

ASSEMBLÉE NATIONALE

10 mai 2018

LUTTE CONTRE LES VIOLENCES SEXUELLES ET SEXISTES - (N° 938)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° 58

présenté par

Mme Autain, M. Bernalicis, M. Coquerel, M. Corbière, Mme Fiat, M. Lachaud, M. Larive,
M. Mélenchon, Mme Obono, Mme Panot, M. Prud'homme, M. Quatennens, M. Ratenon,
Mme Ressiguiet, Mme Rubin, M. Ruffin et Mme Taurine

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 4 BIS, insérer l'article suivant:**

Le chapitre III du titre III du livre I^{er} de la deuxième partie du code de la santé publique est complété par un article L. 2133-3 ainsi rédigé :

« *Art. L. 2133-3.* – Les messages publicitaires qui représentent tout ou partie du corps des femmes doivent contenir une information à caractère sanitaire et social. Dans le cas des messages publicitaires télévisés ou radiodiffusés, cette obligation ne s'applique qu'aux messages émis et diffusés à partir du territoire français et reçus sur ce territoire. La même obligation d'information s'impose à toute promotion, destinée au public, par voie d'imprimés et de publications périodiques édités par les producteurs ou distributeurs de ces produits. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Les corps des femmes servent de prétexte à la vente de toutes sortes d'objets et de biens. Des voitures, au pot de yaourt, en passant par les montres pour hommes ou l'électroménager, les femmes sont exposées comme un objet embellisseur, valorisant la domination masculine.

Ces publicités véhiculent des images passives des femmes qui doivent être disponibles et perpétuent une violence symbolique à l'encontre de celles-ci.

Très jeunes, les filles sont confrontées à ces modèles de corps auxquels elles ont l'injonction de ressembler. Cela crée d'évidents troubles du comportement chez les adolescentes et les femmes. Les psychiatres alertent d'ailleurs sur la recrudescence de l'anorexie mentale, et y voient un lien très net avec les messages qui sont véhiculés par la publicité.

Ces publicités sexistes doivent être éradiquées de l'espace public, c'est pourquoi nous proposons que, comme pour les boissons sucrées ou les produits manufacturés, figurent des messages à vocation de prévention sanitaire sur tous les messages à caractère publicitaire.

Cela aura peut-être pour vertu de décourager les commerçants de faire la promotion de leurs produits en utilisant le corps des femmes.