

# Un soutien-gorge qui libère les relations?

Eva Saro, responsable de projets, fondation images et société

fondation images et société

**L**e dernier affichage pour cette marque en a surpris plus d'un-e dans la rue l'an passé, sans pour autant créer l'intensité de réactions que le même fabricant de sous-vêtements avait causée entre 2003 et 2005, en placardant à haute dose dans nos villes des fesses féminines en string. Des femmes de l'entreprise ganzfrau.ch de Winterthur avaient réagi en pastichant les mannequins hyper-retouchés. Une phrase en travers de la photographie interpellait les passants avec cette question: reconnaissez-vous la différence? Une manière de rappeler que les créatures arrangées à l'ordinateur ne sont pas de vraies femmes.

En 2010, une campagne présentait des femmes à vélo, en string et mini-culotte aux couleurs des maillots du Tour de France. Le Jury d'Éthique Publicitaire l'avait fait interdire, estimant que cette imagerie «nuît à la dignité de la femme». Nous y sommes habitués et pourtant, la nudité et les suggestions sexuelles suscitent régulièrement les passions. Nous préparions une exposition sur «Ève et Adam des médias» quand dans le feu des discussions sur les attitudes genrées, un jeune homme dans le groupe fulminait, estimant que ce type d'imagerie déshonore autant la gent féminine que masculine. Il nous a proposé d'imiter ces poses, afin d'exposer l'aspect godiche de la séduction féminine commerciale.

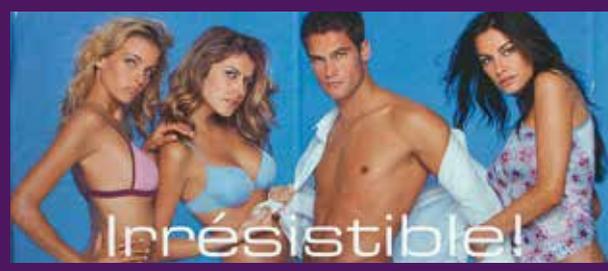
Pendant plus d'une décennie, cette marque s'est profilée par des femmes fesses ou des créatures contournées. Parfois un Mister Suisse ou d'autres jolis garçons trônaient au milieu d'un groupe féminin cambré ou déhanché. Que s'est-il passé pour qu'en 2017, la direction de cette maison décide de mettre en avant un couple où monsieur tatoué et barbu porte le pantalon ET un soutien-gorge, sans pour autant avoir l'air gêné? Que nous cache – ou nous révèle – ce retournement vestimentaire? En tous cas, madame se tient droite et pose de façon assurée. Elle est aussi davantage vêtue que son compagnon, ce qui est vraiment rare dans ce type de communication. Enfin, la chevelure du duo est rousse comme pour souligner leur complicité.

Les informations marketing indiquent qu'une innovation technique a été introduite dans le produit pour remplacer l'armature métallique par une fibre plastique. Cela suffit-il pour motiver une entreprise à mettre en scène un couple joueur, lié par un rapport qui semble plus égalitaire que de coutume? Est-ce pour mieux capter l'attention des trentenaires? Ce revirement se passe aussi à une période où des marques d'horlogerie comme Breitling ont déclaré vouloir sortir des clichés. Avec des élèves, de telles images s'avèrent très utiles pour animer des discussions autour du relationnel filles-garçons. Différents professionnel-le-s chargés de recevoir les adolescent-e-s en difficulté nous ont ain-

## Vos premières réactions?

### Cochez ce qui convient

- Enfin une pub avec une femme plus habillée que l'homme!
- Monsieur porte le soutien-gorge ET le pantalon!
- Le bellâtre irrésistible n'est pas mal du tout, mais quel air sévère.
- Encore trois nunuches de pub autour d'un seul homme...
- Autre chose



si demandé une sélection de visuels mettant en scène des couples ou des groupes mixtes. Chacun-e peut choisir une image et la commenter spontanément. En invitant les jeunes à imiter les poses, les langues se délient souvent mieux. Libre à l'enseignant-e d'explorer de telles images dans un cours de français, d'éducation visuelle ou pour aborder l'histoire des mouvements féministes.

### À propos des anciennes campagnes

[www.persoelich.com/kategorie-werbung/sloggi-kampagne-en-tlarvt-244639](http://www.persoelich.com/kategorie-werbung/sloggi-kampagne-en-tlarvt-244639) + <http://weekend.levif.be/lifestyle/mode/les-slips-sloggi-aux-couleurs-du-tour-font-scandale/article-normal-337411.html> + côté marketing [www.e-marketing.fr/Thematique/veille-1097/Breves/Sloggi-innove-conquerir-trentenaires-318244.htm#tcBu1PmamVF1GKbq.97](http://www.e-marketing.fr/Thematique/veille-1097/Breves/Sloggi-innove-conquerir-trentenaires-318244.htm#tcBu1PmamVF1GKbq.97) + côté histoire [http://plus.lapresse.ca/screens/49d6-e8e8-53189843-8da8-74afac1c606d\\_\\_7C\\_KN9E30B4CZoB.html](http://plus.lapresse.ca/screens/49d6-e8e8-53189843-8da8-74afac1c606d__7C_KN9E30B4CZoB.html)