Madame, Monsieur,

La présente lettre vise à dénoncer les deux publicités vues sur votre page Facebook, (publication datant du 27 mars 2015).

Ces publicités font montre d’un sexisme éculé en utilisant le corps de la femme, et l’évocation de la sexualité (femmes portant de la lingerie, poses suggestives) pour vendre un produit sans rapport aucun. De plus, la phrase « How do you like your meat » laisse sous-entendre que le corps de la femme n’est en fait que de la viande.

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. L’égalité entre les femmes et les hommes, de même que l’impact du sexisme sur la vie des femmes sont des enjeux importants que vous minimisez en répondant à vos détracteurs sur Facebook que « nous avons tous tellement d’autres problèmes à faire face! ».

Les publicités de La Queue de cheval Steakhouse diffusées sur Facebook le 27 mars 2015 sont un exemple patent de l’objectification des femmes à des fins publicitaires et de la banalisation de la sexualité qui nuisent à l’égalité entre les femmes et les hommes. Il ne s’agit en aucun cas d’un « hommage à la beauté » ou d’un jeu de mot. Il s’agit d’un procédé vieux comme le monde - associer une femme et la sexualité à un produit pour en faire la promotion – et d’un sous-entendu de très mauvais goût. Le fait que le tout sois associé à une bonne cause, le cancer du sein, n’excuse ni ne justifie en rien le recours à des procédés publicitaires sexistes.

Nous comprenons que cette publicité date de 2012 mais elle est toujours en circulation et vous la défendez toujours. En ce sens, nous demandons que la dite publicité ne soit plus diffusée, 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