Publicité TV au Royaume-Uni : plus de la moitié des spots montrent des personnes noires… alors qu’elles représentent 4 % de la population

02/10/2025 à 15h55



Une étude menée sur 500 publicités révèle un écart saisissant entre représentations médiatiques et réalité démographique. Plus de la moitié des spots diffusaient des visages noirs, quand le recensement de 2021 indique qu’ils ne constituent que 4 % de la population d’Angleterre et du pays de Galles.

À l’inverse, certaines catégories restent quasi invisibles : les plus de 70 ans n’apparaissent que dans 2 % des pubs, les personnes handicapées dans 4 % (pour près de 18 % de la population), et les femmes enceintes dans à peine 0,1 %. Les minorités sud-asiatiques et est-asiatiques sont elles largement sur-représentées (17 % et 11 % des publicités, pour respectivement 8 % et 1 % de la population).

Jack Thorne, créateur de la série *Adolescence*, appelle à une « auto-examination » de l’industrie publicitaire, regrettant que celle-ci « *échoue à voir ce que les diffuseurs font* ». Même si quelques campagnes inclusives sont saluées, comme l’annonce de

Currys mettant en avant un employé aidant un client aveugle, le sentiment général reste celui d’une forte distorsion.

Daily Mail