

**SÉNAT DE BELGIQUE**


---

**SESSION DE 2005-2006**


---

15 FÉVRIER 2006

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

---

**RAPPORT**

**FAIT AU NOM DE LA COMMISSION  
DES FINANCES ET DES AFFAIRES  
ÉCONOMIQUES  
PAR  
MME ANSEEUW**

---

**BELGISCHE SENAAAT**


---

**ZITTING 2005-2006**


---

15 FEBRUARI 2006

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

---

**VERSLAG**

**NAMENS DE COMMISSIE VOOR  
DE FINANCIËN EN VOOR  
DE ECONOMISCHE AANGELEGENHEDEN  
UITGEBRACHT DOOR  
MEVROUW ANSEEUW**

---

Composition de la commission / Samenstelling van de commissie :

**Président / Voorzitter :** Jean-Marie Dedecker.**Membres / Leden :**

SP.A-SPIRIT	Mimount Bousakla, Bart Martens, André Van Nieuwkerke.
VLD	Stéphanie Anseeuw, Jean-Marie Dedecker, Luc Willems.
PS	Pierre Galand, Joëlle Kapompolé, Olga Zrihen.
MR	Jihane Annane, Berni Collas, Marie-Hélène Crombé-Berton.
CD&V	Etienne Schouppe, Jan Steverlynck.
Vlaams Belang	Frank Creyelman, Anke Van dermeersch.
CDH	Christian Brotcorne.

**Suppléants / Plaatsvervangers :**

Jacinta De Roeck, Christel Geerts, Flor Koninckx, Myriam Vanlerberghe.  
Jacques Germeaux, Stefaan Noreilde, Patrik Vankrunkelsven, Paul Wille.  
Sfia Bouarfa, Jean Cornil, Jean-François Istasse, Philippe Mahoux.  
Jacques Brotchi, Alain Destexhe, Nathalie de T' Serclaes, François Roelants du Vivier.  
Wouter Beke, Mia De Schamphelaere, Hugo Vandenberghe.  
Yves Buysse, Nele Jansegers, Wim Verreycken.  
Francis Delpérée, Clotilde Nyssens.

*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.

N° 3 : Amendements.

*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.

Nr. 3 : Amendementen.

## I. INTRODUCTION

La proposition de résolution initiale a été déposée par Mme Laloy et consorts, le 12 septembre 2005. Elle a été prise en considération le 13 octobre 2005 et envoyée à la commission des Finances et des Affaires économiques.

Eu égard toutefois à son sujet, le Comité d'avis pour l'égalité des chances entre les hommes et les femmes a décidé de rendre un avis sur la résolution proposée. On peut consulter celui-ci dans le rapport du Comité d'avis (doc. Sénat, n° 3-1341/2).

La commission des Finances et des Affaires économiques a ensuite examiné la résolution au cours de ses réunions des 8 et 15 février 2006.

## II. EXPOSÉ INTRODUCTIF DE MME LALOY, AUTEURE DE LA PROPOSITION DE RÉOLUTION

La résolution à l'examen vise à formuler des recommandations à l'intention du gouvernement au sujet de l'image des femmes et des hommes dans la publicité. L'intervenante renvoie pour le reste au rapport établi par le Comité d'avis.

## III. DISCUSSION

Mme Laloy répond à la question posée à ce sujet par M. Steverlynck que le JEP se compose de seize membres et d'un président. Ils sont chargés de veiller à ce que les décisions du JEP soient observées. Actuellement, le jury se compose de huit représentants des médias, de quatre représentants des annonceurs et de quatre représentants des agences de publicité. Le jury est toutefois actuellement l'objet d'une réforme au niveau de sa composition, pour permettre d'y intégrer des représentants des consommateurs. La proposition à l'examen prévoit que le jury se composera pour un tiers de délégués des consommateurs, pour un tiers de délégués des médias et pour un tiers de délégués des agences de publicité et des annonceurs réunis.

En ce qui concerne la proposition de créer un Conseil fédéral pour les pratiques publicitaires, M. Dedecker demande si l'objectif est d'obliger les annonceurs à soumettre les publicités envisagées à ce nouveau conseil. Ses activités seront-elles complémentaires de celles du JEP, ou le nouvel organe sera-t-il également chargé de contrôler le JEP? Faudra-t-il obligatoirement demander son avis avant de diffuser une publicité?

Mme Laloy déclare que le JEP ne sera pas contrôlé par le nouveau Conseil fédéral. La mission du Conseil ira cependant au-delà du contrôle de pairs déjà

## I. INLEIDING

Het voorstel van resolutie, in zijn oorspronkelijke vorm, werd door mevrouw Laloy c.s. ingediend op 12 september 2005. Op 13 oktober 2005 werd het in overweging genomen en naar de commissie voor de Financiën en de Economische Aangelegenheden verzonden.

Echter, gezien het onderwerp, besliste het Adviescomité voor gelijke kansen voor vrouwen en mannen een advies te verlenen over de voorliggende resolutie. De weerslag hiervan kan worden gevonden in het verslag van het Adviescomité (Stuk Senaat, 3-1341/2).

Vervolgens besprak de commissie voor de Financiën en de Economische Aangelegenheden de resolutie in haar vergaderingen van 8 en 15 februari 2006.

## II. INLEIDENDE UITEENZETTING DOOR MEVROUW LALOY, AUTEUR VAN DE RESOLUTIE

Voorliggende resolutie strekt ertoe aanbevelingen aan de regering te formuleren betreffende het imago van vrouwen en mannen in de reclame. Vervolgens verwijst de spreekster naar het verslag dat door het Adviescomité werd opgesteld.

## III. BESPREKING

Op de vraag van de heer Steverlynck naar de samenstelling van het JEP antwoordt mevrouw Laloy dat in het JEP zestien juryleden en één voorzitter zetelen. Zij moeten erop toezien dat de beslissingen van het JEP worden nageleefd. Momenteel is de jury samengesteld uit acht afgevaardigden van de media, vier van de adverteerders en vier van de reclamebureaus. De samenstelling van de jury wordt op dit ogenblik echter herzien om ook vertegenwoordigers van de consumenten in de jury toe te laten. Het voorstel dat op de tafel ligt, voorziet in één derde afgevaardigden van de consumenten, één derde van de media, en één derde van de reclamebureaus en adverteerders samen.

In verband met het voorstel tot de oprichting van een Federale Raad voor de reclamepraktijken vraagt de heer Dedecker of het de bedoeling is dat de adverteerders verplicht de reclame voorleggen aan deze nieuwe raad. Is de raad complementair met het JEP of zal het nieuwe orgaan ook het JEP controleren? Moet hieraan verplicht een advies worden gevraagd voor de reclame wordt gepubliceerd?

Mevrouw Laloy stelt dat het JEP niet door de nieuwe Federale Raad zal worden gecontroleerd. Wel zal de werking van de Raad boven de controle door

effectué à l'heure actuelle par le JEP. Le but est également de permettre au nouvel organe d'imposer des restrictions à la diffusion de certaines formes de publicité et, le cas échéant, d'informer les autorités compétentes. Celles-ci pourront alors prendre les mesures qui s'imposent s'il s'avère qu'une campagne publicitaire, soumise au préalable à l'avis du Conseil, est contraire à la loi et aux recommandations. L'intervenante précise encore qu'il devrait être possible de recueillir les avis en question.

Mme Zrihen précise que le nouvel organe non seulement aura une fonction consultative, mais qu'il devra également développer un nouveau type de sensibilisation à certains messages publicitaires. Le Conseil fédéral pour les pratiques publicitaires jouera donc aussi sans aucun doute un rôle proactif.

M. Dedecker réplique que le JEP pratique d'ores et déjà l'autorégulation et que certaines publicités sont écartées avant même d'être diffusées. Quelle serait dès lors la plus-value du nouvel organe? Ne va-t-on pas créer simplement un nouvel institut qui édictera des lois et des règlements éthiques et auquel on demandera des avis préalables? En matière de publicité précisément, la morale et l'éthique évoluent sans cesse dans notre société. L'intention est-elle de mettre sur pied un organe de ce type, auquel les messages publicitaires devraient être soumis préalablement?

Mme Laloy précise qu'il n'est pas question de faire soumettre au Conseil toutes les publicités avant publication. Il s'agit plutôt d'une recommandation. Il n'est donc pas institué de censure *a priori* pour les messages publicitaires.

### Discussion des amendements

#### *Amendements n<sup>os</sup> 1 et 2*

Mme Laloy et consorts déposent les amendements n<sup>os</sup> 1 et 2 (doc. Sénat, 3-1341/3) qui visent à mieux faire correspondre les recommandations de la résolution avec l'intitulé et l'objet de la résolution.

#### *Amendement n<sup>o</sup> 5*

Mme Anseeuw et M. Willems déposent ensuite un amendement n<sup>o</sup> 5 (doc. Sénat, 3-1341/3) qui tend à remplacer, dans le texte néerlandais, les mots «*Jury voor Eerlijke Praktijken inzake Reclame*» par les mots «*Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame*». L'amendement proposé a pour but de mettre le texte en conformité avec la dénomination exacte de ce jury.

gelijkgestemden, die momenteel reeds door het JEP gebeurt, uitstijgen. Daarbij is het ook de bedoeling dat het nieuwe orgaan beperkingen kan opleggen aan bepaalde vormen van reclame en het desgevallend de bevoegde overheden kan op de hoogte brengen. Deze laatste kunnen dan de gepaste maatregelen treffen wanneer een bepaalde reclamecampagne, die op voorhand werd voorgelegd, indruist tegen de wetgeving en de aanbevelingen. Spreekster stelt vervolgens nog dat deze adviezen zouden moeten kunnen worden ingewonnen.

Mevrouw Zrihen specificeert dat het nieuwe orgaan niet enkel adviserend zal optreden maar ook zal zorgen voor een nieuw soort van gevoeligheid tegenover bepaalde reclameboodschappen. De Federale Raad voor reclamepraktijken zal dus zeker ook proactief optreden.

De heer Dedecker repliceert dat het JEP momenteel zodanig zelfregulerend optreedt dat bepaalde reclameboodschappen reeds voor publicatie worden afgevoerd. Waar situeert zich dan de meerwaarde van het nieuwe orgaan? Wordt er niet enkel een nieuw Instituut in het leven geroepen dat ethische wetten en reglementen uitschrijft en waaraan vooraf een advies moet worden gevraagd? Net wat de reclame betreft, kent onze maatschappij een steeds wijzigende moraal en ethiek. Is het de bedoeling dat een dergelijk orgaan waaraan op voorhand de reclameboodschappen moeten worden voorgelegd, wordt opgericht?

Mevrouw Laloy verduidelijkt dat het niet de bedoeling is dat aan de Raad alle reclameboodschappen voor publicatie worden voorgelegd. Het is eerder een aanbeveling. Er wordt dus geen a-priori censuur naar de reclameboodschappen toe ingesteld.

### Bespreking van de amendementen

#### *Amendementen nrs. 1 en 2*

De dames Laloy c.s. dienen de amendementen nrs. 1 en 2 in (stuk Senaat, 3-1341/3) die ertoe strekken de aanbevelingen van de resolutie beter te laten aansluiten met het opschrift en het doel van de resolutie.

#### *Amendement nr. 5*

Vervolgens dienen mevrouw Anseeuw en de heer Willems een amendement nr. 5 in (stuk Senaat, 3-1341/3) dat ertoe strekt om in de Nederlandse tekst de woorden «*Jury voor Eerlijke Praktijken inzake Reclame*» te vervangen door de woorden «*Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame*». Het voorgestelde amendement betreft een aanpassing naar de exacte benaming van deze jury.

*Amendement n° 4*

Mmes Anseeuw et Hermans déposent également un amendement n° 4 (doc. Sénat, 3-1341/3), qui vise à remplacer le point 3 des recommandations par un point 2.4. Mme Anseeuw souligne qu'elle entend éviter la création d'un organe supplémentaire par la loi. Elle estime en effet que la poursuite du travail d'analyse et les recommandations à proposer peuvent très bien être confiées aux organes existants, à savoir l'Institut pour l'égalité entre les femmes et les hommes et le JEP.

MM. Steverlynck et Dedecker se réfèrent au rapport du Comité d'avis pour l'égalité des chances entre les femmes et les hommes (doc. Sénat, 3-1341/2) et constatent que le JEP estime qu'en tant qu'organe d'autodiscipline, il peut jouer un rôle important dans le contrôle des messages publicitaires.

M. Steverlynck ajoute que le JEP est bien outillé pour assumer cette mission, surtout si l'on élargit sa composition aux consommateurs.

*Amendement n° 3*

Mme Kapompolé et consorts déposent ensuite l'amendement n° 3 (doc. Sénat, 3-1341/3), qui vise à instaurer un prix du public, en plus du prix décerné par les publicitaires, pour récompenser la publicité qui rompt avec les stéréotypes sexistes. Il ne s'agit donc pas tant de pourchasser les publicités sexistes ou de jouer les censeurs que de souligner les aspects positifs de certains messages publicitaires qui présentent la femme sous un jour favorable.

M. Dedecker estime qu'il n'entre pas dans les attributions du Sénat d'instaurer un prix pour récompenser la publicité qui rompt avec les clichés sexistes. Il considère en effet que les remises de prix doivent être organisées entre opérateurs du secteur.

Mme Zrihen précise que l'on demande aux pouvoirs publics d'instituer un prix officiel. Le Sénat n'est mentionné nulle part.

*Amendement nr. 4*

Ook dienen de dames Anseeuw en Hermans een amendement nummer 4 in (stuk Senaat, 3-1341/3) dat ertoe strekt in de aanbevelingen het derde punt te vervangen door een punt 2.4. Mevrouw Anseeuw stelt vervolgens dat zij beoogt te vermijden dat een bijkomend orgaan bij wet wordt opgericht. De verdere analyse en de voorgestelde aanbevelingen kunnen immers perfect worden geformuleerd door de reeds bestaande organen namelijk het Instituut voor de Gelijkheid van vrouwen en mannen en het JEP.

De heren Steverlynck en Dedecker verwijzen naar het verslag van het Adviescomité voor Gelijke Kansen voor Vrouwen en Mannen (St. Senaat, 3-1341/2) en zij stellen vast dat het JEP van oordeel is dat zij, als zelfdisciplinair orgaan, een belangrijke rol kunnen spelen in de controle van reclameboodschappen.

Daarbij merkt de heer Steverlynck nog op dat, zeker indien de samenstelling van het JEP wordt uitgebreid met consumenten, deze instelling goed is uitgerust om deze taak waar te nemen.

*Amendement nr. 3*

Vervolgens dienen de dames Kapompolé c.s. amendement nummer 3 in (stuk Senaat, 3-1341/3) dat ertoe strekt om naast de prijs van de reclame-makers zelf, een publieksprijs in te stellen, om reclame te belonen die breekt met de seksistische clichés. Het is dus niet de bedoeling om seksistische reclame te vervolgen of een censuur op te leggen maar eerder om de positieve aspecten van bepaalde reclameboodschappen die vrouwen in een positief daglicht stellen, te benadrukken.

De heer Dedecker meent dat het niet tot de taken van de Senaat behoort om een prijs in het leven te roepen voor reclame die breekt met seksistische clichés. Prijzen moeten immers worden toegekend onder collega's.

Mevrouw Zrihen verduidelijkt dat de overheid wordt gevraagd een officiële prijs in te stellen. Nergens wordt hier de Senaat vermeld.

