

Commission consultative sur les procédés de réclame à caractère sexiste

La commission consultative sur les procédés de réclame à caractère sexiste s'est penchée sur cette publicité les 26 et 27 mars 2024.

Publicité pour Interdiscount «*Nous proposons bien plus qu'une ex*»

Le procédé de réclame pour Interdiscount revêt un caractère sexiste, au sens de l'article 5b al. 2 de la Loi vaudoise sur les procédés de réclame (ci-après: LPR, BLV n° 943.11).

MOTIVATION

I./ Forme – recevabilité

La publicité analysée est une affiche qui a été vue depuis le domaine public le 25 mars 2024. Cette réclame constitue donc un moyen graphique, destiné à attirer l'attention du public dans le but de faire de la publicité pour le magasin Interdiscount. Il s'agit d'un procédé de réclame, au sens de l'article 2 LPR.

Ledit procédé de réclame est visible, à l'extérieur, par le public (article 3 al. 1er et 5b al 1er LPR). Il a été aperçu sur le territoire de la Commune de Lausanne, sur l'Avenue de la Gare, à la hauteur du numéro 22.

Le cas d'espèce a été porté à la connaissance de la commission par une passante, comme le permet l'article 24 al. 2 LPR.

La Commission est donc compétente pour rendre un préavis sur le procédé de réclame en question (article 24 al. 1er LPR).

II./ Fond

Cette affiche comporte un fond rouge de la couleur des magasins Interdiscount avec sa raison sociale et un slogan «*Achetez comme vous aimez*», placés en haut de celle-ci. Au centre de l'affiche, en caractère de couleur blanche il est indiqué: «*Nous proposons bien plus qu'une ex*».

Le caractère sexiste de cette publicité se pose à l'aune d'une hypothèse traitée par l'article 5b LPR.

Des hommes ou des femmes sont affublés de stéréotypes sexuels mettant en cause l'égalité entre les sexes

Les stéréotypes sont un ensemble de croyances collectivement partagées qui remettent en question d'égalité car ils assignent des rôles basés sur le genre et ont tendance à enfermer un groupe de personnes (par exemple les hommes ou les femmes) dans certaines conceptions et représentations souvent passéistes.

Les rôles de genre sont des rôles attendus en fonction des sexes sur la base de normes qui vont valoriser ou dévaloriser une personne, si elle suit ou non ce qui est communément attendu d'elle.

Pour exemple, les rôles attendus pour ce qui est de la gent féminine concernent souvent la sphère domestique, à savoir la gestion du foyer, le rôle de mère, la gestion de soi-même et des autres etc.

Dans le cas d'espèce, la publicité Interdiscount fait appel à des stéréotypes sexuels en recourant au rôle basé sur le genre en évoquant délibérément «*une ex*», au féminin. «*Une ex*» fait donc allusion à une femme, à qui cette publicité attribue, par déduction et de manière stéréotypée, le rôle de gestionnaire des tâches domestiques, dans le cas d'espèce. Ainsi, entre les lignes, on comprend de cette publicité que «*l'ex*» s'occupait des tâches domestiques. Comme celle-ci n'est désormais plus là (vu que le couple s'est quitté), Interdiscount «*propose d'autres produits*» que le produit «*ex*» pour exécuter ces tâches. Certes, les magasins Interdiscount ne vendent pas que de l'électroménager. Cela dit, la manière dont est imaginée et tournée cette publicité fait immédiatement penser à cet univers précisément grâce à la puissance et à l'efficacité des stéréotypes, permettant de faire des raisonnements simplistes et sexistes.

Pensée ainsi, cette affiche publicitaire affuble non seulement la femme d'un stéréotype sexuel contraire à l'égalité hommes-femmes mais il réduit également la femme au rang de simple produit à vendre (réification). Cette interprétation est corroborée par le slogan «*achetez comme vous aimez*» qui démontre que la femme est non seulement un produit à vendre mais un produit même «*consommable*» que la publicité nous propose de «*renouveler*» comme on renouvellerait sa maison de nouveaux équipements périodiquement.

Au vu de ce qui précède, la commission considère que cette affiche constitue un procédé de réclame à caractère sexiste, au sens de l'article 5b LPR et nécessite donc son interdiction par l'autorité compétente, en vertu de l'article 23 LPR.

Le présent préavis fera l'objet d'une publication dans la FAO ainsi que sur la page internet dédiée de la DGMR.

Pour la Commission: **Florence Burdet Kamerzin**, Présidente