

ASSEMBLÉE NATIONALE
30 octobre 2025

PROJET DE LOI DE FINANCES POUR 2026 - (N° 1906)

Tombé

AMENDEMENT N ° II-CF1316

présenté par
Mme Battistel, Mme Froger, Mme Keloua Hachi, Mme Récalde, Mme Thiébault-Martinez,
M. Bouloux, M. Philippe Brun, Mme Mercier, M. Oberti, Mme Pantel, Mme Pirès Beaune,
M. Baptiste, M. Baumel et les membres du groupe Socialistes et apparentés

ARTICLE 49
ETAT B

Mission « Solidarité, insertion et égalité des chances »

Modifier ainsi les autorisations d'engagement et les crédits de paiement :

(en euros)

Programmes	+	-
Inclusion sociale et protection des personnes	0	4 000 000
Handicap et dépendance	0	0
Égalité entre les femmes et les hommes	4 000 000	0
TOTAUX	4 000 000	4 000 000
SOLDE	0	

EXPOSÉ SOMMAIRE

Depuis la rentrée scolaire de septembre 2025, le programme d'éducation à la vie affective, relationnelle et sexuelle (EVARS) est censé être appliqué dans les établissements scolaires, avec trois séances minimum prévues par an, conformément à la loi de 2001.

En parallèle de cette mise en œuvre, le collectif Pour une véritable éducation à la sexualité estime dans son livre blanc que l'organisation d'une campagne nationale annuelle de sensibilisation auprès de la population générale, indispensable pour créer un environnement favorable à l'éducation à la vie affective, relationnelle et sexuelle, représenterait un coût d'environ 4 millions d'euros.

Cette estimation rejoint les ordres de grandeur des grandes campagnes de communication publique menées ces dernières années par le Gouvernement. D'après les référentiels de la Délégation interministérielle à la communication du Gouvernement (DICOM), une campagne nationale audiovisuelle et numérique mobilise en moyenne :

– 2 à 2,5 millions d'euros pour la production et la diffusion de spots TV, radio, réseaux sociaux et affichage ;

– 1 million d'euros pour la conception de supports pédagogiques, vidéos et outils de communication à destination des jeunes publics ;

et 0,5 à 1 million d'euros pour les partenariats territoriaux et l'évaluation d'impact.

Le montant proposé de 4 millions d'euros correspond donc au coût réel d'une campagne de communication nationale multisupport, comparable à celles déjà financées par l'État sur la sécurité routière ou la lutte contre les violences faites aux femmes.

Or, dans le projet de loi de finances pour 2026, le budget dédié aux actions de communication et de sensibilisation en faveur de l'égalité femmes-hommes (action 23 du programme 137) n'atteint que 0,8 million d'euros, soit un niveau en baisse par rapport à 2025 et très insuffisant pour permettre la diffusion d'une campagne d'envergure nationale.

Dans un contexte de montée des masculinismes et de remise en cause croissante de l'éducation à la sexualité, ne pas investir dans la pédagogie grand public et la culture de l'égalité reviendrait à fragiliser un pilier essentiel des politiques publiques d'égalité entre les femmes et les hommes.

Cet amendement vise donc à renforcer les moyens consacrés aux campagnes de sensibilisation grand public afin de permettre le lancement d'une campagne nationale sur l'EVARS, telle que préconisée par les associations spécialisées.

Pour assurer sa recevabilité, cet amendement vise à diminuer de 4 million d'euros d'autorisations d'engagement (AE) et de crédits de paiement (CP) les ouvertures prévues par le texte initial sur l'action 17 « Protection et accompagnement des enfants, des jeunes et des familles vulnérables » du programme Inclusion sociale et protection des personnes et à abonder pour un même montant l'action 23 « Soutien du programme égalité entre les femmes et les hommes » du programme 137 Égalité entre les femmes et les hommes.

Le présent amendement est porté par les co-rapporteuses de la Délégation aux droits des femmes pour le PLF 2026.