Les animaux sauvages victimes d'une campagne contre le harcèlement sexuel :

Le jury de déontologie publicitaire donne raison à la LPO

Pour inviter à dénoncer le harcèlement sexuel, la société Havas a réalisé, pour la région Ile de France, trois affiches mettant en scène des femmes isolées, dans un environnement naturel hostile, face à un loup, un requin et un ours. Il s'agissait de symboliser la peur du prédateur. Ses affiches ont été apposées dans les transports en communs parisiens par la SNCF, la RATP et la société Métrobus.

Comme de nombreux citoyens sensibles à la question écologique et qui l'ont fait savoir, la LPO a été choquée par l'utilisation de la métaphore de « l'animal sauvage, prédateur de l'homme, qui serait préjudiciable à l'espèce humaine ». Elle a donc saisi le jury de déontologie publicitaire qui a convoqué une audience le 13 avril dernier : sa décision, qui donne raison à la LPO, a été communiquée aux principaux intéressés ce jour. Les promoteurs de cette campagne ont 15 jours pour faire appel.

Cette décision reprend le bien fondé des arguments présentés par la LPO, à savoir qu'aucune de ces espèces sur le plan scientifique ne sont des prédateurs de l'homme : la publicité est de nature à donner une fausse image d'espèces protégées qui pâtissent déjà à tort d'une mauvaise réputation.

L'ours est une espèce classée « en danger critique d'extinction » (c'est l'une des 3 espèces de mammifères les plus menacées de métropole). Le Loup une espèce classée « vulnérable » dans la Liste rouge des espèces menacées en France. Toujours selon la Liste rouge, sur les 11 espèces de requins pour lesquelles les données sont suffisantes (sur 50 présentes en France métropolitaine), 6 sont menacées, 2 sont « quasi menacées » et seules 3 sont dans un état de conservation favorable.

Ces espèces font l'objet par l'Etat, les collectivités locales et les associations de protection de la nature d'efforts financiers et humains importants pour les protéger, et favoriser la cohabitation avec les activités humaines en rejetant notamment la crainte et la défiance.

Le jury relève « qu'encourager la crainte de ses animaux va à l'encontre des politiques publiques de protection de la biodiversité » et que « au regard des enjeux que représentent désormais la sauvegarde de la biodiversité, le choix des animaux n'était pas conçu avec un juste sens de la responsabilité sociale compte tenu de la nécessité de combattre les préjugés sur lesquels cette métaphore se fonde ».

Tout en réaffirmant son attachement à la liberté d'expression, la LPO rappelle qu'une cause aussi fondamentale que la lutte contre le harcèlement sexuel ne se gagne pas en faisant appel à de vieux clichés et des peurs irrationnelles et fantasmées. La réalité des agresseurs est tout autre, il faut savoir la regarder en face.

La LPO prend acte avec satisfaction de cette décision. Elle espère que les concepteurs de campagne publicitaire, instruits par celle-ci, auront à l'avenir un regard plus attentif afin d'éviter la diffusion de messages erronés, et veilleront, par une attitude responsable, à favoriser eux aussi la protection de la biodiversité.

Contact presse : Maud Lelièvre mlelievre.avocat@gmail.com 06.85.64.27.26