

Image/Mirage est une initiative de promotion de la santé visant à favoriser l'image corporelle positive et l'estime de soi dans la population. Ce projet est porté par le Service de santé publique du canton de Neuchâtel et Unisanté dans le canton de Vaud. Image/Mirage s'adresse principalement aux professionnel·les des médias.

01 COMPRENDRE LA THÉMATIQUE ET SON LIEN AVEC LA SANTÉ

LA GROSSOPHOBIE : UNE DISCRIMINATION SUR LE POIDS

Obésité et surpoids : «Le surpoids et l'obésité sont définis comme une accumulation anormale ou excessive de graisse, qui nuit à la santé». Un poids élevé est un facteur de risque majeur associé à des troubles musculo-squelettiques, à certains cancers et à un quelques maladies chroniques : maladies cardiaques, accidents vasculaires cérébraux, diabète. Une personne est considérée en surpoids lorsque son indice de masse corporelle (IMC) est supérieur à 25 et qu'elle est obèse lorsque celui-ci est supérieur à 30. (1)

IL EST IMPORTANT DE CASSER LE PRÉJUGÉ
«UNE PERSONNE GROSSE N'A PAS ASSEZ
DE MOTIVATION POUR MAIGRIR»

L'OBÉSITÉ EST MULTIFACTORIELLE, LES
PERSONNES EN SURPOIDS OU OBÈSES NE
SONT PAS RESPONSABLES ET NE SONT PAS
OBLIGATOIREMENT EN MAUVAISE SANTÉ.

Grossophobie : «Comportement ou hostilité envers les personnes grosses ou obèses. La grossophobie repose sur des préjugés selon lesquels les personnes grosses le sont parce qu'elles le veulent bien. Cela se manifeste alors par des comportements stigmatisants et discriminants à l'égard des personnes en surpoids». (2)

La grossophobie est présente dans tous les environnements, rendant la société grossophobe : (3)

- **Emploi** : mal-être dû à des environnements non adaptés, discriminations fréquentes (embauche, salaire, promotions, cessations d'emploi). Les personnes en surpoids ont 12 fois plus de risques de subir des discriminations sur leur lieu de travail. Ce risque est multiplié par 37 pour les personnes considérées comme obèses (4)
- **Éducation** : source d'intimidation, moqueries, pas de représentations positives dans les outils éducatifs
- **Milieus de soin** : prise en charge de moins bonne qualité, équipements inadaptés
- **Médias** : les industries de la mode, du divertissement et certains médias alimentent la grossophobie (5). Par exemple, la Fédération Romande des Consommateurs a réalisé un test en 2023 sur la résistance des collants. Ces tests ont dû s'arrêter au XL, car au-delà, aucun collant n'existait dans les magasins habituels. Les personnes qui s'habillent au-dessus de cette taille doivent se rendre dans des magasins spécialisés ou en ligne, les choix sont alors réduits (il existe rarement des commerces traditionnels proposant des vêtements au-delà du 44). (6)

43%

de la population est en surpoids ou en obésité, soit 52% des hommes (dont 13% obèses) et 34% des femmes (dont 11% obèses).

Depuis 1992, la proportion des personnes obèses a doublé. (8)

POURQUOI CES CHIFFRES ?

Il existe autant de causes que de personnes concernées et elles ne dépendent pas de la volonté des personnes mais de divers facteurs :

- **Facteurs génétiques** : 70% et 80% de l'IMC est déterminé par les gènes; l'obésité peut être due à des troubles du métabolisme et hormonaux.
- **Facteurs socioculturels** : l'environnement «obésogène» ne facilite pas les choix favorables au maintien du poids, à la saine alimentation et à la pratique d'une activité physique (offre de restauration rapide et bon marché, surabondance d'aliments sucrés/gras, aliments sains de moins en moins abordables, sédentarité : travail assis, urbanisation et utilisation de la voiture).
- **Facteurs psychologiques** : stress, dépression, évènements et modifications du corps dans diverses phases de vies. (7)

QUELLES SONT LES CONSÉQUENCES DE LA GROSSOPHOBIE ?

Une insatisfaction par rapport à son corps et une préoccupation excessive envers son poids peuvent faire obstacle à l'adoption d'habitudes de vie positives et au bien-être de la population. (9)

Une étude de 2015 met en avant que, sur le long terme, la grossophobie peut augmenter le risque de décès de 60%, quel que soit l'indice de masse corporelle (IMC) de base. (10)

- **Mal être** : risque de dépression et d'actes suicidaires plus élevés, anxiété, faible estime de soi, image corporelle négative.
- **Mauvaises habitudes de vie** : risque d'adoption de comportements à risques (régimes drastiques, troubles de l'alimentation), relation malsaine avec la nourriture (augmentation de l'hormone du cortisol - hormone essentielle en cas de stress), diminuant le contrôle de soi et augmentant les comportements alimentaires excessifs.
- **Exclusion sociale et isolement** : risque d'absentéisme professionnel, d'évitement des relations sociales et de réduction des activités de loisirs et des activités physiques.
- **Risque de mortalité accru** lié à une peur des contacts avec les médecins, entraînant un suivi médical insuffisant et à un stress plus élevé.

02 LA GROSSOPHOBIE DANS LES MÉDIAS

Les médias sont porteurs de normes culturelles qui transmettent ce qui est considéré comme approprié, valorisé et beau. Or aujourd'hui, ces représentations ne sont pas toujours positives et montrent encore rarement une diversité et inclusivité. Dans d'autres cas, elles sont inexistantes. (11)

Ces représentations stéréotypées et dévalorisantes encouragent et renforcent les comportements négatifs envers tous les corps, surtout envers les corps gros ou perçus comme gros. De plus les stigmatisations se cumulent : les personnages Afro-américains sont beaucoup plus souvent représentés comme obèses. (12)

Une étude de Gregory Fouts, disponible sur le site du Centre canadien d'éducation aux médias et de littératie numérique, montre que «les femmes de poids inférieur à la moyenne sont surreprésentées dans les émissions alors que seulement 5% des femmes sont en surpoids». (13)

EXEMPLES

- Invisibilisation des personnes grosses, malgré quelques rares bons exemples (Miranda Bailey, personnage de Grey's Anatomy interprétée par Chandra Wilson).
- Représentation dans de nombreux médias (films, télévision, émissions pour enfants, séries, ...) des personnes grosses comme gourmandes ou peu intelligentes et régulièrement cibles de moqueries.
- Solitude : 1 personne obèse sur 4 est représentée comme impopulaire et sans ami.es.
- Difficulté à retrouver des représentations de personnage considérées comme gros, populaires et avec un rôle de protagoniste. Les médias ont une part de responsabilité dans la perpétuation des clichés grossophobes. (14)
- Questionnement autour du poids des personnages qui sont joués par des acteurs et actrices obèses. Pour les actrices, le poids est sujet de micro-agressions. Elles sont aussi cantonnées aux rôles dans les comédies. Pour les acteurs, les récits sont souvent un peu plus contrastés (avec une vie amoureuse, familiale et un succès auprès des femmes). (15)
- Choix des acteurs et des actrices grossophobe : il arrive que pour jouer des personnes grosses, on fasse porter des «fat suits» ou des costumes rendant l'impression d'un corps gros à des personnes maigres. (16)
- Messages et images encore porteurs de mythes et stéréotypes. Une étude menée en 2020 au Québec a montré que, dans 49% des contenus, il y avait des images dégradantes des personnes grosses : tête tronquée, position non valorisante, actions stéréotypées (manger des aliments industriels devant la télévision) et des messages stigmatisants. Ainsi, plus de la moitié des québécois.es interrogé.es pensaient que les personnes grosses étaient en mauvaise forme physique et mangeaient mal. (17) (18)

03 EXEMPLES CONCRETS

LES BONNES PRATIQUES

Les médias peuvent influencer les représentations via leurs contenus et être des vecteurs de diffusion de bonnes informations et bonnes pratiques, afin de sensibiliser le grand public. Voici quelques exemples:

VALORISER LA DIVERSITÉ CORPORELLE

1) Opter pour des images respectueuses :

Images qui favorisent la réalité (activités du quotidien); la diversité (formes corporelles différentes, âge, genre, ...), santé (des personnes grosses avec des comportements sains).

- Éviter les images sensationnalistes, associées à des sentiments négatifs (dégoût, peur, choc). (19)
- Éviter les images dévalorisantes, déshumanisantes (ex : sans voir le visage), stigmatisantes (renforçant les préjugés). (20)

2) **Utiliser les bons termes** : être le plus neutre possible, parler de «personnes considérées» comme en surpoids pour souligner la construction sociale et biomédicale de l'obésité. (19)

- Éviter certaines expressions faisant un amalgame entre les personnes grosses et la maladie : «fardeau de l'obésité», «obésité morbide», «souffrir d'obésité», «épidémie d'obésité» qui sous-entendent que l'obésité serait quelque chose de pénible à tout point de vue, une maladie contagieuse et un poids pour toutes et tous et pour la société.
- Préférer :
 - Rappeler les facteurs plus pertinents qui expliquent un mauvais état de santé indépendamment du poids : de faibles revenus, des difficultés à accéder au système de santé, des régimes amaigrissants à répétition, etc.
 - Utiliser les expressions une personne grosse / une personne mince qui décrivent des morphologies.

REJETER LES STÉRÉOTYPES CONCERNANT LE LIEN ENTRE LE POIDS ET LA SANTÉ

Se focaliser sur les **saines habitudes de vie pour toutes et tous** : pour encourager à avoir des comportements favorables à la santé, on peut les évoquer sans illustrer avec le poids ou la taille des personnes et parler de comportements modifiables (augmenter la consommation de fruits et de légumes, l'activité physique, avoir de meilleures habitudes de sommeil et réduire le stress). (4)

SENSIBILISER LE PUBLIC SUR LES MANIFESTATIONS ET CONSÉQUENCES DE LA GROSSOPHOBIE

1) Expliquer les **facteurs qui influencent le poids** : lutter contre l'amalgame entre obésité et mauvaise hygiène de vie qui implique inconsciemment qu'il suffit de manger moins et de faire du sport pour ne pas être obèse. (21)

2) **Donner la parole et diffuser les témoignages des personnes obèses** afin de sensibiliser sur les discriminations et leurs impacts. (22)

IL EST IMPORTANT DE CASSER LE PRÉJUGÉ «LUTTER CONTRE LES PRÉJUGÉS ET LA GROSSOPHOBIE EST FAIRE L'APOLOGIE DE LA MINCEUR» : C'EST CHERCHER À PROMOUVOIR LA TOLÉRANCE ET LUTTER CONTRE LES HIÉRARCHIES CORPORELLES QUI ENTRAÎNENT DES COMPORTEMENTS DANGEREUX ET DES CONSÉQUENCES NÉFASTES POUR TOUTE LA POPULATION. (23)

04 RESSOURCES

POUR ALLER PLUS LOIN

- Equilibre : [Pour une image corporelle positive](#)
- Collectif vital : [La grossophobie est une forme de discrimination nocive pour la santé](#)
- Livre : Gros n'est pas un gros mot de Eva Perez-Bello et Daria Marx
- Des structures: [Unisanté](#), [Service de la santé publique \(SCSP\)](#) du Canton de Neuchâtel
- [Eurobesistas Suisse](#)
- [Ligue nationale contre l'obésité: quizz Suis-je grossophobe?](#)
- [Alliance Obésité Suisse](#)

05 SOURCES



Obésité et surpoids

- (1) [Obésité, Organisation Mondiale de la santé, 2023](#)

Définition grossophobie

- (2) [Définition L'Internaute](#)

Société grossophobe

- (3) [La société est-elle grossophobe?, A.J. Pietracupa, 2023, ÉquiLibre](#)
- (4) [How and why weight stigma drives the obesity 'epidemic' and harms health, A. Janet Tomiyama et co, 2018, BMC Medecine](#)
- (5) [La grossophobie en 76 secondes, 2020, Conseil du statut de la femme](#)
- (6) [Solidité, composition: le test des collants, A. Onidi, 2023, Fédération romande des consommateurs; Pourquoi les personnes grosses ont peu d'autres choix que de s'habiller chez SHEIN, Anthony Vincent, 2023, Madmoizelle](#)

Chiffres

- (7) [La grossophobie est une forme de discrimination nocive pour la santé, 2023, Collectif Vital](#)
- (8) [Excès de poids, 2022, Office fédéral de la statistique - admin.ch](#)
- (9) [L'image corporelle, quand tout le monde s'en mêle: l'impact de la stigmatisation liée au poids, Dre MP. Gagnon-Girouard et co, 2019, Ordre des Psychologues du Québec](#)
- (10) [Weight Discrimination and Risk of Mortality, A. R. Sutin et co, 2019, Sage Journal](#)

Grossophobie dans les médias

- (11) [Shaping the Body Politic: Mass Media Fat-Shaming Affects Implicit Anti-Fat Attitudes, A. Ravary, M. W. Baldwin, J. A. Bartz, 2019, Sage Journal](#)
- (12) [Des messages populationnels pour communiquer sainement sur le poids, 2023, Collectif vital; Portrayal of body weight on children's television sitcoms: a content analysis., T. Robinson, M. Callister, T. Jankoski, 2008, ScienceDirect](#)
- (13) [Image corporelle - Cinéma et télévision, 2023, HabiloMédia](#)
- (14) [Les médias ont une part de responsabilité dans la perpétuation des clichés grossophobes, D. Marx et E. Perez-Bello, 2018, Slate](#)
- (15) [Les acteurs corpulents sur le devant de la scène, 2019, 24 heures](#)
- (16) [Un «fat suit» dans «Moi, grosse»: «Le corps des gros n'est pas un déguisement», B. Chapon, 2019, 20 minutes;](#)
- (17) [Discriminations sexistes chez les méchant-e-x-s Disney, N. Perez, 2022, Le Lab DécadréE](#)
- (18) [Pour des communications saines sur les problématiques liées au poids, S. Tokozani Sakala, MJ Rossier-Bisaillon, 2021, Association pour la santé publique du Québec, Coalition québécoise sur la problématique du poids](#)

Valoriser la diversité corporelle

- (19) [Guide pour un langage inclusif et non stigmatisant à propos du poids, 2023, Collectif Vital](#)
- (20) [Guide pour un visuel inclusif et non stigmatisant à propos du poids, 2023, Collectif Vital](#)

Sensibiliser le public sur les manifestations et conséquences de la grossophobie

- (21) [Addressing weight stigma: a timely call, W. Stuart Flint, 2019, The Lancet](#)
- (22) [Evite le dessert, tu vas encore prendre du poids, A. Penda Ndiaye, 2022, 20 minutes](#)

Citation

- (23) [E. burnier, 2023, Grossophobie.ca](#)