



Advertising Standards Canada
Les normes canadiennes de la publicité

175 Bloor Street East
South Tower, Suite 1801
Toronto, Ontario M4W 3R8

☎ 416 961-6311

☎ 416 961-7904

www.adstandards.com

175, rue Bloor Est
Tour Sud, bureau 1801
Toronto (Ontario) M4W 3R8

☎ 416 961-6311

☎ 416 961-7904

www.normespub.com

Les normes canadiennes de la publicité publient

Étude de NCP : Perceptions des consommateurs sur la publicité 2016

(Toronto – le 5 mai 2016) – Les Canadiens continuent de percevoir la publicité d'une manière favorable, la majorité d'entre eux la trouvant utile et la plupart trouvant qu'ils en tirent au moins une valeur. Toutefois, lorsqu'il est question du contenu des publicités et de leur niveau d'acceptabilité, les Canadiens continuent de trouver que les représentations négatives, injustes et dégradantes sont presque invariablement inacceptables et la plupart d'entre eux cesseront « très probablement » ou « probablement » d'acheter les produits ou services d'une entreprise qui utilise ce genre de représentations. Voilà ce que révèle entre autres [*l'Étude de NCP : Perceptions des consommateurs sur la publicité 2016*](#).

Afin de connaître comment les Canadiens perçoivent la publicité qu'ils voient, entendent et lisent tous les jours, NCP a mandaté The Gandalf Group pour qu'il enquête sur les perceptions qu'ont les Canadiens de la publicité. À cette fin, un sondage en ligne a été réalisé auprès de 1564 Canadiens et met l'accent notamment sur la façon dont les consommateurs perçoivent le sexisme en publicité.

Faits saillants de l'étude :

- Les Canadiens trouvent certains contenus publicitaires presque invariablement inacceptables, dont des représentations dégradantes de personnes handicapées, de cruauté animale, de racisme et d'intimidation, et ce, même si ces représentations se veulent humoristiques.
- Un grand nombre d'entre eux croient que les femmes sont traitées plus injustement que les hommes dans les publicités. En effet, 47 % croient que les femmes sont traitées « assez » ou « très » injustement dans les publicités canadiennes, alors que 31 % croient la même chose pour les hommes.
- Les Canadiens trouvent que dans les publicités, le sexisme envers les femmes est plus répandu que le sexisme envers les hommes. D'entre eux, 63 % sont d'avis qu'au moins quelques publicités canadiennes sont sexistes envers les femmes, tandis que seulement 40 % jugent qu'au moins certaines publicités sont sexistes envers les hommes.
- Bien que les Canadiens blâment surtout l'entreprise qui a placé les publicités sexistes (31 %), ils blâment également en partie la société en général (26 %) et les agences de publicité (25 %).
- Les publicités sexistes ont des conséquences économiques. La plupart des répondants (67 %) affirment qu'ils seront moins susceptibles d'acheter le produit d'une entreprise dont la publicité est sexiste.

« Les consommateurs canadiens continuent d'exprimer leur mécontentement avec leur portefeuille lorsqu'ils jugent que des publicités sont inacceptables. De plus, le fait qu'ils perçoivent les femmes comme étant traitées plus injustement que les hommes dans les publicités envoie un message clair aux annonceurs », d'affirmer M^{me} Linda J. Nagel, présidente et chef de la direction des Normes canadiennes de la publicité. « La bonne nouvelle, c'est qu'un bon nombre de Canadiens croient que la situation s'améliore et que les publicités deviennent moins sexistes plutôt que plus sexistes », d'ajouter M. David Herle, associé principal, The Gandalf Group.



Advertising Standards Canada
Les normes canadiennes de la publicité

175 Bloor Street East
South Tower, Suite 1801
Toronto, Ontario M4W 3R8

☎ 416 961-6311
📠 416 961-7904
www.adstandards.com

175, rue Bloor Est
Tour Sud, bureau 1801
Toronto (Ontario) M4W 3R8

☎ 416 961-6311
📠 416 961-7904
www.normespub.com

Au sujet de NCP

Les normes canadiennes de la publicité (NCP) constituent l'organisme d'autoréglementation national et indépendant de l'industrie de la publicité, dont la mission consiste à favoriser et à maintenir la confiance de la communauté dans la publicité. Ses membres – des annonceurs, des agences de publicité, des médias et des fournisseurs de l'industrie de premier plan – sont déterminés à soutenir une autoréglementation responsable et efficace de la publicité. Organisme sans but lucratif, NCP administre le *Code canadien des normes de la publicité* – principal outil d'autoréglementation de la publicité au Canada – ainsi qu'un mécanisme national de traitement des plaintes des consommateurs à l'encontre de la publicité.

Pour plus d'information, veuillez communiquer avec :

Danielle Lefrançois, directrice des communications

Tél. : 514 931-8060, poste 260

danielle.lefrancois@normespub.com