

SONDAGE EXCLUSIF

5 ANS APRÈS #METOO, OÙ EN SONT LES HOMMES ?

Cinq ans après le mouvement #MeToo qui a permis une libération de la parole des femmes, Simone Media, dans un sondage inédit, a interrogé les hommes pour connaître l'impact du mouvement sur leur comportement vis-à-vis des femmes.

L'intégralité des résultats de l'étude* sera publiée dans la Newsletter « La Pause Simone », jeudi 02 mars à 8h00, et relayée par l'association *En Avant Toute(s)*.

*Etude réalisée par **Chloé Thibaud**, journaliste et autrice de la Newsletter.

DES HOMMES TÉMOINS DES COMPORTEMENTS INAPPROPRIÉS DE CEUX QUI LES ENTOURENT

8 HOMMES SUR 10 affirment avoir été déjà témoin d'un comportement inapproprié de la part d'un proche envers une femme.

PRÈS D'**1 HOMME SUR 5** a même déjà été témoin d'une scène où un proche essayait d'avoir ou avait un rapport sexuel avec une personne ivre ou droguée.

#METOO, UN IMPACT CONTRASTÉ SUR LES RELATIONS AFFECTIVES ET SEXUELLES DES HOMMES

PRESQUE **1 HOMME SUR 2** a déjà douté du fait que la personne qu'il draguait ou abordait en avait envie.

1 HOMME SUR 4 reconnaît avoir déjà insisté pour avoir une relation sexuelle alors que leur partenaire n'en avait pas envie.

45%,3 DES HOMMES considèrent que le mouvement #MeToo a eu un impact sur sa façon de se comporter dans ses relations affectives et sexuelles.

DE NOMBREUX TÉMOIGNAGES INÉDITS

• **Céline DAUGENET, rédactrice en chef adjointe de Simone Media**

« Les résultats de notre sondage dessinent une réalité à l'instant T et démontrent une prise de conscience de la gente masculine vis-à-vis des violences sexistes et sexuelles dont peuvent être victime les femmes. Pour maintenir le lien et suivre les évolutions comportementales des hommes dans le temps, nous réaliserons régulièrement ce type d'enquête. »

• **Chloé THIBAUD, journaliste et autrice de La Pause Simone**

« Après avoir réalisé plusieurs enquêtes mettant en lumière les réalités vécues par les femmes vis-à-vis des violences sexistes et sexuelles, j'ai souhaité permettre aux hommes de prendre la parole sur ces questions, beaucoup m'ayant déjà exprimé leur sentiment d'être "tous rangés dans le même sac". Dans la section libre du sondage, de nombreux hommes ont confié que le fait de répondre au questionnaire les avait bousculés, perturbés, mais aussi aidés à prendre conscience de comportements problématiques auxquels ils n'avaient jamais réfléchi avant. »

• **Louise DELAVIER, porte-parole de l'association En Avant Toute(s)**

« Cette enquête était importante à faire car ce sont des questions qui restent peu posées, et les résultats permettent d'éclairer des réalités invisibilisées. La pertinence de cette enquête réside aussi dans le fait qu'il ne faut pas y aller en accusant les hommes, mais de manière pédagogique. C'est important de poser les bonnes questions, d'avoir une posture ouverte vis à vis des hommes, pour qu'ils aient envie de changer par eux-mêmes. »

SONDAGE / MÉTHODOLOGIE

Echantillon : 1115 hommes, âgés de plus de 18 ans,

Mode de recueil : sondage créé sur Google Forms, disponible en ligne du 17 novembre 2022 au 16 janvier 2023,

Analyse : Via Google Sheets.

**ACCÉDEZ
À L'INTÉGRALITÉ
DU SONDAGE**

À PROPOS DE SIMONE MEDIA - Depuis 5 ans, Simone donne la parole à toutes les femmes qui souhaitent s'impliquer dans la société, interagir et s'engager au quotidien. Simone organise des actions fortes pour faire bouger les mentalités. **La Pause Simone** est **une newsletter féministe, pop et engagée**, écrite par la journaliste Chloé Thibaud et proposée par Simone Media. Elle est envoyée le jeudi matin à 165 000 aboné-e-s.

[Plus d'informations ici](#)

À PROPOS DE PRISMA MEDIA - Leader des groupes bimédia de France, Prisma Media est le N°1 de la presse magazine, de la vidéo en ligne et de l'audience digitale quotidienne. Un leadership qui assure à Prisma Media un potentiel optimal d'audience de près de 40 millions* de personnes chaque mois sur ses différents médias, soit 3 Français sur 4. Avec un portefeuille de marques de référence, le groupe est présent sur les principaux segments tous publics. Porté par sa mission de rendre la vie des Français plus belle, Prisma Media adopte une stratégie offensive de développement de ses marques, de ses ressources et de nouveaux business dans les secteurs en forte croissance avec une ambition d'avoir toujours UN MÉDIA D'AVANCE.

[Plus d'informations ici](#)

À PROPOS D'EN AVANT TOUTE(S) - En Avant Toute(s) est **une association qui agit pour l'égalité des genres et la fin des violences**. Elle agit principalement auprès des jeunes en œuvrant pour sensibiliser et enfin changer les comportements sexistes. Elle accompagne aussi des jeunes et personnes LGBTQIA+ vivant des violences au sein du couple et de la famille via le premier tchat spécifique : commentonsaime.fr.

[Plus d'informations ici](#)