

Marche des fiertés : qu'est-ce que le pinkwashing ?

Cette technique le plus souvent marketing caractérise le fait pour une entreprise de se donner une image pro-LGBT+ à l'extérieur, alors qu'elle ne respecte pas toujours les droits des personnes LGBT en interne, ou n'est pas cohérente dans son action commerciale.



La Marche des fiertés de Paris se tient ce samedi entre Nation et République, comme ici en 2022. LP/Marion Kremp

Par Marianne Chenou

Le 23 juin 2023 à 14h31

Dix ans après le mariage pour tous, on marche toujours. Organisée chaque année depuis 1977 à Paris, [la Marche des Fiertés annuelle](#) se déroule ce samedi à l'appel de l'Inter-LGBT, avec pour mot d'ordre : « Depuis dix ans, [mariage pour tous](#). Depuis toujours, violences pour tous », pour alerter contre [les violences que subissent les personnes LGBT+](#) au quotidien.

L'occasion de se pencher également sur le phénomène du « pinkwashing », qui peut tromper sur les réelles intentions d'une entreprise. Cet anglicisme caractérise le procédé utilisé par un État, une organisation, un parti politique ou une entreprise dans le but de se donner une image progressiste et [engagée pour les droits LGBT+](#) dans sa communication. Formé à partir de « pink » (rose) et « washing » (lavage), ce mot est construit sur la même base que son équivalent pour l'écologie, [le « greenwashing »](#), référence au fait de mettre en avant des [arguments écologiques discutables](#) pour promouvoir un produit.

Un procédé qui remonte aux années 1990

À l'origine, le terme « pinkwashing » renvoyait au fait de promouvoir [la lutte contre le cancer du sein](#) à des fins commerciales, notamment au début des années 2000. Avec la visibilisation des enjeux autour des droits des personnes LGBT+, le pinkwashing est désormais associé à cette cause. « L'idée est de s'afficher avec une image progressiste alors qu'on ne peut pas s'en prévaloir », résume auprès du Parisien Flora Bolter, codirectrice de l'Observatoire LGBTI+ à la Fondation Jean-Jaurès.

VIDÉO. À Paris, la Marche des Fiertés en alerte sur « un retour en arrière » des droits LGBT



Une attitude dont la recrudescence est chaque année fulgurante [au mois de juin, « mois des fiertés »](#). « Les premières opérations de pinkwashing remontent à la fin des années 1990 aux États-Unis, lorsque des marques d'alcool ou de voitures ont commencé à avoir leurs propres chars [au sein de la Gay Pride](#) », analyse la spécialiste.

Pourquoi c'est décrié ?

Le pinkwashing peut tromper sur les réelles actions d'une entité en faveur des personnes LGBTQ+. Mais il n'y a pas de méthode magique pour déterminer si une action en relève. « Il faut étudier au cas par cas, pointe Flora Bolter. Lutter contre les discriminations c'est louable et légitime, et il faut le distinguer d'une démarche de communication hypocrite. »

Elle évoque deux critères principaux pour caractériser un éventuel pinkwashing de la part d'une entreprise : « Lorsqu'on s'engage dans une démarche en direction des personnes LGBTQ+, il faut être cohérent : on ne peut pas être pro-LGBT+ si on a toujours des problèmes de discrimination en interne ou des accords commerciaux [avec des pays anti-LGBT+](#). Et deuxièmement, il faut une

authenticité de la représentation, veiller à ne pas verser dans le cliché. »

C'est l'écueil dans lequel est tombée la [chaîne de magasins britanniques Marks & Spencer](#) en 2019 : pour le « mois des fiertés », elle a commercialisé un sandwich « LGBT » avec de la laitue, du guacamole, du bacon et de la tomate, dans un emballage aux couleurs arc-en-ciel, une opération commerciale sans réel intérêt pour la cause.

Comment se manifeste concrètement le pinkwashing ?

« L'exemple le plus frappant, c'est MasterCard », tranche Flora Bolter. L'entreprise de système de paiement adopte régulièrement des logos arc-en-ciel en Occident, « alors qu'ils ont une communication complètement différente dans les pays du Golfe, où ils continuent à investir massivement », dénonce la spécialiste.

Newsletter L'essentiel du matin

Un tour de l'actualité pour commencer la journée



[S'inscrire à la newsletter](#)

[Toutes les newsletters](#)

Le même reproche peut être fait au [géant de l'ameublement Ikea](#), qui n'a pas hésité à commercialiser son célèbre sac bleu en version arc-en-ciel, tout en effaçant les femmes de ses catalogues [diffusés en Arabie saoudite](#) ou en Israël pour les ultraorthodoxes. « On retombe dans ce problème de cohérence », résume Flora Bolter.

Cependant, la branche française de l'entreprise reste associée à plusieurs associations, [dont L'Autre Cercle](#), qui milite pour l'inclusion et la gestion de [la diversité LGBT+ au travail](#). Également, 50 % des bénéfices des ventes des

sacs arc-en-ciel de la marque sont reversés à l'association Le Refuge.

Plus récemment, la marque Sephora (*propriété du groupe LVMH, comme Les Echos-Le Parisien*) a communiqué autour [des Marches des fiertés organisées en France](#). La chaîne a relayé une liste de magasins au sein desquels les participants pouvaient être maquillés et démaquillés gratuitement.



sephorafrance
2.0M followers

[Voir le profil](#)

Parce qu'il n'est pas toujours simple d'être soi-même auprès de son entourage, Sephora vous propose un lieu sûr pour vous faire maquiller sur le thème de la Pride, sereinement et gratuitement, avant de rejoindre la Marche des Fiertés de votre ville.



[Agenda et liste des Sephora participant](#)

[Voir plus sur Instagram](#)

7 318 mentions J'aime

sephorafrance

À l'occasion du Pride Month, venez vous faire maquiller chez Sephora avant de vous rendre à la Marche des Fiertés de votre ville. Swipez à gauche pour tout savoir sur cette initiative, découvrir l'agenda du mois et nos magasins participants.

Psst : c'est gratuit, sans rendez-vous, et vous pourrez bien sûr revenir en fin de Marche pour vous faire démaquiller si vous le souhaitez. Nos équipes ont hâte de vous accueillir ! 🌈

*safe places = lieux sûrs

[#sephorafrance](#) [#sephorastands](#) [#pridemonth](#)

Voir les 127 commentaires

Ajouter un commentaire...

« C'est une démarche commerciale, mais il y a une compréhension de l'enjeu du démaquillage pour [les personnes qui ne sont pas « out »](#) auprès de leurs proches. Ça montre une volonté de prendre en compte mieux ces problématiques », souligne Flora Bolter.

Dès 2018, le groupe avait lancé des cours de maquillage à destination des personnes transgenres aux États-Unis, et dispose d'un partenariat en France avec des associations militant pour [les droits des personnes LGBTQ+](#). Mais, comme Ikea, ces actions ne sont pas étendues aux pays du Golfe [où l'homosexualité est toujours illégale](#).

BNP Paribas parmi les bons élèves

La codirectrice de l'observatoire LGBTQI+ n'est pas pour autant défaitiste. « Il ne faut pas partir du principe que la moindre entreprise qui arbore un logo arc-en-ciel fait du pinkwashing. Visibiliser, c'est très important, insiste Flora Bolter. Mais ça ne suffit pas pour se prétendre allié des personnes LGBTQ+, c'est toujours mieux si c'est réellement accompagné de procédures en interne pour [lutter contre la discrimination](#). »

À lire aussi [Sexisme, homophobie, coming out... un guide pour améliorer l'inclusion des lesbiennes au travail](#)

Elle souligne d'ailleurs la nette prise en compte des [problématiques LGBTQ+](#) par la banque BNP Paribas : « Il y a eu de vrais problèmes au sein de l'entreprise, et ils ont décidé d'agir par la suite. Aujourd'hui, on peut saluer le

fait qu'ils sont engagés dans une véritable démarche prolongée, ils font de la communication interne auprès des salariés et soutiennent la recherche. »

Selon Flora Bolter, [la RATP](#) a également fait de gros progrès sur les enjeux LGBT+ depuis l'arrivée de Frédéric Potier en tant que délégué général à l'éthique et à la conformité, ex-délégué interministériel à la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la haine anti-LGBT.



9

Dans la rubrique **Société**

[Chantal Perrichon](#), proutidente de la [Ligue contre la violence routière](#), est décédée
[« Quoicoubeh » : 92 % des plus de 65 ans n'ont jamais entendu ce mot adoré des ados](#)
[Lettre \(d'excuses\) à ma poupée Barbie](#) **P**

Les commentaires sont ouverts à tous les inscrits. Ils font l'objet d'une modération avant publication. Ils seront publiés dans leur intégralité ou supprimés s'ils sont jugés non conformes à [la charte](#).

Veuillez vous [connecter](#) ou [créer un compte](#) pour pouvoir commenter cet article.

alligator Le 23 juin 2023 à 16h22

Valjean dans le cortège

karukera Le 23 juin 2023 à 16h18

MOMO A881 . on en peut plus .c delà persécution d'harcèlement

Jean-laurentD705 Le 23 juin 2023 à 15h46

marche des fiertés ? fierté de quoi au juste ?

Frank Einstein Le 23 juin 2023 à 15h43



Journal

Se connecter

S'abonner

A la une Ile-de-France & Oise ▼ En continu Faits divers Politique Économie Sociét > |

Faut l'expli

air ?

Ville, code postal...



alligator L
Ce lobby est

75 · Paris **91 · Essonne**

92 · Hauts-de-Seine **93 · Seine-Saint-Denis**

94 · Val-de-Marne **95 · Val-d'Oise**

yaveka007
Ce n'est pas

77 · Seine-et-Marne **78 · Yvelines**

60 · Oise

Toutes les actualités locales

MomoA881 Le 23 juin 2023 à 15h35

LGBT, rendez les couleurs de l'arc en ciel. Elle ne vous appartient pas. Elles sont à tous !!!

MomoA881 Le 23 juin 2023 à 15h34

A t on le droit de dire que cette propagande LGBT nous dégoûte ? Elle a tout envahi, dans le mépris de la liberté de penser...et de le dire !

nonameboy Le 23 juin 2023 à 15h13

Joec en chef de file

Société



Chantal Perrichon, proutidente de la Ligue contre la violence routière, est décédée



Lettre (d'excuses) à ma poupée Barbie P



« Quoioubeh » : 92 % des plus de 65 ans n'ont jamais entendu ce mot adoré des ados



Écologie à l'école : « Les ambitions sont là, il nous manque les moyens », déplorent les profs P



Six mois d'études, dix prototypes... L'astucieuse invention d'un ingénieur contre les punaises de lit



Covid-19 : les ex-soignants suspendus en Guadeloupe réclament des indemnisations



Mon Master : « Ça m'a permis de trouver ma voie, mais j'ai été pris nulle part »



Sécheresse : la cueillette d'arnica des Vosges annulée