



COALITION NATIONALE CONTRE LES PUBLICITÉS SEXISTES

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Campagne contre la violence envers les femmes

La Coalition nationale contre les publicités sexistes (CNCPS) joint sa voix à la Fédération des femmes du Québec

Montréal, le 25 novembre 2010. - La Coalition nationale contre les publicités sexistes (CNCPS) joint sa voix à la Fédération des femmes du Québec et appuie la campagne de 12 jours d'action contre la violence envers les femmes. Elle invite la population à se mobiliser afin de répondre à l'appel à l'action pour que cesse la violence envers les femmes.

La publicité sexiste est une des causes identifiées de la violence envers les femmes. Elle est omniprésente dans nos vies et contribue sournoisement à donner une image tronquée du corps des femmes. « Nous déplorons les effets négatifs et pervers qu'elle entraîne, particulièrement chez les jeunes filles », ajoute Chantal Locat, porte-parole de la Coalition contre les publicités sexistes.

Des publicités sexistes au vu et au su de toutes et de tous

La Coalition contre les publicités sexistes profite de l'occasion pour dénoncer certaines publicités sexistes qui portent atteinte à l'intégrité des femmes. Celles-ci se retrouvent principalement dans les vitrines des bars de danseuses et dans les restaurants où les clients sont servis par des serveuses sexy. « Nous comprenons mal que les administrateurs des grandes villes tolèrent certaines grandes affiches qui projettent une image dégradante du corps des femmes dans les vitrines des restaurants ou des bars, au vu et au su de tout le monde », affirme la porte-parole de la Coalition.

La Coalition observe une tendance de plus en plus présente dans les tabagies et les dépanneurs, de rendre encore plus accessible l'étalage de revues pour adulte ou celles ayant des représentations sexistes aux regards des jeunes. Faut-il rappeler que l'on cache les cigarettes pour ralentir leur consommation, considérant que ce n'est pas bon pour la santé ? Au même titre que pour la cigarette, c'est aussi pour une question de santé publique qu'il faudrait interdire toute promotion sexiste.

L'Hebdomadaire MIRROR

La Coalition dénonce aussi l'accessibilité de certaines revues faisant une promotion malsaine du corps des femmes, notamment l'hebdomadaire culturel gratuit MIRROR.

Ce journal, distribué partout à Montréal sans aucune forme de restriction et de contrôle, diffuse des petites annonces parmi lesquelles certaines rubriques, dont celle des escortes, montrent des photos très explicites à la limite de la pornographie.

« Aujourd'hui, permettre la marchandisation du corps des femmes et de sa sexualité, c'est cautionner les violences envers les femmes. Nous disons non à la violence et lançons un appel pour qu'elle cesse », conclut Chantal Locat.

Pour répondre à l'appel à l'action, vous pouvez consulter le site web de la [Fédération des femmes du Québec](#).

Profil de la Coalition nationale contre les publicités sexistes

Fondée en octobre 2008, la Coalition est formée de plus de 166 membres à titre associatif et 133 à titre individuel. Son but est d'éliminer les publicités sexistes en les dénonçant et en exigeant leur retrait.