

Lutter contre la pression sociale vis-à-vis de l'image des corps : un enjeu de santé publique

Recommandations aux professionnels et institutions
pour favoriser une image corporelle positive
et l'acceptation de la diversité corporelle

Synthèse des chartes et réglementations, programmes gouvernementaux,
et actions en France et dans quelques pays



Catherine Olivo

Février 2012

Programme réalisé avec le soutien de l'Agence Régionale de Santé Languedoc-Roussillon

L'image des corps, l'image corporelle

Dans notre société, on note une forte pression sociale (médias, représentations collectives...) par rapport aux critères de beauté et à l'image des corps en particulier. La minceur et le contrôle de soi sont valorisés.

La publicité présente souvent des personnes aux formes stéréotypées et véhicule un imaginaire de corps « idéal ». Elle peut renforcer la difficulté à accepter les différences corporelles.

Les représentations collectives du corps peuvent avoir un impact sur la santé : mal être, baisse de l'estime de soi et comportements à risque. La recherche de la minceur peut également induire des troubles du comportement alimentaire.

Le terme « d'image du corps » initialement issu de la psychanalyse, est apparu vers 2006 dans des chartes, des réglementations et des programmes gouvernementaux centrés sur des problèmes d'anorexie.

L'angle d'intérêt a été d'emblée réduit à l'anorexie alors que « l'image du corps » a un impact beaucoup plus large sur la santé mentale, la psychologie de la personne et sa relation aux autres.

La question de l'image corporelle est au carrefour de multiples problématiques de santé publique :

violence, sexualité, activité physique, alimentation et troubles du comportement alimentaire, égalité homme / femme, bien-être et mal-être, estime de soi, addictions, situation de handicap, accès à l'emploi.

Dans les chartes, réglementations, programmes gouvernementaux, la terminologie « image du corps » est associée à :

- La corpulence et la promotion de l'extrême minceur (voire l'apologie de l'anorexie).
- Un idéal lisse, jeune et mince, très présent dans les médias. Les photographies proposées sont toujours retouchées ; les médias ne proposent qu'un seul modèle de corps.
- Une représentation de la femme comme un objet : « symbole de beauté ou objet sexuel ».
- Une représentation des hommes et des femmes très stéréotypée (voire sexiste).

Selon l'origine de l'auteur, l'approche du concept de « l'image du corps » est différente.

Au sein des gouvernements, en France, en Espagne, en Italie ou en Grande Bretagne, on prend en compte la problématique « d'image du corps », par l'approche de la corpulence : maigreur excessive, anorexie ou obésité, questions de santé publique.

Par contre, au sein de l'Union Européenne (conseil de l'Europe, commission européenne et parlement

européen), l'approche est davantage centrée sur la lutte contre les stéréotypes, contre la discrimination et pour l'égalité hommes / femmes.

Au Québec, c'est la terminologie « d'image corporelle » qui est utilisée. Elle recouvre l'ensemble de ces problématiques.

Afin d'éviter la confusion entre le concept psychanalytique de l'image du corps et notre conception anthropologique du corps, le comité de pilotage de ce projet expérimental a élaboré la définition suivante : « L'image des corps c'est l'image de notre propre corps que nous formons dans notre esprit, sous l'influence d'une construction sociale, des relations aux autres. C'est la façon dont notre corps nous apparaît à nous-mêmes. »

Ce document propose une synthèse des programmes, recommandations et chartes afin de sensibiliser les institutions et les professionnels à cette problématique et les inciter à agir sur ce déterminant fondamental de la santé de la population.

Les institutions peuvent par exemple intégrer cette préoccupation dans les appels d'offre ou marchés qu'elles lancent. Elles peuvent être plus sensibles aux discriminations que vivent éventuellement leurs employés, elles peuvent former les professionnels à cette question ...

Les professionnels peuvent rencontrer des personnes qui ne présentent pas de surpoids et qui demandent des conseils sur des régimes. Ils peuvent aussi observer des relations tendues entre filles et garçons, une hyper-sexualisation des très jeunes filles, être témoins d'actes de violence liés à l'allure d'une personne ou entendre les jeunes tenir des propos dévalorisants sur eux-mêmes, leur corps, leur look, etc.

Face à tout cela, ils peuvent mettre en place des actions concrètes et notamment conseiller les parents et les jeunes pour éviter de véhiculer des stéréotypes qui ont un impact négatif sur l'image de soi, afin de leur faire prendre conscience de la pression sociale qu'ils subissent.

C'est en agissant dans une démarche de promotion de la santé, à tous les niveaux (institutions, professionnels, population) qu'une réflexion et des actions pourront être entreprises pour promouvoir une acceptation de la diversité corporelle. Cela permettra de limiter les effets néfastes des stéréotypes et des représentations collectives qui ont un impact sur la santé, sur le bien-être de chacun.

L'origine de l'attention des gouvernements à « l'image du corps »

Depuis 2006, le terme « d'image du corps » s'est multiplié dans des codes, des chartes, ... liés au **secteur de la mode**, dans de nombreux pays du monde et également au niveau de l'Union Européenne.

Tout a commencé avec le décès d'un mannequin brésilien qui a suscité de nombreux débats et engendré de vigoureuses pressions auprès des gouvernements pour prévenir l'anorexie.

Plusieurs pays ont invité l'industrie de la mode à coopérer, notamment en créant des groupes de travail pour réfléchir aux problèmes posés par « l'image du corps ».

Suite à ces débats, certains pays ont proposé par exemple, l'interdiction d'accès au podium des mannequins ayant un Indice de Masse Corporelle (IMC) inférieur à 18. C'est le cas de l'Espagne [1], de l'Italie [2] et du Brésil. D'autres gouvernements, comme en Grande Bretagne [3] et en France, considérant cette mesure discriminatoire envers les mannequins « minces », ont résisté et refusé de réglementer le monde de la mode. Le président de la Fédération française de la Couture, Didier Grumbach a déclaré en Septembre 2006 : « la mode ne se réglemente pas » [4].

Vous trouverez en annexe n°1 une synthèse des chartes et des réglementations mises en œuvre dans différents pays depuis 2006.

Les programmes des gouvernements

En complément des chartes et des projets de lois qui ont été développés dans plusieurs pays (cf annexe n°1), les programmes ou les mesures proposés par les gouvernements se focalisent sur certains aspects :

- la corpulence, la minceur ou l'anorexie (France, Espagne, Pays-Bas)
- les stéréotypes masculins et féminins et la diversité corporelle (Québec, Espagne).

Selon les pays, ce ne sont pas les mêmes ministères qui sont chargés de la question de « l'image du corps ». En France, par exemple, c'est le ministère du Travail, de l'Emploi et de la Santé qui prend en charge cette problématique. Au Québec, c'est le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine qui s'y emploie. Ceci n'est pas anodin et a des effets sur le type de programmes développés.

Nous synthétisons en annexe les programmes abordant l'image corporelle, la diversité corporelle ou la pression sociale vis-à-vis du corps, laissant de côté les multiples programmes en faveur de l'égalité homme / femme car le sujet englobe des problématiques très larges, comme l'égalité face à l'emploi, aux salaires, aux postes à responsabilités, qui sont très spécifiques et périphériques à notre intérêt centré sur la santé publique.

Si l'Espagne et le Québec développent une lutte contre les stéréotypes et une promotion de la diversité corporelle, les programmes restent encore aujourd'hui très centrés sur l'anorexie et la prévention de l'obésité.

Les approches des gouvernements sont différentes :

- Au Québec, l'intérêt est centré sur le bien-être et la lutte contre les discriminations.
- En France, l'approche est davantage sanitaire avec la prévention de l'obésité.

La prise en compte de l'image des corps à un niveau global, avec tous les thèmes qui lui sont associés (violence, sexualité, activité physique, alimentation, estime de soi, addictions, handicap, discrimination, emploi, etc.) reste à inventer en France.

Les recommandations pour les ministères, institutions, décideurs et médias au niveau national

Ces recommandations concernent la promotion de la diversité corporelle et la lutte contre la pression sociale vis-à-vis du corps. Elles ne concernent pas les modalités de travail qui favorisent le mieux-être dans la relation à son corps.

Malgré l'intérêt récent de quelques magazines pour proposer des accroches sur « le naturel » ou sur « les rondeurs », le lobbying des médias est très puissant, et les recommandations européennes ou françaises n'ont pas d'effet sur eux jusqu'à ce jour. Nous espérons cependant une évolution concernant les médias, même si les résistances semblent considérables.

Quelques pistes à retenir pour tenir compte de l'image des corps à un niveau global et national [Ⓝ]

- [Ⓝ]1 **Sensibiliser les éditeurs de magazines, la presse nationale et locale, les journalistes et les publicitaires**, notamment ceux en formation (comme le rapport Reiser-Grézy de 2011 le préconise [5]).
- [Ⓝ]2 **Accroître la vigilance quant à l'utilisation de l'Indice de masse corporelle (IMC)** dans les programmes de santé publique. L'IMC doit rester un indicateur médical. Il serait pertinent que le PNNS remplace sur les disques le terme « d'IMC normal » par « IMC de santé » comme sur la version anglaise. Car changer le lexique permet de changer la pensée. Ou encore, la mention « IMC normal » pourrait être supprimée, comme sur les disques « enfants ».
- [Ⓝ]3 **Créer un prix récompensant les publicitaires promouvant une image positive des femmes et hommes quel que soit leur aspect physique**, comme le recommande l'Europe et comme cela se pratique en Espagne ou au Québec.
- [Ⓝ]4 **Accroître le contrôle des interventions de chirurgie esthétique et leurs effets**, comme le suggère le Québec. Le Ministère de la santé pourrait mettre en place un observatoire des plaintes des personnes ayant vécu une intervention de chirurgie esthétique.
- [Ⓝ]5 **Accroître le contrôle de l'industrie des produits amaigrissants et leurs effets**, comme le suggère le Québec. Ceci permettrait d'aller encore plus avant par rapport aux mesures d'autodisciplines proposées dans le Plan obésité 2010-2013. [6]

Les recommandations pour les institutions et professionnels au niveau régional et local

Dans le milieu du travail [Ⓣ]

- [Ⓣ]1 **Veiller à ce que tous les documents pédagogiques et de communication** édités par les collectivités territoriales, ou les structures associatives **favorisent la diversité corporelle** et ne renforcent pas les stéréotypes.
On voit de plus en plus de documents de communication présentant des jeunes, des personnes âgées, des personnes d'origine différente (africaine, asiatique, etc.), pendant tous sont beaux et minces ...
- [Ⓣ]2 **Travailler sur la discrimination par rapport au physique dans le monde du travail.**
Des études montrent qu'une personne « belle » est considérée comme plus intelligente et bénéficie d'un meilleur salaire, qu'une personne moins jolie ... [7]

Dans les secteurs de la santé, de la jeunesse, du social et de l'éducation

- S1** Inclure l'image des corps comme déterminant de santé publique dans les cahiers des charges, appels d'offres ou marchés proposés par l'Etat et par les collectivités territoriales.
- S2** Sélectionner en priorité les actions qui prennent en compte l'égalité de genre, qui luttent contre les stéréotypes et qui valorisent la diversité corporelle.
- S3** Soutenir des actions spécifiques sur l'image des corps, comme par exemple des animations qui favorisent la réflexion des jeunes sur l'influence et la pression sociale qu'ils subissent.¹ [8]
- S4** Sensibiliser les professionnels à l'acceptation de la diversité corporelle et à la pression sociale en matière d'image des corps par des colloques, des conférences, des brochures, des messages sur Internet, etc.
- S5** Soutenir la formation aux outils pédagogiques qui abordent la pression sociale vis-à-vis du corps, l'acceptation des différences corporelles. [8]
- S6** Soutenir l'éducation aux médias et la création d'un site d'analyse critique des publicités pour les jeunes.
- S7** Financer et promouvoir des magazines alternatifs (sans publicité et valorisant tous les types de corps) destinés aux jeunes réalisés par des jeunes.
- S8** Sensibiliser le grand public aux publicités sexistes caricaturant les stéréotypes des rôles des femmes et des hommes dans la société : les inviter à davantage réagir contre, comme cela se pratique déjà en France et au Québec.
- S9** Sensibiliser les créateurs de mode au niveau local, à la prise en compte des beautés différentes, afin de ne pas renforcer les stéréotypes du mannequinat, des femmes et des hommes.

Des exemples d'actions mises en œuvre dans différents pays sont présentées en annexe 3.

Les recommandations pour les professionnels au quotidien

- Q1** Ne pas être complice des représentations collectives sur le corps et des stéréotypes : rappeler que le corps n'est pas un objet de contrôle social, que les garçons peuvent prendre soin de leur corps autant que les filles, que les personnes en surpoids ne manquent pas nécessairement de volonté, etc.
- Q2** Mettre en place des activités qui permettent aux jeunes de prendre conscience de la pression sociale qu'ils subissent concernant leur corps, favoriser l'acceptation de la diversité corporelle.
- Q3** Travailler sur la discrimination liée au physique, au sein de la structure.
- Q4** Ne pas véhiculer l'idée largement répandue dans les magazines que l'indice de masse corporelle (IMC) correspondrait à un poids « normal » qu'il faudrait atteindre. Les textes anglais ont traduit la terminologie « normal » en « poids de santé » qui semble plus acceptable.
- Q5** Inciter les parents à communiquer avec leurs adolescents sur les questionnements que peuvent causer les changements du corps. Les professionnels peuvent également sensibiliser les parents à la délicate question des régimes et les inviter à valoriser les rituels alimentaires conviviaux.

¹ Il existe beaucoup d'actions menées auprès d'adultes en situation sociale précaire qui visent une amélioration esthétique de leur image et qui font intervenir des esthéticiennes, coiffeurs, etc. Elles ont fréquemment pour objectif d'apprendre à se mettre en valeur et à prendre soin de soi. Nous les isolons par conséquent de ces recommandations car elles ne visent pas la lutte contre la pression sociale collective.

Un projet expérimental en Languedoc-Roussillon

L'Ireps Languedoc-Roussillon a développé un programme expérimental sur l'image des corps, sur trois ans (2009 – 2012).

Ce programme a été mené par Anne Brozzetti et Catherine Olivo.

Objectifs du programme expérimental

Sensibiliser les jeunes, les professionnels et les institutions vis-à-vis de la pression sociale en matière d'image des corps.

Favoriser une image corporelle positive et l'acceptation de la diversité corporelle.

Actions

1. Analyse du problème et des ressources : recherche documentaire sur l'image des corps (théorie, politique, actions et outils existants) et réalisation d'entretiens auprès de professionnels. Rédaction d'une synthèse documentaire.
2. Création de l'outil pédagogique et rédaction du guide pour l'animateur. [8]
3. Animation d'une formation / expérimentation de l'outil pédagogique auprès de 12 professionnels.
4. Expérimentations de l'outil auprès de 15 groupes de jeunes et adaptations du guide et des activités proposées.
5. Rédaction de recommandations aux professionnels et institutions pour favoriser une image corporelle positive et l'acceptation de la diversité corporelle. Synthèse des chartes et réglementations, programmes gouvernementaux et actions, en France et dans quelques pays.
6. Présentation des résultats du programme expérimental
7. Formations et diffusion de l'outil pédagogique

Financement

Ce programme expérimental a été financé par l'Agence Régionale de Santé Languedoc-Roussillon.

Partenaires

Le programme expérimental a été réalisé avec le soutien de :

- Mélanie Pérez, stagiaire en Master 2 « Prévention, Education pour la Santé, et Activité Physique ».
- Un comité technique de professionnels pour l'aide à la réflexion et à la construction de l'outil pédagogique :
 - Mme Argeles et M. Laprade, Conseillers en insertion professionnelle, Mission Locale d'Insertion des Jeunes du Bassin de Thau, Frontignan.
 - Xavier Drake, Docteur en Psychologie, Point écoute parents adolescents, Via Voltaire, Montpellier.
 - Carole Durand, Médecin, Coordinatrice d'APARSA (Association de professionnels de la santé au service des adolescents, dans le but de promouvoir ensemble des paroles, des comportements de prévention concernant les risques liés à leur sexualité, dans le respect de leur corps et de leur santé), Montpellier.
 - Martine Escoffier, Diététicienne, Service de Médecine Préventive et de Promotion de la Santé (SUMPPS) à l'Université de Montpellier 1.
 - Jacques Gleyse, Directeur du Centre d'Etude, de Documentation et de Recherche en Histoire de l'Education JE 2516 SantéSih, ED 60 Université Paul Valéry, Expert ANR « Vulnérabilités » IUFM, Université de Montpellier 2.
 - Nathalie Guez, Chef de service du Secteur Formations Prévention Conseil en addictologie, Centre de Soins d'Accompagnement et de Prévention en Addictologie (CSAPA), AMT Arc en Ciel, Montpellier.
 - Nicolas Sahuc, Spécialiste des troubles du comportement alimentaire, Nîmes.
- Un comité de pilotage pour l'accompagnement du programme :
 - Béatrice Rougy, Conseil Régional
 - M. Coste, DRJS
 - Mme Dormont, GRSP
 - M. Gleyse, Université Montpellier 1
 - Mme Desmartin, ORS
 - Dr Aiguesvives, Annick Pailot RESADO
 - Dr Brès, Unité de soins adolescents
 - Dr Doan, Institut St Pierre
 - Commission Régionale Nutrition Santé
 - Mme Erlihman, Délégation droits des femmes

Annexe n° 1 : Synthèse des chartes et réglementations

Les chartes et projets de lois depuis 2006

Pays	Année	Chartes, réglementations, codes ...
Espagne	2006	<p>Le pacte social de la communauté de Madrid contre les troubles du comportement alimentaire [9] mentionne les points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none">↪ les tailles des vêtements présentés en vitrine ne doivent désormais pas être inférieures au 38.↪ les grandes tailles ne doivent pas être mises en fond de magasin. <p>L'Espagne interdit [1] le défilé aux mannequins ayant un Indice de Masse Corporelle inférieur à 18 (mise en application effective).</p>
Italie	2007	<p>Le gouvernement italien signe avec la Fédération de la mode et les stylistes, un « code éthique » [2] qui :</p> <ul style="list-style-type: none">↪ propose d'interdire le défilé aux mannequins ayant un Indice de Masse Corporelle inférieur à 18↪ souligne un modèle de beauté sain, solaire, généreux et méditerranéen.
Belgique	2008	<p>En 2008, le Sénat Belge demande : [10]</p> <ol style="list-style-type: none">1. de rédiger un code de bonne conduite destiné à lutter contre l'anorexie chez les top-modèles, les participantes à des concours de beauté et les présentatrices de télévision et ce, en collaboration avec les représentants de l'industrie de la mode belge, les représentants de concours de beauté, les représentants des médias et les publicitaires ;2. d'inclure dans ce code de bonne conduite, une disposition prévoyant que des contrôles médicaux peuvent être effectués en vue de vérifier si l'IMC n'est pas inférieur au minimum de 18. S'il l'est, la personne examinée n'est pas autorisée à participer au défilé, au concours de beauté ou à la présentation ;3. de réaliser une étude visant à déterminer les effets négatifs potentiels des sites internet pro-anorexiques sur leurs lecteurs, plus particulièrement les adolescents ;4. de sensibiliser les fournisseurs belges de sites Internet et de blogs pro-anorexiques aux dangers que ces derniers représentent pour les jeunes internautes. Il faut veiller à ce que les fournisseurs de contenu Internet placent un message d'avertissement sur les blogs et sites Internet pro-anorexiques ;5. de sensibiliser la population par le biais de campagnes de prévention permanentes qui promeuvent une vie saine, une bonne estime de soi et l'acceptation du fait que tout le monde n'a pas la même morphologie ;6. de sensibiliser et d'informer davantage les professeurs et les psychologues scolaires sur les troubles alimentaires et leurs conséquences de manière à ce qu'ils puissent les dépister le plus rapidement possible ;7. de promouvoir la reconnaissance des symptômes par les médecins généralistes par le biais des associations de médecins ;8. de mettre l'accent sur l'importance d'un traitement pluridisciplinaire des patients sur le long terme et en temps opportun. Les médecins généralistes ont une importante fonction de signalement à remplir envers les parents, lesquels sont associés au traitement du trouble ;9. d'intervenir tant auprès de la Commission européenne que des ministres en charge de la Santé publique en faveur de campagnes de prévention visant à promouvoir une vie saine, une bonne estime de soi et l'acceptation de formes corporelles différentes et d'encourager la création de centres spécialisés s'occupant des troubles alimentaires, à l'instar du centre belge.

Pays	Année	Chartes, réglementations, codes ...
France	2008	Proposition de loi de Mme Boyer visant à sanctionner l'incitation à la maigreur excessive, adoptée par l'assemblée nationale, [11] puis examinée au Sénat et transformée en « Proposition de loi visant à l'interdiction de l'apologie de comportements portant atteinte à la santé des personnes ». [12] N'a pas été votée.
France	2008	Création d'une charte d'engagement volontaire – Interdiction de l'apologie de l'anorexie sur Internet [13]. Parmi les signataires de la Charte, figure le Bureau de vérification de la publicité, la Fédération française de prêt-à-porter féminin, l'Union des annonceurs, la Fédération française de la couture, le Syndicat des agences de mannequins, l'Union nationale des agences de mannequins, l'Union française des industries de l'habillement.
France	2009	Proposition de loi de Mme Boyer relative aux photographies d'images corporelles retouchées [14] N'a pas été votée.
France	2009	Article 1/6 du code « comportements alimentaires » de l'autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) : « la publicité doit éviter toute forme de stigmatisation des personnes en raison de leur taille, de leur corpulence ou de leur maigreur » [15].
Québec	2009 / 2010	La ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, Mme Christine St-Pierre a lancé le 15 mars 2010, une campagne de sensibilisation intensive afin de rallier tout le Québec à la lutte pour une saine évolution des mentalités en matière de diversité corporelle, notamment par la création d'une charte pour une image corporelle diversifiée au Québec. [26] La population est invitée à signer la charte sur : http://jesigneenligne.com/fr/

Les recommandations de l'Europe

Au niveau européen, la problématique est abordée depuis les années 80 ; elle est centrée sur la lutte contre la discrimination et contre les stéréotypes. L'Europe (conseil de l'Europe, commission européenne et parlement européen) établit fréquemment des résolutions, propositions et recommandations vis-à-vis de « l'image du corps ». [16] [17] [18]

Elle préconise la définition de principes communs pour la publicité et les médias, afin d'assurer la protection contre une image discriminante de la femme.

Cependant, l'Europe n'a aucun pouvoir pour obliger les états membres à appliquer ces recommandations.

Depuis 2008, plusieurs rapports mentionnent toujours que les médias sont dirigés par des hommes et qu'ils proposent une représentation unique d'un idéal de la femme : « ménagère », « victime », « symbole de beauté et objet sexuel » [19] [20].

Les rapports français Reiser-Grésy de 2008 et 2011 [19] [5] mettent également en lumière la persistance des stéréotypes : les femmes présentes dans les médias « sont plus anonymes, moins expertes, davantage victimes que les hommes ». Les auteurs proposent la création d'une mission pérenne de suivi des stéréotypes féminins dans les médias. Le rapport de 2011 signale que les femmes restent trop souvent "invisibles" ou "secondaires" dans nombre de médias français (radio, télévision, presse, Internet) : 20 % d'expertes pour 80% d'experts.

Annexe n° 2 : Les programmes des gouvernements

Pays	Programmes – Actions des gouvernements
France	Lutte contre le surpoids et l'obésité et contre la stigmatisation des personnes obèses

Pays	Programmes – Actions des gouvernements
	<p>Le Programme National Nutrition Santé 2 (PNNS 2006 -2010) [21] mentionne l'image du corps au chapitre « mesures particulières », par une fiche intitulée « l'image du corps », concernant la publicité, la demande d'amaigrissement et la lutte contre les phénomènes de stigmatisation des personnes obèses. Un groupe de travail sur l'impact de la publicité, sur l'acceptation des différentes corpulences par la société et sur les comportements nutritionnels individuels a été mis en place.</p> <p>L'Anses (Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail) a été saisie par le ministère du Travail, de l'Emploi et de la Santé pour évaluer les risques des régimes amaigrissants, « pratiqués sans recommandation ni suivi d'un spécialiste, très largement diffusés auprès du public dans le commerce et sur Internet, qui présentent des risques pour la santé plus ou moins graves ». Le rapport met en évidence les effets néfastes des régimes sur le fonctionnement du corps, et notamment pour les os, le cœur et les reins, ainsi que des perturbations psychologiques, notamment des troubles du comportement alimentaire. [22]</p> <p>Le Plan obésité 2010 – 2013 [6] comprend plusieurs axes (soins et dépistage, prévention et promotion de l'activité physique, lutte contre les discriminations et recherche). La mesure 3-4 mentionne que la Direction Générale de la Santé s'engage à lutter contre la stigmatisation des personnes obèses dans la société (avec la HALDE (Haute Autorité de lutte contre les discriminations et pour l'égalité), les associations et le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel). Le Plan obésité propose également d'inscrire cette question dans les actions de formation des professionnels de santé.</p> <p>De plus, le Plan Obésité 2010-2013 propose le renforcement de l'information des consommateurs, des médias sur la réglementation en vigueur concernant les régimes. Des mesures d'autodiscipline sont préconisées auprès des vendeurs de compléments alimentaires, d'appareils, de méthodes ou produits divers pour les régimes.</p> <p>Le Programme National Nutrition Santé 3 (PNNS 2011 -2015) [23] propose (axe 1, mesure 4) de « développer une communication actualisée sur les repères nutritionnels du PNNS et des outils adaptés à des publics spécifiques ; informer sur les relations entre nutrition et pathologies par : » (...) « 1.4 la prise en compte des principales conclusions des travaux sur l'image du corps en vue d'élaborer des mesures concrètes pour une meilleure représentation de la diversité corporelle ».</p>
Espagne	<p>Limitation d'accès aux sites pro anorexie Un site Internet qui incitait à l'anorexie en proposant un concours pour perdre du poids (la personne qui consommait le moins de calories gagnait le plus de points) a fermé face aux protestations du gouvernement régional de Madrid et des autorités sanitaires espagnoles. [24]</p> <p>Valorisation des publicités non sexistes Prix "Créer l'égalité" concernant les publicités. [25] L'Espagne récompense les publicités qui rompent le mieux avec les stéréotypes sexistes et qui donnent une image positive ou valorisante des femmes, des hommes, ou des rapports entre eux. Le Parlement Européen se réfère à Espagne et estime que tous les Etats membres devraient proposer un prix de ce type.</p>
Pays Bas	<p>Information sur les sites pro anorexie Le Ministre de la Santé, du Bien-être et des Sports, Hans Hoogervorst, a demandé aux fournisseurs d'accès Néerlandais de prendre leurs responsabilités et de mettre un avertissement destiné aux Internaute. Ainsi, punt.nl a inséré un texte d'avertissement qui apparaît lorsqu'on souhaite se rendre sur un blog pro-anorexie. Le message explique que des personnes anorexiques qui ne se considèrent pas comme malades communiquent sur ce blog, que le blog ne donne aucune information sur les graves conséquences psychiques et physiques de l'anorexie et le risque de mortalité. Le message d'avertissement renvoie également vers un site informatif. [cité par la Belgique 8]</p>
Québec	<p>Valorisation de la diversité corporelle Le Québec aborde depuis 20 ans, le concept d'image corporelle par l'approche de la corpulence notamment chez les femmes. Dans les années 90, des militantes féministes ont dénoncé les formes d'oppression dont la</p>

Pays	Programmes – Actions des gouvernements
	<p>femme est victime dans la société, notamment à travers les médias et la publicité.</p> <p>Vers 2000, le concept d'image corporelle québécois s'est ouvert aux hommes qui, eux aussi, étaient victimes des stéréotypes véhiculés par les médias.</p> <p>Peu à peu, le Québec ne s'est pas inscrit dans « une lutte contre... » mais dans la promotion d'images positives des corps et pour la valorisation de la diversité corporelle, grâce à des stratégies complémentaires entre l'Etat et les actions associatives ou militantes.</p>

Annexe n° 3 : Exemples d'actions développées

Les actions contre les stéréotypes et contre la publicité sexiste	
France	<p>La Meute des Chiennes de garde [27] [28] [29] œuvre contre la publicité sexiste :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organise la remise de différents prix : « Prix Fémino » récompensant la publicité qui rompt le mieux avec des stéréotypes sexistes et « Prix du Macho de l'année » dénonçant la publicité la plus sexiste. - Diffuse le manifeste « Non à la pub sexiste ! » - Demande la promulgation de lois antisexistes. - Réalise la promotion de films dénonçant l'utilisation des corps féminins et masculins comme objets.
Québec	<p>Le RQASF (Réseau Québécois d'Action pour la Santé des Femmes) [30] [31] [32] [33] [34] [35] :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dénonce l'hyper-sexualisation des jeunes filles. - Lutte contre les publicités sexistes, (tout comme la Meute-Médiaction qui fait circuler des pétitions) en invitant les femmes à dénoncer les produits et services qui présentent une image dévalorisante de la femme, et à signer une pétition en vue d'obtenir du gouvernement une législation encadrant la pratique publicitaire ainsi qu'une loi bannissant l'exploitation du corps des femmes comme valeur promotionnelle lors d'événements publics.
La promotion de la diversité corporelle	
Québec	<p>Le Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, Mme Christine St-Pierre a lancé le 15 mars 2010, une campagne de sensibilisation intensive afin de rallier tout le Québec à la lutte pour une saine évolution des mentalités en matière de diversité corporelle, notamment par une invitation de la population à signer la charte sur : http://jesigneenligne.com/fr/. [26]</p> <p>« Equilibre » a monté un programme « Bien dans sa tête, bien dans sa peau » [36] pour les adolescents de 12-17 ans dont les buts sont ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Favoriser l'acquisition d'attitudes et de comportements sains à l'égard du poids et du corps, de l'alimentation et de l'activité physique - Promouvoir l'estime de soi et le respect des autres personnes, quel que soit leur format corporel. <p>Par ailleurs, depuis de nombreuses années le RQASF : [30] [31] [32] [33] [34] [35]</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organise la remise du Prix « corps accord » décerné à une entreprise qui valorise une vision de la beauté et du charme féminin qui englobe la diversité naturelle de tous les formats corporels. - Promeut une meilleure représentation de la diversité corporelle à travers les médias.
France	<p>L'IREPS LR a élaboré dans le cadre de ce programme expérimental un outil pédagogique « Image des corps » qui a pour objectif de développer la capacité des jeunes de 12 à 25 ans à analyser la pression sociale à laquelle ils sont soumis concernant leur image corporelle. [8]</p> <p>L'outil pédagogique comprend :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Un guide pour l'animateur et un livret proposant 30 activités de différents niveaux : des activités corporelles « mise en corps », des activités de réflexion « mise en sens », des activités créatives « mise en imaginaire ». Ces activités visent à : <ul style="list-style-type: none"> - Mieux analyser la question des limites dans la société - Mieux comprendre comment les normes nous influencent - Prendre conscience de la pression sociale et de la façon dont elle est vécue - Identifier les situations sur lesquelles on peut agir - Réfléchir au regard que l'on porte sur la différence et sur l'apparence - Aller à la découverte de ses sensations et de ses émotions - Expérimenter sa capacité à tenir compte des autres - Se découvrir et découvrir les autres différemment - Renforcer la confiance en soi 3. Une boîte à outils avec des ressources pour les activités (articles, images, power-point, etc.)

Le contrôle

Québec	<p>Le RQASF propose : [30] [31] [32] [33] [34] [35]</p> <ul style="list-style-type: none"> - La création d'un registre officiel québécois afin de répertorier les interventions esthétiques et leurs effets pour faire face à l'augmentation des interventions de chirurgie esthétique. - La création d'un comité de travail afin d'identifier les mesures à mettre en place pour assurer un meilleur encadrement de l'industrie des produits et des services amaigrissants en vue de garantir un meilleur contrôle de leur efficacité, de leur étiquetage et de leur publicité.
--------	--

L'éducation aux médias

France	<p>Le Centre de liaison de l'enseignement et des moyens d'information (CLEMI) est chargé de l'éducation aux médias au sein du ministère de l'éducation nationale. Il a publié un ouvrage « Parcours médias au collège » qui montre comment peut être mise en œuvre une réflexion en classe sur les médias et le traitement de l'information.</p> <p>Le CLEMI [37] produit des outils pédagogiques comme « éducaunet » [38] : premier programme européen d'éducation critique aux risques liés à l'usage d'Internet, destiné aux jeunes de 8 à 18 ans (programme fortement critiqué par la Fédération des Syndicats SUD Éducation Solidaires, Unitaires, Démocratiques, qui a décrypté le site : enjeux commerciaux, publicités intempestives, blagues de mauvais goût...).</p>
International	<p>L'entreprise Dove qui développe sa stratégie marketing autour de la diversité corporelle, a édité un Kit pédagogique « <i>Au-delà des apparences</i> » [39] avec des fiches activités sur l'estime de soi et la beauté.</p> <p>L'entreprise a également créé un site : www.pourtouteslesbeautes.com qui contient des films sur la retouche d'images, des quiz et des documents, destinés à sensibiliser les adolescents et leurs parents à la diversité corporelle.</p>
Québec	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le Réseau Éducation Média [40] propose des outils et des formations pour aborder le phénomène d'hyper-sexualisation des jeunes filles ainsi que les questions de stéréotypes de genre véhiculés par les médias. 2. Le Centre de femmes La Source a créé l'outil « <i>Le défi de l'image</i> » [41] qui propose des animations sur : <ul style="list-style-type: none"> - l'évolution de l'idéal de beauté dans l'histoire - l'idéal de beauté dans certaines cultures - les images stéréotypées des femmes dans la pub - la retouche d'images - des photos de stars de magazines et au naturel

L'édition de magazines alternatifs

France	<p>Depuis 2009, de nouveaux magazines voient le jour en France, avec très peu de publicité, une approche plus intime ou un engagement féministe, et des « vraies femmes » qui présentent la mode plutôt que des mannequins. [42]</p>
Québec	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dès 2000, le centre d'aide et de prévention des agressions sexuelles (C.A.P.A.S.), éditait un numéro spécial « image corporelle », et abordait les problèmes de corpulence et de troubles du comportement alimentaire rencontrés par les femmes. A travers des témoignages, le collectif dénonçait le rôle de la société, notamment des médias et de la publicité dans la quête de la beauté, et abordait les problèmes de la chirurgie esthétique et des régimes amaigrissants. [43] 2. Le Réseau Québécois d'Action pour la Santé des Femmes a édité un magazine alternatif « Audacieuses, le défi d'être soi » en 2005 [35]. Dans ce numéro différents thèmes autour de l'apparence et de l'image des corps, de la pression sociale sont développés. <p>Articles intéressants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La mode de l'heure (évolution des corps) - L'image fêlée (notamment sexualisation des très jeunes filles) - Maigrir ? mais pourquoi ? et à quel prix ? - Le dénigrement qui mine (violence des proches sur son apparence) - Paroles d'hommes (sur ce qui leur plaît chez les femmes) - Quiz : vrai ou faux sur les étiquettes des cosmétiques

Bibliographie

- [1] PEREZ Pita, CIBELES Leonor, *Accord entre l'organisation et la communauté interdiction de podium pour les mannequins trop maigres*, Communauté de Madrid, 2006.
<http://nav.sfr.fr/default.php?mac=00-19-D2-5D-FC-F7&url=http://www.elmundo.es/elmundo/2006/09/07/madrid/1157640211.html>
- [2] *Manifeste national d'autorégulation de la mode italienne contre l'anorexie*, Ministère des sports et de la jeunesse, 2007.
- [3] JEAMMET Corinne, *Londres n'exigera pas de certificats médicaux*, in « Mode et anorexie », France 2, 2008/08/14.
<http://culture.france2.fr/mode/podiums-d-ailleurs/Londres-n%27exigera-pas-de-certificats-m%C3%A9dicaux-43931040.html>
- [4] FICATIER Julia, *L'image de la femme trahie par la mode*, La croix, 2007/01/12.
<http://www.la-croix.com/article/index.jsp?docId=2292013&rubId=1094>
- [5] REISER Michèle, GRESY Brigitte, *Rapport 2011. Les expertes : Bilan d'une année d'autorégulation*, Commission sur l'image des femmes dans les médias 2011/12/07, 60 p.
- [6] *Plan obésité 2010 – 2013*, Ministère du travail, de l'emploi et de la santé, 2011/07, 45 p.
http://www.sante.gouv.fr/IMG/pdf/Plan_Obesite_2010_2013.pdf
- [7] KORFF-SAUSSÉ Simone. *Ils ne sont pas beaux ... Le devenir psychique de la laideur*. Champ psychosomatique, n°26, 2002/02, pp. 81-104
- [8] BROZZETTI Anne, OLIVO Catherine, *Image des corps. Corps en mouvement, corps en parole, corps en création*. IREPS LR, 2012/02, 100 p.
- [9] AGUIRRE GIL DE BIEDMA Esperanza, *Pacte social contre les troubles du comportement alimentaire*, Communauté de Madrid, 2006, 6p.
<http://www.madrid.org/cs/Satellite?blobtable=MungoBlobs&blobcol=urldata&blobkey=id&blobheadervalue1=filename%3DPACTO+ANOREXIA.pdf&blobwhere=1158620171328&blobheadername1=Content-Disposition&ssbinary=true&blobheader=application%2Fpdf>
- [10] ZRIHEN Olga, COLLAS Berni, HERMANS Margriet, (et al.), *Proposition de résolution visant à combattre l'anorexie*, Sénat de Belgique, Document législatif n° 4-755/1, 2008/05/15.
<http://www.senate.be/www/?Mlval=publications/viewPub.html&COLL=S&LEG=4&NR=755&VOLGNR=1&LANG=fr>
- [11] BOYER Valérie, *Proposition de loi visant à combattre l'incitation à l'anorexie*, Assemblée nationale, n°781, 2008/04/03.
<http://www.assemblee-nationale.fr/13/propositions/pion0781.asp>
- [12] SCHILLINGER Patricia, *Rapport fait au nom de la commission des affaires sociales sur la proposition de loi adoptée par l'Assemblée Nationale, visant à lutter contre les incitations à la recherche d'une maigreur extrême ou à l'anorexie*, Sénat, n°439, 2008/07/02, 60 p.
<http://www.senat.fr/rap/07-439/07-4391.pdf>
- [13] *Lutter contre l'anorexie : signature d'une charte d'engagement volontaire et interdiction de l'apologie de l'anorexie sur internet*, Ministère de la santé, de la jeunesse, des sports et de la vie associative, 2008/04/09, 18 p.
www.sante-jeunesse-sports.gouv.fr/IMG/pdf/Dossier_de_presse_anorexie.pdf
- [14] BOYER Valérie, *Proposition de Loi relative aux photographies d'images corporelles retouchées*, Assemblée Nationale, 2009, 4 p.
<http://www.assemblee-nationale.fr/13/propositions/pion1908.asp>
- [15] Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité, *Comportements alimentaires*, ARP, 2009/09, 2 p.
http://www.arpp-pub.org/IMG/pdf/Reco_Comp_Alimentaires.pdf
- [16] *Recommandations du parlement et du conseil européens du 20 décembre 2006 sur la protection des mineurs et de la dignité humaine et sur le droit de réponse en liaison avec la compétitivité de l'industrie européenne des services audiovisuels et d'information en ligne*, Journal officiel de l'Union européenne, L378/72, 2006/12/27, 6 p.
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:378:0072:0077:FR:PDF>
- [17] *Communication de la commission au conseil, au parlement européen, comite économique et social européen et au comite des régions, Une feuille de route pour l'égalité entre les femmes et les hommes 2006-2010*, Commission des communautés européenne, 2006/03/06.
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52006DC0092:FR:NOT>
- [18] *Communication de la commission au conseil, au parlement européen, comite économique et social européen et au comite des régions, Rapport à mi-parcours sur l'état d'avancement de la feuille de route pour l'égalité entre les femmes et les hommes 2006-2010*, Commission des communautés européenne, 2008/11/26.
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52008DC0760:FR:NOT>
- [19] REISER Michèle, GRESY Brigitte, *Rapport sur l'image des femmes dans les médias*, Commission de réflexion sur l'image des femmes dans les médias, 2008/09/25, 76 p.
http://www.travail-solidarite.gouv.fr/IMG/pdf/Extraits_rapport_image_des_femmes_Mme_Reiser.pdf
- [20] TRIEMS Brigitte, VASSILIADOU Myria, BACH Amandine, et al. , *Pékin Bruxelles un voyage inachevé. Rapport Pékin +15 du lobby européen des femmes sur les activités de l'Union européenne, Lobby européen des femmes*, 2010, 74 p.
<http://www.womenlobby.org/SiteResources/data/MediaArchive/policies/beijing/ResumePekinFR.pdf>

- [21] Deuxième Programme national nutrition santé, PNNS 2, 2006-2010. Actions et mesures, Ministère de la santé et des solidarités, 2006/09, 51 p.
http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/rapport_PNNS2.pdf
- [22] Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail, *Evaluation des risques liés aux pratiques alimentaires d'amaigrissement*, ANSES, 2010/11, 158 p.
- [23] Programme national nutrition santé 2011-2015, Ministère du travail, de l'emploi et de la santé, 2011, 65p.
- [24] Espagne : la police détecte 400 sites incitant à l'anorexie, Le Parisien, 2008/07/20.
<http://www.leparisien.fr/societe/espagne-la-police-detecte-400-sites-incitant-a-l-anorexie-20-07-2008-53284.php>
- [25] Prix « Créer l'égalité » (point 27), in Rapport sur l'impact du marketing et de la publicité sur l'égalité des genres, Parlement européen, 2008/05/29, pp. 8
<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A6-2008-0199+0+DOC+PDF+V0//FR>
- [26] SAINT-PIERRE Christine, *La charte Québécoise pour une image corporelle saine et diversifiée*, Culture, communication et condition féminine Québec, 2010/03, 1 p.
<http://jesigneenligne.com/fr/mosaïque/#/intro>
- [27] Les chiennes de garde, Manifeste « La meute dit non à la publicité sexiste », [en ligne], disponible sur : La meute des chiennes de garde :
<http://www.lameute.fr/texte/> (Consulté le 2011/12/01)
- [28] Pétition insultes : pour une vraie loi anti-sexiste appel au gouvernement et aux parlementaires pour une loi juste, Les chiennes de garde, 2004/06.
http://www.chiennesdegarde.com/PetitionLoiAntiSexisteNewsite.html?id_article=323
- [29] Les chiennes de garde, Prix Fémino et prix machos, [en ligne], disponible sur : La meute des chiennes de garde :
<http://www.lameute.fr/prix/> (Consulté le 2011/12/01)
- [30] *L'image de la femme dans la publicité, c'est le temps de réagir*, Réseau québécois d'action pour la sante des femmes, 2006, 54 p.
http://rqasf.qc.ca/files/actes-colloque_publicite_0.pdf
- [31] *Le marché de la beauté... un enjeu de santé publique*, Réseau québécois d'action pour la sante des femmes, 2006, 16p.
http://rqasf.qc.ca/files/actes-colloque_enbref_0.pdf
- [32] *Prix Corps-Accord*, Réseau québécois d'action pour la sante des femmes, sd, 4p.
www.rqasf.qc.ca/files/corpsaccord.pdf
- [33] *Changements sociaux en faveur de la diversité des images corporelles*, Réseau québécois d'action pour la sante des femmes, 2001/07, 68 p.
http://rqasf.qc.ca/files/image_rap.pdf
- [34] *Vouloir changer le monde... Et pourquoi pas ! Ressources à connaître : image corporelle*, Réseau québécois d'action pour la sante des femmes, 2006, 6p.
http://rqasf.qc.ca/files/actes-colloque_ressource_0.pdf
- [35] *Audacieuses. Le défi d'être soi*, Réseau Québécois d'action pour la santé des femmes, 2005, n° unique, 51 p.
<http://www.equilibre.ca/gestion/UserFiles/File/attachements/AD660-AudacieusesMag.pdf>
- [36] *Bien dans sa tête, bien dans sa peau. Un programme sur le poids et l'image corporelle pour les ados et les adultes qui les entourent*, Equilibres Groupe d'action sur le poids, sd, 4 p.
<http://www.biendansapeau.ca>
- [37] Centre de Liaison de l'Enseignement et des Moyens d'Information (CLEMI), *La presse et les médias à l'école. Pour une éducation au média*, [en ligne], Ministère de l'éducation nationale, Académie de Versailles, disponible sur : <http://www.presse.ac-versailles.fr/spip.php?article100> (Consulté le 2012/12/01)
- [38] Clemi, Média animation, Grems, Educaunet, [en ligne] Commission européenne, disponible sur :
http://www.educaunet.be/adulte/edu_intro.htm (Consulté le 2012/12/01)
- [39] Eating disorders association, *Au-delà des apparences. Les clés de l'estime de soi*, [Malette pédagogique], Precom, 2008.
- [40] Réseau éducation média, *Semaine éducation aux médias*, [en ligne], disponible sur :
http://www.mediaeducationweek.ca/fr/101_concepts.htm (Consulté le 2011/12/01)
- [41] SAVARD Marie-Josée, PELLISSIER Edith, *Le défi de l'image*, [Malette pédagogique], Centre de femmes La Source de St-Félicien : Québec, 2007, 48 p.
- [42] TERNISIEN Xavier, *De nouveaux féminins cherchent leur place sur un marché florissant*, [en ligne], Le Monde, 2011/08, disponible sur :
http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2011/08/10/de-nouveaux-feminins-cherchent-leur-place-sur-un-marche-florissant_1558079_3236.html (Consulté le 2011/12/01)
- [43] FRAPPIER Claudette, ARPIN Geneviève, THERIAULT Carole, et al. , *Spécial Image corporelle*, CAPAS Cité, Vol.3, n°2, 2000, pp. 4-11
http://www.calacs-granby.qc.ca/_saviezvousque/ressources/journal/06_image%20corporelle.pdf