

SCREEN SHOT

Le récit masculiniste en ligne



Le Monde selon les femmes

ATTENTION !

Toutes les cartes numéro **1** et toutes les cartes numéro **2** doivent être regroupées, ainsi que les cartes **3, 4, 5, 6, 7, 8, 9**. Ces séries d'images se lisent dans leur ordre d'apparition, à la façon des carrousels sur les réseaux sociaux. Pour le bon fonctionnement de la dynamique, chaque série d'images assemblées ne compte dans les consignes suivantes que comme un seul Screenshot.

Screenshot - Le récit masculiniste en ligne,
Le Monde selon les femmes

Outil imaginé et coordonné par :

Simon Dubois-Yassa

Avec l'aide précieuse d'Anaëlle Marmoy
et d'Elisa Botta

Relecture : Violette Vrydaghs

Concept graphique : Clarice

INTRODUCTION

Screenshot, le récit masculiniste en ligne est un photolangage développé par Le Monde selon les femmes à destination des personnes relais pour l'animation d'interventions d'éducation aux médias et de promotion de l'égalité. L'outil ludopédagogique propose 70 images qui sont des captures d'écran issues des réseaux sociaux illustrant une variété de thématiques liées au récit masculiniste et viriliste en ligne et à ses impacts dans nos réalités.

Le·a facilitateur·ice devra sélectionner au préalable les images de l'activité en fonction des thématiques qu'il souhaite traiter, des objectifs pédagogiques, ou des sensibilités du groupe animé. Ils pourront également enrichir ce photolangage de leurs propres captures d'écran, encadré dans un smartphone, en scannant le QR code de la plateforme participative.



L'activité s'adresse autant à des jeunes qui connaîtront souvent déjà certaines des images qu'à des adultes qui, pour la plupart, les découvriront.

Les débats et les thématiques évoqués dépendront nécessairement des captures d'écran que vous sélectionnez.

Cette activité propose une plongée dans le récit masculiniste anxio-gène. Il est important de rappeler qu'Internet est aussi un formidable lieu de rencontres, de partage d'informations, et aussi de résistance à ces discours, mais qu'il est utile de faire focus sur un écosystème et un récit auquel nous sommes de plus en plus exposé·es et qui vise à nous influencer.



METHODOLOGIE

Temps

1h00 à 1h30

Nombre de participant·es

6 à 30 personnes

Objectifs

- Développer un esprit critique face au récit masculiniste et viriliste en ligne.
- S'interroger collectivement sur les usages et les pratiques numériques et à ses impacts sur notre socialisation, nos représentations et nos pratiques.

Pour une activité dynamique en grand groupe

- Les cartes sont toutes disposées sur le sol, images apparentes ou face contre sol, en fonction de la dynamique souhaitée.
- Chacun·e des participant·es choisit une carte et la positionne de façon apparente sur son torse.
- Sans dire un mot, les participant·es sont invité·es à se regrouper et à s'organiser en essayant de respecter une cohérence thématique.



Chacun·e son tour :

- 1- explique pourquoi iel a choisi cette image,
- 2- quels enjeux celle-ci soulève,
- 3- le cas échéant, si iel a déjà vu cette image circuler,
- 4- et pourquoi iel s'est placé·e à proximité de tel ou tel autre screenshot.
- 5- Si iel devait proposer une catégorie (ex: violence, hypersexualisation, marchandisation des corps, propagande, etc) quelle serait-elle ?

L'animateur·ice peut utiliser un sablier/timer de 2 minutes pour que chacun·e s'exprime dans un temps raisonnable. Les autres participant·es peuvent compléter ou exprimer un désaccord.

Le·a facilitateur·ice pourra s'inspirer des apports de facilitation pour mener le fil rouge de la discussion et conclure l'activité.

Pour une activité statique avec des sous-groupes

- Chacun·e des participant·es prend un temps individuel pour regarder rapidement l'ensemble des images disposées sur le sol et **sélectionne**



deux images qui lui font écho, le ou la surprennent, le ou la révoltent, ou qu'il a déjà vues.

- En sous-groupe de trois à quatre personnes, pendant 15 à 20 minutes, on **organise les images par thématiques** et on donne un titre à chacune des catégories qu'on écrit en grand sur une feuille A4. On peut également répondre aux questions 1, 2, 3 et 4.

Pour constituer les sous-groupes, on peut utiliser la dynamique précédente en sélectionnant des personnes ayant des thématiques diverses.

Plénière

Tour à tour, chaque sous-groupe est invité à déposer les titres des catégories thématiques avec leurs images en dessous. L'animateur·ice veille au temps de parole de chaque groupe et facilite les liens et les interactions entre les sous-groupes pour fusionner des catégories similaires. On conclura l'activité en faisant une synthèse des apports des groupes et si besoin en piochant parmi les apports de facilitation ci-dessous.



APPORT DE FACILITATION

Tout au long de l'activité, l'animateur·ice privilégiera la participation et valorisera les savoirs de son public. Il pourra s'appuyer sur les questions suivantes pour faire émerger l'intelligence collective :

- *Quels enjeux ces images soulèvent-elles ?*
- *Est-ce que quelqu'un·e a déjà vu cette image circuler ?*
- *Qu'en a-t-iel pensé ?*
- *Quel est le public cible visé par ce screenshot (si publicité par exemple) ?*
- *Comment sont représentés les hommes ? Et les femmes ?*
- *Quelle(s) image(s) cela donne d'elles/eux ?*
- *Est-ce que la symbolique de l'image est acceptable, égalitaire, respectueuse ou au contraire gênante, problématique, choquante, ou reflète une violence ?*
- *Quels effets ou impacts ce type de contenus peuvent-ils avoir dans la vie "réelle", pour les filles et les femmes et pour les garçons et les hommes ?*
- *Est-ce que ce type de contenus*



peut influencer certains comportements, pratiques ou complexes du côté des femmes, et du côté des hommes ?

- *Est-ce que l'information semble vraie ou fausse (dans le cas d'une formation "bidon", d'un article de presse, d'un produit miracle vendu par une personnalité en blouse blanche ou d'une personnalité célèbre) ?*
- *Quels sont les différents sujets et enjeux soulevés par ces screens-hots ?*
- *Quels mots pour caractériser l'image ?*

Le·a facilitateur·ice pourra également prendre part aux débats en piochant au gré des discussions parmi les apports suivants :

La socialisation masculine et le dressage à la virilité passe aussi par les espaces numériques que nous côtoyons quotidiennement. Ces espaces sont façonnés par des milliardaires propriétaires des réseaux sociaux qui sont devenus en deux décennies les plus gros influenceurs de la planète.



La technologie au service du récit masculiniste ?

N° 28 à 31

Ces dernières années, Trump et Musk ont activement promu et investi dans les cryptomonnaies. C'était jusque-là un outil privilégié par les bandes criminelles pour dissimuler l'origine de fonds illicites. Une myriade d'influenceurs masculins et/ou masculinistes, parfois exilés fiscaux, souvent dans une voiture ou une villa de luxe louée à l'heure pour le décor de leurs vidéos-publicités, présentent la crypto monnaie comme une solution rapide et facile pour gagner beaucoup d'argent. Le système des cryptomonnaies favorise les grands acteurs situés en haut de la chaîne et expose le grand public aux risques de volatilité et d'endettement.

Les promesses de gains rapides sont trompeuses et cachent une réalité inavouée : il faut nécessairement exploiter, manipuler, truquer, spoiler, piller, pour devenir extrêmement riche. Vigilance sur ceux



qui promettent de gagner de l'argent magique : ils sont peut-être ceux qui vivent grasement en déplumant leurs "clients" !

Le rêve du "devenir milliardaire" peut conduire à prendre des risques pour "une vie rêvée", pour "mettre sa daronne à l'abri" comme le clamait une publicité pour des paris sportifs en ligne, ou offrir une vie de princesse à notre (future) conjointe. **Le risque d'endettement n'est pas à prendre à la légère.** C'est un terreau fertile aux conflits et violences conjugales. A trop risquer pour une vie rêvée, on peut casser sa vie réelle, la durabilité de son couple ou même les liens de sa famille.

N° 41 à 43

La solitude et la difficulté de se mettre en couple deviennent un **réel enjeu de société**, notamment porté par les jeunes. Prolongement des "amours MSN" ou des correspondances épistolaires des générations précédentes, on peut désormais entretenir ce qui ressemble à des relations amoureuses avec



des Avatars et des Intelligences Artificielles. Le patron de Meta, Mark Zuckerberg imagine cette nouvelle possibilité technologique comme un projet et un défi politique dans la lutte contre l'isolement...

A l'instar du film "Her", stimulées par des échanges érotiques et affectifs, de plus en plus de personnes tomberont amoureuses d'IA. On peut se poser la question des limites, de la pertinence sans doute, et des dangers de tels outils pour lutter contre la solitude... Certaines IA, comme Grok (une IA permettant entre autres, de générer des images de femmes et mineur·es dénudé·es), peuvent aussi être utilisées comme outil de harcèlement sexuel en ligne.

Un récit qui banalise l'exploitation sexuelle et commerciale et la marchandisation des corps des personnes vulnérables

N° 32 à 36

A l'image des rapports de pouvoirs et de domination systémiques de nos sociétés, les personnes les plus vulnérables, stigmatisées et privées de droits sont sur-représentées parmi les personnes en situation de prostitution : parmi elles une majorité de femmes cisgenres, souvent en situation de migration, mais on compte aussi des enfants, des adolescent·es, évoluant notamment dans les foyers, des hommes homosexuels, des femmes transgenres, des étudiant·es souvent précarisé·es. **Ce constat remet en cause le mythe du "choix" d'entrer en prostitution.** Néanmoins, par le renouvellement du langage et l'utilisation de quelques anglicismes (*sugar daddy, escorting, loverboy*) le récit masculiniste invisibilise et banalise le privilège des hommes à



pouvoir décider (ou non !) d'exploiter sexuellement une personne, "d'acheter son consentement", d'ignorer ses vulnérabilités, les situations d'emprise et d'exploitations forcées auxquelles sont majoritairement soumises les personnes en situation de prostitution, parfois même d'ignorer la minorité des personnes prostituées. Prostitution, et plus largement Gestation pour Autrui (GPA), adoptions internationales, les réseaux sociaux jouent les entremetteurs entre personnes privilégiées et réseaux de traite d'êtres humains.



N° 37 à 40

Même si on associe souvent la pornographie à du cinéma (scénario, acteur·ices sélectionné·es pour leurs corps et leurs caractéristiques souvent "hors normes", effets spéciaux, etc). Il faut rappeler que ça n'est pas "que" du cinéma : ce sont aussi des scènes sexuelles réelles qui façonnent réellement nos imaginaires, nos fantasmes et donc... notre intimité. C'est aussi, comme l'a révélé le scandale Franco-Belge Jacquie & Michel : des milliers de scènes de viols à travers le monde, où des femmes sont piégées, droguées, et parfois même filmées à leur insu. Alors qu'en moyenne, la première exposition chez les garçons à la pornographie a lieu à l'âge de 10 ans (parfois exposés contre leur gré), que plus de la moitié des garçons de 12 ans et plus consomment ce type de contenus au moins une fois par mois et que 90% (HCE, 2023) des vidéos contiennent de la violence physique ou verbale, on peut se demander si la pornographie n'est pas devenue le principal vecteur de la



culture du viol et, en tous cas, une école des violences sexuelles ? Ces screenshots ne se limitent pas aux sites traditionnels de pornographie.

Des applications comme Telegram, beaucoup moins régulées encore, proposent des contenus pornographiques et des catégories toujours plus violentes, voire carrément criminelles. Cette application fonctionne comme une messagerie, envoyant des centaines de vidéos quotidiennement aux groupes auxquels on souscrit, amplifiant ainsi le pouvoir addictogène de la pornographie.

Les rapports non protégés mis en scène dans la pornographie, comme certains discours masculinistes associant le préservatif à un manque de virilité (sans se soucier des risques en termes de parentalité non désirée, ou en termes d'infections sexuellement transmissibles) ont des effets sur la baisse de l'usage du préservatif chez les jeunes comme le dénonce Sidaction. On rappellera par ailleurs que



les hommes, par leurs pratiques, sont aujourd'hui les principaux vecteurs des épidémies. En effet, ce sont eux qui ont, en moyenne, davantage de partenaires au cours de leur vie et, encore souvent, eux qui décident, par la négociation, la manipulation, la surprise (*stealthing*), l'argent ou la force comment la relation sexuelle aura lieu : avec ou sans préservatif. Les hommes se font également moins souvent dépister que les femmes, ce qui retarde les diagnostics et favorise la propagation des infections sexuellement transmissibles.

La pornographie est également un espace de fétichisation des corps non blancs, de leur déshumanisation et de la reproduction des imaginaires coloniaux orientalistes sur le sexe surdimensionné des hommes noirs par exemple ou sur les femmes asiatiques, latinas, arabes et maghrébines tantôt particulièrement soumises, tantôt particulièrement bestiales.

Du côté des filles...

N° 51 à 60

Le récit masculiniste n'oublie pas de cibler également les filles et les femmes. Certains contenus, sous couvert d'une ode à une féminité essentialisée et idéalisée, fonctionnent comme des mythes mobilisateurs à la servitude volontaire et promeuvent un retour à des rôles genrés asymétriques et à un modèle soi-disant traditionnel qui n'a en réalité jamais existé (les femmes ont de tout temps travaillé à l'extérieur du foyer, notamment dans les classes populaires et laborieuses !).

D'autres contenus passent par des jeux en apparence innocents, des contenus audios ou visuels, pour injecter des complexes sur les corps "naturels" des femmes (oui les êtres humains ont des poils et des bourrelets !) ou pour tenter de les dresser à la soumission en romantisant des relations toxiques et violentes.



N° 60 et 35

En 2021, l'influenceuse Maeva faisait la promotion d'une chirurgie rajeunissant le vagin. La jeune femme de 24 ans à l'époque de la promotion, mettait en avant le fait de rajeunir son vagin afin que celui-ci corresponde à celui d'une enfant de 12 ans. En plus de surfer sur une culture de la pédocriminalité, ce type de produits peuvent mettre en danger la santé des femmes. La plateforme Charles.co alertait par exemple sur des produits promus par des influenceuses pour "rétrécir son vagin". Ces produits ayant en réalité une action d'inflammation des parois vaginales !

On constate aussi ces dernières années une forte augmentation de la chirurgie esthétique sur les parties génitales (augmentation du pénis au repos, réduction des lèvres internes) afin de correspondre à des normes, notamment celles véhiculées dans le porno.

Il est important de garder en tête que ces interventions chirurgicales comportent des risques.



Du récit masculiniste aux mouvements masculinistes

N° 25 à 27

Le récit masculiniste est un récit anxiogène qui nourrit les insécurités des hommes qui ne correspondent pas à un modèle de masculinité inatteignable – par définition générateur de fragilité en termes de santé mentale. Cette mécanique marketing est redoutable : Elle permet de vendre non seulement un récit idéologique victimaire, mais aussi toute sorte de produits et de formations qui leur apprendront non seulement à ne pas s'aimer eux-mêmes tels qu'ils sont (*"les femmes aiment les connards, deviens un connard"*) mais aussi à détester les femmes. Une fois qu'ils détesteront les femmes, et qu'ils deviendront perméables et favorables à la culture du viol et aux techniques de manipulations psychologiques, détestables aux yeux des femmes, ils n'auront plus qu'à souscrire à de nouvelles offres de formations...



N° 7 à 14 et 21 à 24

Un marketing genré viriliste et agressif est désormais omniprésent sur les réseaux sociaux et cible particulièrement les jeunes hommes. Celui-ci s'appuie sur des discours pseudo-scientifiques vantant, par exemple, les mérites de produits "à base de phéromones", pour "booster sa production de testostérone", des produits miraculeux issus de contrées lointaines. Ce type de marketing ne date pas d'hier : on se rappelle peut-être par exemple des publicités télévisées pour le déodorant AXE, censé attirer des hordes de femmes à ses pieds.

Les marques ont bien compris l'intérêt de surfer sur le récit masculiniste et les injonctions à la virilité. Elles les exploitent et les renforcent, parfois en réinventant des codes autrefois féminins (comme pour le parfum), pour générer davantage de profit encore. **Derrière ces publicités mensongères, se cachent aussi parfois des produits pouvant nuire à la santé.**



N° 15 à 20

Les injonctions à la virilité et la société addictogène poussent les hommes à prendre des risques pour leur santé. La consommation de produits psychoactifs ou aphrodisiaques (et les éventuelles dépendances liées) est plus prégnante parmi la population d'hommes que parmi les femmes. Celle-ci est présente sur les réseaux sociaux : l'achat des substances est facilité, le marketing est attractif et la consommation vantée dans la culture masculine comme un acte d'appartenance au "club des bonhommes, des vrais mecs" répond au culte du risque, de la performance et d'une forme de subversion.

Les publicités pour le miel ou le chocolat aphrodisiaque mentionnent rarement les molécules présentes dans le viagra -un médicament pour les troubles érectiles- comme l'un des ingrédients de ces produits. Ils peuvent mettre en danger la santé des hommes, notamment pour les personnes cardiaques. **L'obsession de la perfor-**



mance sexuelle par la pénétration alliée à ce type de produits peut aggraver les risques de rapports sexuels non consentis ou au moins douloureux : les pénis ne sont pas faits pour supporter des érections prolongées et les vagins ne sont pas prévus pour accueillir des pénis pendant des durées prolongées. La consommation de ces produits devrait en tout cas toujours être communiquée à ses partenaires avant une éventuelle relation sexuelle.

N° 1 à 5

Les tendances présentes sur des plateformes comme TikTok ou Instagram reflètent **les injonctions à une esthétique de la virilité qui doit s'afficher sur le corps**, à la façon du *badboy*, pour séduire fraternellement les autres hommes. Ces trends surfent sur le manque de confiance et les vulnérabilités des hommes, et notamment des jeunes hommes, qui ne peuvent nécessairement pas correspondre au modèle inatteignable de la masculinité hégémonique, mais qui cherchent



à appartenir au groupe. Certaines d'entre elles invitent même à l'auto-mutilation : c'est ce que reflètent les trends pour se faire des oreilles en chou-fleur à la façon des rugby-mans, les trends cicatrices, certaines méthodes extrêmes pour obtenir une mâchoire carrée, ou encore s'agrandir le pénis.

Les vagues de cyberharcèlement masculinistes, qui touchent des femmes anonymes, des personnes LGBT ou des personnalités publiques, militantes ou chercheuses travaillant sur le sujet (comme l'autrice du livre "La terreur masculiniste" Stéphanie Lamy par exemple), fonctionnent sur ce même enjeu de recherche d'appartenance au groupe. Cette fois non par l'esthétique du corps mais par sa participation à un rite, à une épreuve, ou, à une action collective et individuelle, **pour prouver aux autres, et à soi-même, qu'on appartient bien à la meute...** ou à ce que certains des masculinistes appelleraient sans doute "les mâles alpha" !



N° 6

Même dynamique pour la trend du #zizichallenge qui invite de très jeunes garçons (10-13 ans en moyenne) à glisser des images de leurs sexes dans des vidéos anodines. Cette trend a été dénoncée et surveillée par les services de police car elle exposait l'intimité de très jeunes garçons à des réseaux pédocriminels, en plus de les inviter à commettre des délits.

Ce type d'invitation n'est pas anodine : elle participe à créer un environnement numérique hostile aux femmes en apprenant aux garçons le harcèlement sexuel d'une façon "ludique". **Plus de la moitié des filles âgées de 15 à 25 ans ont déjà reçu sans y avoir consenti une photo à caractère sexuel** et parmi les jeunes qui envoient des nues, 23% déclarent l'avoir fait dans un but de harcèlement ou d'intimidation du destinataire (Université d'Anvers, 2023).



N° 61 et 62

Espionner et accéder à des données personnelles sans consentement est illégal et puni par la loi (loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques). De nombreuses publicités qui circulent sur les réseaux sociaux invitent à télécharger une application pour espionner son/sa partenaire. De manière volontaire, on observe que de plus en plus de jeunes couples s'échangent leurs mots de passe, avec les conséquences que cela peut avoir en cas de rupture... Par ailleurs, des applications comme Snapchat permettent d'accéder à la géolocalisation de ses contacts. Cette surveillance numérique et "bigbrotherisation" de nos vies doit être questionnée car elle donne les instruments numériques pour renforcer l'emprise et le contrôle coercitif dans les couples. Aujourd'hui **une femme victime de violences conjugales sur quatre est âgée de moins de 25 ans**, y compris dans les couples adolescents. Alors comment construire un couple durable sur la base non pas de la jalousie mais de la confiance ?



N° 44 à 47 et 63

Les discours masculinistes et suprémacistes ont des conséquences dans la vie de tous les jours : cyberharcèlement, attentats déjoués, attaques ciblant les femmes, les minorités raciales et de genre. Leur impact n'est pas à prendre à la légère. L'ambiance de terreur exacerbe le sentiment d'insécurité et d'anxiété chez les femmes et les minorités. Ce fut particulièrement le cas lors de l'épisode de la fête de la musique en France, en juin 2025, où de nombreuses femmes ont témoigné avoir été "piquées" par des aiguilles suite aux appels dans la manosphère à mener ce type d'attaque dans les foules pour chasser les femmes de l'espace public. Les discours masculinistes les plus radicaux prônent l'action directe et la lutte armée. De certains stages "survivalistes" aux milices néo-nazies, des masculinités (para)militarisées s'entraînent, se déploient et s'organisent.



N° 48 à 50

La série d'images de screenshot où l'on voit un homme noir en train de "voler la femme" d'un homme blanc met en scène un élément constitutif de la rhétorique des célibataires involontaires (Incels), qui recyclent de vieux discours coloniaux et suprémacistes blancs. Si les hommes noirs et arabes ont effectivement en partie remplacé les juifs dans les discours de ces groupes extrémistes, les "Incels" remettent la responsabilité de leurs célibats sur le dos des femmes, et de la présence des descendants des migrations et des déportations esclavagistes, coloniales, et post-coloniales.

Des attentats meurtriers sont régulièrement perpétrés par des terroristes proches de la mouvance Incel et par des terroristes proches idéologiquement de la théorie du grand remplacement. En France, entre 2022 et 2025, on compte une quinzaine de meurtres et attentats racistes. Dans le centre-ville de Lyon, des centaines d'agres-



sions racistes et lgbt-phobes, ont été organisées par des groupes d'extrême droite. En Belgique, une ratonnade anti-arabe a été organisée dans la ville de Molenbeek par des hooligans de Bruges, et à Louvain, une manifestation néo nazie a pu se tenir le 26 mars 2026 et rassembler plusieurs centaines de militants. Du côté des masculinistes, en juin 2024, un masculiniste planifiait un attentat terroriste lors du passage de la flamme Olympique à Bordeaux. Un jeune masculiniste de 17 ans a été arrêté à Annecy, avant de pouvoir mener à bien son projet d'attentat terroriste.

En juin 2025, à Saint-Etienne, un attentat masculiniste a été déjoué. Un jeune homme de 18 ans prévoyait d'attaquer des femmes au couteau.

A Nantes, en avril 2025, un élève a attaqué plusieurs de ses camarades de classe dont l'une est décédée après avoir reçu une cinquantaine de coups de couteau.



Aujourd'hui, au fond de nos poches, notre smartphone nous offre des univers colonisés par le récit masculiniste. Celui-ci vise à réaffirmer et à renforcer la suprématie des hommes sur les femmes et les minorités, parfois par la terreur. Ces discours réactionnaires s'organisent sous un vernis de résistance aux mouvements sociaux qui luttent contre les inégalités (de sexe, de genre, de classe, liées au racisme et au néocolonialisme). De la victimisation de la situation "des hommes" à la justification des inégalités, voire des violences de genre, les masculinistes **veillent en réalité à maintenir et exalter un ordre d'abord patriarcal, mais aussi classiste, raciste et colonial.**



SOMMAIRE

- **Introduction** page 03
- **Méthodologie** page 05
- **Apport de facilitation** page 08

La technologie au service du récit masculiniste ?

- cartes N° 28 à 31 page 10
- cartes N° 41 à 43 page 11

Un récit qui banalise l'exploitation sexuelle et commerciale et la marchandisation des corps des personnes vulnérables

- cartes N° 32 à 36 page 13
- cartes N° 37 à 40 page 15

Du côté des filles...

- cartes N° 51 à 60 page 18
- cartes N° 60 et 35 page 19

Du récit masculiniste aux mouvements masculinistes

- cartes N° 25 à 27 page 20
- cartes N° 7 à 14 et 21 à 24 page 21
- cartes N° 15 à 20 page 22
- cartes N° 1 à 5 page 23
- cartes N° 6 page 25
- cartes N° 61 et 62 page 26
- cartes N° 44 à 47 et 63 page 27
- cartes N° 48 à 50 page 28



Le Monde selon les femmes asbl
18 rue de la Sablonnière
B - 1000 Bruxelles
+ 32 2 223 05 12

www.mondefemmes.org



QUARTIERS
DU MONDE

Avec la participation de Quartier du Monde

Publié avec l'aide financière de la DGD, Direction générale
Coopération au Développement et l'Aide humanitaire – Belgique et
de la Fédération Wallonie-Bruxelles



Belgique
partenaire du développement



FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES



**alter
égales**
COMITÉ POUR
LES DROITS DES FEMMES

Imprimé sur papier écologique par AZ Print



IMPRIM'VERT®