



Aux côtés de la Ville de Paris, des partenaires s'engagent contre les publicités sexistes

La Ville de Paris a organisé aujourd'hui un colloque, « Pour un Paris sans pub sexiste ». À cette occasion, Hélène Bidard, adjointe à la Maire de Paris et de nombreuses et de nombreux professionnel-le-s de la communication et de la publicité se sont réuni-e-s afin notamment d'adopter une déclaration qui les engage à ne plus créer et diffuser de publicités sexistes.

La Ville de Paris mène une politique résolue pour l'égalité entre les femmes et les hommes. En mars 2017, le Conseil de Paris a entériné l'engagement à veiller à ce qu'aucune publicité à caractère sexiste ou discriminatoire ne puisse être diffusée sur le réseau municipal d'information.

Dans la suite de cette démarche, Hélène Bidard, adjointe la Maire de Paris en charge de l'égalité femmes-hommes, de la lutte contre les discriminations et des droits humains, a proposé à de nombreux partenaires institutionnels et associatifs de s'engager au travers d'un colloque réunissant des professionnel-le-s de l'affichage urbain, de la communication et de la publicité afin d'échanger sur les bonnes pratiques à mettre en œuvre pour mettre fin aux publicités sexistes.

Ce colloque « Pour un Paris sans pub sexiste », qui s'est tenu ce mercredi 27 juin en Mairie du 4ème arrondissement en présence de Ariel Weil, maire du 4^e arrondissement, de Carine Petit, maire du 14ème arrondissement et de Edouard Martin, député européen, a été organisé avec le concours de Mad & Woman, et des associations Toutes femmes, toutes communicantes, Chiennes de gardes, la Brigade Anti-sexiste et Osez le féminisme, avec le soutien du Club des Directeurs et Directrices Artistiques.

Il a rencontré un grand succès grâce à une participation de professionnel-le-s de la communication et de la publicité, de représentant.e.s du Haut Conseil à l'Égalité (HCE) entre les femmes et les hommes, du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), du Groupe RATP et de sa régie METROBUS, de JC. Decaux, de Procter & Gamble, les agences St John's, et BETC.

« Je suis convaincue que pour progresser véritablement sur ce sujet, il faudrait une loi. Une loi pour, a minima, étendre à l'affichage la surveillance désormais prévue pour l'audiovisuel et, si possible et comme le revendiquent les associations féministes depuis si longtemps, enfin caractériser le sexisme publicitaire. Dans l'intervalle, nous nous servons du pouvoir et du mandat

que nous avons pour prendre des initiatives et pour mener une politique volontariste au niveau de la Ville de Paris », déclare Hélène Bidard.

Pour Christelle Delarue, fondatrice de l'agence de publicité féministe Mad & Woman : « Un changement de paradigme sociétal est en route. Je veux que le monde de la publicité, annonceurs, médias, créatives et créatifs, connaissent la réalité. Les femmes ne peuvent plus être considérées comme un sujet anecdotique. Elles doivent être au centre de la réflexion. »

A l'issue du colloque, les participant-e-s se sont notamment engagé-e-s sur la déclaration suivante :

« Nous, Ville de Paris, annonceurs, professionnel-le-s de la communication et de la publicité, associations, nous engageons ce jour à veiller à ne pas créer, diffuser, soutenir, toute publicité utilisant des stéréotypes sexistes, et des représentations dégradantes, dévalorisantes, déshumanisantes et vexatoires des femmes et des hommes et des rapports entre eux. Nous nous constituons en groupe de travail avec pour objectif d'établir une charte commune d'engagement dans le prolongement de cette déclaration ». Ce groupe de travail se réunira dès l'automne 2018. Île-de-France mobilités a d'ores et déjà annoncé qu'il souscrivait à cette déclaration et rejoignait le groupe de travail.

Certains partenaires se sont également engagés à veiller à ne pas créer, diffuser, soutenir, toute publicité cautionnant toute forme de discrimination fondée sur l'orientation sexuelle ou l'identité de genre, l'origine ethnique, l'origine nationale, la religion, le sexe ou l'âge ou portant atteinte à la dignité humaine.

Contact presse : Fiona Guitard / presse@paris.fr / 01 42 76 49 61