

COMBATTRE LA PUBLICITE EN SUISSE : PORTER PLAINTE

ATTAQUER LA PUB

En Suisse, il est possible de combattre la publicité commerciale légalement et gratuitement en faisant appel à la Commission Suisse pour la Loyauté (CSL), fondation privée auprès de laquelle on peut dénoncer toute publicité jugée « déloyale ». Ne sont pas incluses les publicités d'utilités publiques, religieuses ou politiques. Même si dans l'idéal il s'agit d'attaquer légalement et illégalement la publicité de manière radicale, c'est-à-dire sous toutes ses formes, les dépôts de plaintes sont une première étape pour ce qui est d'amener la question de la catastrophe publicitaire dans le débat public en Suisse. La CSL étant issue de Publicité Suisse (lobby des annonceurs), il faut se garder de croire qu'elle nous défend, mais au contraire l'utiliser pour forcer les entreprises à prendre position de manière argumentée, et ainsi à se révéler dans leur mauvaise foi officielle et condamnable.

LE SEXISME DANS LA PUB

L'intérêt de cette méthode concerne principalement les possibilités laissées par le règlement à propos du sexisme en publicité. Cela demande cependant de pouvoir *faire parler* le règlement en notre faveur et de manière convaincante (cf. règle n°3.11, p.16 du code de loyauté). Les différents jugements, recours ou articles publiés sur le site, ce qui a été accepté ou refusé, et les différents argumentaires avancés sont autant d'outils pouvant nous servir pour appuyer nos plaintes, anticiper les critiques et imposer nos raisonnements.

Règle n°3.11

1. Une publicité qui discrimine l'un des sexes, en attendant à la dignité de la femme ou de l'homme, n'est pas admissible
2. Est en particulier à considérer comme sexiste toute publicité dans laquelle : des hommes ou des femmes sont affublés de stéréotypes sexuels mettant en cause l'égalité entre les sexes ; est représentée une forme de soumission ou d'asservissement ou est suggéré que des actions de violences ou de domination sont tolérables ; les enfants ou les adolescents ne sont pas respectés par un surcroît de retenue dû à leur âge ; il n'existe pas de lien naturel entre la personne représentant l'un des sexes et le produit vanté ; la personne sert d'aguiche, dans une représentation purement décorative ; la sexualité est traitée de manière inconvenante.

COMMENT PORTER PLAINTE

1. Télécharger le formulaire : http://www.faire-werbung.ch/wordpress/wp-content/uploads/2014/02/slk_beschwerdeformular_fr.pdf
2. Remplir le formulaire (adresse personnelle) : la rubrique « motivation » est décisive. Il s'agit de pouvoir argumenter en se basant sur les règles (cf. Annexes) et sur les cas existants déjà jugés. L'idée est d'expliquer en quoi et comment la publicité en question contrevient à différents articles du règlement. Plus l'argumentaire est précis, fondé sur des articles concrets, justifié efficacement, plus la demande a des chances d'aboutir
3. En annexe, penser à avoir une photo ou un exemplaire de la publicité en question
4. Envoyer le tout, signé, par courrier ou par courriel

Commission Suisse pour la Loyauté
Kappelergasse 14/Case postale 2744
8022 Zurich

<http://www.faire-werbung.ch/fr/>
info@lauterkeit.ch

LES AUTRES PUBS

D'autres types de publicité peuvent être attaqués :

- La pub « test » (cf. règle 3.3), c'est-à-dire se basant des tests et leurs résultats
- La pub comparative (cf. règle 3.5) si elle est contraire à la vérité, trompeuse, inutilement blessantes ou inutilement imitative (voir les détails du code)
- Des pubs vantant des caractéristiques évidentes, c'est-à-dire appartenant à tous les produits en question (cf. règle 3.6)
- Les pubs « déguisées » (cf. règle 3.12), mélangées à des informations rédactionnelles

Certains domaines ont des règlements particuliers, et autant d'opportunités d'être attaquées :

- Produits cosmétiques et paramédicaux (cf. règle 5.7)
- Bijoux et métaux précieux (cf. règle 5.8)
- Tabacs et boissons alcoolisées (cf. règle 5.9)

REMARQUES

Il est utile de s'inspirer des jugements ou des recours officiels afin de pouvoir préciser son argumentaire en fonction des modifications et précisions apportées par la Commission. Il s'agit d'un moyen de mieux orienter la plainte pour qu'elle soit acceptée (Pour consulter des cas : <http://www.faire-werbung.ch/fr/dokumentation/>). La plupart des plaintes concernent le télémarketing agressif et toute autre atteinte au confort quotidien du consommateur. Il ne tient qu'à nous d'exploiter plus amplement de règlement et de faire fonctionner ses règles à propos des immondices sexistes qui nous entourent et nous polluent.

ANNEXES

Règles - Loyauté dans la communication commerciale : http://www.faire-werbung.ch/wordpress/wp-content/uploads/2013/09/regles_commission.pdf

Jugements, recours et communication aux médias : <http://www.faire-werbung.ch/fr/medien/>

« La nudité des faits n'est pas toujours sexiste » : <http://www.faire-werbung.ch/fr/nackte-tatsachen-sind-nicht-immer-sexistisch/>

Mémento pour la rédaction et le dépôt d'une plainte : http://www.faire-werbung.ch/wordpress/wp-content/uploads/2013/12/slk_wegleitung_fr.pdf

« Ne pas s'y tromper. Nous ne contestons pas la publicité, mais la totalité de la déshumanisation industrielle organisée par la démocratie étatique »

