



Doc. 11530

28 février 2008

Image des femmes dans la publicité

Réponse à Recommandation¹: Recommandation 1799 (2007)

Comité des Ministres

1. Le Comité des Ministres a examiné avec attention la [Recommandation 1799 \(2007\)](#) de l'Assemblée parlementaire sur l'image des femmes dans la publicité, telle que complétée par la [Résolution 1557 \(2007\)](#) sur le même sujet.
2. Il remercie l'Assemblée de la réflexion et des propositions qu'elle présente dans sa résolution, qui peuvent contribuer à la réalisation des objectifs clés de l'Organisation de préserver et promouvoir les droits et la dignité de la personne humaine en agissant fermement contre toutes formes de discrimination. Le Comité des Ministres a porté ces deux textes à l'attention des gouvernements de ses Etats membres, afin qu'ils puissent en tenir compte dans l'élaboration et la mise en œuvre de leurs politiques et législations nationales dans le domaine concerné.
3. Le Comité des Ministres partage l'approche de l'Assemblée parlementaire, selon laquelle les images et les représentations négatives des femmes dans la publicité constituent un problème persistant qui touche à la dignité et à la santé des femmes et des jeunes filles. Il considère que les médias peuvent jouer un rôle déterminant pour amener des changements dans ce domaine, en particulier par la sensibilisation et la responsabilisation du public. A cet égard, il met l'accent sur les principes établis par la Recommandation Rec(2006)12 du Comité des Ministres aux Etats membres sur la responsabilisation et l'autonomisation des enfants dans le nouvel environnement de l'information et de la communication.
4. Conformément aux engagements pris par les chefs d'Etat et de gouvernement lors du 3e Sommet, le Comité des Ministres œuvre dans le sens d'une véritable égalité entre les femmes et les hommes dans toutes les sphères de la société, y compris dans les médias et la publicité, afin de garantir une démocratie effective, les droits de l'homme et la dignité humaine pour tous. C'est dans cet esprit qu'il a adopté, le 21 novembre 2007, la Recommandation Rec(2007)17 sur les normes et mécanismes d'égalité entre les femmes et les hommes, qui offre aux Etats membres des orientations pour la mise en œuvre concrète de l'égalité entre les femmes et les hommes.
5. Une telle approche implique notamment que la publicité soit conçue dans un esprit de responsabilité envers la société². Le Comité des Ministres tient à souligner la nécessité, en particulier dans les campagnes médiatiques parrainées par les autorités publiques, d'interdire toute exploitation du corps de la femme et de l'homme aux fins d'attirer l'attention sur des produits ou services³.
6. De telles mesures devraient aboutir à la diffusion par les médias, y compris dans la publicité, de représentations positives, équilibrées, responsables et diversifiées des images et des rôles des femmes et des hommes, tout en respectant pleinement l'indépendance des médias et la liberté d'expression, soumises exclusivement aux restrictions énoncées dans l'article 10, paragraphe 2, de la Convention européenne des droits de l'homme. A cet égard, il y a lieu de rappeler que d'après la jurisprudence de la Cour européenne des

1. Adoptée le 20 février 2008 par le Comité des Ministres, lors de la 1018e réunion des Délégués des Ministres.

2. Recommandation n° R (84) 3 du Comité des Ministres sur les principes relatifs à la publicité télévisée.

3. Recommandation n° R (84) 17 du Comité des Ministres relative à l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias.



droits de l'homme, la liberté d'expression et d'information vaut non seulement pour les informations ou idées accueillies avec faveur ou considérées comme inoffensives ou indifférentes, mais aussi pour celles qui heurtent, choquent ou inquiètent. Cela s'applique également aux images contenues dans les messages commerciaux et dans la publicité.

7. Toutefois, s'agissant de la recommandation formulée par l'Assemblée au paragraphe 12.3.1 de sa [Résolution 1557 \(2007\)](#), le Comité des Ministres ne considère pas indispensable de qualifier d'infraction pénale, dans le droit interne des Etats membres, toute provocation à la discrimination dans la publicité. Il réaffirme le droit à la liberté d'expression et d'information conformément à l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme et encourage l'adoption et la mise en œuvre de mesures et de dispositifs d'autorégulation visant à renforcer les responsabilités des instances nationales compétentes en matière de publicité⁴, là où ils n'existent pas encore.

8. Par ailleurs, le Comité des Ministres reconnaît l'intérêt de mesures visant à encourager la formation initiale et continue des professionnels de la publicité⁵, à apprendre aux enfants à faire la distinction entre la publicité contenue dans les annonces et la réalité⁶, et à organiser des campagnes de presse⁷ concernant l'égalité entre les femmes et les hommes. Il considère particulièrement utile que de telles actions soient menées par les médias.

9. En réponse à la recommandation de l'Assemblée de confier à un comité international d'experts la réalisation d'un travail approfondi d'investigation sur l'image des femmes et des hommes dans la publicité (paragraphe 2 de la [Recommandation 1799 \(2007\)](#)), le Comité des Ministres considère que la Recommandation Rec(2007)17 mentionnée plus haut propose aux Etats membres un cadre stratégique et juridique qui couvre déjà la plupart des aspects soulevés par l'Assemblée. Il estime par ailleurs que tout code de conduite (paragraphe 3 de la [Recommandation 1799 \(2007\)](#)) devrait résulter d'une autorégulation. En effet, compte tenu de l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme et de la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme, il n'est pas souhaitable que cette question fasse l'objet d'une activité normative intergouvernementale.

10. Le Comité des Ministres reconnaît l'intérêt de la création d'un prix européen (paragraphe 4.1 de la recommandation) en tant que mesure d'encouragement et d'information sur les meilleurs exemples de bonnes pratiques. Il salue, dans ce contexte, la récente initiative prise par l'Assemblée de se doter d'un «prix de l'égalité entre les femmes et les hommes», qui pourrait être élargi aux préoccupations exprimées par l'Assemblée dans sa [Recommandation 1799 \(2007\)](#) et dans sa [Résolution 1557 \(2007\)](#).

4. Résolution 1557 (2007) de l'APCE sur l'image des femmes dans la publicité, paragraphe 12.4.

5. *Ibid.*, paragraphe 12.5.1.

6. *Ibid.*, paragraphe 12.5.3.

7. *Ibid.*, paragraphe 12.5.4.