cela est possible, voire introduire dans le marché des critères spécifiques sur la prise en compte par ces prestataires de l'égalité femmes-hommes.

Elles s'attacheront également à vérifier le discours et l'iconographie utilisés dans la communication réalisée afin que les femmes et les hommes puissent se sentir également concerné-es par les informations délivrées, voire changent de regard sur les métiers et s'habituent à considérer que les métiers « n'ont pas de sexe ».

Achat de matériel

Il pourrait s'agir par exemple d'une dotation en ordinateurs des Espaces Publics Numériques (EPN). Si le matériel n'a pas d'impact différencié sur les femmes et les hommes, la commune pourrait s'assurer que les EPN accueillent des femmes comme des hommes dans les différents ateliers.

Exemple de commentaire de genre

Article budgétaire XXX/YY-ZZ/AAA - Intitulé

Action : place des femmes dans les EPN

Montant - €

Constats (à développer)	Les femmes sont sous-représentées dans les métiers du numérique et de l'informatique, et il est important de donner aux femmes un accès égalitaire aux moyens de se former dans ce secteur.
Objectif année N	Connaitre le nombre de femmes et d'hommes fréquentant les EPN, et leurs besoins
Action année N	Organisation d'une enquête dans les EPN
Moyens nécessaires	Coût de personnels pour la conception de l'enquête, son envoi et la récupération/analyse des données
Indicateurs quantitatifs	Nombre de questionnaires remplis/nombre de questionnaires envoyés
Indicateurs qualitatifs	Rapport sur la part de femmes et d'hommes dans les EPN, et les besoins des unes et des autres
Qui pourrait piloter ce dossier dans le service	...
Objectif année N+1	Si des écarts de participation sont repérés entre les femmes et les hommes, réfléchir aux moyens d'encourager les tous publics à venir dans les EPN

Exemple de note de genre

Article budgétaire XXX/YY-ZZ/AAA - Intitulé

Action : appel à projets pour la subsidiation d'actions permettant l'élargissement des choix professionnels des femmes

Montant - €

Action	Lancement d'un appel à projets en direction des opérateurs de formation qui travaillent dans la commune visant à mettre en place des opérations innovantes qui permettent aux femmes de découvrir de nouveaux secteurs d'activité
Budget	Coût de personnel pour rédiger l'appel à projets et instruire les projets, enveloppe financière pour le financement des projets retenus
Description du résultat atteint	Mise en place d'actions qui vont toucher X femmes éloignées de l'emploi
Indicateurs d'évaluation	Évaluation à l'issue des actions de la part des femmes qui continuent un parcours dans un domaine non-traditionnel pour elles

3.8. URBANISME, RÉNOVATION, PATRIMOINE PUBLIC ET TRAVAUX DE VOIRIE

Rues, parcs, transports en commun, festivals... l'espace public fait partie intégrante de notre quotidien à toutes et tous. Loin de n'être qu'un lieu de passage, il représente un carrefour d'expressions, tant artistiques, que politiques et citoyennes. Il est également un lieu de sociabilité, les personnes qui s'y côtoient n'ayant peut-être pas d'autres opportunités de se rencontrer. À l'heure d'internet, n'oublions pas que l'espace public peut aussi être numérique et se déployer à présent sur le web et les réseaux sociaux. Ces lieux offrent donc un brassage culturel, social ou encore intergénérationnel riche qui doit impérativement être préservé et cultivé. Mais peut-on pour autant dire que ces espaces sont adaptés aux besoins de chacun-e ?

C'est une réalité, les femmes n'ont pas le même vécu de l'espace public que les hommes. Ainsi d'après un sondage réalisé par l'ONG Plan international en 2019 auprès de 700 jeunes âgés de 15 à 24 ans à Anvers, Bruxelles et Charleroi sur le harcèlement sexuel, 91 % des filles contre 28 % des garçons interrogés ont déjà subi ce type de harcèlement.

Harcèlement, difficultés d'accessibilité, omniprésence de publicités sexistes, infrastructures sportives en plein air favorisant l'entre-soi masculin, rues portant encore majoritairement des noms d'hommes blancs hétérosexuels, débat sans fin autour de l'allaitement en public... Tant d'éléments qui posent la lourde question de l'inclusivité de ces espaces. Que faut-il changer pour que chacun et chacune y trouve sa place ? Pour qu'espace public ne rime plus avec sentiment d'insécurité ou inégalités ? Ces questions sont au centre de la mise en œuvre d'une politique d'aménagement de l'espace public qui intègre la question du genre. Le gender budgeting est d'ailleurs un outil particulièrement pertinent pour ce faire car les budgets d'aménagement de l'espace public sont souvent des budgets colossaux. Dès lors, il serait dommage qu'ils ne soient pas utilisés pour contribuer à plus d'égalité de genre dans l'espace public.

Source : Soralia
[Dossier téléchargeable sur Femmes Plurielles](#)
 – Juin 2019 – Les femmes dans l'espace public



Prestations administratives de tiers

Certaines de ces dépenses peuvent être classées en catégorie 3 : il s'agit de la sous-traitance occasionnée par la fabrication de fardes, l'impression de cartes, de brochures, de flyers, des traductions de cahiers des charges. Les communes pourront décider de consulter autant de prestataires dirigés par des femmes que par des hommes si cela est possible, voire introduire dans le marché des critères spécifiques sur la prise en compte par ces prestataires de l'égalité femmes-hommes.

Il peut s'agir aussi de la conception de brochures de sensibilisation, auquel cas une mention spéciale devra être inscrite dans le marché concernant le discours et l'iconographie utilisés afin que les hommes et les femmes puissent se sentir également concerné-es par les informations délivrées. L'utilisation de l'écriture inclusive sera par exemple demandée.

Droits d'auteur, honoraires

Ces dépenses concernent les coûts de défraiements d'intervenant-es, d'orateur-rices, sollicité-es pour participer à des journées d'information et de sensibilisation. Il faudrait veiller à une réelle mixité de ces intervenant-es, comme à celle des cabinets d'architectes qui vont penser les projets.

Plans et études

Il s'agit par exemple d'enquêtes de mobilité, de l'aide au diagnostic pour l'aménagement d'un quartier, etc. Ces études

devraient prendre en compte l'aspect du genre en incluant des processus participatifs pensés sous l'angle du genre :

- horaires pensés pour que tout type de profil de personnes puisse participer au processus ;
- veille sur l'équité du temps de parole (les hommes ont tendance à avoir des interventions plus longues, les modérateur-trices leur donnent plus la parole) ;
- gardes d'enfants prévues ;
- langage et communication adaptés pour permettre aux personnes qui maîtrisent moins bien les langues nationales de participer ;
- lieux de concertation accessibles...

Subsides aux organismes au service des ménages

Ces crédits peuvent avoir un impact dépendant des initiatives qui sont développées par les organismes subsidiés. Les communes peuvent inclure une clause relative à la prise en compte de l'égalité femmes-hommes dans la convention d'octroi du subside.

Dépenses d'investissement

Il s'agit de l'acquisition et/ou du réaménagement de bâtiments, l'aménagement d'espaces publics (aires de jeux, salles de sport, etc.), la réorganisation d'accès, etc.

Les infrastructures peuvent être aménagées pour être accessibles/agréables aux femmes comme aux hommes, accueillir les bébés (baby corner séparé, et pas dans les toilettes des femmes...), les

femmes enceintes, les femmes qui allaitent, les personnes ayant un handicap, les personnes âgées etc.

Des marches exploratoires et/ou des ateliers de diagnostics participatifs avec les habitant-es peuvent être organisés pour recueillir les besoins des femmes comme ceux des hommes quant à l'utilisation de l'aménagement envisagé (voir remarque ci-avant sur les processus participatifs).

Par exemple, pour faire en sorte que l'espace public soit le plus attrayant possible et que chacun-e s'y sente en sécurité, le département urbanisme peut élaborer une liste récapitulant les facteurs d'attention à avoir en tête lors d'un projet de réaménagement ou de construction (éclairage public suffisant et adapté, revêtements lisses et antidérapants, accès facile aux sanitaires, existant pour les femmes et pour les hommes, accessibilité garantie des transports publics à tous et toutes, signalétique des points d'aide, etc.).

Exemple de commentaire de genre

Article budgétaire XXX/YY-ZZ/AAA - Intitulé

Action : frais d'étude pour l'aménagement de l'abond du service d'aide sociale

Montant - €

Constats (à développer)	x % des femmes et des hommes du quartier sont à mobilité réduite (soit porteurs de handicap, soit avec de jeunes enfants, soit avec des déambulateurs, etc.). Le chemin d'accès n'est actuellement pas très praticable par ces personnes.
Objectif	Réaliser une étude qui prenne en compte les besoins des femmes et des hommes de toutes catégories.
Action	Demander à la structure chargée de réaliser l'étude préalable de concevoir et réaliser un sondage permettant de questionner les besoins des usager.ère.s du parcours en s'assurant qu'elle prenne en compte les biais genrés de participation
Moyens nécessaires	Budget pour l'étude comprenant cette phase d'exploration des besoins
Indicateurs qualitatifs	Réalisation effective du sondage, analyse comparée des besoins des femmes et des hommes
Qui pourrait piloter ce dossier dans le service	...

Exemple de note de genre

Article budgétaire XXX/YY-ZZ/AAA - Intitulé

Action : réalisation d'un parcours guidé mettant en lumière les femmes célèbres de la commune

Montant - €

Action	Organisation d'une balade guidée pour mettre en lumière les femmes qui ont contribué à l'histoire de la commune et plus généralement visibiliser les femmes dans l'histoire de l'art et l'histoire bruxelloise
Budget	Passation d'un marché public auprès d'une ASBL spécialisée
Description du résultat atteint	Sensibilisation du grand public à l'invisibilisation des femmes de l'espace symbolique bruxellois Sensibilisation du grand public quant à l'héritage des femmes qui ont fait l'histoire de la commune
Indicateurs d'évaluation	Nombre de balades organisées Nombre de participant-es à ces balades Taux de satisfaction des participant-es (questionnaire d'évaluation)

3.9. SERVICES GÉNÉRAUX : ORGANISATION, RESSOURCES HUMAINES, COMMUNICATION, FINANCES, DÉMOGRAPHIE

Jetons de présence des commissions et jurys

Cette dépense est genrable, l'objectif pourra être de veiller à ce que toutes les commissions soient mixtes dans un premier temps (présence d'au moins 30 % de femmes ou d'hommes), et paritaires à terme (50 % de femmes, 50 % d'hommes).

Frais d'organisation d'examens

La sélection de nouveaux-elles agent-es devrait permettre d'atteindre une réelle mixité dans les métiers et fonctions proposés par les communes. Il convient de formaliser un processus de recrutement qui soit exempt de stéréotypes liés au genre des personnes.

Formation du personnel

Ces dépenses sont genrables, les communes doivent s'assurer que les femmes et les hommes accèdent de façon équitable au dispositif de formation (analyser le nombre de formations suivies par les femmes et par les hommes, et également le type de formation, par exemple permettant ou non d'accéder à de nouvelles fonctions ou responsabilités). Le prix moyen des formations suivies par les hommes et les femmes est également un indicateur important.

L'organisation de formations pour permettre aux personnes chargées du recru-

tement de prendre conscience de l'impact dans leurs pratiques de leurs propres représentations, et d'adopter un processus de recrutement sans discriminations est à classer en catégorie 2.

Droits d'auteurs, honoraires, indemnités pour artistes, professeur-es, traducteur-ices, orateur-ices et guides

L'objectif est de diversifier le genre des expert-es auquel-les les communes font appel, et également veiller à ce que les expertises ne soient pas genrées (éviter une reproduction des domaines de compétences assignés aux femmes (par exemple la santé) ou aux hommes (par exemple la création d'entreprise).

Les communes pourraient également s'interroger sur le genre des bénéficiaires des manifestations, colloques, conférences organisées.

Prestations administratives de tiers

Elles peuvent concerner la communication des communes : les journaux ou newsletters délivrés par la commune doivent être exempts de tout stéréotype sexiste, s'adresser à toutes et tous, et proposer régulièrement des contenus luttant contre les stéréotypes et pour l'égalité entre les femmes et les hommes.

De même, une vigilance sera apportée pour que tous les supports auxquels les communes peuvent recourir pour délivrer des informations aux habitant-es : messages sur les bus ou arrêts de bus, dans les rues, émissions de radio, de télé, sur

les réseaux sociaux, ne véhiculent pas de stéréotypes sexistes.

Prestations techniques de tiers spécifiques à la fonction

Il peut s'agir d'appel à une sous-traitance pour l'animation d'une manifestation, la location de matériel, l'infographie d'une campagne de communication, etc.

Ces dépenses peuvent-être placées en catégorie 3 si les communes souhaitent affirmer leur volonté de travailler avec des prestataires prenant en compte la thématique de l'égalité femmes-hommes, et aller jusqu'à la mise en place de critères spécifiques dans les marchés sur la question de l'égalité femmes-hommes.

Prestations de tiers pour les bâtiments

Il peut s'agir des dépenses liées au service de gardiennage ou de nettoyage des locaux. Dans le cadre des marchés publics afférant, la dimension de genre pourrait être incluse en mentionnant la volonté de travailler avec des entreprises sensibles à l'égalité et à la mixité professionnelle et en faisant de cette sensibilité un des critères d'attribution du marché (en France il existe une clause d'insertion sociale dans les marchés publics qui peut servir de levier sur la question de l'emploi des femmes dans ces secteurs. Il y a aussi le principe de l'Annexe 7 à la convention collective des sociétés de nettoyage, qui permet d'assurer le maintien de l'emploi aux agents de nettoyage - majoritairement des femmes - dans le cas d'un changement de prestataire sur un site).¹

<https://www.portail-des-pme.fr/ressources-humaines/nettoyage-en-entreprise-qu-est-ce-que-l-annexe-7>

Subsides aux organismes

Les communes veilleront à examiner dans quelle mesure les bénéficiaires des subsides réfléchissent à comment toucher également les femmes et les hommes dans les actions qu'ils mènent, aux intervenant-es qu'ils engagent pour mener ces actions, à la mixité de leurs équipes de salarié-es et de bénévoles, à la part des femmes et des hommes dans leur gouvernance.

Des mentions spécifiques concernant la sensibilité de la commune à la prise en compte de l'égalité entre les femmes et les hommes pourront être intégrées dans les appels à projets pour encourager les associations à promouvoir elles aussi cette réflexion en leur sein.

Frais de réception et de représentation

Les communes veilleront à ce que les prix ou cadeaux offerts ne soient pas différenciés en fonction du genre des personnes concernées (par exemple cadeaux pour les enfants à la Saint-Nicolas).

Indemnités pour autres prestations

Si les communes font appel pour certaines activités au dispositif de l'agence locale pour l'emploi, elles pourraient veiller à ce que ces emplois bénéficient autant à des femmes qu'à des hommes, en proportion de leur présence dans la population ciblée.

LIENS

page 23

Source : Ligue de l'Enseignement
Quelle égalité filles/garçons dans l'enseignement ?

<https://ligue-enseignement.be/quelle-egalite-fillesgarcons-dans-lenseignement/>

page 28

Source : RTBF
L'autre fléau : la pauvreté qui touche les femmes plus durement

<https://www.rtb.be/article/l-autre-fleau-la-pauvrete-qui-touche-les-femmes-plus-durement-10588116>

page 28

Source : RTBF
Crise énergétique : la flambée des prix pénalise davantage les femmes, alertent les syndicats européens

<https://www.rtb.be/article/crise-energetique-la-flambee-des-prix-penalise-davantage-les-femmes-alertent-les-syndicats-europeens-11104774>

page 34

Source : www.lesprosdela petiteenfance.fr
Egalicrèche : un programme expérimenté dans six EAJE de Toulouse

<https://lesprosdela petiteenfance.fr/bebes-enfants/psycho-pedagogie/lutter-contre-les-stereotypes-de-genre-des-la-petite-enfance/egalicreche-un-programme-experimente-dans-six-eaje-de-toulouse>

page 43

Source : RTBF
Le sport, encore vecteur d'inégalités genrées

<https://www.rtb.be/article/le-sport-encore-vecteur-d-inegalites-genrees-10678042>

page 47

Source : L'Echo
La Deuxième scène met en lumière les inégalités dans les arts de la scène

<https://www.lecho.be/culture/scenes/la-deuxieme-scene-met-en-lumiere-les-inegalites-dans-les-arts-de-la-scene/10288835.html>

page 51

Source : Peoplesphere
Les données chiffrées quant à la présence des femmes sur le marché du travail ne mentent pas : le nombre et les compétences ne suffisent pas à installer l'égalité

<https://peoplesphere.be/fr/donnees-chiffrees-quant-a-presence-femmes-marche-travail-ne-mentent-nombre-competences-ne-suffisent-a-installer-egalite/>

page 55

Source : Soralia
Femmes plurielles juin 2019 les femmes dans l'espace public

<https://www.soralia.be/accueil/femmes-plurielles-juin-2019-les-femmes-dans-lespace-public/>



BRUXELLES POUVOIRS LOCAUX
SERVICE PUBLIC RÉGIONAL DE BRUXELLES

Service public régional de Bruxelles
Bruxelles Pouvoirs locaux
Place Saint-Lazare 2
1035 Bruxelles

www.pouvoirs-locaux.brussels

Coordination : Mélina Vanden Borre
Éditeur responsable : Rochdi Khabazi
Mise en page : Trinôme

Dépôt légal : 2023/14.404/9