

**LESA France – 553/18**  
*Plaintes fondées*

**Le Jury de Déontologie Publicitaire,**

- Après examen des éléments constituant le dossier de plaintes,
- les personnes intéressées ayant été invitées à faire valoir leurs observations,
- et après en avoir débattu dans les conditions prévues par l'article 12 du règlement intérieur,

rend l'avis suivant :

**1. Les plaintes**

Le Jury de Déontologie Publicitaire a été saisi, entre le 30 octobre et le 7 novembre 2018, de plusieurs plaintes émanant de particuliers et, le 31 octobre 2018, d'une plainte émanant de l'association Les Chiennes de Garde, tendant à ce qu'il se prononce sur la conformité aux règles déontologiques en vigueur d'une publicité diffusée en affichage, en faveur de la société Lesa France, pour promouvoir sa loupe de lecture Ted optique.

Le visuel publicitaire en cause présente un buste de femme en soutien-gorge, serrant ses seins entre ses deux mains en les remontant vers le haut. Au bas de l'image figure une photographie du produit (une loupe).

Le texte employé en accroche publicitaire est « *Un complexe de taille* ».

**2. Les arguments échangés**

- Les plaignants considèrent que cette image est sexiste et dégradante.
- La société Lesa France a, par courrier recommandé avec avis de réception du 9 novembre 2018, été informée des plaintes dont copies lui ont été transmises et des dispositions dont la violation est invoquée.

Elle a été également informée que cette affaire ferait l'objet d'un examen dans le cadre de la procédure simplifiée prévue à l'article 12 du règlement intérieur du Jury.

La société indique que l'affiche incriminée a été tirée en deux exemplaires destinés à une exposition privée. Elle ne fait pas partie d'une communication publicitaire de la société.

Selon l'annonceur, la diffusion est le fait des plaignants qui l'ont partagée sur les réseaux sociaux sous leur seule responsabilité.

**3. L'analyse du Jury**

Le Jury rappelle que la Recommandation « *Image et respect de la personne* » de l’Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP), dispose que :

« 1.1. *La publicité ne doit pas être susceptible de heurter la sensibilité, choquer ou même provoquer le public en propageant une image de la personne humaine portant atteinte à sa dignité et à la décence.*

2.1. *La publicité ne doit pas réduire les personnes humaines, et en particulier les femmes, à la fonction d’objet ».*

Le Jury relève que le visuel publicitaire présente la photographie d’un buste de femme en soutien-gorge, serrant ses seins entre ses deux mains en les remontant vers le haut, accompagnée du texte « *Un complexe de taille* ». Au bas de l’image figure une photographie du produit (une loupe).

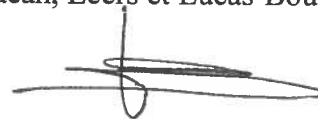
Le Jury constate, d’abord, que l’annonceur a présenté un panneau publicitaire devant un magasin d’optique, de sorte qu’il s’agit bien d’une communication publicitaire et que l’argument d’un tirage limité à deux exemplaires, ayant été photographié et diffusé spontanément sur les réseaux sociaux par des tiers, n’est pas de nature à écarter l’application des dispositions de la Recommandation précitée.

Le Jury considère, ensuite, que cette publicité utilise le corps de la femme pour rendre « sexy » et attractif le produit présenté (une loupe), qui est dénué de rapport avec les seins ici mis en scène.

Cette instrumentalisation de l’image de la femme la réduit ainsi à la fonction d’objet et porte atteinte à sa dignité.

En conséquence, le Jury est d’avis que la publicité en cause méconnaît les dispositions précitées de la Recommandation « *Image et respect de la personne* » de l’ARPP.

Avis adopté le 7 décembre 2018 par Mme Lieber, Présidente, Mme Gargoullaud, Vice-Présidente, Mmes Drecq et Lenain, MM. Acker, Depincé, Lacan, Leers et Lucas-Boursier.



Sophie-Justine LIEBER