

La budgétisation sensible au genre au service de l'égalité femmes hommes

L'exemple des médiathèques de Brest

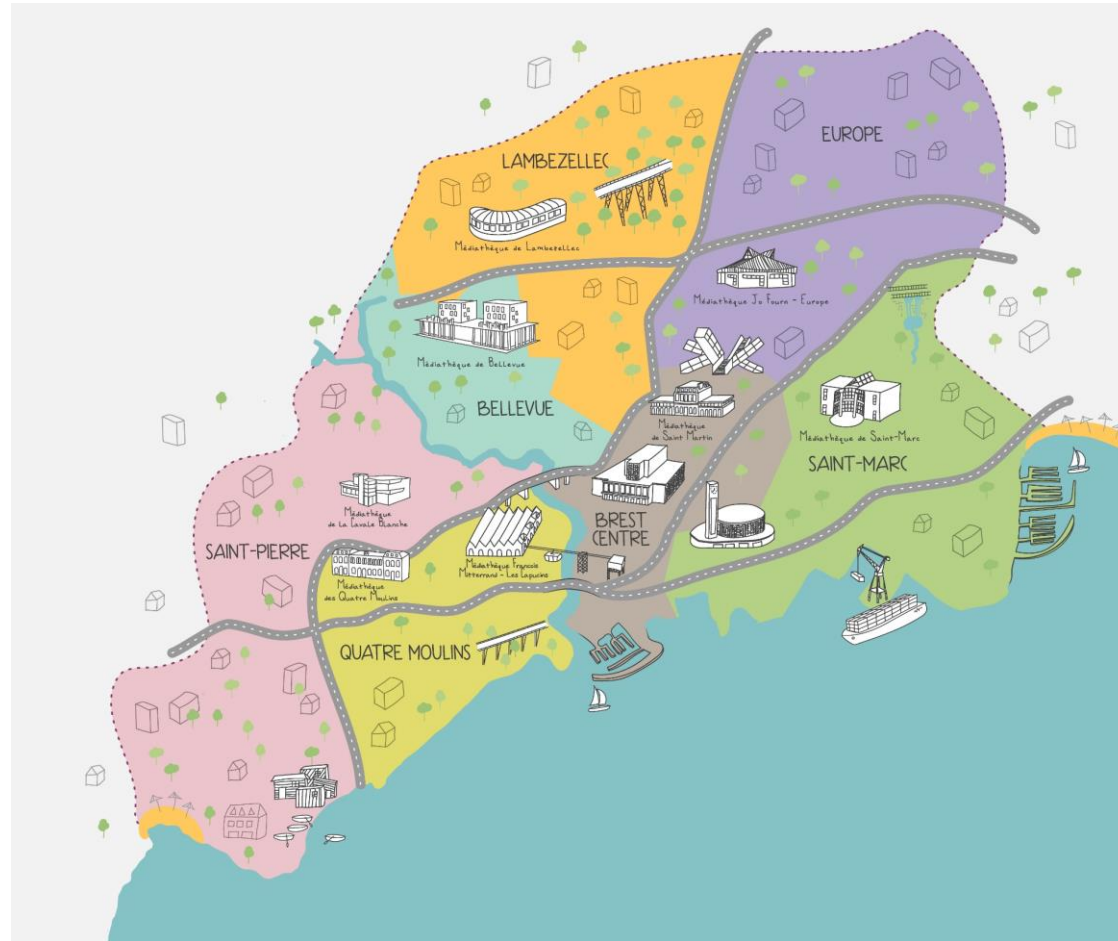
Brest, à la pointe ouest de la France



- Une métropole de 8 communes et 212 000 habitants, dont 142 000 dans la ville centre
- Au cœur d'un bassin de vie de 400 000 habitants
- Capitale de l'ouest breton
- Adossée à une rade qui constitue un patrimoine géographique, historique, culturel, écologique et économique de grande qualité

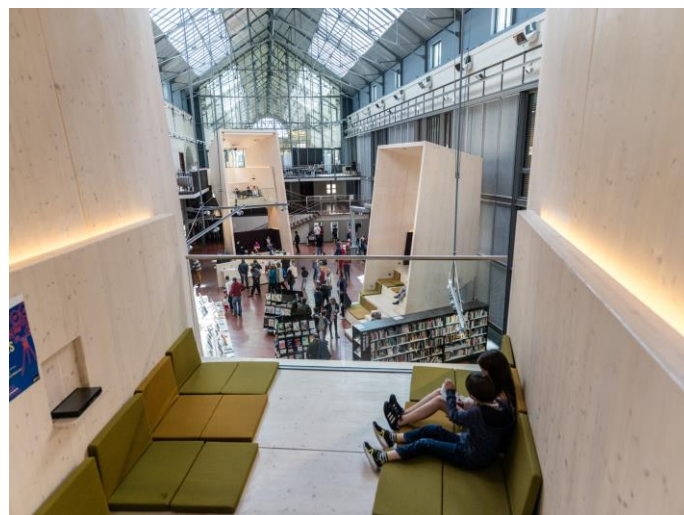


Le réseau des médiathèques de Brest



- 8 médiathèques
 - 150 ETP
 - 15 000 m² au total
 - 700 000 documents
- En 2023 :
- 30 000 abonnés
 - 710 000 entrées
 - 1,3 millions de prêts de documents

La médiathèque des Capucins





Les politiques publiques en faveur de l'égalité femme homme


- Signature par la ville de Brest de la charte européenne pour l'égalité des femmes et des hommes dans la vie locale en 2009
- Loi du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes :

Les maires, président.e.s des conseils départementaux et régionaux doivent présenter « un rapport sur la situation en matière d'égalité entre les femmes et les hommes intéressant le fonctionnement » de la collectivité, « les politiques qu'elle mène sur son territoire et les orientations et programmes de nature à améliorer cette situation ».




Les politiques publiques en faveur de l'égalité femme homme

- En 2018, le rapport du Haut-Conseil à l'égalité femmes hommes publié en janvier 2018, intitulé «Inégalités entre les femmes et les hommes dans les arts et la culture - Acte II : après 10 ans de constats, le temps de l'action » rappelle que cette situation a peu évolué et que le milieu culturel est l'un de ceux où les femmes sont les plus sous-représentées.
- La publication de l'édition 2022 de l'Observatoire de l'égalité entre femmes et hommes montre des progrès par rapport à 2018, mais aussi des disparités persistantes.




Un outil mobilisé à Brest : la budgétisation sensible au genre

- Intégration d'une perspective de genre dans tout le processus budgétaire pour **analyser l'impact différencié des dépenses et des recettes des budgets publics sur les femmes et les hommes** .
- Mettre en évidence les différences d'utilisation des deniers publics en fonction du genre et d'y apporter des correctifs.
- Une démarche menée avec le soutien de la SCOP Perfegal, de HF Bretagne, et d'une élève administratrice, à partir des données 2017.



Un outil mobilisé à Brest : la budgétisation sensible au genre


- On distingue :
 - Les dépenses neutres : celles qui ne sont pas susceptibles d'avoir un impact selon le genre. On intègre dans cette catégorie les crédits d'entretien des bâtiments, achats de fourniture, des frais de fonctionnement interne qui ne touchent pas le public...
 - Les dépenses susceptibles d'avoir un impact selon le genre : celles qui concernent des politiques publiques dont le groupe cible de bénéficiaires peut être sujet aux inégalités de genre.
 - Les dépenses spécifiques au genre : celles qui relèvent d'actions engagées directement pour lutter contre les inégalités femmes-hommes.
 - => Identification de la proportion de crédits susceptibles d'avoir un effet de levier, positif ou négatif, par l'attention portée aux bénéficiaires de l'action publique



Un outil mobilisé à Brest : la budgétisation sensible au genre


Cet effet de levier a été analysé sous l'angle de 4 objectifs :

- Objectif 1 : Rendre visibles les professionnelles dans les associations et établissements culturels
- Objectif 2 : Donner à voir et soutenir la place des femmes dans la production culturelle
- Objectif 3 : Assurer la participation du public féminin
- Objectif 4 : Sensibiliser le public à la question des discriminations de genre




Données analysées pour les médiathèques

- Analyse d'un échantillon de 7% des acquisitions de documents réalisées sur les 6 premiers mois de 2017
- Analyse des budgets consacrés à la venue d'intervenants extérieurs dans le cadre de la programmation culturelle
- Données usagers : abonnements et utilisation des services numériques/jeux vidéo (répartition FH par tranche d'âge)
- Données RH : répartition FH par fonction/catégorie




Effet de levier sur objectif 1 : rendre visibles les professionnelles dans les établissements et associations professionnelles

- 74 % de femmes dans l'ensemble du service
- Représentant 74 % du total des rémunérations
- Mais des répartitions par métiers très genrées.



Effet de levier sur objectif 2 : Donner à voir et soutenir la place des femmes dans la production culturelle

- Répartition par sexe des auteurs des livres acquis (étude sur un échantillon) : les achats concernent **pour 55,4% des auteurs et pour 37,8% des autrices.**
 - => reflète la situation nationale de l'édition
 - => neutralité du budget à cet égard



Effet de levier sur objectif 2 : Donner à voir et soutenir la place des femmes dans la production culturelle

- sur les 347 événements organisés en 2017, 40% des intervenant-e-s étaient des femmes, 26% des hommes et 24% des équipes mixtes (10% NC)
 - Pas d'écart de rémunération constaté entre intervenants dans la programmation culturelle
 - mais ateliers numériques animés à 100% par des hommes, seul un homme est intervenu auprès du jeune public, 100% des auteurs accueillis étaient des hommes...




Effet de levier sur objectif 3 : assurer la participation du public féminin

- Part du public féminin et masculin en global et par tranche d'âge : les femmes représentent tout âge confondu 57 % des abonné.e.s. Les garçons sont légèrement majoritaires chez les 0-14 ans (52.4%).
- Part du public féminin et masculin par médiathèque d'inscription : on observe une répartition par sexe équilibrée à la médiathèque centrale, répartition de 2/3 de F pour 1/3 d'H dans les médiathèques de quartier.



Effet de levier sur objectif 3 : assurer la participation du public féminin

- Usager.ère.s des services numériques par sexe et par tranche d'âge : les femmes et les filles représentent 35,80% des usagers. Décrochage dès 4 ans et jusqu'à 25 ans.



Effet de levier sur objectif 4 : sensibiliser le public à la question des discriminations de genre

- Depuis 10 ans, une opération sur l'égalité filles-garçons menée avec la Ligue de l'enseignement auprès de collégiens et lycéens.
- Mais qui représente une part minime des budgets (temps de travail estimé à 0,5 ETP/an et un budget de 1000 €...)

Les suites de ce travail d'analyse : une feuille de route 2020-2026...



Egalité entre les femmes et les hommes dans le secteur culturel brestois – Feuille de route partenariale 2020-2026

... et des indicateurs de suivi annuels




Sensibiliser et former les équipes

Plan d'actions

- Organiser une journée d'étude sur l'égalité femmes hommes dans les bibliothèques.
- Solliciter nos fournisseurs pour des présentations thématiques d'ouvrages ou d'éditeurs sur le sujet.
- Mobiliser les agents dans le cadre du plan de formation de la collectivité.

Indicateur de suivi annuel : nombre de jours de formation suivis



Rendre visibles les professionnelles dans les établissements et associations culturelles

Plan d'actions

- Donner à voir la mixité des équipes de bibliothécaires sur nos supports de communication.
- Maintenir une vigilance sur les recrutements afin d'améliorer la mixité des équipes.

Indicateur de suivi annuel : répartition F/H du personnel



Donner à voir et soutenir la place des femmes dans la production culturelle

Plan d'actions

- Porter une attention systématique à une représentation équilibrée des auteurs.trices, réalisateurs.trices... dans les présentations de documents, les opérations de valorisation des collections, les expositions.
- Veiller à la parité des intervenant.e.s, en particulier sur certaines thématiques (informatique, sciences...) et en direction des publics jeunes.
- Organiser des découvertes d'ouvrages en anonymisant les auteurs, de manière ludique, pendant l'été.

Indicateur de suivi annuel : répartition F/H des intervenants




Assurer la participation du public féminin

Plan d'actions

- Améliorer notre connaissance des publics féminins et masculins, pour mieux agir en faveur de la parité des publics (enquêtes quantitatives sur la fréquentation – et pas seulement sur les inscrits – et enquêtes qualitatives...).
- Agir en faveur de la parité des publics :
 - par des partenariats nouveaux.
 - par des actions hors les murs.
 - en étant attentif à proposer des contenus susceptibles d'intéresser tous les publics.
 - en adoptant des modes d'accès plus spontanés, plus souples à nos propositions.

Indicateur de suivi annuel : répartition F/H des inscrits



Sensibiliser le public à la question des discriminations de genre

Plan d'actions

- Prendre en compte l'inclusion dans notre plan de communication et la signalétique.
- Faire des propositions à la Ligue de l'enseignement pour faire évoluer l'opération « filles garçons la mixité sex'prime » et lui donner un nouveau souffle.
- Proposer des visites thématiques aux classes.
- Utiliser des albums pour la jeunesse qui ne véhiculent pas ou même renversent les stéréotypes de genre, lors des accueils de classe.
- Vérifier la représentation dans les collections du réseau des différents courants de pensée sur la question de l'égalité femmes-hommes, des différentes lignes éditoriales.

Indicateur de suivi annuel : nombre d'actions culturelles abordant la thématique de l'égalité de genre.



Merci de votre attention

benedicte.jarry@mairie-brest.fr