

SÉNAT DE BELGIQUE

SESSION DE 2005-2006

6 FÉVRIER 2006

Proposition de résolution relative à l'image des femmes et des hommes dans la publicité

AMENDEMENTS

N° 1 DE MME ZRIHEN ET CONSORTS

Dans les recommandations, au point 1., insérer les mots «*et des hommes*» entre les mots «des femmes» et les mots «dans la publicité».

Justification

Comme le titre de la proposition de résolution l'indique, il convient de bien rappeler qu'il s'agit de confier à l'Institut pour l'égalité entre les femmes et les hommes la réalisation d'une étude sur l'image des femmes et des hommes dans la publicité.

Olga ZRIHEN.
Marie-José LALOY.
Joëlle KAMPOMPOLÉ.

N° 2 DE MME LALOY ET CONSORTS

Dans les recommandations, au point 1.1., ajouter les mots «*et des hommes*» *in fine* de la première phrase.

Voir:

Documents du Sénat :

3-1341 - 2004/2005 :

N° 1 : Proposition de résolution de Mme Laloy et consorts.

3-1341 - 2005/2006 :

N° 2 : Rapport.

BELGISCHE SENAAAT

ZITTING 2005-2006

6 FEBRUARI 2006

Voorstel van resolutie betreffende het imago van vrouwen en mannen in reclame

AMENDEMENTEN

Nr. 1 VAN MEVROUW ZRIHEN C.S.

In punt 1 van de aanbevelingen tussen de woorden «het beeld van vrouwen» en de woorden «in de reclame» de woorden «*en mannen*» invoegen.

Verantwoording

Zoals al blijkt uit het opschrift van de resolutie moet het Instituut voor gelijkheid van vrouwen en mannen de opdracht krijgen om een onderzoek te verrichten naar het beeld van vrouwen én mannen in de reclame.

Nr. 2 VAN MEVROUW LALOY C.S.

In punt 1.1. van de aanbevelingen de woorden «*en mannen.*» toevoegen aan het slot van de eerste volzin.

Zie:

Stukken van de Senaat :

3-1341 - 2004/2005 :

Nr. 1 : Voorstel van resolutie van mevrouw Laloy c.s.

3-1341 - 2005/2006 :

Nr. 2 : Verslag.

Justification

Voir la justification à l'amendement n° 1.

Marie-José LALOY.
Olga ZRIHEN.
Joëlle KAMPOMPOLÉ.

N° 3 DE MME KAPOMPOLÉ ET CONSORTS

Dans les recommandations, au point 4.3., insérer les mots « ainsi qu'un prix du public » entre les mots « à leurs pairs » et le mot « ,destiné ».

Justification

Il convient de ne pas perdre de vue qu'il existe déjà dans la pratique la remise d'un prix décerné par le public à la publicité qui rompt le mieux avec les stéréotypes sexistes.

Il est aussi important d'instaurer la remise d'un prix par les publicitaires à leurs pairs dans le but de récompenser les publicités les moins sexistes.

En effet, il ne faudrait pas se limiter à pourchasser les publicités sexistes, au risque de passer pour des censeurs, mais bien de récompenser, par le biais de remise de prix, les publicités qui valorisent au mieux les femmes, leurs qualités, leur dynamisme

Joëlle KAMPOMPOLÉ.
Olga ZRIHEN.
Marie-José LALOY.

N° 4 DE MMES ANSEEUW ET HERMANS

Remplacer le point 3 des recommandations par un point 2.4 rédigé comme suit :

« 2.4. en formulant, sur la base des résultats de l'étude réalisée par l'Institut pour l'égalité entre les femmes et les hommes et de l'analyse permanente effectuée par celui-ci, comme prévu au point 1, des recommandations en vue de rendre l'activité publicitaire compatible avec le développement durable et une vision plus éthique de notre société. »

Justification

Les auteurs de l'amendement estiment qu'il serait mal venu de prévoir l'institution d'un nouvel organe de plus par la loi. Ils conviennent toutefois qu'il doit être possible d'analyser les choses plus avant et de formuler des recommandations. Elles proposent dès lors de charger l'Institut pour l'égalité entre les femmes et les hommes du travail d'analyse et de donner au JEP compétence pour formuler des recommandations. De cette manière, les recommandations auront l'appui du secteur et bénéficieront d'un large consensus.

Verantwoording

Zie verantwoording bij amendement nr. 1.

Nr. 3 VAN MEVROUW KAPOMPOLÉ C.S.

In punt 4.3. van de aanbevelingen tussen de woorden « aan hun collega's » en de woorden « , om reclame te belonen » de woorden « en voor een publieksprijs » invoegen.

Verantwoording

In de praktijk bestaat er al een publieksprijs voor reclame die breekt met seksistische stereotypen.

Het is ook belangrijk dat de reclamemakers een prijs uitreiken aan hun collega's om de minst seksistische reclame te belonen.

Het is immers beter reclames die vrouwen, hun kwaliteiten en hun dynamisme waarderen, te belonen met een prijs dan enkel seksistische reclame te bestrijden met het risico te worden bestempeld als censor.

Nr. 4 VAN DE DAMES ANSEEUW EN HERMANS

In de aanbevelingen punt 3. vervangen door een punt 2.4., luidende :

« 2.4. door op basis van de onderzoeksresultaten en de doorlopende analyse vanwege het Instituut voor de Gelijkheid van vrouwen en mannen zoals bepaald in punt 1. aanbevelingen te formuleren teneinde reclame te voeren die overeenstemt met de duurzame ontwikkeling en een meer ethische visie van onze samenleving. »

Verantwoording

Het lijkt de indieners van het amendement geen goed idee om wederom een bijkomend orgaan in te stellen bij wet. Wel zijn de indieners het ermee eens dat verdere analyse alsook het formuleren van aanbevelingen moet kunnen. Zij stellen dan ook voor om de analyse toe te kennen aan het Instituut voor de Gelijkheid van vrouwen en mannen en de bevoegdheid om aanbevelingen te formuleren, toe te kennen aan het JEP. Aldus zullen de aanbevelingen worden gedragen door de sector en een brede consensus genieten.

Stéphanie ANSEEUW.
Margriet HERMANS.

N° 5 DE MME ANSEEUW ET M. WILLEMS

Dans le texte néerlandais, remplacer chaque fois les mots «Jury voor Eerlijke Praktijken inzake Reclame» par les mots «Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame».

Justification

Mise en conformité avec la dénomination exacte.

Nr. 5 VAN MEVROUW ANSEEUW EN DE HEER WILLEMS

In de Nederlandse tekst de woorden «Jury voor Eerlijke Praktijken inzake Reclame» telkens vervangen door de woorden «Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame».

Verantwoording

Het betreft een aanpassing conform de juiste benaming.

Stéphanie ANSEEUW.
Luc WILLEMS.