

La CHIC

La Charte québécoise
pour une image corporelle
saine et diversifiée

Bilan final

*Plan d'action de la Charte québécoise pour une image
corporelle saine et diversifiée 2010-2015*

Juin 2015

5 années de belles réalisations

Québec 

Introduction

En octobre 2009, le gouvernement du Québec dévoilait la Charte québécoise pour une image corporelle saine et diversifiée (CHIC). Issue d'une collaboration entre le gouvernement et les milieux de la mode, de la publicité, des médias, de la musique et de la vidéo, la CHIC se veut un premier pas vers un engagement collectif volontaire visant à faire diminuer les pressions socioculturelles naissant des idéaux de beauté basés sur la minceur extrême et à favoriser une société saine et égalitaire.

Un plan d'action pour la mise en œuvre 2010-2013 de la CHIC a été déposé le 17 décembre 2010. Ce plan cible principalement les jeunes, en priorité les jeunes filles âgées de 14 à 17 ans, puisque celles-ci sont plus vulnérables aux effets négatifs de l'exposition à des images de minceur extrême.

Le plan est porté par différents ministères (de l'Éducation, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche (MEESR); de la Santé et des Services sociaux (MSSS); de l'Économie, de l'Innovation et de l'Exportation (MEIE), le Secrétariat à la condition féminine (SCF)), les membres du comité de travail et des partenaires. Son implantation a conduit à diverses réalisations. Trois bilans, couvrant respectivement 2010-2011, l'année 2012 et la période du 1er janvier 2013 au 31 mars 2014, ont été produits antérieurement.

Le présent bilan est un résumé des activités majeures ayant eu lieu entre le 1^{er} avril 2010 et le 31 mars 2015¹. Pour les détails sur les principales activités annuelles, vous pouvez consulter les bilans précédents dans le site Web du SCF [www.scf.gouv.qc.ca], à la section Publications.

¹ Pour qu'il y ait une correspondance avec les dates de référence du Plan d'action gouvernemental pour l'égalité entre les femmes et les hommes 2011-2015, il a été convenu de prolonger le Plan d'action de la CHIC jusqu'au 31 mars 2015.

Abréviations et sigles

ANEB Québec	Anorexie et boulimie Québec
CHIC	Charte québécoise pour une image corporelle saine et diversifiée
CRCHUM	Centre de recherche du Centre hospitalier de l'Université de Montréal
MCC	Ministère de la Culture et des Communications
MEESR	Ministère de l'Éducation, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche
MEIE	Ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Exportation
MSSS	Ministère de la Santé et des Services sociaux
RQASF	Réseau québécois d'action pour la santé des femmes
SCF	Secrétariat à la condition féminine

Orientation 1 :

Pour des jeunes sensibilisés, informés et engagés sur la question de l'image corporelle

Plusieurs actions ont été entreprises pour sensibiliser les jeunes :

- **Sensibilisation des milieux de la santé, de l'éducation et communautaire** : Au cours des années 2012 et 2013, une lettre a été envoyée afin de présenter la CHIC et diverses ressources disponibles en lien avec l'image corporelle. Ces lettres ont permis d'approcher 72 commissions scolaires, 787 écoles secondaires, 18 Agences de la santé et des services sociaux regroupant 95 centres de santé et de services sociaux, les responsables régionaux de l'approche École en santé et des services éducatifs complémentaires, Québec en Forme, 184 organismes jeunesse, les 11 directions régionales du MEESR, les 13 directions régionales du ministère de la Culture et des Communications (MCC) et les 17 tables en condition féminine.
- **Quatre éditions du concours « Défilez sans cliché »** : Le concours « Défilez sans cliché » a été lancé en 2011 par le Groupe Sensation Mode, repris en 2012 par ÉquiLibre et financé par le SCF. Grâce à ce concours, 452 jeunes âgés de 14 à 17 ans ont pu s'exprimer, au moyen d'une vidéo ou d'un texte, sur les représentations du corps qu'ils souhaitent voir dans l'industrie de la mode, des médias et de la publicité. Chaque année, les 15 personnes lauréates ont été choisies par un jury et ont mérité une participation au défilé de la diversité corporelle du Festival Mode & Design de Montréal. En 2014, ÉquiLibre a créé une trousse pédagogique à l'intention du personnel d'enseignement en français de 4^e secondaire afin que les élèves rédigent un texte argumentatif les conduisant à raffiner leur sens critique vis-à-vis de la représentation du corps de l'homme et de la femme présenté dans l'industrie de l'image. Cette nouvelle activité a pu joindre, à elle seule, 3 226 jeunes.
- **Cinq éditions du défilé de la diversité corporelle** : Le premier défilé de la diversité corporelle a été lancé en août 2010 dans le cadre du Festival Mode & Design de Montréal, sous la responsabilité du Groupe Sensation Mode. Au total, 42 jeunes âgés de 14 à 17 ans, 30 personnalités publiques et 15 mannequins professionnels ont arpenté le podium.
- **Atelier « Pour une mode en santé! L'image des femmes dans la publicité mode et les médias! Enjeux sociaux et de santé »** : Cet atelier, conçu par le Réseau québécois d'action pour la santé des femmes (RQASF), veut informer les personnes inscrites aux programmes Design de mode et Commercialisation de la mode, de niveau collégial, sur l'importance de promouvoir une image corporelle saine et diversifiée. Il a été donné dans cinq écoles de mode du Québec à plus de 600 personnes.
- **Concours « L'égalité à l'œuvre »** : En 2014, des artistes professionnels dans le domaine du cinéma et de la vidéo ont été sollicités par le SCF pour s'adresser à un public âgé de 9 à 13 ans afin de lui faire prendre conscience de la question de l'égalité sous le thème « L'image corporelle véhiculée par les médias : quels effets sur les jeunes? ».
- **Quatre éditions du Prix IMAGE/in** : Le Prix IMAGE/in a été lancé en 2011 par ÉquiLibre avec le financement du SCF. Depuis, ce sont près de 17 000 jeunes qui ont voté pour l'initiative du monde de la mode, des médias et de la publicité qui répondait le mieux aux principes de la CHIC, soit de favoriser des formats corporels variés lors de la diffusion d'images dans les médias. Quatre grands prix, quatre prix coup de cœur du jury Jeunesse et quatre prix coup de cœur du jury Industrie ont été remis.
- **Une édition de la Bourse de la CHIC et deux éditions de la Bourse IMAGE/in** : En 2012, le SCF décernait une bourse lors de la 23^e soirée-bénéfice de la Fondation de la mode. En 2013 et en 2014, ÉquiLibre a attribué la Bourse IMAGE/in à une étudiante et à un étudiant en mode s'étant démarqués par leurs idées et leurs projets mettant en valeur la variété corporelle. Près de 4 000 personnes du monde de la mode et de celui des affaires ont été jointes.

- **Campagne du 5^e anniversaire du Prix IMAGE/in** : Du 16 mars au 26 avril 2015, le grand public est appelé à se mobiliser pour réexaminer la question du modèle unique de beauté en votant pour le Prix IMAGE/in. En plus de voter, la personne souhaitant participer activement au mouvement est invitée à publier sur sa plateforme sociale une photo d'elle prise devant le miroir, accompagnée du mot-clic #tournelapage. La campagne est promue par une vidéo virale et quatre affiches distribuées dans les milieux de l'éducation et de la santé. Deux membres du comité de travail de la CHIC, soit l'agence Imago et Clin d'œil, ainsi que la coprésidente du comité, Marie-Claude Savard, ont contribué à l'élaboration de cette campagne.

Le personnel professionnel informé lors des occasions suivantes œuvre principalement dans les domaines de l'enseignement, de la nutrition, du travail social, de l'intervention jeunesse, des soins infirmiers, de la psychologie, de la kinésiologie, de la physiothérapie, de la sexologie et de la santé en général (physique et mentale) :

- Plus d'une vingtaine de présentations de la CHIC ou d'autres programmes sur l'image corporelle ont eu lieu devant des professionnelles et professionnels des milieux de la santé et de l'éducation.
- Plus de 25 activités de formation ou de transfert de connaissances sur la préoccupation excessive à l'égard du poids et la valorisation d'une image corporelle saine et diversifiée ont été offertes aux professionnelles et professionnels de la santé et de l'éducation.
 - ÉquiLibre a diffusé le programme « Bien dans sa tête, bien dans sa peau » et tenu plusieurs ateliers de formation tels « Intervenir sur le poids et l'image corporelle à l'adolescence », « Intervenir en CSSS avec le programme Choisir de maigrir? », « L'acte alimentaire », « Intervenir sans nuire », « Hyperphagie boulimique : comprendre pour mieux dépister », « Adapter ses interventions sur le poids selon le sexe », programme et ateliers qui ont permis de joindre plus de 600 membres du personnel professionnel des milieux de l'éducation et de la santé.
 - Howard Steiger, psychologue et chef du programme des troubles de l'alimentation de l'Institut Douglas, a offert une quinzaine de séances de formation différentes sur ce problème à des personnes intervenantes dans le milieu de la santé.
- **La Journée internationale sans diète s'est tenue à 5 reprises** : Cette journée est célébrée le 6 mai de chaque année dans de nombreux pays pour dénoncer l'inefficacité des régimes amaigrissants et les dangers liés à l'obsession de la minceur.
- **La semaine « Le poids? Sans commentaire! » a eu lieu à 3 reprises** : Semaine qui a pour but de rappeler à la population que les commentaires ayant trait au poids sont trop présents dans notre quotidien et peuvent augmenter l'insatisfaction corporelle en renforçant les normes sociales de la minceur.

Ces activités de promotion de la CHIC ont encouragé l'inscription de nouveaux signataires sur le microsite www.jesigneenligne.com. Jusqu'à maintenant, plus de 25 000 personnes ont adhéré aux 7 principes de la CHIC.

Orientation 2 :

Pour un engagement concret de l'industrie

Plusieurs gestes concrets de la part des membres du comité de travail et de l'industrie de l'image ont été accomplis, notamment :

Magazine Clin d'œil

- Annonce, en 2015, d'un nouveau virage pour la promotion d'une image corporelle saine et diversifiée : désormais, les mannequins choisis seront de poids, de tailles, de grandeurs, d'ethnies et d'âges variés.
- Parution du premier numéro témoignant de ce virage, en mars 2015 : la page couverture met en vedette des mannequins de poids, de tailles, de grandeurs, d'ethnies et d'âges diversifiés.
- Plus aucune retouche sur la silhouette des mannequins et embauche seulement de modèles de plus de 18 ans.
- En partenariat avec ÉquiLibre, lancement du concours « Clin d'œil recherche la prochaine mannequin vedette » en ouvrant la participation à tous les types de silhouettes.

Grande Braderie de mode québécoise

- Promotion de la CHIC.
- Sensibilisation des designers.
- Soirée-bénéfice au profit d'ÉquiLibre.

Groupe Sensation Mode

- 5 défilés de la diversité corporelle lors du Festival Mode & Design de Montréal.
- Promotion d'une représentation saine du corps.
- Embauche de mannequins de plus de 16 ans seulement.

Signatures québécoises

- Défilés de la diversité corporelle dans le cadre de divers événements.

Magazine Elle Québec

- Valorisation de la diversité corporelle.
- Couverture du magazine de juin 2014 par un mannequin taille plus.
- Promotion de la journée sans maquillage.

Reitmans

- Philosophie d'entreprise en faveur d'une représentation saine et diversifiée du corps.
- Mise en valeur de femmes aux silhouettes variées dans ses publicités.
- Collaboration avec Marie Saint-Pierre pour proposer des robes pour des femmes de taille petite, régulière ou forte.

Aubainerie

- Présentation de femmes de différentes silhouettes dans ses publicités, particulièrement pour la collection Véro de Véronique Cloutier.

Blogues Ton petit look et TPL Moms

- Multiples textes en faveur de la diversité corporelle et de l'acceptation de soi.

Magazine Véro

- Exposition dans ses pages d'une belle diversité corporelle et remise en question du culte de l'apparence en participant depuis sa création à l'évolution des normes sociales de beauté.

Melow par Mélissa Bolduc

- Réalisation de trois défilés de mode « Melow, saine et diversifiée! » par la designer Mélissa Bolduc, regroupant des personnalités publiques québécoises de formats corporels variables, défilés dont les profits étaient versés à Anorexie et boulimie Québec (ANEB Québec).

Télé-Québec

- Regard sur des sujets reliés à l'image corporelle et au poids dans certaines émissions, notamment *Ça vaut le coût*, *La vie nous arrive*, *Le code Chastenay*, *Légitime dépense*, *Tactik*, *Tout le monde dehors* et *Une pilule, une petite granule*.

Plusieurs designers choisissent des mannequins de poids, de tailles, de grandeurs, d'ethnies et d'âges variés. Entre autres :

- Marie-Josée Bergeron, Mélissa Bolduc pour Melow, Béatrice Calmel pour Musky, Lise-Marie Cayer pour Voyou, Louise Daoust pour Lili-les-Bains, Anne de Shalla, Emma Dunn pour la lingerie Emma, Christiane Garant pour Myco Anna, Lysa Jobin pour Alysé & Collections, Marie-Claude Poulin pour la griffe MariClod et Gabrielle Tousignant pour Kollontai.

Orientation 3 :

Pour un rayonnement et des échanges au Canada et à l'échelle internationale

La CHIC a rayonné au Québec, au Canada et à l'échelle internationale, par l'intermédiaire de différents partenaires :

- Au moins 55 entrevues ont été données par les membres et les partenaires du comité de travail de la CHIC, dans les médias québécois.
- Au moins 50 présentations ont été faites par les membres et les partenaires du comité de travail de la CHIC, dans plusieurs colloques et forums au Québec, au Canada et à l'international.
- Au moins 13 publications ont fait mention de la CHIC :
 - AGENCE RÉGIONALE DE SANTÉ LANGUEDOC-ROUSSILLON. 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, France, février 2012, 12 p.;
 - BARIL, Gérald, et autres. Normes sociales, poids et image corporelle au Québec : Deux exemples d'actions préventives, Québec, Institut national de santé publique du Québec, mai 2012, 24 p.;
 - BARIL, Gérald. « La charte : un exercice réussi de construction du consensus », Investir pour l'avenir, Bulletin national d'information, vol. 4, no 3, juin 2012, p. 27;
 - BARIL, Gérald, Marie-Claude PAQUETTE et Marcelle GENDREAU. « Le culte de la minceur et la gestion sociale du risque : le cas de la Charte québécoise pour une image corporelle saine et diversifiée », Sociologie et sociétés, Québec, vol. 43, no 1, printemps 2011, p. 201-222;
 - BAYARD, Chantal. « Quand l'idéalisation de la beauté, de la minceur et de la jeunesse font vendre », Protégez-vous, mai 2012, [En ligne]. [www.protegez-vous.ca/association-pour-la-sante-publique-du-quebec/idealisation-beaute-minceur-jeunesse-font-vendre.html];
 - CENTRE D'ANALYSE STRATÉGIQUE. « Hypersexualisation de l'espace public : comment protéger les enfants? », La Note d'analyse, France, no 267, mars 2012;
 - CLERMONT-DION, Léa. La revanche des moches, VLB Éditeur, mars 2013, 304 p.;
 - DUMAIS, Karine. « Le Québec se distingue! », Investir pour l'avenir, Bulletin national d'information, vol. 4, no 3, juin 2012, p. 6;
 - DUMAIS, Karine. « L'image des femmes dans la publicité mode et les médias », Investir pour l'avenir, Bulletin national d'information, vol. 4, no 1, février 2012, p. 8;
 - GAUVIN, Lise et Howard STEIGER. « Overcoming the unhealthy pursuit of thinness: Reaction to the Quebec charter for a healthy and diverse body image », American Journal of Public Health, August 2012, vol. 102, no 8, p. 1600-1606;
 - L'ACTUELLE. Quand beauté rime avec diversité, Québec, vol. 25, no 3, mars-avril 2015, p. 6-7;
 - LE MONDE DE L'ÉDUCATION. Évolution des normes sociales de beauté : des initiatives québécoises porteuses de changements, Québec, vol. 1, no 3, mars 2012, p. 9-15;
 - PAXTON, Susan J. « Preventing body image problems: Public policy approaches », Encyclopedia of Body Image and Human Appearance, San Diego: Academic Press, vol. 2, 2012, p. 680-685.

- La CHIC a été présentée dans 6 événements nationaux et internationaux, notamment en 2012, à la suite de l'invitation lancée au SCF dans le cadre de la rencontre « Regards croisés » organisée par la Délégation générale du Québec à Paris. Elle a également été présentée, en 2014, par le coprésident du comité du gouvernement du Québec chargé d'élaborer la CHIC, Howard Steiger, au Biological underpinnings: Eating disorders, gene-environment interactions and the epigenome, dans le cadre de la rencontre annuelle du National Eating Disorders Association, à San Antonio, au Texas.
- Les sept délégations générales du Québec à l'étranger ont été sensibilisées à la CHIC par l'entremise d'une lettre signée par le MEIE.
- Le MEIE a également introduit la clause suivante aux contrats à intervenir entre le Ministère et ses prestataires de services : Les Prestataires de services s'engagent à ne pas retenir les services de mannequins d'extrêmes maigreurs. À cet effet, le Ministère encourage les Prestataires de services à recourir, lorsque cela est possible, aux services de mannequins présentant une bonne diversité de tailles, d'âges et d'ethnies.

Orientation 4 :

Pour un suivi systématique et le maintien de la crédibilité de la CHIC

Le suivi systématique de la CHIC a été assuré avec la collaboration de chacun des membres du comité et des partenaires :

- Une première étude a été faite en 2010 par le Centre de recherche du Centre hospitalier de l'Université de Montréal (CRCHUM), en collaboration avec l'Institut Douglas, pour mieux comprendre la portée et les retombées de la CHIC. Cette étude a été effectuée auprès de 1 004 personnes (54 % de femmes et 46 % d'hommes).
 - 35 % des répondants reconnaissent la CHIC une fois qu'elle est nommée;
 - 69 % des répondants sont favorables à la CHIC;
 - 72 % des gens sondés considèrent que la CHIC a le potentiel de contrer l'extrême minceur et de promouvoir une image corporelle saine;
 - Les femmes ont une probabilité plus élevée de reconnaître spontanément la CHIC, alors que les personnes avec une scolarité moins avancée ont une probabilité plus faible de reconnaître la CHIC;
 - Il y a confluence d'images d'un certain type : femmes de taille très mince, jeunes, de race blanche, souvent en pose passive.
- Une seconde étude a été menée en 2014 par le CRCHUM, en collaboration avec l'Institut Douglas, pour évaluer l'effet de la promotion continue de la CHIC sur les attitudes et les comportements alimentaires d'adultes et d'adolescents québécois.
 - 38 % des répondants reconnaissent la CHIC une fois qu'elle est nommée;
 - La CHIC semble être un peu mieux connue chez les jeunes et les adolescents que chez les adultes;
 - Les jeunes ont moins tendance à rapporter être prêts à passer à l'action ou à penser que les actions proposées dans la CHIC peuvent avoir une incidence.
- En octobre 2012, un sondage a été conduit par la firme de sondage SOM à la demande d'ÉquiLibre, lors de ses travaux sur les programmes de saine gestion du poids en milieu de travail adaptés selon le sexe. Ce sondage intitulé « Poids, image corporelle et habitude de vie : les différences entre les hommes et les femmes » a été effectué auprès de 1 005 personnes (hommes et femmes). L'objectif de ce sondage était de parfaire les connaissances sur ce qui caractérise et distingue les hommes des femmes en ce qui a trait à la gestion du poids, à l'image corporelle et aux habitudes de vie.
- Dans le cadre du Plan ministériel d'enquêtes sociales et de santé, des données sur le poids, l'image corporelle, l'estime de soi et les troubles de conduite alimentaire diagnostiqués ont été colligées, en 2010-2011, grâce à l'*Enquête québécoise sur la santé des jeunes du secondaire – Cycle 1*. Un premier rapport portant sur la santé physique et les habitudes de vie a été publié en octobre 2012, tandis qu'un second, sur la santé mentale et l'adaptation sociale des jeunes, a été diffusé en mai 2013.
- Chacun des ministères engagés dans le plan d'action de la CHIC a participé aux quatre redditions de comptes entre le 1^{er} avril 2010 et le 31 mars 2015.

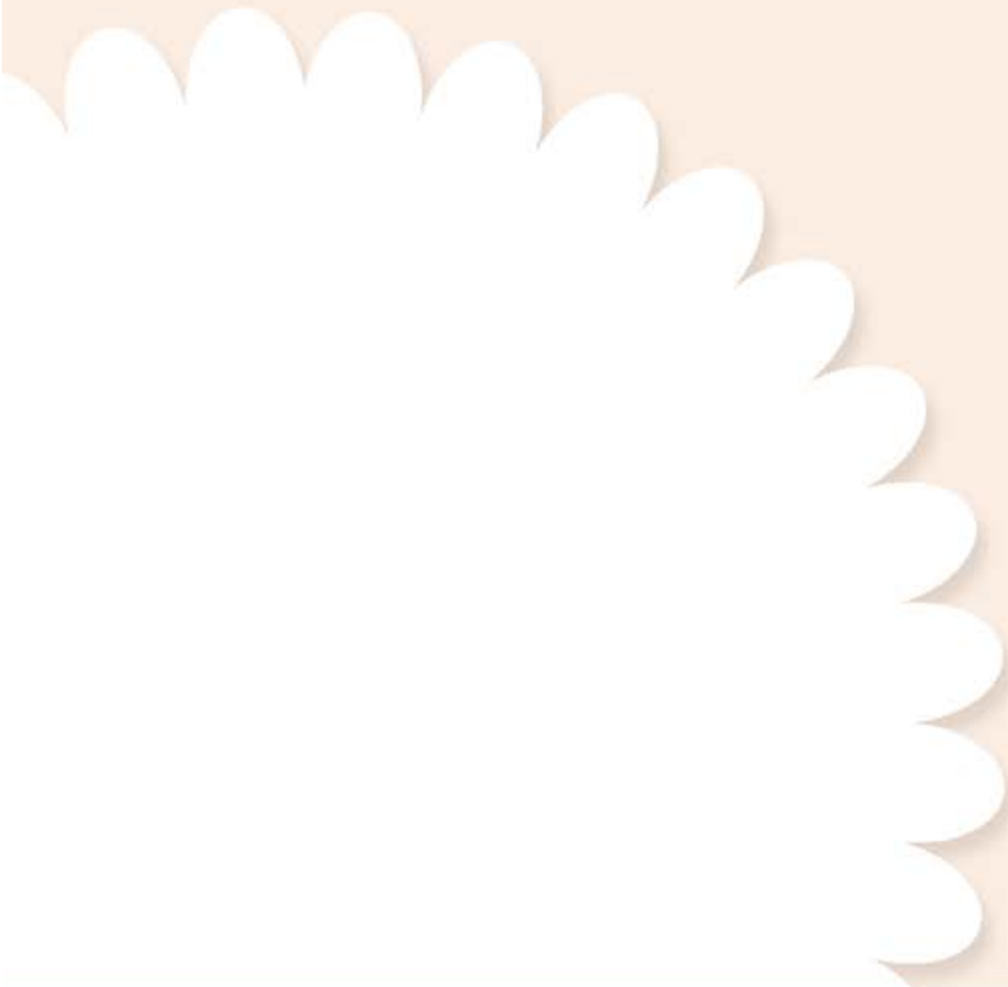
CONCLUSION

On assiste présentement à une tendance vers une évolution de la norme sociale du modèle de beauté unique. Il y a cinq ans, l'industrie de l'image s'interrogeait sur l'effet de la modification de ses pratiques en matière de diversification des standards de beauté. Au 5^e anniversaire de la CHIC, nous sommes témoins de changements réellement encourageants.

Après cinq ans de travaux s'appuyant sur le plan d'action de la CHIC, les résultats justifient que l'on dresse un bilan fort positif. Les travaux ont permis de mener à bien des mesures structurantes dans chacun des secteurs d'activité, identifiés par les quatre orientations définies.

Le fait que la très grande majorité des actions aient été entièrement concrétisées démontre le succès du plan d'action de la CHIC, fruit de l'engagement des membres de son comité de travail, formé de partenaires de l'industrie de l'image et de quelques ministères et organismes. À ce sujet, il est important de mentionner que ce comité de la CHIC est un réel catalyseur pour la réalisation d'initiatives.

Le Plan d'action pour la mise en œuvre de la CHIC est arrivé à échéance le 31 mars 2015. Toutefois, le comité de travail poursuit son avancée et collabore à la réflexion entourant la rédaction d'une ou de plusieurs mesures liées aux principes de la CHIC dans le prochain plan d'action gouvernemental en égalité.



*Secrétariat
à la condition
féminine*

Québec 