

CHOUETTE

PAS
CHOUETTE

une série TV animée
destinée aux 4-6 ans

16 épisodes de 1'30
pour déconstruire
les préjugés sexistes



CANAL+
GROUPE

Disney

france-tv

6
GROUPE

nickelodeon
Junior

TF1
LE GROUPE

• bayard

CLEMI

Le centre pour l'Information
aux médias et à l'Information

chiennes
de garde

2MINUTES

MAKE.
ORG
FOUNDATION

Piwi+

Disney
CHANNEL

okoo
france-tv

gulli

noel

Bayam

teragir

EY

Gaumont
depuis que le cinéma existe

CSA
CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Les grandes chaînes réunies autour de Chouette, pas chouette !

Produite par 2 Minutes en coproduction avec Gaumont, **Chouette, pas chouette !**, est une série de 16 programmes courts animés diffusés à partir de janvier 2021, et tout au long de l'année, dans les programmes jeunesse des plus grandes chaînes de télévision : TF1, France télévisions, Piwi+ (Groupe CANAL+), Gulli (Groupe M6), Disney Channel & Disney Junior (Groupe The Walt Disney Company), Nickelodeon Junior et sur l'application ludo-éducative Bayam , acteurs réunis pour sensibiliser les plus jeunes enfants à la lutte contre le sexisme et au respect de la différence.

C'est aussi un univers peuplé de **personnages attachants**, décliné en livrets pédagogiques pour permettre aux professeurs des écoles de développer leurs actions en éducation aux médias et à l'information sur le thème de l'égalité filles/garçons, de la maternelle à la 6ème.



Le livret d'activités pédagogiques

Conçu par le CLEMI (Centre pour l'Éducation aux Médias et à l'Information), ce livret propose, dans l'univers graphique et avec les personnages de la série "Chouette, pas chouette", des activités pédagogiques sur le thème de l'égalité filles/garçons, pour apprendre à questionner et déconstruire les stéréotypes sexistes.

De la maternelle à la 6e, selon les cycles, les enseignants pourront travailler avec leurs élèves, par exemple, sur des thèmes comme l'apparence ("À quoi doit ressembler une fille ou un garçon ?") via l'analyse et la réalisation de Unes de magazines ou de publicités. Ou réaliser des portraits, vidéos reportages sur la pratique sportive ou les jeux de cours de récréation pour s'interroger sur les comportements ("Fais-le comme une fille - comme un garçon"). Enfin, les plus grands pourront écrire des articles ou mener des interviews autour du devenir et des désirs d'orientation ("C'est quoi les métiers "de femme" - ou "d'homme"").

Ce livret est accompagné de ressources pédagogiques pour aller plus loin, de jeux de cartes des 10 personnages de la série à télécharger, et d'affiches à imprimer. Bayard Education diffusera ces outils pédagogiques auprès des enseignants.



**Le centre pour l'éducation
aux médias et à l'information**

L'enjeu de l'égalité filles/garçons est au cœur des missions d'éducation aux médias et à l'information portées par le CLEMI, qui se mobilise toute l'année sur ce sujet autour d'actions diverses dont le **concours #ZéroCliché**. Ce concours national propose aux élèves avec leurs enseignants de questionner et déconstruire les stéréotypes sexistes dans l'espace public, le sport, les médias, l'école, à travers la réalisation d'articles, vidéos, dessins, podcasts...

Déconstruire les stéréotypes sexistes

La violence, qu'elle soit psychologique ou physique, naît souvent d'un aveuglement. La personne violente ne voit plus l'autre dans sa dimension humaine, elle en fait un objet sur lequel elle a des droits. Pour agir contre la violence, de nombreuses actions sont possibles, destinées à des publics très différents. Parmi ces publics, il en est un essentiel : les enfants.

Ils sont à l'âge où l'on peut plus facilement influencer sur leurs comportements futurs. Comment ? En s'attaquant aux racines des comportements violents, à ces graines minuscules que l'on plante souvent sans s'en rendre compte, qui semblent anodines jusqu'à ce qu'elles se transforment en arbres solides, difficiles à déraciner. Ces graines se nomment stéréotypes, préjugés ou idées reçues.

Aussi, ce sont ces stéréotypes que nous proposons de déconstruire, comme premier antidote à cette violence. En se débarrassant des préjugés, on apprend le respect, c'est-à-dire pouvoir se mettre à la place de l'autre et le traiter comme on voudrait qu'il nous traite. C'est donc le respect dans toutes ses formes que nous souhaitons défendre et promouvoir à travers ces seize films, réunis autour d'un slogan unique :

C'est plus chouette
Quand on se respecte !



Une série née de la volonté citoyenne

Chouette, pas Chouette ! est une des actions de la [Grande Cause "Stop aux violences faites aux femmes"](#). Le 25 novembre 2017, Make.org a lancé, avec la Fondation Kering, une consultation citoyenne nationale autour de la question : "Comment lutter contre les violences faites aux femmes ?".



Cette consultation a réuni 400 000 participants, 1,25 millions de votes et 4 300 propositions, dont celle formulée par Ange : "Il faut apprendre aux enfants le respect de l'autre sexe, filles et garçons, les faire débattre sur le sujet."

Des ateliers ont ensuite été organisés avec des associations, des entreprises, des fondations engagées, afin de transformer les idées plébiscitées par les citoyens lors de cette consultation en plan d'actions concrètes pour dire "Stop aux violences faites aux femmes" (#StopVFF).

C'est dans ces ateliers qu'est née l'idée de Chouette, pas chouette !, avant d'être développée par une équipe d'experts de la défense des droits des femmes, de la pédagogie dans la lutte contre les préjugés sexistes et des médias.

Des programmes conçus par des experts

Responsable éditoriale

Dominique Poussier,
Ancienne directrice des programmes jeunesse de TF1.

Equipe créative

Création, scénarios et réalisation par **Franck Salomé**,
Nicolas Sedel et **Fernando Worcel**.
Création graphique par **Sandrine Acquistapace**.

Conception du contenu

Les Chiennes de Garde, association créée en 1999,
protège la dignité des femmes en luttant contre les
violences symboliques sexistes dans l'espace public
liées au langage et aux images et contre le sexisme
ordinaire.

Pilotage pédagogique

**Le Centre pour l'Éducation aux Médias et à
l'Information (CLEMI)** est chargé de l'éducation aux
médiats et à l'information dans l'ensemble du système
éducatif français.

Producteurs

2 Minutes, producteur et studio d'animation, développe
et produit depuis plus de 20 ans séries TV et longs
métrages d'animation.

Gaumont, première société cinématographique au
monde, avec 125 ans d'histoire, produit et distribue films,
séries et animation.

Co-construction, financement et diffusion

Canal+, **Disney France**, **France Télévisions**, **Groupe
M6**, **Nickelodeon Junior**, **TF1**, **Bayam** par **Bayard
Jeunesse**.

Pilotage global du projet

EY, cabinet de conseil, accompagne par son expertise
des projets de toutes sortes depuis leur conception
jusqu'à leur concrétisation.

Make.org Foundation, fonds de dotation, met en œuvre
des actions à l'échelle nationale sur des sujets d'intérêt
général à partir des propositions de citoyens.

La mécanique des épisodes

Rien n'est plus fort que l'empathie pour faire réaliser aux jeunes enfants l'injustice d'une situation.

Compte tenu de l'âge de la cible, 4-6 ans*, les stéréotypes sont abordés de front, sous forme d'affirmations. Le principe narratif des films est de confronter les très jeunes enfants à des **idées reçues** simples *Un garçon, ça peut pas avoir les cheveux longs... Une fille, ça peut pas jouer au foot... Un garçon, ça ne pleure pas... Une fille, c'est fragile... Un garçon, ça ne peut pas s'habiller pas en rose...* pour les pousser à remettre en cause leurs préjugés et comprendre que naître fille ou garçon, grand ou petit, croco ou panthère ne détermine pas ce que sera sa vie. Bref, que « **C'est plus chouette quand on se respecte !** ».

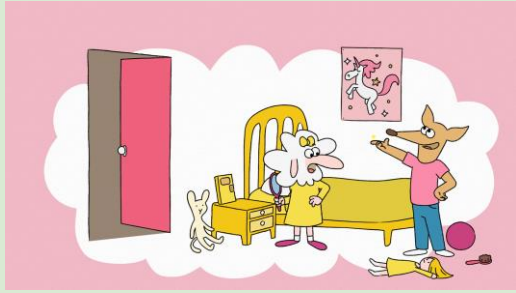
Ainsi, dans chaque épisode,

- un enfant fille ou garçon se moque d'un camarade, fille ou garçon, ou l'empêche de faire une chose, sans autre raison qu'une idée reçue : "ça ne se fait pas", "ça ne se peut pas",
 - un effet magique plonge cet enfant dans une situation où il se trouve empêché à son tour, avec humour, de faire ce qu'il veut, d'affirmer son choix,
 - à son retour dans la réalité, l'enfant "moqueur" change d'attitude vis-à-vis de son ami.e.
- Ce changement de perspective, tout en lui faisant réaliser l'injustice de son attitude première, le/la poussera à remettre en cause ses idées reçues.

* Le harcèlement scolaire commence de plus en plus tôt. Dès le CM2, selon une enquête réalisée par BVA du 30 août au 2 septembre 2018, auprès d'un échantillon représentatif de 600 parents d'enfants de moins de 18 ans scolarisés.



Les thèmes



Notre thème transversal, c'est le **respect mutuel**.

Respect entre garçons et filles bien sûr, mais aussi plus largement respect de l'autre car **les préjugés dépassent les genres**. Un garçon qui veut faire de la danse classique ou une petite fille qui veut être pompier peuvent très bien être stigmatisés par d'autres enfants, qu'ils soient garçons ou filles.

Nous voulons inviter les enfants à sortir des schémas qu'ils croient immuables.

Et pour éviter justement ces schémas, on ne jouera pas systématiquement "fille contre garçon" mais plutôt "victime contre porteur de préjugé" que ce dernier soit fille ou garçon. Ce que les épisodes véhiculent, c'est que chacun a le droit de s'épanouir, avec ses envies et ses besoins.

Chaque thème fait l'objet d'un film.

Un garçon n'a pas les cheveux longs. Une fille n'aime pas le foot.

Un garçon ne pleure pas. Une fille, c'est fragile.

Un garçon ne s'habille pas en rose. Une fille ne peut pas être cheffe.

Un garçon ne peut pas faire de la danse. Une fille doit être coquette...



Les personnages

Jaja Panthère, Gégé Castor, Toto Goéland, Kiki Mouton, Nono Croco, Lulu Hibou, Baba Ourse, Fafa Lapin, Lili Cochonne et Wawa Chihuahua sont des enfants.

Ils ne sont ni beaux ni moches, ni gentils ni méchants, ni bêtes ni super intelligents, ce sont juste des enfants. Et comme tous les enfants, ils ont, sans même s'en rendre compte, des tonnes d'a priori...

Dix enfants comme les autres donc, et comme ce sont des animaux qui appartiennent à plein d'espèces différentes, tout le monde peut s'identifier à eux et cette diversité offre une plus grande liberté narrative en évitant tout risque de stigmatisation.



Les visuels à télécharger



Pour télécharger le kit de communication, cliquez sur [ce lien](#)

Citations des partenaires

"Le sexisme est la matrice de toutes les violences, les inégalités à l'encontre des filles et des femmes. Il s'exprime à travers des stéréotypes de genre dont nous subissons toutes et tous, dès le début de notre vie, les contraintes"



« Chouette, pas chouette » est une série qui a du sens et à laquelle l'association Teragir est ravie de participer. Accompagner les enseignants, les enfants, mais aussi à travers eux, leurs parents, est la mission centrale d'Eco-Ecole, notre programme d'éducation au développement durable, de la maternelle au lycée. Nous sommes convaincus que la lutte contre les stéréotypes de genre, dès le plus jeune âge, est un levier pour construire, ensemble, une société juste et durable. »



« L'enjeu de l'égalité filles/garçons est au cœur des missions d'éducation aux médias et à l'information (ÉMI) portées par le CLEMI, qui se mobilise toute l'année sur ce sujet autour d'actions diverses dont le concours #ZéroCliché pour déconstruire les stéréotypes sexistes. Nous sommes heureux d'avoir contribué à l'expertise pédagogique de la série « Chouette / Pas Chouette » et de proposer un livret pédagogique dédié. L'objectif ? Permettre aux professeurs des écoles et aux enseignants de développer leurs actions pédagogiques en ÉMI sur le thème de l'égalité filles/garçons. »



"Gaumont est très fière de co-produire avec 2 Minutes, cette série d'animation à destination du jeune public, en les sensibilisant au droit et au respect de la différence, en luttant contre les stéréotypes et les préjugés".



“Bayard Presse s’engage depuis longtemps auprès des enseignants et des familles pour les aider à lutter contre les stéréotypes et les inégalités filles / garçons. Nous sommes fiers d’être associés à ce projet porteur d’espoir qui va semer des graines auprès des nouvelles générations.”

•• bayard

« Parce que c’est dès le plus jeune âge que se vit l’égalité, il nous semble essentiel de montrer à nos enfants que le respect des choix individuels prime sur toute autre chose et rien ne doit les en détourner. Le groupe CANAL + est fier d’accompagner cette campagne qui nous fera tous parler d’une seule voix : c’est plus chouette quand on se respecte ! »

CANAL+
GROUPE

Disney a toujours été très engagé sur les sujets sociétaux. Les chaînes jeunesse du groupe, Disney Channel & Disney Junior, ont à cœur de s’engager sur les thèmes qui touchent au plus près la vie quotidienne de nos jeunes téléspectateurs: le handicap, le « bien manger », le harcèlement à l’école pour ne parler que de nos campagnes les plus récentes. Aujourd’hui c’est sur la lutte contre le sexisme et au respect de la différence que Disney braque les projecteurs.

Avec « Chouette pas chouette » Disney Channel et Disney junior se proposent d’aborder le sujet délicat des comportements sexistes qui peuvent se manifester dès le plus jeune âge. Une collection de courts métrages qui interrogent avec tendresse le regard que les petits garçons peuvent porter sur les petites filles et inversement, dès leurs premiers pas à l’école.

Disney

La lutte contre les stéréotypes, le harcèlement et toutes formes de discrimination est l’une des missions qui incombe au service public. Par la promotion de l’égalité entre les filles et les garçons et la défense du respect mutuel, France Télévisions s’engage au long court dans ses programmes à destination des enfants d’aujourd’hui et adultes de demain en imaginant des héros qui leur ressemblent, capables de s’affirmer et d’assumer ouvertement leurs préférences. Okoo est fier d’intégrer dans son offre cette mini-série originale d’animation initiée par Make.org et produite par 2 Minutes qui valorise l’affirmation de soi, promeut la différence et encourage chacun à vivre pleinement ses passions et à réaliser ses rêves.

france•tv

« Gulli (Groupe M6) est la chaîne préférée des enfants, notre responsabilité auprès des familles est immense, et au-delà du divertissement, nous voulons donner du sens à tout ce que nous proposons, que ce soit dans les messages portés par nos engagements ou par la voix de nos séries. Gulli est présente dans 85 pays et, partout dans le monde, notre marque s'appuie sur un socle de valeurs fortes : l'ouverture d'esprit et le respect. Nous sommes fiers de participer, avec les plus grands acteurs de l'audiovisuel, Make.org et le CLEMI, à cette action ! »



"NICKELODEON JUNIOR est ravi de s'associer à "Chouette Pas Chouette", un projet portant des valeurs également partagées par la chaîne à travers les personnages de ses séries d'animation qui vont à l'encontre des stéréotypes filles/garçons, tels que Nella, princesse et chevalier, Dora l'Exploratrice, ou Gabby, la mécanicienne de Blaze et les Monster Machines."



« Le groupe TF1 est heureux de co-financer le projet initié par Make.org et d'offrir ainsi à la série animée « Chouette pas chouette » une belle vitrine dans la case jeunesse TFOU et sur MYTF1.

Cette initiative s'inscrit dans le cadre du plan d'action du groupe TF1 en faveur de l'égalité femmes / hommes, de la lutte contre le sexisme et le harcèlement et également de sa démarche de sensibilisation sur les violences faites aux femmes. »



Réalisation

Producteurs

2 minutes - Jean-Michel Spiner, Sandrine Arnault
Gaumont - Quentin Becker

Responsable éditoriale

Dominique Poussier

Auteurs Réalisateur

Franck Salomé, Nicolas Sedel, Fernando Worcel

Illustratrice

Sandrine Acquistapace

Association Les Chiennes de garde
Marie-Noëlle Bas

Make.org

Rémy Leclerc

Contacts presse

CLEMI

Natia Dhal - 07 70 04 71 61
Choukri Kouas - 06 84 50 41 08
communication@clemi.fr

@LeClemi #ZéroCliché
facebook.com/cleми.fr cleми.fr

CLEMI

Le Centre pour l'éducation aux médias et à l'information (CLEMI) est chargé de l'éducation aux médias et à l'information (ÈMI) dans l'ensemble du système éducatif français. Depuis sa création en 1983, le CLEMI a pour mission de former les enseignants et d'apprendre aux élèves une pratique citoyenne des médias, favorisant ainsi une meilleure compréhension du monde qui les entoure et le développement de leur sens critique.

Il atteint cet objectif en s'appuyant sur un réseau formé d'une équipe nationale, d'équipes académiques et en travaillant en partenariat avec les médias d'information pour déployer ses projets et ses actions au sein des écoles et des établissements scolaires. Sa mission s'inscrit également dans une perspective européenne et internationale.

OBJECTIFS

- > Former les enseignants et accompagner les élèves vers un usage autonome et réfléchi de leurs pratiques médiatiques.
- > Produire/co-produire des ressources et des outils pédagogiques en ÈMI.
- > Accompagner la création de médias scolaires.
- > Développer des projets mettant en relation professionnels des médias et enseignants.