

## PRÉSENTATION

Le Conseil d'éthique de l'industrie québécoise des boissons alcooliques publiera occasionnellement des bulletins d'interprétation du code d'éthique à l'intention des adhérents au code et de l'industrie de l'alcool en général.

Par ces notes, le conseil souhaite partager avec les personnes, entreprises et associations les réflexions qu'il mène sur les sujets couverts par le code d'éthique et leur faciliter ainsi la prise de décision. Il est en effet conscient du fait que plusieurs dispositions du code sont sujettes à interprétation et qu'il est utile de faire connaître sa vision à ces sujets.

Ce premier bulletin, *Repères*, est consacré au sexisme dans les communications commerciales et dans la publicité. Nous vous invitons à en prendre connaissance et à nous faire part de vos réactions et de vos commentaires. Et nous souhaitons en recevoir.

Claude Béland  
Président

## LE SEXISME DANS LES COMMUNICATIONS COMMERCIALES DES BOISSONS ALCOOLIQUES

L'article 2(a)(4) du Code d'éthique de l'industrie québécoise des boissons alcooliques prescrit que la communication et l'emballage des produits « ne doivent en aucune manière être sexistes, associer le produit à une performance sexuelle ni laisser entendre qu'il améliore les prouesses ou l'attraction sexuelle ».

Lorsque le conseil d'éthique, qui s'intéresse plus particulièrement aux liens spécifiques entre le sexisme et la promotion de l'alcool, est appelé, à la suite d'une plainte, à déterminer si une publicité est sexiste, il se base sur les éléments généralement admis dans la société québécoise dont la sensibilité à cette question ne date pas d'hier et ne cesse d'évoluer.

Pour le conseil, une publicité est sexiste lorsqu'elle comporte un ou plusieurs des éléments suivants :

- Elle est discriminatoire par rapport à un sexe.
- Elle utilise la sexualité comme outil de promotion et de vente d'alcool.
- Elle traite les personnes comme objets de plaisir à des fins commerciales.
- Elle propose des normes au détriment d'un sexe.
- Elle utilise des expressions et des images qui enferment les femmes et les hommes dans des stéréotypes aliénants.
- Elle accorde un traitement inégal aux personnes en fonction de leur sexe.
- Elle compare les personnes à de la marchandise.

## LA JUSTIFICATION PAR L'HUMOUR

Le prétexte de l'humour ou de la parodie est parfois invoqué pour justifier le sexisme. Le conseil considère que cet argument est non recevable. Une publicité sexiste demeure sexiste, même lorsqu'elle fait rire. L'humour et la parodie n'excusent pas tout et ne permettent pas tout.

## SEXISME ET SÉDUCTION

Le conseil fait une nette distinction entre la séduction et le sexisme. Si l'une peut être acceptable et conforme aux règles de déontologie en certaines circonstances, le second est inacceptable quelles que soient les circonstances. Les publicités sexistes ne jouent pas sur la séduction qui, elle, suppose une égalité entre les sexes. Au contraire, elles sont foncièrement discriminatoires et ignorent l'égalité des sexes.

## UNE QUESTION DE VALEURS

Le conseil considère que la publicité influence la construction des valeurs dans la société. Elle contribue à les façonner et à les diffuser. L'alcool n'est pas un produit comme les autres, d'où sa réglementation spécifique. C'est pourquoi l'industrie des boissons alcooliques doit être particulièrement attentive aux valeurs que véhiculent ses messages et à leurs effets sur le public auquel ils s'adressent.

Le conseil d'éthique n'inscrit pas ses interventions dans un esprit dénonciateur ou répressif. Il s'est donné un rôle de conseiller et recommande donc aux annonceurs d'être très sensibles aux valeurs qu'ils proposent dans leurs messages publicitaires et promotionnels.

**Le Conseil d'éthique de l'industrie québécoise des boissons alcooliques**

### CONSEIL D'ÉTHIQUE DE L'INDUSTRIE QUÉBÉCOISE DES BOISSONS ALCOOLIQUES

Claude Béland, président

Marie-Andrée Bertrand, Madeleine Lapierre, Jacques Boucher et André Poupart, membres

606, rue Cathcart, bureau 1000, Montréal, Québec H3B 1K9

Tél. : 514-875-7454 Courriel : [info@conseilethique.qc.ca](mailto:info@conseilethique.qc.ca)

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Québec

