

Robert PIGEON
8, rue de Pouy
75013 PARIS

Paris, le 28 novembre 2009

Etablissements NICOLAS
2, rue de Courson
Sénia 109
94517 THIAIS CEDEX

A l'attention de Monsieur Jacques Duley, Directeur Général

Objet : Publicité dégradante pour l'image de la femme

LR/AR

Monsieur le Directeur Général,

Au lendemain de la « Journée internationale pour l'élimination des violences faites aux femmes », ce 24 novembre dernier, je découvre votre publicité (ci-jointe, document n°1) suggérant le corps d'une femme enchâssée dans le col d'une bouteille de champagne. Je trouve cette publicité extrêmement dégradante pour l'image de la femme et je souhaite ici réagir vivement auprès de vous.

Disons d'abord que je ne suis pas un expert en sociologie, psychologie, communication,... mais simplement un de vos clients qui a été choqué au moment d'entrer dans son magasin Nicolas de proximité habituel.

Voici maintenant ce que j'ai constaté :

- elle n'a pas de tête : elle est donc ramenée à un objet ; ce n'est pas la personne qui a un intérêt (ce qu'elle pense du champagne, lequel elle préfère, ou encore ce qu'elle pourrait dire sur l'offre promotionnelle,...), mais uniquement son corps et les fantasmes qui vont avec,
- elle a les mains dans le dos : c'est l'image de la prisonnière livrée au martyr,
- son collier est fait avec la muselière du bouchon : tout en renforçant cette idée de captivité, cela fait référence aux pratiques sadomasochistes,
- elle est à la place du bouchon : c'est un appel au geste de faire « sauter » le bouchon (et pourquoi pas « sabrer » pendant qu'on y est ?).

De plus, ce message s'adressant plus particulièrement aux hommes, c'est un appel direct à leurs comportements machistes qui se transforment rapidement en violences physiques (qu'ils aient trop bu ou non).

Vous conviendrez avec moi que cela fait beaucoup. J'ai donc décidé :

- de ne plus m'approvisionner chez Nicolas pendant au moins trois mois (voir document n°2) en attendant de connaître votre position et de voir votre prochaine campagne de publicité,
- de transmettre mon analyse et de suggérer cette action à tous mes amis et membres des associations auxquelles j'appartiens, démarche qui va sans doute faire « boule de neige » via Internet.

Vous pourrez m'objecter :

- que ce n'est pas la première fois que la femme est ainsi utilisée dans vos publicités,
- que vos concurrents ne se privent pas de faire de même, et que d'autres distributeurs en ont également pris l'habitude (et pour d'autres types de produits que les vôtres),
- que ça n'a jamais posé de problème jusqu'à présent,
- que c'est une idée géniale de l'agence de publicité que vous avez engagée, qui est l'une des meilleures de la place, et que vous avez payée très cher,
- etc...

... eh bien il est temps que les choses changent. Il me semble que la qualité et le prix de vos produits et de vos services peuvent permettre à ceux-ci de se passer de l'utilisation abusive de la femme pour assurer leur promotion. Si ce n'était pas le cas, vos clients s'en rendraient compte rapidement.

L'année prochaine, comme l'a annoncé le Premier Ministre, Monsieur François Fillon, la lutte contre les violences faites aux femmes sera la « grande cause nationale pour 2010 ». C'est donc vraiment le moment pour votre société de ne pas poursuivre dans cette voie discriminatoire.

Je vous remercie de votre attention, ainsi que pour les actions que vous entreprendrez dans ce domaine, et je vous prie d'agréer, Monsieur le Directeur Général, mes sincères salutations.

Document 1 : Image de la publicité



du 23 novembre au 8 décembre 2009

jusqu'à **-20%**

sur une large sélection de

CHAMPAGNES!

