



GOUVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Charte pour une représentation mixte des jouets

EDITION 2023



Préambule

Le Président de la République a fait de la parité et de l'égalité entre les femmes et les hommes la grande cause de ces deux quinquennats successifs. A ce titre, le Gouvernement a la volonté de lutter contre les stéréotypes de genre dès le plus jeune âge.

Mis en place en mars 2019 pour faire des propositions afin de faire progresser la présence des femmes dans l'industrie, le Conseil pour la mixité dans l'industrie, qui travaille sous l'égide du Ministère de l'Economie et des Finances et pour le compte du Conseil National de l'Industrie, a axé ses travaux sur trois priorités : l'éducation, l'orientation et la formation. Le premier axe vise à susciter davantage de vocations chez les jeunes femmes et à lutter contre les préjugés qui peuvent les détourner des univers scientifiques dès l'enfance.

À cet effet, les Ministères de l'Economie et des Finances et de l'Egalité entre les femmes et les hommes ont rassemblé le 24 juin 2019, à six mois de Noël, l'ensemble des acteurs de la filière jouets (fabricants, distributeurs, annonceurs) et les parties prenantes (parlementaires, autorités publiques, représentants de consommateurs, associations) pour faire un état des lieux de la situation et aboutir le 24 septembre 2019, à trois mois de Noël, à des engagements des acteurs.

Ces engagements se sont matérialisés dans la charte signée le 24 septembre 2019, co-construite avec l'ensemble des acteurs de la filière jouet, les associations, les autorités de contrôle de l'audiovisuel et l'Union des Marques. Avec cet engagement collectif et les actions concrètes qui en découlent, les signataires ont souhaité promouvoir la mixité entre filles et garçons dans la création, la distribution et la promotion des jouets.

Quatre ans après la signature de la première édition de la charte, de nombreuses avancées ont été réalisées par les différentes parties. Parmi les sites marchands ayant mis en œuvre les engagements volontaires contenus dans la Charte, nous pouvons noter les actions principales suivantes :

- . Segmentation produit organisée par catégorie de jouet ou par âge et non par genre ;
- . Suppression de tous les filtres de navigation guidée "Genre" qui étaient présents dans les pages listes produits ;
- . Suppression des mentions genrées dans les descriptions produits et libellés produits ;
- . Utilisation de visuels majoritairement mixtes et de couleur neutre lors des mises en avant de la catégorie Jouet.

Afin de continuer les efforts collectifs initiés en 2019, puis renouvelés en 2020 et 2021, une nouvelle version de la charte a été signée le 29 novembre 2021 comprenant de nouveaux engagements sur les jouets scientifiques et les déguisements, notamment, et intégrant de nouveaux acteurs parmi les associations qui travaillent sur les jeux scientifiques.

Afin de poursuivre les actions engagées pour la promotion de la mixité dans les jouets, les signataires se sont engagés à améliorer l'évaluation des progrès réalisés à travers de nouveaux indicateurs. De nouveaux engagements ont également été définis. Cette nouvelle charte s'applique à compter de sa signature et jusqu'en 2026.

Engagements des fabricants de jouets

Les fabricants s'engagent à :

1. Conception des produits

- Reconnaître l'importance de développer des jouets ne véhiculant pas de stéréotypes genrés discriminants, tout en préservant la liberté de création indispensable pour enrichir l'expérience de jeu des enfants et assurer le dynamisme du secteur.
- Pour les marques qui ont développé des univers « filles » et « garçons » – étant entendu que cette caractérisation par le genre a vocation à disparaître : développer des références (jouets, déguisements) à la technique et la technologie pour les filles et réciproquement des références aux sujets domestiques et aux soins dans les univers ciblés garçons.
- Mettre fin aux stéréotypes sexistes diffusés, non pas par le jouet en lui-même, mais par sa notice et/ou sa description (description du produit et communication pour promouvoir le produit). Exemple : préférer les formulations « pour faire comme les grands » à « pour faire comme maman » dans le cas d'un kit de ménage.
- Promouvoir auprès des fabricants, le prix REPRESENTe de l'Union des marques auquel sont invitées à concourir les campagnes ou initiatives favorisant la représentation mixte des jouets.
- Concernant les déguisements, veiller à ce qu'il n'y ait pas de différentiel genré dans la représentation des métiers afin que filles et garçons puissent se représenter sans différence d'ambition. Dans la représentation des rôles fictifs, accorder une attention particulière à la présence d'héroïnes positives et/ou audacieuses telles que super-héroïnes, justicières, piratesses plutôt que princesses ou reines de beauté.

2. Conditionnement

Promouvoir le développement de visuels neutres ou mixtes, y compris pour les catégories traditionnellement sexuées (ex : soin aux bébés, cuisine, bricolage, jeux de construction, garages, trains, ...), et de visuels adaptés aux produits qui promeuvent l'émancipation et l'ambition des filles.

3. Catalogue des fabricants

Supprimer la catégorisation jouets filles/jouets garçons dans les catalogues, imprimés et en ligne, au profit d'une présentation par catégories de produits ou par type de bénéfice apporté par le type de jouet (créativité, résolution de problèmes, développement physique et/ou intellectuel, sociabilité ...).

Promouvoir la mixité et/ou la neutralité dans la scénographie des catalogues.

4. Publicité

Respecter scrupuleusement les recommandations de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité :

- Image et respect de la personne
- Enfant
- Réaliser annuellement une évaluation de conformité des publicités à ces recommandations.

5. Jouets Scientifiques

Poursuivre le développement des jouets scientifiques avec notamment des concepts qui donnent le pouvoir de répondre aux grands défis des transitions énergétique et environnementale, de manière à mobiliser les garçons et les filles sur des activités/métiers perçus comme plein de sens puisqu'ils répondent aux grands changements.

Poursuivre le développement de jouets scientifiques qui font notamment la promotion des filières et des métiers liés aux STIM (Sciences, Technologie, Ingénierie et Mathématiques) autant auprès des filles que des garçons sans assignation au genre.

Promouvoir de manière large les jeux scientifiques avec la création d'un label « Sciences, Technologie, Ingénierie, Maths » - STIM. Ce label pourrait être repris par les marques dans leur communication et au travers de leurs produits.

Engagements des distributeurs de jouets

Les distributeurs s'engagent à :

1. Catalogues des distributeurs (hypermarchés, supermarchés, magasins spécialistes du jouet)

- Elaborer, au niveau des fédérations et en lien avec les associations signataires de la charte, un guide de bonnes pratiques à destination des acheteurs, des industriels et des ayants-droit des marques.
- Eviter les stéréotypes de genres assignant à chaque genre des postures, des activités ou des codes de couleurs trop déterminés.
- Valoriser la dimension « non genrée » des jouets à caractère scientifique, notamment par la scénographie.

2. Organisation et signalétique des rayons en magasins

- Limiter la catégorisation entre jouets filles et jouets garçons dans les magasins afin d'éviter les stéréotypes de genre, explicites ou implicites (couleur des pages, présence de jouets stéréotypés) notamment via des codes couleurs ou d'autres indices de cloisonnement entre filles et garçons.
- Favoriser la représentation mixte dans les rayons des magasins, en mettant en avant la présentation par catégories de produits ou par bénéfice apporté par le type de jouet.
- Mieux mettre en valeur les jouets scientifiques en direction des garçons et des filles.
- Poursuivre la sensibilisation des équipes, notamment par le déploiement opérationnel des supports réalisés lors des précédentes campagnes.

3. Organisation des sites marchands

À l'instar des sites physiques, les sites de vente en ligne s'engagent à :

- Classer prioritairement les jouets par catégorie et non par genre.
- Veiller à l'équilibre des propositions de jouets entre les genres.
- Utiliser toute la palette de couleurs pour illustrer les pages de jouets traditionnellement destinés aux filles et aux garçons.
- Prêter une attention particulière au vocabulaire utilisé pour décrire le jouet.
- S'adresser aux parents et non uniquement aux mamans ou aux papas.
- Utiliser des représentations mixtes d'enfants pour illustrer les jouets.
- Parler des différentes caractéristiques du jouet, plutôt que du genre auquel il serait prétendument destiné.
- Les plateformes et places de marché en ligne s'engagent à sensibiliser les entreprises utilisatrices de places de marchés en ligne sur les principes et les actions prévus par la présente charte.

4. Formation des vendeurs et vendeuses

- Mettre à la disposition des magasins un module audiovisuel de formation créé en partenariat entre les associations signataires de la charte, les fédérations de fabricants et les distributeurs pour sensibiliser les vendeurs / vendeuses en magasins aux stéréotypes de genre, notamment dans leur manière d'aborder le client en se référant à l'âge et de le conseiller sur les produits.

5. Publicité

- Faire respecter par le secteur, les engagements concernant les codes de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité pour l'égalité femmes-hommes et la représentation de la femme.

6. Jouets Scientifiques

- Proposer des jouets scientifiques qui font notamment la promotion des filières et des métiers liés aux STIM (Sciences, Technologie, Ingénierie et Mathématiques) autant auprès des filles que des garçons sans assignation au genre.

Engagements des Associations

Les douze associations, Accent Petite Enfance, l'Association des Ludothèques Françaises, l'Association Nationale des Puéricultrices Diplômées et des Etudiants, Elles bougent, Familles de France, Familles Rurales, Femmes & Sciences, la Fédération Française des Psychomotriciens, la Fédération Française des Entreprises de Crèches, Le Jeu pour Tous, Pépité Sexiste et Women in Toys s'engagent à :

- Contribuer, selon leurs moyens, par un travail commun, avec les acteurs de la profession du jouet, à l'élaboration d'un guide pratique à destination des acheteurs et des responsables grand compte, pour favoriser notamment la mise à disposition des jeux d'imitation essentiels au développement des jeunes enfants ;
- Identifier et promouvoir les actions positives des acteurs.

Les cinq associations, l'Association nationale des puéricultrices diplômées et des étudiants, la Fédération française des psychomotriciens, Femmes & Sciences, Le jeu pour tous, et Pépité sexiste s'engagent à :

- Collaborer à l'élaboration d'un support de formation à destination des vendeurs et vendeuses en magasin, dans la limite de leurs moyens.

Les dix associations, Accent Petite Enfance, l'Association des collectifs enfants parents professionnels, l'Association Nationale des Assistants Maternels Assistants & Accueillants Familiaux, Elles bougent, Familles de France, la Fédération française des psychomotriciens, la Fédération Française des Entreprises de Crèches, Le jeu pour tous, Pépité sexiste et l'Union Fédérative Nationale des Associations des Familles d'Accueil et Assistants Maternels s'engagent à :

- Proposer des campagnes de sensibilisation sur les réseaux sociaux Facebook, Twitter et dans leur magazine.

Les douze associations, Accent Petite Enfance, l'Association des collectifs enfants parents professionnels, l'Association des ludothèques françaises, l'Association Nationale des Assistants Maternels Assistants & Accueillants Familiaux, l'Association Nationale des Puéricultrices Diplômées et des Etudiants, Familles de France, Elles bougent, Familles Rurales, la Fédération française des entreprises de crèches, la Fédération française des psychomotriciens, Le Furet et l'Union Fédérative Nationale des Associations des Familles d'Accueil et Assistants Maternels s'engagent à :

- Proposer des formations et/ou des actions de sensibilisation à destination des professionnels de leur réseau et des familles ;
- Relayer, voire créer des supports de communication à destination des professionnels, et les diffuser au sein de leur réseau et sur les réseaux sociaux nationaux et fédéraux ;
- Valoriser les outils existants dans leur réseau ;
- L'association Femmes&Sciences souhaite développer des jouets scientifiques en partenariat avec l'association Planète Sciences, qui intervient auprès des jeunes ;
- L'Association Elles Bougent travaille auprès des collégiennes pour le code : relai des bonnes actions et déploiement d'une stratégie à l'attention des écoles primaires, notamment avec un kit prêt à utiliser pour déconstruire les stéréotypes avec les marraines impliquées dans l'association.

La Fédération française des industries Jouet-Puériculture, l'Association des Créateurs et Fabricants de Jouets Français, la Fédération des Commerces spécialistes des Jouets et des Produits de l'Enfant et la Fédération du Commerce et de la Distribution s'engagent à :

- Poursuivre la sensibilisation des acteurs de la filière via la diffusion du module de formation et la mise à disposition du guide de bonnes pratiques.
- Évaluer ces actions par la remise d'un rapport avant la signature de la prochaine Charte sur le suivi de la formation et le déploiement de la charte dans les magasins (agencements magasins, organisation des sites internet, déploiement de la formation en magasins, bonnes pratiques mises en place par les enseignes etc.).

Engagements de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique

L'Autorité de la régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM) s'engage à :

- Accompagner les actions de cette charte afin de tendre vers une représentation non stéréotypée dans les jouets.
- Accorder une importance particulière à la question de la représentation mixte des jouets afin de lutter contre les stéréotypes de sexe, dans le cadre de son bilan de la charte d'engagements volontaires pour la lutte contre les stéréotypes sexuels, sexistes et sexués dans la publicité¹ signée le 6 mars 2018 avec l'ensemble des professionnels du secteur, l'Union des marques, l'Association des Agences-Conseil en communication, la filière « la communication » et l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité.
- Réaliser tous les cinq ans une étude pour mesurer l'impact de la charte d'engagements volontaires sur les stéréotypes sexuels, sexistes et sexués. Dans ce cadre, une attention particulière sera portée sur les publicités pour enfants.

¹ <https://www.csa.fr/Informer/Toutes-les-actualites/Actualites/Retrouvez-la-charte-contre-les-stereotypes-sexistes-dans-les-publicites>

Engagements de l'Union des marques

L'Union des marques s'engage à :

- Mettre à disposition des acteurs du secteur la grille d'analyse des stéréotypes femmes-hommes en publicité utilisable dans la phase de conception des campagnes de communication pour évaluer la présence de stéréotypes de genre dans ses communications ;
- Répondre aux sollicitations des acteurs du secteur pour partager et promouvoir les moyens et outils pour développer une communication et un marketing ne comportant pas de stéréotypes de genre (programme FAIRe, Charte d'engagements volontaires en partenariat avec l'ARCOM, recommandation dédiée de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité).
- Relayer auprès des acteurs du secteur la campagne d'appel à candidatures au Challenge REPRESENTe qu'elle organise chaque année en présence d'un jury composé de personnalités indépendantes et expertes des questions de l'égalité entre les femmes et les hommes et dont la catégorie Représentation de la diversité et l'inclusion concerne les initiatives de communication (institutionnelles, commerciales ou internes) valorisant la représentation de la société française dans son ensemble, sous toutes ses formes (apparence physique, genre, âge, handicap, ethnie etc.). Sont invitées à concourir les campagnes de communication et/ou initiatives de lutte contre les stéréotypes.

Un prix spécial pourra récompenser la meilleure campagne ou initiative favorisant la représentation mixte des jouets, en présence d'un représentant de la Direction Générale des Entreprises.

Engagements des acteurs publics

Les acteurs publics s'engagent à :

- Sensibiliser les acheteurs publics de jouets et jeux à l'intérêt de privilégier l'achat de produits non genrés et œuvrer en ce sens auprès des acteurs de la petite enfance, de l'éducation nationale et des activités périscolaires.
- Promouvoir une action portant sur les jouets scientifiques adaptés aux âges des enfants et à leurs compétences pour les fêtes de fin d'année (livres, activités et plus largement univers extra-scolaires,...).
- Lutter dès la prime enfance contre les stéréotypes sexistes par la sensibilisation des professionnels et, pour les établissements, des gestionnaires publics et privés des modes d'accueil du jeune enfant et la promotion d'un usage non-genré des jouets, en application du principe n°7 de la Charte nationale pour l'accueil du jeune enfant du ministère des solidarités et de la famille.

Action commune à l'ensemble des acteurs

L'ensemble des signataires s'engagent à :

- Agir dans l'intérêt des enfants et respecter la réglementation relative à la protection de l'enfance.
- Mettre en œuvre, en fin d'année, une communication incitative à destination du grand public (via la presse ou les réseaux sociaux), afin d'ouvrir le champ des jouets et de prendre en compte la contribution des différents jouets au développement des enfants (par exemple, des activités leur permettant de développer leur confiance en eux, leur sens de la coopération et de l'altruisme et ce, tant chez les filles que chez les garçons).

Échéancier et mesure des engagements

Les parties s'engagent à compter de la signature de la présente charte et jusqu'en 2026 à :

- Mettre en œuvre, en collaborant entre eux, les engagements prévus dans la charte dès sa signature.
- Mettre à jour annuellement le guide de bonnes pratiques, réalisé par les fabricants et distributeurs et mettant en avant les actions des acteurs en faveur de la mixité des jouets. Traduire en anglais ce guide de bonnes pratiques afin qu'il soit diffusé aux sièges Internationaux des entreprises.
- Echanger, pour ce qui concerne l'ARCOM et l'ARPP, sur leurs grilles d'analyse des publicités.
- Organiser une rencontre annuelle avec les adhérents de la FJP, de la FCJPE, de la FCD, de la FEVAD, de l'ARPP, de l'association Women in Toys et les adhérents des associations et fédérations qui le souhaitent, sur le sujet de la mixité (par exemple pour présenter l'étude annuelle du cabinet Quantitude ou échanger sur d'autres sujets liés à la mixité).
- Communiquer sur l'existence du prix REPRESENTe de l'Union des marques auquel sont invitées à concourir les campagnes ou initiatives favorisant la représentation mixte des jouets.
- Evaluer chaque année les engagements liés à la formation en précisant notamment le nombre d'employés ayant suivi pendant l'année un module de sensibilisation aux stéréotypes de genre et plus largement aux enjeux de diversité et d'inclusion, ainsi que les ressources pédagogiques à leur disposition traitant de ces sujets.
- Mettre à la disposition des enseignes de distributeurs de jouets, le module audiovisuel de sensibilisation des vendeurs et faire réaliser par la FCJPE et la FCD un compte-rendu du déploiement de ce module en interrogeant leurs adhérents.
- Rendre compte, chaque année, des actions menées pour valoriser les jouets scientifiques, qui font notamment la promotion des filières et des métiers liés aux STIM (Sciences, Technologie, Ingénierie et Mathématiques), autant auprès des filles que des garçons sans assignation au genre. Proposer des pistes d'action permettant d'aller plus loin en la matière.
- Présenter chaque année les actions mises en œuvre pour que les publicités (télévisuelles, digitales, papier...) soient conformes aux recommandations de l'ARPP sur l'Image et le respect de la personne et l'Enfant, et aux critères de la présente charte. Identifier par ailleurs les axes d'amélioration à prévoir sur les publicités pour enfants au regard des évaluations de l'ARCOM et de l'ARPP en lien avec les engagements contenus dans la Charte pour une

représentation mixte des jouets et les mettre en œuvre. L'ARPP poursuivra son étude annuelle sur les jouets dans le cadre de son Bilan d'application de la Recommandation Image et respect de la personne.

- Transmettre chaque année au Gouvernement, au mois de mai un bilan des engagements respectifs à chaque signataire faisant l'objet de la présente charte. Le Gouvernement peut réunir annuellement les signataires de la charte afin d'échanger sur leur bilan.

Les parties conviennent de se réunir au mois de mai 2026 afin de travailler sur une 5^e édition de la charte.

Conclusion

Cette charte constitue un premier pas vers la déconstruction des stéréotypes véhiculés dès l'enfance par les jouets. Selon le Haut Conseil à l'Égalité, « les stéréotypes de sexe sont des représentations schématiques et globalisantes qui attribuent des caractéristiques supposées « naturelles » aux filles/femmes, aux garçons/hommes, [...] Les stéréotypes de sexe font passer pour naturels et normaux des rôles de sexe différents et hiérarchisés, assignés aux femmes et aux hommes. ».

Selon le Cadre national pour l'accueil du jeune enfant ², « les enfants ont besoin d'être valorisés pour leurs compétences personnelles et non en fonction des rôles habituellement attribués à chaque genre. Il est nécessaire de veiller à ce que les petites filles et les petits garçons soient encouragés de la même manière à aller vers les activités qui suscitent leur intérêt, sans être freinés ».

Les jouets sont des produits conçus ou destinés, exclusivement ou non, à être utilisés à des fins de jeu par des enfants de moins de 14 ans. Cette définition englobe un univers de produits extrêmement variés allant de la vignette autocollante jusqu'au portique de jardin en passant par les poupées et les jeux de société, et recouvrant donc de multiples catégories.

Au travers de cette charte, l'ensemble de la filière jouet s'engage à fournir des efforts mesurables pour améliorer la représentation mixte des jouets. Cet engagement démontre que les acteurs du jouet ont à cœur de proposer des jouets permettant à chaque enfant de développer ses aptitudes, d'éveiller sa curiosité et de gagner confiance en lui.

² https://solidarites-sante.gouv.fr/IMG/pdf/accueil_jeune_enfant_cadre_national.pdf

Le 4 décembre 2023,

Pour la Première ministre,

Mme Bérangère COUILLARD

Ministre déléguée auprès de la Première ministre,
*Chargée de l'Égalité entre les femmes et les hommes
et de la lutte contre les discriminations*

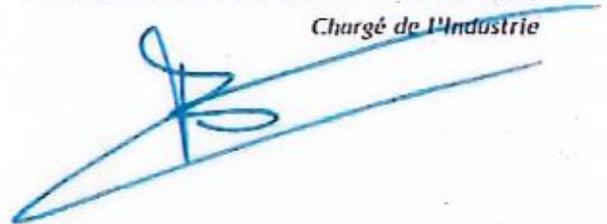


Pour le ministère de l'économie, des
finances et de la souveraineté
industrielle et numérique,

M. Roland LESCURE,

Ministre délégué auprès du ministre
de l'Économie, des Finances et de la
Souveraineté industrielle et numérique,

Chargé de l'Industrie



Pour le ministère de l'économie, des finances
et de la souveraineté industrielle et numérique,

Mme Olivia GREGOIRE,

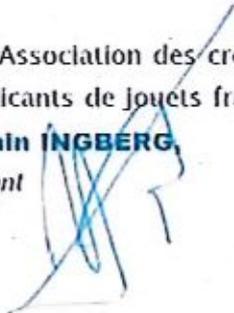
Ministre déléguée auprès du
ministre de l'Économie, des Finances
et de la Souveraineté industrielle et
numérique,

*Chargée des Petites et Moyennes
Entreprises, du Commerce, de
l'Artisanat et du Tourisme*



Pour l'Association des créateurs
et fabricants de jouets français,

M. Alain INGBERG,
Président



Pour la Fédération des industries
du Jouet-Puériculture,
Mme Julie CHABOUD,
Vice-présidente



Pour la Fédération du Commerce
Coopératif et Associé,

M. Jean-Pierre DRY,
Président



Pour la Fédération du Commerce
et de la Distribution,
Mme Emille TAFURNEL,
Directrice qualité



Pour la Fédération des commerces spécialistes
des jouets et des produits de l'enfant,

M. Jacques BAUDOZ,

Coprésident



11

Pour la Fédération du e-commerce
et de la Vente à Distance,

M. Moncef LAMECHE,

Président



Pour l'Accent Petite Enfance,

Mme Muriel GASCO,

Présidente



Pour l'Association des Collectifs
Enfants, Parents, Professionnels,

M. Philippe DUPUY,

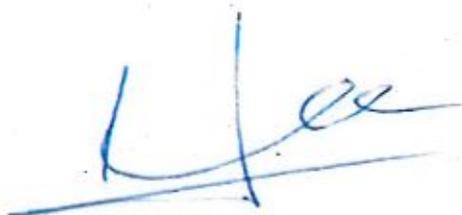
Directeur



Pour l'Association Familles de France,

Mme Virginie DURIN,

Présidente



Pour l'Association nationale
des puéricultrices diplômées et des étudiants,

M Fabien Marchand,

Trésorier adjoint et responsable de la commission modes d'accueil



Pour l'association Pépite sexiste,

Mme Marion VAQUERO,

Fondatrice



Pour la Fédération Française
des Entreprises de Crèches,

**Mme Thérèse MAJNONI
d'INTIGNANO,**

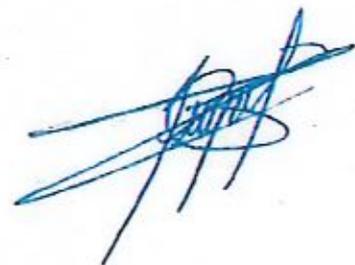
Vice-Présidente



Pour la Fédération Française
des Psychomotriciens,

M. Nicolas RAYNAL,

Secrétaire Général



Pour le Furet,

M. Richard SANCHO ANDREO

Présidente

PO
Com. de Vieux-la-Rue
Chargé mission égalité



Pour l'Union Fédérative Nationale
des Associations des Familles d'Accueil
et Assistants Maternels,

Mme Martine ORLAK,
Présidente



Pour l'Autorité de Régulation
Professionnelle de la Publicité,

Mme Christine ALBANEL,
Présidente

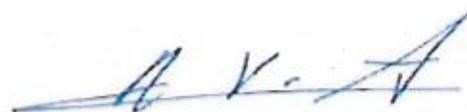


Pour Women In Toys,
Mme Catherine BLEEKER,
Présidente



Pour l'Autorité de régulation de la communication
audiovisuelle et numérique,

M. Roch-Olivier MAISTRE,
Président



Pour l'Union des marques,
Mme Laureline L'HONNEN-FROSSARD,
Directrice des affaires publiques et juridiques



Association Les Petits Débrouillards

M. Francis ROL-TANGUY

Président

P.O.

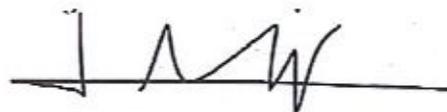


Elles bougent

Mme Amel

KEFIF Directrice

générale



Pour l'Association Femmes et Sciences,
Mme Evelyne NAKACHE,
Vice-Présidente



Pour l'Association des Ludothèques
Françaises,
Mme Anne MAZÉ,
Présidente



Pour l'Association Nationale
des Assistants Maternels Assistants
& Accueillants Familiaux,
Mme Marie-Noëlle PETITGAS,
Présidente



ANMAAF
Association Nationale des Assistants Maternels Assistants & Accueillants Familiaux

Séjour de permanence 20 Rue Edouard Belin 75018 PARIS
Séjour administratif 2 Rue de la Gare, 51000 AULNOY-SUR-ORNE
☎ 09 79 27 51 20 • ✉ anmaaf@anmaaf.org

www.anmaaf.org • www.anmaaf.org

N° SIRET 5173225483 • N° SIRET 5173225483 00028 • Code APE 8499Z
Région Île de France 2018 • N° Formateur 11 79 83258 72

pour connaître nos membres contactez-nous sur notre site internet

