



## 15ème législature

<b>Question N° :</b> <b>6560</b>	De <b>Mme Béragère Couillard</b> ( La République en Marche - Gironde )	<b>Question écrite</b>
<b>Ministère interrogé</b> > Égalité femmes hommes		<b>Ministère attributaire</b> > Égalité femmes hommes
<b>Rubrique</b> > femmes	<b>Tête d'analyse</b> > Misogynie dans la publicité	<b>Analyse</b> > Misogynie dans la publicité.
Question publiée au JO le : <b>20/03/2018</b> Réponse publiée au JO le : <b>24/07/2018</b> page : <b>6653</b>		

### Texte de la question

Mme Béragère Couillard attire l'attention de Mme la secrétaire d'État, auprès du Premier ministre, chargée de l'égalité entre les femmes et les hommes, sur la misogynie dans la publicité. Dans un rapport publié en octobre 2017, le CSA constatait que les stéréotypes de genre étaient encore extrêmement présents dans la publicité. Ainsi, les rôles « d'experts » dans les publicités sont occupés dans 82 % des cas par des hommes et les femmes dans des rôles à connotation plus sexuelle. Parce que certaines pratiques publicitaires (télévision, internet, affichages libres) peuvent représenter un vecteur de diffusion de stéréotypes de genre, il est important que les pouvoirs publics accompagnent le mouvement de société envers plus d'égalité entre les femmes et les hommes. Ainsi elle souhaite savoir ce que le Gouvernement entend faire concernant les stéréotypes dans la publicité.

### Texte de la réponse

Afin de lutter contre le sexisme et protéger l'image et les droits des femmes, le Gouvernement a renforcé les pouvoirs de contrôle du conseil supérieur de l'audiovisuel via l'adoption de l'article 56 de la loi no 2014-873 du 4 août 2014 pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes (art. 56). Ainsi, le Conseil doit « veiller à la juste représentation des femmes et des hommes à l'antenne, ainsi qu'à l'image des femmes (...) dans les programmes, notamment en luttant contre les stéréotypes, les préjugés sexistes, les images dégradantes, les violences faites aux femmes et les violences commises au sein du couple ». Dans ce cadre, le CSA a réalisé une étude en 2017 sur « la représentation des femmes dans les publicités télévisées » à partir d'un corpus de 2055 messages publicitaires passé à la télévision qui a permis de mieux caractériser et quantifier les stéréotypes sexistes présents dans les publicités. A partir de ces constats, le CSA a réuni un groupe de travail comprenant les annonceurs, publicistes et l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité, en vue d'élaborer avec eux une « Charte d'engagements volontaires pour la lutte contre les stéréotypes sexuels, sexistes et sexués dans la publicité ». Cette charte a été signée le 6 mars 2018 par l'UDA (l'Union des annonceurs), par l'Association des agences conseils en communication – l'AACC et la filière « la communication ». Elle prévoit la création par le CSA d'un comité de suivi composé des signataires afin d'établir un bilan partagé annuel, mettant en avant les bonnes pratiques et formulant si besoin des propositions d'amélioration. Par ailleurs le CSA s'est doté d'un dispositif de signalement en ligne, accessible à tout public, pour l'alerter sur un programme ou une publicité diffusés à la télévision, à la radio, ou accessibles sur un service à la demande. Une fois saisi, le CSA examine les signalements des auditeurs et des téléspectateurs ; il intervient auprès de la chaîne, de la station ou du service s'il constate de leur part une infraction au cadre juridique de l'audiovisuel. Il peut, enfin, recourir le cas échéant à son pouvoir de sanction : en 2017, 19 interventions du CSA contre 8 en 2016 ont eu lieu à l'encontre d'émissions télévisées, en raison de propos et comportements humiliants, dégradants,

sexistes ou homophobes. Cette action s'inscrit dans l'objectif que s'est fixé le Gouvernement lors du comité interministériel à l'égalité entre les femmes et les hommes visant à mobiliser les acteurs du secteur de la publicité, de l'édition, du cinéma, de l'audiovisuel et de la presse dans la prévention et la lutte contre les stéréotypes de genre. Au-delà de l'action menée par le CSA, celle du Gouvernement pour l'éducation et le combat culturel en faveur de l'égalité, conformément aux orientations fixées par le Président de la République à l'occasion du lancement de la grande cause du quinquennat pour l'égalité entre les femmes et les hommes, contribue également à lutter contre les représentations et comportements sexistes. L'éducation est en effet au cœur de notre combat contre les inégalités entre les femmes et les hommes, les plus jeunes doivent être formés au repérage des stéréotypes de genre afin de pouvoir les déconstruire et les combattre. C'est pourquoi, le Gouvernement rend les séances d'éducation à la sexualité effectives en mobilisant les recteurs, à partir de la rentrée prochaine un référent égalité sera nommé dans chaque établissement scolaire et 1 à 2 journées entières de sensibilisation à l'égalité seront mises en place dans le cadre du futur service civil national. Enfin, l'ensemble de la communauté éducative, des professionnels de la petite enfance jusqu'aux professeurs de lycée, seront formés à la lutte contre les stéréotypes.