Madame, Monsieur,

La présente lettre vise à dénoncer la publicité que vous avez diffusée dans le journal annonçant qu’un calendrier de femmes nues serait remis à l’achat d’une caisse de 24 bouteilles de bière les 16 et 17 octobre dernier.

Cette publicité et cette pratique font preuve d’un sexisme éculé associant la consommation d’alcool à l’accès au corps des femmes. Les calendriers de femmes nues, ou pornographiques, proposent un modèle unique de beauté, objectifient les femmes et suggèrent que leur valeur dépend de leur adéquation à ces standards et de leur disponibilité sexuelle. De plus, ces calendriers utilisent une abondance de clichés et stéréotypes sexistes, quand ils ne font pas tout simplement écho à une misogynie à peine cachée. Faire la promotion de ce sexisme, en l’associant à un produit grand public comme la bière et en l’annonçant dans un journal local, fait preuve d’un manque flagrant de respect envers vos clientes et envers l’égalité entre les femmes et les hommes.

La réduction des femmes à des clichés et des stéréotypes de genre les enferme dans des rôles qu’elles n’ont pas choisis et qui les limitent. Quant à l’objectification des femmes, elle les réduit à être des objets plutôt que des sujets actant et pensant et a des impacts néfastes sur l’estime et la santé tant physique que mentale de nombreuses femmes. La banalisation de l’hypersexualisation voire, dans ce cas-ci, de la pornographie, dans les pratiques publicitaires laisse entendre que la valeur des femmes réside dans leur pouvoir de séduction et impose des normes esthétiques et comportementales néfastes pour l’égalité entre les femmes et les hommes.

C’est donc par souci d’égalité entre les femmes et les hommes que nous dénonçons les publicités à caractère sexuel ou sexiste. La publicité annonçant qu’un calendrier pornographique serait remis à l’achat d’une caisse de 24 bières et présentée dans le journal local au début d’octobre 2014 est un excellent exemple de banalisation de la sexualité et de l’objectification des femmes à des fins publicitaires et c’est pourquoi nous la dénonçons.

En ce sens, nous demandons que la dite publicité ne soit plus diffusée, si ce n’est pas déjà le cas, mais surtout, nous souhaitons que les publicités et promotions que vous diffuserez et offrirez à l’avenir seront plus respectueuses à l’égard des femmes.

En attente d’une réponse de votre part,

Éliane Legault-Roy

Agente de communication

Coalition nationale contre les publicités sexistes