

Interdiction d'une campagne publicitaire dans le métro parisien montrant deux homosexuels qui s'embrassent

La société gérant les espaces publicitaires de la RATP a demandé à l'agence de communication chargée d'une campagne publicitaire pour un salon consacré aux gays et lesbiennes de remplacer les affiches publicitaires montrant le baiser de couples homosexuels. Consulté pour avis le Bureau de vérification de la publicité avait estimé que, compte tenu de la nature du média concerné, la part du public la plus attachée aux valeurs traditionnelles ne manquerait pas de réagir. La toute nouvelle Haute autorité de lutte contre les discriminations et pour l'égalité a été saisie.