

Pratiques

lundi 19 septembre 2016

En France et surtout à l'étranger, des associations ou des personnes mettent en oeuvre différentes actions où des hommes s'impliquent concrètement pour le changement des mentalités et la transformation sociale vers l'égalité femmes-hommes.

- Agir pour la mixité et l'égalité dans la petite enfance [>>>>](#)
- Les hommes font campagne pour une paternité équitable [>>>>](#)
- Pour l'accès des hommes aux tables à langer dans les magasins [>>>>](#)
- Jeunes hommes : se libérer de la violence [>>>>](#)
- En Australie, les hommes « champions du changement » [>>>>](#)
- Porter un ruban blanc contre la violence [>>>>](#)
- Petit guide du disempowerment pour hommes proféministes [>>>>](#)
- Refuser d'être à une tribune de colloque non paritaire ! [>>>>](#)
- La contraception au masculin [>>>>](#)
- Prendre en charge les hommes violents [>>>>](#)
- Campagne HeForShe (lui pour elle) aux Nations unies [>>>>](#)
- L'importance des recherches sur les masculinités : Institut européen pour l'égalité entre les hommes et les femmes [>>>>](#)
- Des acteurs du numérique s'engagent : #JamaisSansElles [>>>>](#)
- Pour une meilleure articulation des temps de vie en entreprise : les « Happy-Men » en réseau [>>>>](#)
- Responsabilité des entreprises : les hommes, sujets et acteurs de l'égalité [>>>>](#)
- Un collectif international : Men engage [>>>>](#)
- Des crocodiles pour sensibiliser [>>>>](#)
- Un blog pédagogique sur le sexisme dans le marketing [>>>>](#)
- Documenter : Men's resources international [>>>>](#)
- Autodéfense contre le masculinisme ! [>>>>](#)
- Des hommes contre la pornographie [>>>>](#)
- Des hommes contre le système prostitueur [>>>>](#)
- Les conversations entre hommes du Kolectivo Poroto [>>>>](#)
- Prendre en compte la diversité des enjeux des masculinités [>>>>](#)
- L'école des maris, en Afrique [>>>>](#)
- Qu'est-ce qu'être un homme ? Une vidéo réalisée par de jeunes marocains [>>>>](#)
- Prendre en compte les hommes dans les projets d'appui aux femmes [>>>>](#)
- Le programme « Genre et économie, les femmes actrices du développement » [>>>>](#)
- Hommes et masculinités dans la budgétisation sensible au genre dans des communes au Sénégal [>>>>](#)
- En Inde, agir contre la violence de genre [>>>>](#)



Agir pour la mixité et l'égalité dans la petite enfance

L'AMEPE, Association pour la mixité et l'égalité dans la petite enfance, a pour objectif de promouvoir la mixité et l'égalité professionnelle dans le secteur de la petite enfance et de lutter contre les stéréotypes de genre. Association mixte, elle agit plus spécifiquement :

- en participant au développement d'une approche professionnelle plus égalitaire, en lien avec la formation professionnelle et la recherche : participation à des actions de formation, des colloques, échanges internationaux avec le réseau Men in Childcare, écriture d'articles, expo photo, guide de bonnes pratiques etc. ;
- en organisant en réseau ses adhérents hommes - étudiants et professionnels de la petite enfance - via des groupes de paroles réguliers et une liste de discussion en ligne.

La vocation de ce réseau est de rompre l'isolement professionnel qui caractérise le travail masculin dans la petite enfance, partager des expériences, renforcer les individus dans leur fonction et accroître leur visibilité dans les métiers du care et de l'éducation des jeunes enfants.

- www.facebook.com/AMEPE.asso



Des hommes font campagne pour une paternité responsable

La campagne Men Care se décline dans plus de 35 pays pour une pleine implication des hommes dans la parentalité. Elle vise à faire des hommes des alliés de l'égalité sociale et économique des femmes, en les engageant à assumer à égalité avec les mères leurs responsabilités de pères auprès des enfants en matière de soin et d'éducation, à prendre toute leur part de travail domestique et à refuser tout mode de relations violent. Pour Men Care « *la véritable égalité ne sera atteinte dans le monde entier que lorsque les violences intra familiales seront éradiquées et que les hommes partageront à 50-50 avec les femmes les tâches parentales et domestiques.* »

Men Care agit en direction des individus, des communautés, des institutions et des responsables politiques.

- <http://men-care.org>



Pour l'accès des hommes aux tables à langer dans les magasins

L'acteur Ashton Kutcher a lancé une pétition adressée aux chaînes d'hypermarchés Target et Costco, demandant que les hommes comme les femmes aient accès aux tables à langer dans tous leurs magasins. « *Les pères, tels que moi, veulent participer de façon égale aux soins aux enfants et notre société doit les soutenir* ». L'acteur a recueilli 104 384 signatures et les deux chaînes se sont engagées à prendre des mesures...

- Pétition sur le site change.org



Jeunes hommes : se libérer de la violence

En Suède, le projet « Free from violence » (Se libérer de la violence) développé par l'ONG MänförJämställdhet (Men for Gender Equality) vise à prévenir les violences faites aux femmes par les jeunes hommes, au niveau individuel ou en groupe. Ainsi, un site web permet aux jeunes de poser leurs

questions anonymement, d'avoir des conseils et d'échanger par chat ou mail. Les chercheur-ses à l'origine de cette action fondent leur travail sur une analyse féministe des rapports sociaux de sexe.

- www.mfj.se



Cibler les hommes de pouvoir ?

En Australie, des hommes « champions du changement » cherchent à mobiliser des hommes de pouvoir et d'influence pour mettre en œuvre des changements dans les organisations. Fondée sur une approche pragmatique et s'appuyant sur de nombreuses ressources en ligne sur

<http://malechampionsofchange.com>, leur stratégie pour créer de nouveaux groupes consiste notamment à identifier l'enjeu d'égalité des sexes sur lequel on se propose d'agir ; identifier les hommes d'influence susceptibles d'être leviers du changement ; adopter une charte d'objectifs et d'engagements ; écouter et apprendre (consultations, expériences déjà menées dans la structure...) ; définir des actions ; échanger entre pairs et faire connaître les actions ; évaluer et partager les résultats.



Porter un ruban blanc contre la violence

Initié par des hommes canadiens en 1991 après l'assassinat de 14 étudiantes de Polytechnique de Montréal par un homme se réclamant de la « *haine des féministes* », le mouvement Ruban blanc a essaimé dans plus de 60 pays. Il incite les hommes et les garçons à « *mettre fin à la violence contre les femmes et les filles, promouvoir l'égalité des sexes, des relations saines et une nouvelle vision de la masculinité* ». Estimant que les hommes « *font partie de la solution* », il vise par la sensibilisation à créer « *un changement culturel* », pour « *une masculinité qui incarne les meilleures qualités de l'être humain* ».

- Paroles d'ambassadeurs du Ruban Blanc en Europe :

[\[https://eige.europa.eu/gender-based-violence/white-ribbon\]](https://eige.europa.eu/gender-based-violence/white-ribbon)



Petit guide du *disempowerment* pour hommes proféministes

Pour le chercheur québécois Francis Dupuy-Déri , « *dans une perspective de justice, d'égalité, de liberté et de solidarité entre les sexes, ce n'est pas l'empowerment qui convient pour les hommes, mais le disempowerment* ».

« *L'engagement des hommes dans un processus individuel et collectif de disempowerment consiste à réduire le pouvoir que nous exerçons individuellement et collectivement sur les femmes, y compris les féministes. Certes, l'empowerment des femmes et des féministes dépend d'elles-mêmes et aucun homme ne peut émanciper les femmes à leur place ou en leur nom. Cela dit, le disempowerment des hommes doit faciliter l'empowerment des femmes. (...). L'empowerment féministe des femmes consiste donc à développer leur "pouvoir de", soit leur capacité d'agir et de faire, alors que le disempowerment des hommes proféministes consiste à réduire notre pouvoir sur les femmes et les féministes avec pour objectif sa disparition complète. Il s'agit alors de travailler contre les institutions, les actes et les attitudes qui produisent et consolident, au niveau individuel et collectif, notre statut masculin et notre pouvoir sur les*

femmes. Par ailleurs, des féministes ont également identifié l'importance du "pouvoir avec", c'est-à-dire "de collectiviser et de partager le pouvoir" d'agir et de faire à travers des réseaux d'alliances (Kruzynski, 2004). À l'inverse, le disempowerment implique de réduire notre pouvoir avec les autres hommes, soit la complicité et la solidarité entre hommes ».

Le chercheur formule une série de conseils : « en résumé, il faut (1) se rappeler que nous ne sommes que des auxiliaires des féministes ; ce qui signifie (2) être attentif aux besoins des féministes et à leur écoute ; (3) s'informer auprès d'elles avant d'agir et se donner les moyens de répondre à leurs attentes lorsqu'elles nous sollicitent ; (4) tout en restant conscients que nos actions (ou notre inaction) peuvent toujours avoir des conséquences négatives pour certaines femmes et féministes ».

- http://redtac.org/possibles/files/2014/07/vol38_no1_s1p1_Deri.pdf



Refuser d'être à une tribune de colloque non paritaire !

Le micro-biologiste Jonathan Eisen a décidé de ne plus prendre part à des colloques si ses consœurs de compétences équivalentes ne sont pas invitées. Il répond à ce genre de sollicitations par un courrier de ce type : « *Merci beaucoup pour l'invitation. Cependant, au vu des conférences répertoriées dans votre site web, le ratio hommes-femmes intervenant-es est de 14/3. Travaillant activement sur les enjeux des préjugés sexistes dans la science, je trouve cela très décevant. Je ne peux pas contribuer personnellement à un tel déséquilibre et je vous suggère d'étudier s'il n'y aurait pas des biais dans votre processus* ».



La contraception au masculin

Depuis les années 80, l'Association pour la recherche et le développement de la contraception masculine promeut la contraception masculine, permettant aux hommes de développer « *de nouveaux modes de relations avec les autres hommes, mais aussi avec eux-mêmes, avec les femmes, et également avec l'univers médical* ». Utilisée en alternance avec la contraception féminine, elle permettrait un meilleur partage des responsabilités et des risques et un facteur de l'égalité femmes-hommes.

L'ARDCM plaide pour la mise en place de formations à la contraception masculine pour les professionnels de santé, la diffusion d'informations dans les centres de planification et dans les lieux de formation des adolescents, la création de consultations de contraception masculine, la constitution d'un réseau-relais de médecins prescripteurs en régions.

Cyril Desjeux, « *Pratiques, représentations et attentes masculines de contraception* », thèse soutenue à l'EHESS en 2009

- www.contraceptionmasculine.fr



Prendre en charge les hommes violents

L'ACJE91 (association pour le contrôle judiciaire en Essonne) a mis en place, en collaboration avec le

Tribunal de Grande Instance (TGI) d'Evry, des dispositifs spécifiques de prise en charge des auteurs de violences conjugales placés sous main de la justice.

S'appuyant sur une équipe pluridisciplinaire composée d'éducateur•trices spécialisé•es, de juristes et de psychologues, elle intervient auprès des personnes qui, suite à une convocation par procès verbal et comparution immédiate (CPVCI), se voient signifier une interdiction du domicile conjugal.

L'ACJE91 en tant que contrôleur judiciaire veille à ce que l'auteur de violences n'enfreigne pas l'interdiction, lui offre un hébergement temporaire pour faciliter l'éloignement et l'accompagne dans la démarche de soin qui lui a été imposée.

L'ACJE anime aussi des stages de responsabilisation imposés aux auteurs de violences conjugales qui n'ayant pas commis d'actes relevant du tribunal correctionnel sont soumis à la procédure « Alternatives aux poursuites ».

Enfin, le Parquet d'Evry adresse aussi à l'ACJE91 des hommes dans le cadre d'une mesure de Rappel à la loi. Autrement dit des hommes auteurs de violences jugées mineures et qui feraient l'objet d'un classement sans suite.

L'association anime aussi régulièrement des formations auprès divers type de professionnel•les (Police, Gendarmerie, professionnel•les du travail social).

- [<http://acje91.fr/#about>]



HeForShe (lui pour elle) aux Nations unies

Lancée en 2014 par ONU Femmes (agence des Nations unies pour l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes), la campagne HeForShe vise à impliquer concrètement les hommes et les garçons en tant qu'agents du changement vers l'égalité des sexes et que partenaires des droits des femmes.

Sur la plateforme www.heforshe.org, une carte du monde indique le nombre d'hommes par pays qui se sont engagés. Des exemples initiatives prises par des hommes sont donnés par thèmes : éducation, santé, identité, travail, violences, politique.

Dans le cadre de cette campagne, l'initiative IMPACT 10x10x10 engagée en 2015 cible plus particulièrement un ensemble de décideurs dans des gouvernements, entreprises, universités à même de faire de l'égalité une priorité institutionnelle.



L'importance des recherches et études sur les masculinités

L'Institut européen pour l'égalité entre les hommes et les femmes (EIGE) constate l'ambiguïté de la question des hommes dans le cadre du discours sur l'égalité des sexes. En Europe, d'une part « *les politiques en faveur de l'égalité des sexes ont longtemps été classées parmi les sujets spécifiquement féminins, car les femmes en étaient le moteur et étaient considérées comme les seules bénéficiaires d'une société plus égalitaire. D'autre part, les hommes sont trop souvent perçus comme un groupe monolithique bénéficiant de l'inégalité et, par conséquent, peu enclin à changer le statu quo* ».

L'EIGE a commencé à étudier la question des hommes dans une perspective d'égalité des sexes en 2010,

lors d'une réunion d'expert-es sur les hommes et la masculinité à Vilnius. Depuis, d'autres rencontres et discussions en ligne ont permis de tirer des enseignements, tels que :

- Analyser la part des politiques axées sur les hommes dans les politiques en faveur de l'égalité des sexes est nécessaire.
- Impliquer davantage les hommes dans les politiques en faveur de l'égalité des sexes en leur faisant prendre conscience que ces politiques incluent des questions spécifiques aux hommes et présentent pour eux des avantages potentiels, est possible.
- Tirer profit de la diversité des hommes et des réalités différentes en faisant appel aux expériences d'oppression vécues par les hommes (fondée sur les classes, par exemple) permet d'atteindre divers groupes d'hommes et de les aider à comprendre ce que ressentent les femmes.
- Les différences de classe, de race, de sexualité et d'aptitudes physiques jouent toutes un rôle, et les changements générationnels récents pourraient amener à repenser le langage du « privilège masculin ». Il faut combattre la masculinité normative et encourager les garçons et les hommes à construire de nouvelles identités. Les modèles de rôles peuvent contribuer de manière significative à la remise en question des normes masculines actuelles. Ainsi, la conception qu'ont les pères de leur propre masculinité peut différer de ce qu'ils espèrent pour leurs fils.

- <http://eige.europa.eu>



#JamaisSansElles : des acteurs du numérique s'engagent

Le Club de gentlemen, groupe d'entrepreneurs et de personnalités du numérique, a lancé un appel en janvier 2016 : « *Trop de panels, de tables rondes, de comités d'experts ; trop de conseils, de réunions, de groupes de débatteurs... sans femmes ! Dorénavant, nous ne participerons plus à aucune manifestation publique ou événement médiatique où seraient débattus, commentés ou jugés des sujets d'intérêt commun, sociétaux, politiques, économiques, scientifiques ou stratégiques, et qui ne compteraient aucune femme parmi un nombre important d'intervenants. Nous ne demandons pas de quotas, de règle écrite, de loi. Un simple engagement personnel face à une évidence : un panel sans la moindre femme est une anomalie notoire, une absurdité criante* ». #JamaisSansElles a atteint plus de 10 millions de personnes sur Twitter.

- www.jamaissanselles.fr



Des « hommes heureux »

Le réseau Happy-Men est présent dans onze entreprises avec 33 cercles d'hommes : des cadres, des managers et des dirigeants, soit des professionnels qui ont le pouvoir décisionnel de transformer les pratiques managériales et la culture des organisations en faveur de l'égalité professionnelle et d'une meilleure articulation des temps de vie.

Le réseau se structure en cercles de 10 à 15 Happy Men au sein des différentes entreprises partenaires. Les cercles sont animés par des référents Happy Men, formés par l'association aux enjeux de l'égalité professionnelle. Ils se réunissent cinq fois par an en moyenne à l'occasion d'un déjeuner.

Dès qu'ils grandissent, les cercles essaient afin de toucher un maximum de décideurs au sein d'une même organisation. Tous les Happy Men sont invités à suivre un parcours de formation, à échanger entre

eux sur les bonnes pratiques managériales et à se rapprocher des réseaux de femmes de leur entreprise. Il leur est aussi proposé de prendre un engagement personnel de transformations dans leur vie professionnelle et/ou personnelle. Un forum réunissant tous les cercles est organisé chaque année.

- <https://www.happymensharemore.com/>



Responsabilité des entreprises : les hommes, sujets et acteurs de l'égalité

Pour l'Observatoire sur la responsabilité sociétale des entreprises (ORSE), la question du genre est « *une formidable opportunité pour réinterroger les modes de fonctionnement de toutes les formes d'organisation, politique, économique, sociale. S'interroger sur le pouvoir au masculin, c'est amener nos organisations à mesurer le coût pour la collectivité, pour les femmes, mais aussi pour les hommes eux-mêmes. Le modèle de pouvoir au masculin génère souvent des sacrifices pour les hommes qui s'y soumettent, au regard de leur vie de famille mais aussi de leur santé* ».

Le guide *Hommes, sujets et acteurs de l'égalité professionnelle* énonce une série de propositions, dont voici des extraits :

sensibiliser les hommes à l'égalité professionnelle (mise en place de réseaux dédiés travaillant en collaboration avec des réseaux de femmes, revoir la réelle efficacité du modèle basé uniquement sur la compétition et le profit...) ;
développer la mixité des métiers dans les deux sens (revaloriser les occupations hautement féminisées en promouvant le concept du « care ») ;
repenser l'organisation de l'entreprise (révision des systèmes de « primes » : les normes masculines qui privilégient les primes visibles et quantitatives ont tendance à créer des hiérarchies artificielles et des fausses motivations) ;
santé au travail (prévenir les comportements à haut risque qui affectent plus particulièrement les hommes) ;
combattre la violence au travail (lutter contre le sexisme et l'homophobie) ;
promouvoir la responsabilité parentale des salariés masculins (sensibiliser sur les droits des pères et les avantages des congés de paternité, favoriser les groupes de parole de pères)...

- <https://www.orse.org/nos-travaux/hommes-sujets-et-acteurs-de-l-egalite-professionnelle>



Des hommes s'engagent pour un plaidoyer au niveau international

Men Engage est un réseau mondial d'associations impliquées dans la recherche, l'action, les initiatives politiques visant à engager des hommes et des garçons pour réduire les inégalités entre les sexes et promouvoir la santé et le bien-être des femmes, des hommes et des enfants.

Le plaidoyer de Men engage développe les arguments suivants : « *nous pensons qu'un monde plus égalitaire profite aux hommes, aux femmes, aux garçons et aux filles* » ; « *les hommes doivent agir, ils font partie de la solution* » ; « *la paix est possible : nous croyons en des solutions pacifiques aux conflits entre les personnes, les groupes et les pays et dans la capacité des hommes à la non-violence* ».

Men engage propose des outils pratiques, par exemple sur l'engagement des hommes dans l'égalité de genre dans la santé (sexuelle et reproductive, maternelle et infantile, parentalité, prévention du VIH-Sida, des mutilations sexuelles). Les recommandations prennent en compte la pluralité des masculinités selon

les contextes régionaux, en articulation avec les facteurs religieux, ethniques, les conflits armés, les impacts de la mondialisation, etc.

- <http://menengage.org>



Des crocodiles pour sensibiliser

Créé en 2013 par Thomas Mathieu, le blog « Crocodiles » met en scène sous forme de bande-dessinées les témoignages confiés par des amies ou des internautes anonymes sur le harcèlement de rue, les violences sexistes et sexuelles, le machisme, la lesbophobie etc. Une manière de donner une tribune aux femmes mais aussi d'interpeller les hommes sur l'ampleur d'un phénomène dont ils ne sont pas toujours conscients. Les personnages de sexe masculin y sont représentés par une tête de crocodile afin de souligner le côté prédateur de ceux qui passent à l'acte et le privilège d'être épargnés pour les autres.

Certaines de ces planches ont été publiées dans un album éponyme ou peuvent être mises à disposition pour faire l'objet d'une exposition. Le blog relaie aussi la campagne « Stop harcèlement de rue ». Depuis juillet 2015, il est animé par la dessinatrice Juliette Boutant.

- <http://projetcrocodiles.tumblr.com>



Un blog pédagogique sur le sexisme dans le marketing

Thibault Di Maria, responsable communication, a créé www.sexisteoupas.com pour « *ajouter sa pierre à l'édifice en visant un public assez hermétique aux démarches féministes : le monde du marketing et de la communication* ».

Selon lui, « *la représentation des hommes dans la publicité souffre des mêmes maux que celle des femmes mais à une autre échelle. S'ils peuvent être aussi enfermés dans des rôles très stéréotypés (fan de foot...) et soumis à une injonction de virilité permanente (poils, corps musclés, bravoure, technicité...), ils sont majoritairement représentés dans des attitudes et comportements valorisants et valorisés* ». Le site *sexisteoupas* analyse des publicités en leur donnant un « *taux de sexisme* » allant de 0 à 100%, avec des explications et des conseils pour faire autrement. Environ 30% des demandes d'analyse de publicités émanent d'hommes.

T. Di Maria affirme que « *le marketing genré (ou la segmentation en fonction du sexe) est une facilité. Et, à l'aube du XXIème siècle une certaine paresse intellectuelle. Proposer des produits dits « pour hommes » ou « pour femmes » instaure d'emblée des normes et des interdits arbitraires. De ce fait, le marketing genré participe des inégalités femmes-hommes en perpétuant les stéréotypes et/ou les renforçant. Trouver de nouvelles manières de concevoir/vendre des produits en ne s'appuyant pas sur des stéréotypes éculés, ou en n'en construisant pas de nouveaux, est un challenge marketing nécessaire qui favorise la production de valeur* ».



Documenter : Men's resources international

Men'sResources International, devenu maintenant Merge for equality, aide les personnes et les organisations à développer des stratégies et des compétences pour l'engagement des hommes en tant qu'alliés pour l'égalité femmes-hommes, la prévention des violences et la promotion d'une « masculinité saine, compatissante, et responsable ».

L'état du monde des pères (« [State of the World'sFathers](https://www.mergeforequality.org/) ») est le premier rapport à fournir une vision globale de la situation de la contribution des hommes à la parentalité et au care.

- <https://www.mergeforequality.org/>



Autodéfense contre le masculinisme !

Le collectif mixte Stop masculinisme, composé de militant.e.s féministes et anti-masculinistes à Grenoble a publié en 2012 un outil « *d'autodéfense intellectuelle* » pour identifier les discours et les pratiques masculinistes, de manière à pouvoir mieux les repérer et les démonter.

« Nous sommes conscient.e.s que des hommes ne sont pas les plus légitimes pour parler des mécanismes d'oppression et de domination masculines. Premièrement parce qu'ils ne vivent pas au quotidien toutes ces pressions et ces violences. Et deuxièmement parce que les opprimé.e.s ont une meilleure compréhension des ressorts de leur oppression. Il ne s'agit donc pas, pour les hommes de notre groupe, de parler à la place des premières concernées. Mais il nous semble pertinent que des garçons prennent aussi la parole sur ce sujet, ce mouvement s'adressant avant tout aux hommes ».

- <https://stop-masculinisme.org>



Des hommes contre la pornographie

Le projet AntiPornMenProject considère la pornographie comme l'un des problèmes sociaux les plus importants dans la lutte contre la violence contre les femmes et contre l'inégalité entre les sexes, et pour le développement humain. Il vise à fournir un espace en ligne permettant aux hommes de témoigner et discuter des enjeux de la pornographie et de favoriser l'adoption d'une attitude anti-pornographie – sans référence à des positions conservatrices ou religieuses.

- www.antipornography.org/the_anti_porn_men_project.html



Hommes contre le système prostitueur et pour l'égalité

Zero Macho est un réseau international d'hommes contre le système prostitueur et pour l'égalité femmes-hommes qui rassemble, depuis 2011, « *des hommes de tous pays, âges, origines et professions* », qui veulent « *dire publiquement non au machisme, en particulier sous sa forme extrême qu'est la prostitution* ». « *Nous refusons de vivre notre sexualité au travers de rapports marchands, et nous nous opposons au système prostitueur. Nous considérons donc qu'il faut responsabiliser et pénaliser les prostitueurs* («

clients ») ».

Le réseau mène aussi d'autres types d'actions, parmi lesquelles en France l'initiative « *Pour l'égalité, on repassera !* » mené à la veille de la fête des mères (des hommes font du repassage dans la rue) ou encore un plaidoyer pour la célébration de la Déclaration des droits Humains (et non plus de l'homme) à l'Assemblée Nationale.

- <https://zeromacho.wordpress.com>



Les « conversations entre hommes » du KolectivoPoroto

Au Chili, les hommes de KolectivoPoroto contestent et veulent transformer le modèle de société sexiste et patriarcale qui, selon eux, génère des inégalités fondées sur le sexe qui sont renforcées par l'économie capitaliste. Le travail de KP est basé sur la création d'espaces de socialisation des hommes. Travaillant en lien avec des mouvements féministes, l'association propose des ateliers, outils pour l'auto-formation et de nombreuses ressources sur les masculinités.

- <http://kolectivoporoto.cl>



Prendre en compte la diversité des enjeux des masculinités

Au Mexique, l'association GENDES s'engage en matière d'analyse de l'exercice des masculinités, de plaidoyer - notamment dans le domaine de l'implication des hommes dans la traite humaine - et d'actions en groupe collectif ou par un appui individuel en direction des hommes qui souhaitent améliorer leurs modalités relationnelles. Les formations proposées témoignent de la diversité des enjeux des masculinités : santé physique et émotionnelle, sexualité, non-violence, droits des adolescents, revenus, machisme et contrôle des femmes, respect des sexualités LGBTI, paternité, politiques publiques intégrant les masculinités, genre et migrations...

- www.gendes.org.mx



L'école des maris, en Afrique

Au Niger, toutes les deux heures, une femme meurt en donnant naissance. Avec des associations locales, le Fonds des Nations unies pour la population (UNFPA) promeut depuis 2007 « l'école des maris ». Ces écoles sont constituées d'une douzaine d'hommes « modèles » sélectionnés pour leur engagement et leurs connaissances, qui s'engagent à changer les mentalités et suivent des réunions de réflexion et de sensibilisation sur l'importance de la santé sexuelle et de la procréation. Ces hommes bénévoles font ensuite eux-mêmes de la sensibilisation auprès des maris. Cette approche en cascade a montré son efficacité pour accroître la fréquentation des centres de santé et de planification familiale. L'initiative s'est étendue à d'autres pays d'Afrique de l'Ouest, passant de onze à six-cents écoles.

- www.fao.org/docrep/013/am035f/am035f01.pdf



Qu'est-ce qu'être un homme ? Une vidéo réalisée par de jeunes marocains

Un groupe de jeunes hommes marocains a réalisé une vidéo dans le cadre d'un projet de recherche sur la perception des masculinités mené par l'association Quartiers du Monde.

« Nous pensons avoir observé l'émergence d'une nouvelle forme de masculinité chez les jeunes marocains de Rabat et Salé, mais qui reste toujours marginale et marginalisée par rapport à la masculinité hégémonique encore dominante et bien ancrée ». Celle-ci est par exemple reflétée par nombre de proverbes et d'injonctions courantes : « Sois un homme », « Il n'y a jamais de tare pour un homme », « La parole d'un homme sans argent n'a pas de valeur », « L'homme est comme un marteau piqueur, là où il frappe il fissure la terre », « La virilité dès l'enfance »...

- <https://vimeo.com/158041635>



Prendre en compte les hommes dans les projets d'appui aux femmes

Entre 2009 et 2013, douze ONG françaises ont mis en œuvre le programme « Genre et économie, les femmes actrices du développement », avec leurs partenaires en Afrique de l'Ouest au Bénin, Burkina Faso, Mali, Niger, Togo, Sénégal.

Cette expérience pilote, soutenue par le ministère des Affaires étrangères et du Développement international, a été menée dans les filières agricoles et alimentaires, dans des activités artisanales et dans l'entrepreneuriat, en milieu rural et urbain. Dans un programme centré sur les activités économiques des femmes, l'expérience a montré qu'il était essentiel d'analyser les rapports sociaux entre femmes et hommes, la place des hommes dans les filières et d'intégrer des hommes aux projets. Différentes actions ont été menées en ce sens : sensibiliser les maris à la surcharge de travail domestique des femmes et filles ou à l'utilité de partager des facteurs de production ; impliquer des leaders locaux pour des prises de position publiques pour l'accès des femmes à la terre ; recourir à des équipes mixtes de formateurs et formatrices en genre ; valoriser les hommes qui s'éloignent des stéréotypes sexistes etc.

Contrairement aux apparences, dans ce type de projets, de nombreux hommes sont concernés, directement ou indirectement : salariés chefs de projets, réparateurs de machine, commerçants, agents de l'administration, maris, pères, garçons, élus locaux, journaliste de radio rurale, etc.

- www.adequations.org/spip.php ?article2421



Une budgétisation sensible au genre révèle des biais en faveur des hommes

L'association Genre en Action et l'Observatoire Beutou Askanwi sur les inégalités de genre travaillent sur la budgétisation communale sensible au genre, en partenariat avec les communes de St Louis et Nabadji Civol au Sénégal.

L'impact des représentations et stéréotypes est au centre de l'analyse : à travers l'audit de la gestion des

ressources humaines municipales, les équipes mixtes de chercheurs-ses interrogent les biais de genre dans l'égalité professionnelle. Par exemple, l'imposition fiscale des hommes employés municipaux s'avère moindre que celle des femmes, parce que la part des enfants leur est automatiquement imputée. L'analyse du budget permet d'identifier les biais dans l'allocation des dépenses mais aussi dans la collecte des recettes. Les équipes se penchent sur la répartition des rôles entre les sexes et les entraves au partage du pouvoir politique et de la prise de décision. Un constat : le processus est actuellement dominé par les hommes (élus, délégués de quartier, techniciens). Enfin, le diagnostic confronte la façon dont les femmes et les hommes bénéficient des dépenses communales et l'impact du genre sur cette situation. Les conclusions du projet mettront en avant des pistes pour faire évoluer l'empreinte des représentations de la masculinité et de la féminité sur la budgétisation.

- www.genreenaction.net/-Budgetisation-Sensible-au-Genre-BSG-.html



En Inde, agir contre la violence de genre

Créée dès 1993, l'association MAVA agit contre la violence de genre s'exerçant contre les femmes et construit un mouvement qui explore le rôle des hommes en tant que « partenaires » et « parties prenantes » des questions de genre (y compris pour l'autonomisation des femmes) à travers le plaidoyer culturel, des interventions directes et des initiatives d'éducation des jeunes.

Selon MAVA, « à l'intérieur de chaque homme, il y a deux hommes. L'un veut jouer son rôle attribué par la société. L'autre veut se rebeller. L'un écoute la voix du système. L'autre veut écouter la voix de son cœur. L'un retient ses larmes. L'autre veut pleurer. L'un veut vivre derrière ses masques. L'autre veut les arracher. L'un veut dominer la femme. L'autre veut son amitié. »

- www.mavaindia.org

« Men against rape and discrimination »

De son côté, l'acteur, chanteur, réalisateur star en Inde Farhan Akhtara a lancé en mars 2013 l'initiative MARD pour sensibiliser les hommes à l'égalité et au respect envers les femmes. Dans sa chanson, [Chulein Aasman](#), il remet en cause les normes sociales sexistes en Inde.

- www.therealmard.org/mard-initiative.php