

De plus en plus rose pour les filles, et toujours bleu pour les garçons : bien loin des préoccupations du néo-féminisme, comment le marché du jouet en pleine régression avilit les âmes avant de formater les sexes



Abolir la prostitution, mais autoriser la GPA. Supprimer la différence des genres, mais exiger l'égalité des fonctions. Réclamer l'abolition de la maternité, mais accepter l'imposition du voile. Se proclamer progressiste, mais enchaîner la condition féminine au marché... Soixante-dix ans après Simone de Beauvoir, Eugénie Bastié dévoile ici la misère du néo-féminisme contemporain. Extrait de "Adieu mademoiselle", publié aux éditions du Cerf (2/2).

Avec Eugénie
Bastié

Le bras armé du consumérisme

J'ai grandi dans les années 1990. Dans la cour de l'école, lors de la récréation, nous jouions tous, filles et garçons, aux Pog et aux Pokémon, sans oublier les billes et l'élastique. Deux décennies plus tard, il me semble que les stéréotypes sont revenus au galop. Aujourd'hui, *La Reine des neiges* pour les filles et *Star Wars* pour les garçons se disputent la place sous le sapin. Et s'il y a toujours des garçons manqués, quoique les petites filles soient plus libres de laisser cours à leurs envies et même de jouer au rugby, l'écrasante majorité d'entre elles continue de chérir les poupées.

[>>> A lire aussi : Eugénie Bastié : "On doit proposer des alternatives concrètes à l'avortement, comme l'ouverture de centres d'aides à la grossesse"](#)

A dire vrai, même après tant de luttes féministes acharnées, jamais les jouets n'ont paru autant stéréotypés. Il suffit d'entrer dans un grand magasin pour avoir la nausée. Un déluge de bleu et de rose noie immédiatement tout parent désireux d'offrir un joujou neutre à sa progéniture et une laideur manichéenne règne sans partage. Sur les deux sexes. La prégnance de cette dichotomie inquiète jusqu'aux pouvoirs publics. Ainsi, à une semaine de Noël en 2014, les sénateurs Chantal Jouanno (UDI) et Roland Courteau (PS) ont présenté un rapport d'information sur "*l'importance des jouets dans la construction de l'égalité entre filles et garçons*", invitant à lutter contre les "*stéréotypes de genre*" sous la bannière d'une pétition de principe : "*l'égalité et le vivre ensemble commencent avec les jouets*". Ledit rapport insiste sur une évolution préoccupante : "*La période actuelle est caractérisée par une nette séparation des univers de jeu des filles et des garçons.*" Malgré une "*marche continue*" vers le progrès, le marché des jouets segmente toujours plus son offre en fonction du sexe des enfants, déplorent les auteurs. Cette évolution "*qui remonte à une vingtaine d'années*" se traduit par un cloisonnement de plus en plus important entre filles et garçons : espaces de ventes distincts, catalogues avec des pages pour les filles et des pages pour les garçons, jouets auparavant mixtes déclinés en bicolore, azur et églantine.

Pourquoi cette soudaine inquiétude? Parce que dans les années 1970-1980, au moment où débuta la " révolution féministe ", les jouets étaient davantage unisexes qu'au début des années 1990, 2000 et 2010. On proposait même des machines à coudre pour les deux sexes. Impensable aujourd'hui. Cette triste évolution est à attribuer à la constitution de grands groupes industriels internationaux et au développement agressif des méthodes du marketing. En diffusant une offre mondiale standardisée, la globalisation économique du secteur du jouet rend propice la schématisation. Pour qu'une poupée, fabriquée en Chine, plaise autant à une petite Américaine qu'à une petite Française, il faut réduire et caricaturer à traits grossiers une féminité censée être planétaire. Cinquante nuances de rose sont devenues le signe marchand du féminin, valant partout et pour toutes.

Là où, auparavant, les enfants pouvaient s'échanger les jouets, se les transmettre d'aîné(e)s en cadet(te)s, voire jouer ensemble, les frères et sœurs disposent désormais des joujoux mais aussi d'accessoires et de marques radicalement distinctes et différentes. Les poupons, les cerceaux, les bilboquets androgynes ont laissé place aux trottinettes, cartables, trousse et vélos sexuels. Spider man et Corolle, Corolle et Spider man ont suscité des univers cloisonnés forçant les parents à produire et à consommer deux fois plus pour satisfaire les désirs de leurs enfants-rois haussés au rang de prescripteurs. Il y a d'ailleurs fort à parier que l'on trouve les derniers cubes en bois et unisexes dans les familles nombreuses qui ont défilé contre le mariage pour tous alors que les bobos èdent aux caprices de leur marmaille en achetant les derniers toys made in USA.

Mettant en cause le " modèle patriarcal " des jouets genrés, les féministes se gardent bien de remettre en cause le modèle qui sous-tend la segmentation du marché en isolats séparés, ce consumérisme effréné qui, pour vendre toujours plus et gagner des parts de marché, a transformé les enfants en clients. Plutôt que de prôner la sobriété heureuse, qu'un enfant sait pratiquer d'instinct, elles préfèrent dénoncer un complot imaginaire qui dresserait les petites filles à devenir de futures mères.

Il ne s'agit pas ici d'exalter les stéréotypes, comme le proclamaient les pancartes de La Manif pour tous. Quiconque est entré un jour dans un magasin de jouets ne peut qu'être horrifié, je l'ai dit, par la " division genrée " qui y se vit. Nul besoin d'avoir subi la crétinerie des ABCD de l'égalité pour saisir en quoi le plastoc rosat est nocif: il avilit les âmes avant de formater les sexes. Le scandale, toutefois, ne provient pas de l'ordre patriarcal. L'abomination tient dans la marchandisation de l'enfance.

Extrait de [Adieu mademoiselle](#), de Eugénie Bastié, [publié aux éditions du Cerf](#), 2015. Pour acheter ce livre, [cliquez ici](#).

