Madame, Monsieur,

La présente lettre vise à dénoncer la publicité de Jergens vue dans la revue Chatelaine d’avril 2015.

Nous jugeons cette publicité sexiste car elle présente une femme dans une position de vulnérabilité qui laisse sous entendre la disponibilité sexuelle (couchée sur le dos, postérieur offert, jupe retroussée). Nous comprenons qu’il importait de montrer les jambes du modèle puisqu’il s’agit d’une crème pour le corps mais la mannequin n’aurait-elle pas pu être sujet actant de la publicité (en train de travailler ou faire du sport par exemple) plutôt que d’être réduite à un corps morcelé couché au sol ?

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. Les messages publicitaires banalisant l’hypersexualisation et misant sur la sexualité des femmes laissent entendre que leur valeur réside dans leur pouvoir de séduction et imposent 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 de Jergens présentée dans le Chatelaine du mois d’avril 2015 démontre de nombreux codes de la publicité sexiste (corps morcelé, femme sans tête, couchée au sol, passivité, disponibilité sexuelle) qui nuisent à une vision des femmes comme sujets actant et pensant.

En ce sens, nous demandons que ladite publicité ne soit plus diffusée, si ce n’est pas déjà le cas, mais surtout, nous souhaitons que les publicités que vous diffuserez 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