Le trophée Tilila initié par 2M consacre l’approche gagnant-gagnant recommandée par l’étude de la HACA relative aux stéréotypes fondés sur le genre dans la publicité.

10 oct 2018

Deux années après le partage des conclusions de son étude relative aux stéréotypes fondés sur le genre dans la publicité avec l'ensemble des professionnels (opérateurs, annonceurs, producteurs, communicateurs…) la HACA s’est réjouie de l'initiative de 2M intitulée « Trophée Tilila », décerné en présence de Mme Amina lemrini Elouahabi, Présidente de la HACA, lors d’une cérémonie organisée le mercredi 10 octobre, à une publicité véhiculant un message non sexiste après délibération d’un jury compétant.

Présentation publique de l’étude « les stéréotypes fondés sur le genre à travers les spots publicitaires » avril 2016

L'analyse par la HACA de 138 spots télévisuels diffusés durant un mois sur les deux chaînes publiques marocaines, Aloula et 2M, avait mis en exergue les très nombreuses formes de stéréotypes

véhiculés dans les spots publicitaires et recommandé aux acteurs concernés de s'inscrire dans une logique citoyenne "gagnant- gagnant."

Cette cérémonie a fortement illustré cette logique, à savoir la promotion d'un produit ou service visant sa vente dans un environnement concurrentiel tout en faisant la promotion de l'égalité hommes-femmes en tant que valeur fondatrice d'une société libre, juste et démocratique.

Le processus entamé dans une dynamique de co- régulation, vivement encouragé par la HACA, est à même de renforcer l'appropriation des nouvelles dispositions juridiques en matière de promotion de la culture de l'égalité, de dynamiser leur mise en œuvre efficace et durable à travers l'ensemble des programmes.

Pour rappel, la HACA est en cours d'élaboration d'un fascicule mettant en avant « la publicité vectrice de l'égalité », et ce, dans le cadre du projet « Liberté de communication et égalité hommes-femmes » (2018-2019) présenté publiquement le 13 mars 2017.

Liens
[1] https://www.haca.ma/fr/javascript%3A%3B