



# NOTRE COULEUR DE PEAU, NE DOIT PLUS DÉTERMINER NOTRE AVENIR

## LA LICRA

Étude réalisée par Marie Charrieau, Noémie Guillemot, Josselin Merazguia et Soliman Nessa



### L'item & son contexte

Ce corpus de trois images (réunissant photographies et textes) présente trois nourrissons dans une maternité. Dans chaque cas, le bébé du centre a une origine ethnique autre que caucasienne, et il est associé à un corps de métier : éboueur, technicien de surface et ouvrier en bâtiment. Ces images dénoncent la discrimination à l'embauche et le racisme en général.

### Communauté de production

Pascale Gayraud, directrice artistique et Fabrice Dubois, concepteur rédacteur

Le groupe de communication Publicis Conseil s'attache depuis sa création (en 1926) à défendre des causes humanitaires et sociales en offrant ses services aux associations et autres organismes engagés. En 2009, dans un climat propice au délit de faciès, le groupe propose à la Ligue internationale contre le racisme et l'antisémitisme (LICRA) une campagne publicitaire. Dans un souci d'effet de réel, le choix du médium photographique comme artefact s'est avéré pertinent. De même, la figure du bébé, souvent utilisée en publicité pour l'empathie qu'elle suggère, a volontairement été choisi pour créer un choc visuel. L'image utilise les stéréotypes et clichés courants.

### Communauté de diffusion

Gaëlle Morvan, responsable de Publicis Conseil,

Cette publicité s'est déclinée en support presse papier et, grâce au partenariat avec JCDecaux, en grand format pour métro et abribus. En plus d'être producteur, Publicis conseil s'est occupé de la diffusion en prenant en charge l'intégralité des coûts de cette campagne.

### Communauté de réception

Camille, David, Alexis et Pablo (élèves de 3ème au collège des Bons Raisins), entretien réalisé le 10 Avril 2015 à Rueil Malmaison.

Dans l'exercice d'analyse d'image, la totalité du focus-groupe a volontairement omis la partie textuelle. Les adolescents n'ont pas su faire la différence entre une image et une photographie. L'image a d'abord été comprise comme raciste. Nous avons donc procédé à une seconde présentation pour que les élèves soit plus attentif au message diffusé.

### Communauté de médiation

Il semble important de faire prendre conscience aux élèves, qu'au-delà du rôle de l'éducation dans la construction de son avenir, le délit de faciès à l'embauche reste une réalité en France.



	ITEMS SIGNIFIANTS DÉCLARÉS LORS DE L'ENTRETIEN DE PRODUCTION	COMPOSANTES INTERPRÉTÉES DU DOCUMENT VISUEL	ITEMS SIGNIFIANTS DÉCLARÉS LORS DE L'ENTRETIEN DE DIFFUSION	ITEMS SIGNIFIANTS DÉCLARÉS LORS DE LA RÉCEPTION	ITEMS SIGNIFIANTS MÉDIÉS PAR LE MÉDIATEUR
LA COMPOSITION	« Effet de réel » pour des visuels chocs / Mise en avant du bébé central « qui a sa vie déjà toute tracée »	Photographie de trois bébés prise dans une maternité / le bébé central, de couleur, nous regarde et porte des tenues de travail caractéristiques		Les élèves ont su identifier les métiers « d'éboueur, femme de ménage et maçon »	L'effet de réel fonctionne.
ACCROCHE	L'image était métaphorique (l'oreille pour la musique et la qualité acoustique et les cheveux comme rideau de scène).	Affiliation entre l'image et le texte.	Il a fallu retoucher l'accroche initiale : « Ce n'est pas à votre couleur de peau de choisir votre avenir » pour être plus nuancé.	Les élèves n'ont pas pris en compte le texte dans leur analyse. « On ne doit pas attribuer un métier à une couleur de peau »	Les élèves considèrent uniquement la photographie lorsqu'on parle de visuel. L'affiliation image / texte est nécessaire pour comprendre le message.
LA FIGURE DU BÉBÉ	Figure attendrissante mais ici détournée pour créer des images chocs	Bébés mis en scène.	Utilisation des bébés jugée comme choquante pour une partie de l'équipe.	« On a le sentiment que ça s'adresse qu'aux parents, nous on peut rien y faire »	Les élèves ne se sentent pas concernés. Difficultés pour eux à se projeter
PHÉNOMÈNE DE SOCIÉTÉ	« Lutter contre le délit de faciès à l'embauche et contre le racisme de manière universelle »	Les différentes couleurs de peau du bébé associées à un corps de métier.	« Volonté de répondre à un problème social symptomatique d'une époque. »	« Image raciste, donc choquante, mais qui lutte quand même contre le racisme »	Sans le texte, le message de l'image va à contre-sens de l'accroche.
L'IMAGE DES STÉRÉOTYPES	Stéréotype partant d'un constat. Volonté d'utiliser des métiers réservés à une certaine catégorie de personne.	Uniforme d'éboueur, de maçon et de femme de ménage	« Jouer sur les stéréotypes pour justement les dénoncer. »	« Le bébé est imagé, il représente un métier de pauvre, pour des étrangers »	Des stéréotypes sont déjà ancrés chez les adolescents, puisque les élèves ont attribué des origines portugaises au bébé « femme de ménage » et « maçon ».
ÉDUCATION	Réaffirmer l'égalité des chances par l'éducation tout en gardant à l'esprit le constat de la discrimination à l'embauche.	La figure du bébé comme individu non éduqué.		« Il faut bien éduquer ses enfants, c'est comme ça qu'on peut s'en sortir. Mais les étrangers ont moins de facilités parce- qu'ils ont moins d'argent. »	Les élèves ont cerné l'importance de l'éducation, sans envisager la possibilité d'une discrimination à l'embauche.



	ITEMS SIGNIFIANTS DÉCLARÉS LORS DE L'ENTRETIEN DE PRODUCTION	COMPOSANTES INTERPRÉTÉES DU DOCUMENT VISUEL	ITEMS SIGNIFIANTS DÉCLARÉS LORS DE L'ENTRETIEN DE DIFFUSION	ITEMS SIGNIFIANTS DÉCLARÉS LORS DE LA RÉCEPTION	ITEMS SIGNIFIANTS MÉDIÉS PAR LE MÉDIATEUR
LES MÉTIERS GENRÉS	« En vertu d'une égalité des sexes, nous avons choisi d'ajouter le bébé femme de ménage ».	Attribution d'un sexe à un corps de métier.		« C'est une fille, car elle porte une robe et c'est une femme de ménage ».	À la réception, ce n'est pas l'égalité des sexes que les élèves retiennent, mais l'attribution d'un sexe à un métier.