

# RECOMMANDATION

## pour une écriture égalitaire

“ Les signes dont la langue est faite, les signes n'existent que pour autant qu'ils sont reconnus, c'est-à-dire pour autant qu'ils se répètent; le signe est suiviste, grégaire; en chaque signe dort ce monstre: un stéréotype: je ne puis jamais parler qu'en ramassant ce qui traîne dans la langue. ”

**Roland Barthes**, Leçon inaugurale de la chaire de sémiologie littéraire du Collège de France prononcée le 7 janvier 1977

En tant que communicant.e.s, nous savons à quel point les mots ont un sens, nous qui les choisissons avec la plus grande attention afin de valoriser nos marques et adresser TOUS nos publics! Le masculin n'est pas un genre grammatical « générique » qui représenterait les femmes et les hommes comme on l'entend parfois. En français, le neutre n'existe pas: un mot est soit masculin, soit féminin. Par exemple, écrire par défaut au masculin les noms de métier ou remplir des pages entières de documents de communication internes ou externes en employant uniquement le masculin exclut et invisibilise de fait une bonne part du lectorat: les femmes. Or prêter attention à notre écriture pour rendre les femmes visibles leur permet de se sentir représentées et de s'identifier. Certes, il n'est pas aisé de changer sa façon d'écrire mais il est assez simple d'acquérir les bons réflexes. Pour vous y aider, vous trouverez ci-après quelques conseils simples pour passer en douceur à l'écriture égalitaire et oeuvrer pour une meilleure égalité entre femmes et hommes. Adaptez-les au degré de maturité de votre entreprise et de votre utilisation, mais ne sous-estimez pas vos publics dans leur capacité d'absorption de la nouveauté!

Ces recommandations proviennent du Guide « Pour une communication publique sans stéréotype de sexe<sup>1</sup> », réalisé par le Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes, et disponible en ligne ainsi qu'en librairie.

### 1. Accorder les noms des métiers, titres, grades et fonctions avec le sexe des personnes qui l'occupent

Pourquoi?

Parce que les noms de métiers, titres, grades et fonctions existent au féminin. Les femmes peuvent être avocates, ingénieures, chercheuses, artisanes, pompières, et les hommes, esthéticiens, infirmiers, secrétaires, etc.

Comment?

Utilisez les féminins des noms de métiers et fonctions. Vous pouvez vous référer au guide linguistique téléchargeable en ligne: *Femme, j'écris ton nom... Guide d'aide à la féminisation des noms de métiers, titres, grades et fonctions.*

#### ÉVITEZ

Madame le directeur de communication  
Madame l'ingénieur du son  
Madame le réalisateur  
Madame le chef de projets

#### PRÉFÉREZ

Madame la directrice de communication  
Madame l'ingénieure du son  
Madame la réalisatrice  
Madame la cheffe de projets

### 2. User du féminin et du masculin dans les communications adressées à toutes et tous

Pourquoi?

Pour que les femmes, comme les hommes, soient inclus.e.s, se sentent représenté.e.s et s'identifient dans le message transmis.

Comment?

- Utiliser les mots et/ou adjectifs au féminin et au masculin.
- Le point peut être utilisé alternativement en composant le mot comme suit: racine du mot + suffixe masculin + point + suffixe féminin<sup>2</sup>.

Le point a l'avantage d'être peu visible pour ne pas gêner la lecture, d'être le plus aisé pour les logiciels adaptés aux personnes malvoyantes, de faciliter l'écriture sur un clavier informatique et d'éviter toute connotation négative à l'inverse des parenthèses (indiquent un propos secondaire), de la barre oblique (connote une opposition), du E majuscule (peut laisser penser que seules les femmes sont désignées). Il prend également moins de place que le tiret, autre forme courante.

#### ÉVITEZ

Bonjour à tous  
Les acteurs  
Banquiers

#### PRÉFÉREZ

Bonjour à tous et à toutes  
Les acteurs et actrices  
Banquier.ère.s

### 3. Utiliser l'ordre alphabétique lors d'une énumération de termes identiques (ou équivalents) au féminin et au masculin.

Pourquoi ?

Pour varier et ne pas systématiquement mettre le masculin en premier, par habitude, ou en second, par « galanterie ».

Exemples :

- Egalité femmes-hommes
- Les participantes et participants
- Les sénateurs et les sénatrices

### 4. Utiliser les épïcènes ainsi que des termes désignant indifféremment des femmes et des hommes

Pourquoi ?

Un épïcène est un mot qui a la même forme au féminin et au masculin. Vous pouvez également mobiliser des termes « englobant » à la fois les femmes et les hommes. Cela vous permettra d'alléger la tournure de vos phrases en conservant leur dimension inclusive.

Comment ?

| ÉVITEZ                   | PRÉFÉREZ                    |
|--------------------------|-----------------------------|
| Les lycéens et lycéennes | Les élèves                  |
| La réunion des délégués  | La réunion de la délégation |
| Les droits de l'homme    | Les droits humains          |

### 5. Parler « des femmes » plutôt que de « la Femme », « des hommes » plutôt que de « l'Homme »

Pourquoi ?

Les mots « La Femme » et « L'Homme » renvoient à une vision dépassée qui suggère que les femmes et les hommes sont dotés, par essence, de qualités propres à leur sexe.

Comment ?

| ÉVITEZ                 | PRÉFÉREZ  |
|------------------------|---|
| La journée de la femme | La journée internationale des droits des femmes |
| Le sport féminin       | La pratique du sport par les femmes             |

## POUR EN SAVOIR PLUS :

- Les 6 arguments en réponse aux oppositions les plus fréquentes à l'usage du féminin dans la langue française
- D'autres exemples dans le Guide « BONNES PRATIQUES : pour éviter les stéréotypes femmes/hommes dans la communication »<sup>3</sup> réalisé par la préfecture de la région Normandie et le Ministère de l'éducation nationale et de l'enseignement supérieur et de la recherche.

Merci au Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes ainsi qu'au Service des droits des femmes et de l'égalité (SDFE).

<sup>1</sup> [http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/guide\\_pour\\_une\\_communication\\_publicque\\_sans\\_stereotype\\_de\\_sexe\\_vf\\_2016\\_11\\_02.compressed.pdf](http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/guide_pour_une_communication_publicque_sans_stereotype_de_sexe_vf_2016_11_02.compressed.pdf)

<sup>2</sup> Pour plus d'exemples, se référer à la page 59 du guide « Pour une communication publique sans stéréotypes de sexe » réalisé par le Haut conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes

<sup>3</sup> <http://www.prefectures-regions.gouv.fr/normandie/Region-et-institutions/Action-de-l-Etat/Citoyennete-egalite-et-droits-des-femmes/Egalite-et-Droits-des-Femmes/Lancement-du-guide-des-bonnes-pratiques-pour-l-egalite-dans-la-communication-visuelle>