

# Dix principes clés pour une communication inclusive sans stéréotype de genre



“Le genre masculin ne sera plus regardé, même dans la grammaire, comme le genre le plus noble, attendu que tous les genres, tous les sexes et tous les êtres doivent être et sont également nobles.”

Requête des Dames de l'Assemblée nationale, article 3  
du projet de décret adressé à la Législative 1792



## Préambule

Aux côtés des acteurs de la recherche, l'Agence nationale de la recherche (ANR) s'est engagée à développer une politique qui vise à réduire les inégalités entre les femmes et les hommes dans l'enseignement supérieur et la recherche (ESR). L'ANR a formalisé ses engagements et s'est dotée d'un **plan d'action égalité entre les femmes et les hommes** publié en juillet 2020 faisant suite à un état des lieux réalisé dans le cadre du projet Gender-SMART en 2019. Parmi les 65 actions d'accompagnement, d'analyse, de sensibilisation, de formation, d'élaboration d'outils, figure la réalisation d'un guide de communication inclusive sans stéréotype de genre conformément aux textes de référence (Guide du HCE, Circulaire du 21 février 2012, Loi pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes du 04 août 2014).

Lutter contre les inégalités entre les femmes et les hommes implique de donner toute leur place au genre féminin et aux femmes dans la langue française et de veiller à ce que la communication en générale place femmes et hommes sur un même plan d'égalité.

Ce guide précise les principes et les règles à suivre pour communiquer en ayant la garantie de s'adresser à tous les individus de manière égalitaire et de leur donner une égale visibilité au niveau de la langue écrite et orale ainsi que dans le cadre de communication visuelle ou interactionnelle. Il vise aussi à rendre l'écriture et la lecture les plus fluides possibles et constitue un outil au service de la cohérence et de l'homogénéité de nos pratiques.

Lorsque les principes énoncés dans ce guide ne peuvent être appliqués, il est alors recommandé de recourir au « .e » et de ne pas utiliser le « (e) ».  
→ Femmes et hommes sont invité.e.s à participer



# Périmètres d'application

## À l'écrit

Tous les documents institutionnels, les procédures, les textes des appels à projets, les appels à candidatures ainsi que les courriels et les posts sur les réseaux sociaux.

Tous les supports et visuels de communication utilisés (digitaux, pages web, réseaux sociaux, newsletter et impression, affiches, communiqués de presse, brochures etc.).

## À l'oral

Tous les événements organisés par l'agence en interne et en externe, les réunions de travail, les séminaires, les comités d'évaluation scientifique, les formations, les colloques, etc.



GUIDE POUR UNE  
COMMUNICATION  
INCLUSIVE

# 10

GRANDS PRINCIPES  
À RESPECTER



# 01

## Le ".e" est à éviter chaque fois que possible

### Pourquoi ?

► Pour que l'écriture et la lecture soient accessibles à toute personne, qu'elle soit en apprentissage de la langue française, dyslexique ou malvoyante

► Pour que l'écriture et la lecture restent le plus fluide possible

### Comment ?

► En privilégiant les autres formes d'écriture inclusive.

# 02

## Privilégier les mots épiciens

► Les mots épiciens ont une forme qui ne varie pas selon le genre :

- « Les chercheurs et les chercheuses »  
→ « **Les scientifiques** »
- « Les salarié.e.s »  
→ « **Les personnels** »
- « Les lecteurs et les lectrices »  
→ « **le lectorat** »



# 03

## L'ordre alphabétique prévaut

► Parce qu'il ne s'agit pas de donner la priorité ni aux femmes ni aux hommes mais bien de les mettre sur le même plan d'égalité :

- L'égalité femmes-hommes
- Les coordinateurs et les coordinatrices
- Les chercheurs et les chercheuses
- Les comédiennes et les comédiens

# 04

## Le doublet s'impose

► À l'oral

► En l'absence de mot épïcène pour l'écrit :

- « Les infirmier.e.s »  
→ « Les infirmières et les infirmiers »
- « Les coordinateur.trice.s »  
→ « Les coordinateurs et les coordinatrices »



# 05

## Reformuler autrement

► Afin d'éviter les accords et donc le « .e », formulons les phrases autrement :

- « Les coordinateurs et coordinatrices de projet seront invité.e.s semaine 12 à déposer une proposition complète »  
→ « **Une invitation à déposer une proposition détaillée sera envoyée aux coordinateurs et coordinatrices de projet en semaine 12** »
- « Nous devons rester courtois.e.s »  
→ « **Nous devons faire preuve de courtoisie** »
- « À cette formation, les participant.e.s étaient bienveillant.e.s »  
→ « **Cette formation s'est déroulée dans une ambiance bienveillante** »
- « Les intervenant.e.s sollicité.e.s pour ce colloque »  
→ « **Les personnalités sollicitées pour communiquer à ce colloque** »

# 06

## Les expressions sexistes sont à bannir

► Ne pas enfermer les femmes et les hommes dans des rôles sociaux de sexe

- Les métiers d'assistantat ne sont pas dévolus qu'aux femmes : assistant et assistante
- Les fonctions de direction ne sont pas dévolues qu'aux hommes : directeur et directrice
- Pour présider des comités, on recherche des présidentes et des présidents

► Le statut d'une femme ne dépend pas de sa situation maritale

- Conformément à la circulaire du 21 février 2012, **on n'utilise plus** les termes « Mademoiselle », « Nom d'épouse », « Nom marital », « Nom de jeune fille »

► On rend compte de la pluralité des individualités

- « Les droits de l'Homme »  
→ « **Les droits des êtres humains** »
- « La femme », « L'homme » expressions auxquelles sont associés des stéréotypes de genre  
→ « **Les femmes** », « **Les hommes** », **le pluriel englobe les identités plurielles**





# 07

## Métier, titre, statut, grade : on les accorde

- ▶ Parce qu'ils existent au féminin
- ▶ Parce que cela participe à rétablir ce qui avait été supprimé par les grammairiens masculinistes du XVII<sup>e</sup> siècle
- Pour donner toute leur visibilité aux femmes
- Auteur - **Autrice**
- Chercheur - **Chercheuse**
- Directeur - **Directrice**

# 08

## On valorise les projets portés par une femme comme on valorise ceux portés par un homme

- ▶ Dans le rapport d'activité
- ▶ Dans les bilans de programme
- ▶ Sur le site internet
- ▶ Autres supports... (réseaux sociaux...)



Donner la même visibilité aux femmes qu'aux hommes sans stéréotype de genre



# 09

## Les femmes sont au même plan visuel que les hommes

- ▶ Veiller à ce que les femmes ne soient pas systématiquement en arrière-plan et les hommes au premier plan
- ▶ Veiller à ce que les femmes ne soient pas représentées en écoute passive ou systématiquement dans une relation d'infériorité hiérarchique par rapport à un homme : privilégier des relations de coopération

# 10

## On fait monter les femmes sur scène aussi

- ▶ Lorsque l'agence organise des événements, veiller à ce que **les femmes soient autant sollicitées et représentées que les hommes** pour participer à/ ou animer des tables rondes, faire une communication, présenter les résultats d'un projet de recherche, etc.
- ▶ Veiller à ce que le **temps de parole soit équitablement distribué**
- ▶ Comme pour les hommes, on laisse **les femmes s'exprimer sans leur couper la parole**



GUIDE POUR UNE  
COMMUNICATION  
INCLUSIVE

## Pour aller plus loin

Eliane Viennot (Dir), 2015,  
*L'académie contre la langue française,  
le dossier "Féminisation"*, Ed. iXe

Eliane Viennot, 2017,  
*Non, le masculin ne l'emporte pas sur  
le féminin ! Petite histoire des résistances  
de la langue française*, Ed. iXe

Eliane Viennot, 2018, *Le langage inclusif :  
pourquoi, comment*, Ed.iXe

HCE, 2016, *Pour une communication publique  
sans stéréotype de sexe, guide pratique*,  
La documentation Française

Circulaire n°5575/SG du 21 février 2012

Loi pour l'égalité réelle entre les femmes  
et les hommes du 4 août 2014

---

### CONTACTS

Direction de la publication : Thierry Damerval, PDG  
Rédaction et coordination : Laurence Guyard, référente égalité, intégrité  
scientifique et déontologie, Direction de l'information et de la communication  
Conception graphique : Nadège Theil – Date réalisation : Mars 2022

**anr**®

Agence Nationale de la Recherche  
50, avenue Daumesnil – 75012 Paris

**anr.fr**

 @agencerecherche

 ANR