Madame, Monsieur,

La présente lettre vise à dénoncer la récente publicité de la Société des alcools du Québec « Enfin le printemps » (voir pièce-jointe).

Cette publicité présente le tronc d’une femme portant une veste dézippée laissant voir sa camisole et porte le slogan « Enfin le printemps ». Bien que les avis divergent à son sujet, nous jugeons cette publicité sexiste car elle fait usage de stéréotypes associés au genre. En effet, si la publicité joue sur le fait que nous ayons tous et toutes hâte aux beaux jours ainsi que sur l’illusion d’optique créant un verre de vin avec la veste dézippée, la rondeur des seins et la couleur de la camisole, il est impossible d’ignorer qu’elle fait également référence aux traditionnels commentaires macho célébrant le printemps parce que les femmes justement, se « dézippent » et découvrent leurs charmes.

Bien que l’illusion du verre et l’élément rassembleur de le joie qu’apporte l’arrivée du printemps étaient des bonnes idées à la base, le fait qu’elles soient associées à ce stéréotype sexiste et objectivant pour les femmes est extrêment décevant, qui plus est de la part d’une société d’État.

Il est beaucoup question depuis quelques temps du harcèlement de rue et des commentaires sur leur corps et leur apparence que doivent endurer les femmes du simple fait d’évoluer sur la place publique. L’évocation des commentaires machos se réjouissant de voir les femmes se dévêtir au printemps nous apparait comme un clin d’oeil fort déplacé à une culture sexiste et inégalitaire.

De plus, user de procédés éculés tels que l’assocation du corps de la femme à la vente d’alcool et le troncage de ce dit corps (qui n’est pas une personne mais seulement une partie d’une personne et qui s’en trouve d’autant plus objectifié) nous semble indigne d’une société d’État sensée représenter et servir - tout en la respectant - l’ensemble de la population.

La CNCPS est un organisme sans but lucratif qui effectue une veille médiatique, dénonce les publicités à caractère sexuel ou sexiste et oeuvre afin que médias et publicités offrent des représentations des femmes et des filles qui soient égalitaires et diversifiées, dans une optique d’égalité entre les hommes et les femmes.

Votre publicité n’est certe pas sexualisée mais elle est sexiste en ce qu’elle fait usage de stéréotypes liés au genre (vente d’alcool et corps de femme) et qu’elle objectifie un corps de femme en n’utilisant qu’une partie de celui-ci pour vendre un produit qui ne lui est aucunement lié.

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 vos publicités à venir soient 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

9405, rue Sherbrooke Est  
Montréal (Québec)  
H1L 6P3