

Présentation du RQASF

Fondé en 1997, le Réseau québécois d'action pour la santé des femmes (RQASF) constitue un organisme sans but lucratif multidisciplinaire, de portée provinciale. Sa mission consiste à travailler, solidairement et dans une perspective féministe, à l'amélioration de la santé et des conditions de vie des femmes. Établi à Montréal, le RQASF regroupe des membres associatifs et individuels de toutes les régions du Québec.

La prévention se situe au cœur de l'action du RQASF. Ses grands secteurs d'activités comprennent la recherche, l'information, la sensibilisation, la formation et la mobilisation. Bien qu'il s'intéresse à la santé et aux conditions de vie de toutes les femmes, le RQASF se préoccupe particulièrement de la situation des femmes marginalisées, soit en raison de leur statut socioéconomique, de leur orientation sexuelle, de leur langue, de leur couleur, de leur origine ethnique ou d'un handicap.

Le RQASF privilégie les partenariats et les collaborations interdisciplinaires. Il travaille de concert avec les réseaux de femmes, les ressources communautaires, le réseau de la santé et des services sociaux, les organisations syndicales, les associations et ordres professionnels, le milieu de l'éducation ainsi que les médias.

Introduction

La question de l'image corporelle est devenue un problème social profond et complexe car elle soulève des enjeux sérieux notamment pour la santé des femmes d'aujourd'hui et de demain. Aussi, le RQASF se préoccupe-t-il de l'image corporelle depuis déjà plusieurs années. Pourquoi? Parce que les femmes qui tentent de correspondre à un idéal de beauté irréaliste, mettent en péril leur santé, sinon leur vie. Parce que la marchandisation du corps féminin, à grands coups d'images stéréotypées, renforce les rapports inégalitaires entre les hommes et les femmes. Parce que ces stratégies de marketing visent des clientèles de plus en plus jeunes, engendrant très tôt un sentiment d'inadéquation.

En 2004, devant l'urgence de la situation, le RQASF considère qu'il est temps de passer à l'action. Avec le soutien initial de Condition féminine Canada, le RQASF entreprend un programme national de mobilisation à l'action sociale, étalé sur trois ans. Le projet du RQASF comporte trois objectifs :

- 1- L'acquisition par les femmes de moyens de réagir individuellement et collectivement aux pressions qu'elles subissent pour modifier leur image corporelle.
- 2- L'engagement des publicitaires et de l'industrie (beauté, mode, etc.) dans la valorisation de la diversité, par la présentation d'images corporelles de femmes plus représentatives de la réalité.
- 3- L'engagement des actrices et acteurs sociaux, qui interviennent directement auprès des femmes et des jeunes filles (santé, éducation, etc.), dans la reconnaissance des enjeux sociaux, politiques et économiques liés à l'industrie de l'image corporelle.

Dans un premier temps, le RQASF produit un magazine d'éducation populaire intitulé *Audacieuses, le défi d'être soi*. Cet outil de sensibilisation veut favoriser chez les femmes le développement d'un esprit critique à l'égard des produits et services vendus pour transformer leur corps, afin qu'il corresponde aux normes. De plus, *Audacieuses* propose des pistes d'actions individuelles et collectives pour agir contre les stéréotypes de beauté et pour faire la promotion de la diversité des images corporelles.

En 2005, la parution de la revue *Audacieuses, le défi d'être soi* marque le lancement de la deuxième étape du programme de mobilisation. En partenariat avec ÉquiLibre, Groupe d'action sur le poids et La Meute-MédiAction, le RQASF lance une campagne nationale d'action destinée à créer et à maintenir, avec l'appui des médias, une pression sociale suffisante, afin d'obtenir des industries ciblées l'engagement de modifier certaines de leurs pratiques. La campagne s'adresse aux individus et aux organismes, de toutes les régions du Québec, préoccupés par la problématique de l'image corporelle des femmes. Échelonnée sur une période d'un an, cette opération nationale entend faire connaître la revue *Audacieuses*, transmettre les mots d'ordre de la campagne et diffuser différents outils facilitant la participation (pétition, modèles de lettre, etc.).

Le RQASF place le magazine *Audacieuses, le défi d'être soi* au cœur de sa campagne d'action. Dans un guide de mobilisation, le RQASF circonscrit l'action autour de quatre axes prioritaires:

- la dénonciation de l'hypersexualisation des jeunes filles;
- l'encadrement des pratiques d'interventions esthétiques;
- la lutte aux publicités sexistes;
- la réglementation de l'industrie de l'amaigrissement.

Le colloque *Le marché de la beauté... Un enjeu de santé publique* vient clôturer cette campagne nationale d'action. Quatre organismes épaulent le RQASF dans l'organisation de cet événement : le Centre Femme de La Mitis, le Conseil québécois sur le poids et la santé (CQPS), La Meute-MédiAction ainsi que le Y des femmes de Montréal-YWCA. Le colloque présentera quatre panels, correspondant aux axes d'action prioritaires de la campagne. La constitution de chacun de ces panels revient aux membres du comité :

- Hypersexualisation des jeunes filles : conséquences et pistes d'action (Le Y des femmes de Montréal-YWCA/RQASF).
- Industrie de l'amaigrissement : la nécessité d'une réglementation (CQPS).
- Interventions esthétiques : le droit d'être informé(e) (RQASF).
- L'image de la femme dans la publicité : c'est le temps de réagir (La Meute-MédiAction).

Le comité organisateur invite un large éventail de protagonistes issus de différents milieux à rechercher ensemble des solutions collectives à la problématique de l'image corporelle des femmes : associations et ordres professionnels, centrales syndicales, entreprises privées, médias, instances gouvernementales, groupes sociaux ayant un rôle d'influence dans leur milieu ou dans leur champ d'expertise respectif (femmes, santé, jeunesse, éducation, consommation, etc.). Quelques semaines avant la tenue du colloque, un cahier de participation est envoyé aux personnes inscrites afin qu'elles puissent se préparer ou consulter leurs membres, dans le cas des organismes. De façon plus spécifique, les participantes et participants sont alors conviés :

- à prendre connaissance des principaux enjeux liés aux quatre axes d'action de la campagne nationale;
- à discuter de responsabilité sociale;
- à identifier des pistes d'actions et des solutions collectives;
- à envisager comment appliquer ces solutions dans leur milieu respectif.

Les 23 et 24 novembre 2006, 19 panélistes et près de 200 participant(e)s se rassemblent au Centre 7400 de Montréal pour partager leurs réflexions et discuter globalement des enjeux relatifs à la problématique de l'image corporelle. Animé par Lise Gervais de Relais-femmes, le colloque

Le marché de la beauté... Un enjeu de santé publique est un franc succès! Les personnes inscrites peuvent non seulement assister aux conférences mais également participer à des ateliers et à des plénières de discussion. Un espace découverte est mis à leur disposition afin de prendre connaissance de toute une panoplie d'outils de sensibilisation.

Aujourd'hui, c'est avec le plus grand plaisir que nous vous présentons les actes de ce colloque. Dans les pages suivantes, vous aurez le loisir de lire un compte rendu complet des quatre panels, des discours, des ateliers et des plénières, enrichi de références et de ressources propres à nourrir vos réflexions et vos actions. De plus, vous y trouverez des faits saillants de la campagne nationale et de l'actualité, un aperçu des initiatives les plus récentes ainsi que les recommandations formulées par les différents organismes organisateurs de la campagne nationale d'action et du colloque.

Avertissement

Les propos des panélistes et des participant(e)s ne reflètent pas nécessairement les positions du RQASF. De plus, le RQASF n'est pas responsable, pas plus qu'il ne cautionne, le contenu des sites et des ouvrages cités dans les présents actes.

Parce que les choses peuvent changer

FAITS SAILLANTS À CONNAÎTRE

En 2005, grâce au soutien de nombreux organismes partenaires et à l'implication de la revue *Châtelaine*, 70 000 exemplaires du magazine *Audacieuses, le défi d'être soi* sont distribués à la grandeur du Québec en quelques mois seulement.

Au printemps 2007, un financement de Santé Canada permet de réimprimer le document à 20 000 exemplaires, dont 6000 copies sont diffusées dans les écoles et auprès de groupes francophones du Manitoba.

Des centaines d'initiatives et d'actions réalisées dans le cadre de la campagne nationale sont répertoriées et diffusées par le RQASF afin d'en maximiser l'impact : ateliers, conférences, outils de sensibilisation, pétitions, lettres, retrait de magazines ou de publicités, articles, œuvres d'art (expositions de photographie, pièces de théâtre, chorégraphies, vidéos, documentaires), etc.

La campagne nationale d'action *Audacieuses, le défi d'être soi* remporte un succès inespéré avec l'appui de 213 organismes, dont celui des ministères de la Santé et des Services sociaux, de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine, de l'Éducation, du Sport et des Loisirs du Québec, de 5 ordres professionnels, de 14 centrales syndicales et de plusieurs organisations provinciales.

La nouvelle politique gouvernementale 2007-2010 pour l'égalité entre les femmes et les hommes, *Pour que l'égalité de droit devienne une égalité de fait*, reconnaît explicitement les enjeux de société et de santé liés à la problématique de l'image corporelle des femmes et l'importance de se mobiliser pour contrer le phénomène de « quête sociale de la beauté ».

Mot de bienvenue

Lina Vaillancourt, présidente du RQASF

C'est un immense plaisir pour moi de vous accueillir ici aujourd'hui, de vous souhaiter la bienvenue ainsi qu'un excellent colloque, au nom de toute l'équipe du Réseau québécois d'action pour la santé des femmes, et de nos partenaires au sein du comité organisateur de cet événement : le Centre Femmes de La Mitis, le Conseil québécois sur le poids et la santé, La Meute-MédiAction ainsi que le Y des femmes de Montréal-YWCA.

Avant d'entrer dans le vif du sujet qui nous réunit, j'aimerais dire quelques mots sur notre organisme. Le RQASF est un réseau provincial multidisciplinaire qui regroupe environ 200 membres, dont la majorité sont des organismes qui travaillent directement auprès des femmes. Notre mission vise l'amélioration de la santé physique et mentale des femmes, ce qui, bien sûr, nous amène à traiter de leurs conditions de vie, un déterminant majeur de leur santé. Notre intérêt marqué pour ces conditions nous conduit à toucher une riche variété de thèmes, dont la question de l'image corporelle.

Le fait d'être un réseau nous donne le privilège de travailler en partenariat. Ces liens précieux nous ont permis de réaliser un ambitieux programme national sur la problématique de l'image corporelle. Le présent colloque sur le marché de la beauté ne marque pas la fin de cet effort de mobilisation, mais fournit plutôt la preuve de l'urgence d'agir. Il est grand temps de se donner des moyens pour s'engager dans l'action sociale! Tout un défi à relever!

Mot d'ouverture

Alain Poirier, directeur national de la Santé publique et sous-ministre adjoint de la Santé et des Services sociaux du Québec (en remplacement du ministre Philippe Couillard)

À titre de sous-ministre adjoint de la Santé et des Services sociaux, je dois prendre en charge l'implantation de mesures préventives pour la santé des Québécoises et des Québécois. Une mission au diapason avec mon poste à la direction nationale de la Santé publique, et par conséquent avec votre colloque, *Le marché de la beauté... Un enjeu de santé publique*. Publié à la rentrée 2005, le *Rapport national sur l'état de la santé de la population du Québec*¹ offre une vision d'ensemble sur les grands problèmes de santé qui nous affectent le plus, le rôle des services publics dans l'amélioration de la santé ainsi que les moyens à mettre en place pour contrecarrer ces problèmes à la source. Ce rapport a été élaboré sous ma direction afin d'en garantir l'indépendance professionnelle. Son contenu est toujours valable aujourd'hui. Plusieurs aspects de ce document viennent rejoindre vos préoccupations sur l'image corporelle des femmes : maladies chroniques (maladies cardiovasculaires, diabète), problèmes psychosociaux (violence, troubles alimentaires, etc.), problèmes d'adaptation sociale des jeunes, accessibilité des services, prévention, saines habitudes de vie, etc.

La perspective de la santé publique au Québec

Revenons sur l'essence même du travail en santé publique : agir en amont, c'est-à-dire sur tout ce qui est évitable ou, dans notre langage, sur les grands déterminants de la santé. Les déterminants de la santé constituent un ensemble de facteurs individuels ou collectifs présents dans la population au moment de l'enquête et qui influencent l'état de santé des gens. Les conditions économiques, l'environnement physique et social, les habitudes de vie et le développement des enfants figurent parmi les principaux déterminants communs aux problèmes de santé évitables.

L'intérêt de la direction de la Santé publique dans les questions économiques surprend parfois. Il n'est pas rare que je doive l'expliquer à d'autres sous-ministres ou même au Secrétariat du conseil exécutif – le bureau du Premier ministre. En effet, la relation entre le niveau économique et l'état de santé est bien documentée : plus les conditions économiques se détériorent, plus les probabilités d'être en mauvaise santé augmentent. Derrière tous les problèmes de santé et les approches de santé publique, il y a toujours la question de la « défavorisation » économique. Il ne s'agit pas seulement d'une question de dollars, mais aussi d'une question d'exclusion, d'inégalité et de redistribution de la richesse auxquelles s'ajoutent des cofacteurs de pauvreté comme l'éducation et l'emploi.

Il a aussi été démontré que l'aménagement d'un environnement sain, dans une perspective de développement durable, favorise l'amélioration de la santé de la population. Il faut donc se préoccuper de la qualité actuelle de nos milieux de vie (air, eau, sol, forêt) ainsi que de son maintien à long terme pour nos enfants.

¹ Alain Poirier et Marc-André Maranda, dir., (2005). *Rapport national sur l'état de la santé de la population du Québec : Produire la santé*, Gouvernement du Québec : Québec, 120 p. [En ligne]. <http://publications.msss.gouv.qc.ca/acrobat/1/documentation/2004/04-228-01.pdf>

Le troisième grand déterminant de la santé, c'est notre environnement social, l'ensemble des milieux dans lesquels nous vivons en relation avec les autres (famille, école, milieu de travail, communauté, etc.). La santé des individus s'y trouve influencée par une foule de facteurs tant psychologiques que sociaux : le sentiment d'appartenance à un groupe, la qualité du soutien social, les valeurs et les normes sociales, la cohésion sociale ou encore la vitalité civique de la communauté. La qualité de cet environnement peut affecter notamment la santé mentale des individus (milieux à niveau élevé de violence et de criminalité).

Je ne peux pas passer sous silence les habitudes de vie (alimentation inadéquate, sédentarité, consommation de tabac et d'alcool) ainsi que le développement des enfants et des adolescent(e)s qui constituent les deux derniers chapitres du Rapport. On y retrouve d'ailleurs divers moyens d'action. Comme vous pouvez le constater, en santé publique, nous ne travaillons pas au niveau des traitements médicaux ou encore de la chirurgie. Comme je l'ai déjà expliqué, nous nous situons plutôt en amont et nous tentons d'agir sur les grands déterminants pour améliorer la santé.

Une approche de santé publique en matière de problèmes de poids

Au Québec, 43% du budget du gouvernement est alloué au réseau de la santé et des services sociaux. Cependant, on attribue très peu d'argent à la prévention parce que la pression est ailleurs. Or, si l'on veut un jour freiner la progression du 43%, il faut investir davantage pour contrôler les vrais déterminants de la santé. Or, on sait que 75% des maladies chroniques peuvent être évitées grâce à de saines habitudes de vie bien connues. Entendez-moi bien, il ne s'agit pas d'une perspective de culpabilisation de la population, mais plutôt d'une vision de changement social.

À titre d'exemple d'approche de santé publique non culpabilisante, prenons le *Plan d'action gouvernemental de promotion des saines habitudes de vie et de prévention des problèmes reliés au poids* (2006) (PAG). Vous remarquerez que le titre de ce plan d'action pour lutter contre l'obésité ne fait pas allusion à l'obésité mais plutôt à des « problèmes reliés au poids. » Ici, deux déterminants occupent le devant de la scène : les habitudes de vie et le développement des enfants. En effet, on sait que les mauvaises habitudes de vie (mauvaise alimentation et sédentarité) s'acquièrent dès le plus jeune âge. Le plan vise donc principalement les jeunes de 0 à 25 ans et leur famille. On tente ainsi d'éviter pour l'avenir des problèmes de santé physique et mentale, reliés au poids. On tente aussi d'agir sur d'autres déterminants psychosociaux, des éléments de base, qui participent au développement de l'enfant et de l'adolescent(e) comme l'attachement, l'estime de soi et la diversité des images corporelles. L'offre des services préventifs fait aussi partie des facteurs qui influencent la santé. À ce chapitre, il existe des programmes comme *L'école en santé* ou *Le développement des tout-petits* qui permettent d'agir à l'intérieur d'une école ou d'un service de garde.

Les problèmes reliés au poids, dont la préoccupation excessive à l'égard du poids, se situent entre deux pôles. À un extrême, les désordres alimentaires sévères comme l'anorexie et la boulimie qui constituent une véritable atteinte à la santé mentale (5% de la population du Québec en souffriraient). À l'autre, l'obésité qui entraîne de nombreux problèmes de santé physique. Et dans ce continuum, c'est toute une population qui a augmenté de poids. Or, a contrario, aucune campagne, dans les 20 dernières années, ne nous a dit de moins bouger ou de mal manger, au contraire. En effet, tout le monde savait déjà que l'exercice et la saine alimentation favorisaient une bonne santé. Si l'information ne manquait pas, d'autres transformations sociales ont à coup sûr provoqué l'obésité. Plusieurs spécialistes pensent même que les messages prônant la minceur ont engendré un effet pervers, appelé le syndrome du yoyo (tentatives d'amaigrissement et reprises de poids subséquentes).

Dans le même ordre d'idées, l'information seule ne suffit pas à prévenir l'obésité. On ne peut se contenter de dire aux gens qu'ils sont trop gros et qu'ils doivent maigrir : on court alors à l'échec. On connaît le succès mitigé des produits, services ou moyens amaigrissants (PSMA). Aussi, dans le PAG, nous avons rédigé des chapitres entiers sur la promotion de normes sociales qui valoriseraient de saines habitudes de vie et la diversité des schémas corporels ainsi que les actions à prendre pour amener la société québécoise à mieux réfléchir sur la question du poids santé. Au-delà de la perte de poids, il convient d'éduquer et de favoriser une saine alimentation et un mode de vie physiquement actif. Le gouvernement financera – et finance déjà – des organisations militant dans ce domaine comme le Conseil québécois sur le poids et la santé. De plus, on entend sensibiliser les médias à cette problématique.

L'aspect innovateur du PAG réside justement dans le fait que la perte de poids n'est plus la seule préoccupation. À l'instar de programmes en vigueur dans d'autres pays, nous avons choisi une approche englobante. Certes, il y a quelques années, lorsque j'ai présenté le problème de l'obésité comme une épidémie, j'ai choqué beaucoup de personnes dans le réseau de la santé publique. Or il faut bien souvent l'éclosion d'une épidémie pour faire bouger nos dirigeant(e)s. En santé publique, une telle situation de crise agit comme une locomotive pour faire avancer les choses et provoquer d'importants changements sociaux : c'est l'aspect opportuniste de notre travail. Lors de l'adoption du PAG, les médias ont immédiatement mis l'accent sur la perte de poids mais il faut plutôt y voir une perspective alimentaire globale, incluant une politique nutritionnelle indépendante des problèmes reliés au poids.

L'importance du partenariat en santé publique

En santé publique, la responsabilité collective occupe une place importante. Cela ne veut pas dire que l'individu n'est pas en mesure d'exercer sa volonté. Une personne vivant dans un environnement défavorable économiquement ou socialement peut faire des choix en rupture avec cet environnement. Ainsi, on peut être obèse et bien nanti(e) ou encore mince et démun(e). Cependant, de façon générale, les déterminants conditionnent les choix personnels. C'est

pourquoi les campagnes ou les stratégies de prévention qui misent uniquement sur l'individu et l'information directe au (à la) citoyen(ne) sont toutes vouées à l'échec.

Tout le travail que les organismes représentés dans ce colloque font pour sensibiliser la population (campagnes, outils, etc.) ne peut donner les résultats escomptés s'il ne réussit pas à mobiliser l'opinion publique. Mobilisée, l'opinion publique influence les médias, force la main des dirigeant(e)s et se rallie au changement social proposé, à la réforme d'une pratique, à la nouvelle attitude ou au nouveau code. De concert avec d'autres actions, les gestes de sensibilisation doivent donc s'inscrire dans une logique de grands mouvements collectifs.

Pour revenir à l'exemple des problèmes reliés au poids, il ne suffit pas de dire aux gens « Bougez plus », il faut s'assurer du développement du transport en commun, de la création de pistes cyclables ou d'installations sécuritaires (sentiers, parcs, terrains de jeux), etc. Bref, il faut créer des environnements facilitants pour encourager l'activité physique et décourager l'usage de l'automobile. Si on ne prend pas tous ces moyens, on ne parviendra pas, dans ce dossier-là comme dans bien d'autres, à des résultats convaincants pour modifier les comportements individuels. Pourquoi? Parce que, ultimement, même si c'est l'individu qui décide de ne pas utiliser son véhicule et de marcher, les facteurs favorisant l'obésité sont puissants. Si on ne cible que la composante individuelle, on obtient peu de résultats, ou pire, des résultats inverses.

Le message se résume ainsi : éducation, politique publique et partenariat. J'ai longtemps travaillé contre le tabagisme, et non pas contre les fumeuses et les fumeurs. Dans ce domaine, l'industrie du tabac constitue toujours l'ennemi à abattre parce que l'objectif à atteindre est l'élimination de la consommation et... de l'industrie. Or ce n'est pas le cas dans les domaines de l'alimentation, de l'activité physique, de la mode ou des médias. Ces industries font plutôt figure de partenaires. Leurs actions ne vont pas toujours dans un sens souhaitable pour la santé publique, mais elles peuvent être modifiées. Et il existe déjà des efforts dans la bonne direction : il est nécessaire de mettre en valeur les bons coups et les bonnes pratiques. Les collaborations possibles sont nombreuses. Je pense au Fonds d'estime de soi Dove, à la diversité comme priorité chez l'Oréal ou à la politique éditoriale du magazine Châtelaine. Bien sûr, cela n'exclut pas les intérêts mercantiles... Cependant, l'offre et la demande de produits santé sont possibles et doivent être encouragées.

Je n'ai pas abordé les thèmes de l'hypersexualisation, de la chirurgie esthétique ou de la publicité sexiste. Toutefois, je pense que la façon générale d'aborder les problèmes de santé publique dont je viens de parler (grands déterminants socioéconomiques, responsabilité collective et changements sociaux) et l'action d'un réseau comme le vôtre participent de la même logique. Je sais que vous n'en êtes pas à vos premières armes et que ce colloque n'est pas un point final mais plutôt le couronnement d'une série d'actions soutenues et réussies : vous vous êtes engagé(e)s dans cette voie, je crois qu'il vous faut continuer. Le ministre Couillard vous aurait sans doute aussi encouragé(e)s à le faire.

En conclusion, j'aimerais préciser que le *Plan d'action gouvernemental de promotion des saines habitudes de vie et de prévention des problèmes reliés au poids* est très insatisfaisant à plusieurs

égards. Son principal défaut: il est gouvernemental. Il a été conçu rapidement afin d'amener tous les ministères concernés (alimentation, agriculture, transport, revenu, etc.) à agir. Mais le gouvernement ou les ministères n'y arriveront pas à eux seuls, si dans la société civile, il n'y a pas de partenariats entre différentes organisations (entreprises, milieux communautaires, etc.) pour obtenir des vrais changements dans le sens de ceux que vous espérez.

Discours de la directrice

Lydia Assayag, directrice du RQASF

Je suis heureuse et fière de vous accueillir toutes et tous. Il me fait plaisir de mettre enfin des visages sur les centaines, voire même les milliers, de partenaires avec qui nous avons travaillé depuis un an.

Laissez-moi vous raconter une histoire qui pourrait commencer ainsi : « Il était une fois des femmes, des hommes et la beauté... » Il s'agit d'une longue histoire de fascination. D'une recherche incessante de la beauté sous toutes ses formes, à travers les continents, les cultures et les siècles. Or, il n'y a pas si longtemps, une cassure s'est produite, celle de la désacralisation de l'humain, du corps humain. Et, de pair avec cette cassure, deux phénomènes grandissants sont apparus : d'une part, le développement vertigineux des techniques biomédicales et chimiques, et, d'autre part, la réaction aux avancées des femmes dans les domaines économiques, politiques et sociaux des 50 dernières années.

C'est ainsi qu'au fil de l'histoire, la quête de la beauté s'est transformée. Finis la beauté intérieure, le rayonnement, les multiples habiletés, talents et dons que nous possédons toutes et tous! La beauté se réduit maintenant à la beauté corporelle, à la seule image, celle d'un corps qui devient objet de consommation, ligoté dans une logique de marché. Ce corps morcelé, chosifié, modelé et mutilé à volonté. Jamais autant d'argent, d'énergie, de stratégies de marketing, de techniques, de chimie et de biologie n'ont été cumulés pour créer un tel barrage d'images. Des diktats que l'on croyait appartenir au passé, comme « être belle comme une image », ou « sois belle et tais-toi », refont surface, de plus en plus insistants, comme pour bloquer l'avancée des femmes, pour les remettre à leur place, à la place d'une image.

Heureusement, au-delà de la responsabilité individuelle, nous assistons à une mobilisation sans pareil, à un consensus social sur la nécessité d'agir et de réagir dans ce que la journaliste Carole Vallières a appelé le « Far West de la santé ». Il y a un an, le Réseau québécois d'action pour la santé des femmes a entrepris une campagne nationale de mobilisation, avec le lancement du magazine *Audacieuses, le défi d'être soi*.

Cette campagne a connu un grand succès grâce, en grande partie, à votre participation et à celle de 213 organisations dont 3 ministères, 5 ordres professionnels, 14 centrales syndicales, 13 organismes provinciaux, 11 tables de concertation régionales de groupes de femmes, 110 groupes de femmes dont 20 CALACS (Centres d'aide et de lutte contre les agressions à caractère sexuel). Et tous ces gens-là, chacun(e) à leur niveau, ont généré des centaines d'activités. Il serait fastidieux d'en dresser toute la liste, mais un aperçu vous donnera une idée du chemin parcouru. Il y a eu des forums, colloques, ateliers, vidéos, pièces de théâtre, chorégraphies, expositions de photos, comités d'action, groupes de soutien, pétitions, outils d'intervention, formations, actions directes, retraits de magazines, retraits de publicité, etc.

Comme vous le savez, le présent colloque et la campagne *Audacieuses, le défi d'être soi* étaient basés sur quatre thèmes. Je vais reprendre brièvement quelques exemples des réussites dans ces quatre champs d'action, en commençant par l'hypersexualisation des jeunes filles, des fillettes surtout, dont la responsabilité revient au Y des femmes de Montréal-YWCA, partagée avec le RQASF. Le Y des femmes a fait paraître un nouvel outil d'accompagnement pour aider les parents à développer l'esprit critique des jeunes. Il y a aussi eu la remise du prix du concours « Sexe posé », destiné aux écoles secondaires et organisé par le CALACS de Granby, ainsi que la journée-colloque « Socialisation des jeunes filles » du Regroupement provincial des maisons d'hébergement des femmes victimes de violence.

Après beaucoup d'efforts, le dossier sur la réglementation des produits d'amaigrissement, sous la responsabilité d'ÉquiLibre, Groupe d'action sur le poids, a obtenu des appuis officiels majeurs. Pour n'en citer que quelques-uns, mentionnons le Collège des médecins, la Fédération des infirmières et infirmiers du Québec, l'Ordre professionnel des diététistes du Québec, celui des travailleurs sociaux du Québec et la Fédération des kynésiologues du Québec. Toujours dans le même dossier, soulignons la remise du prix Corps-Accord 2006 au RQASF, pour l'article « Maigrir? Mais pourquoi? Et à quel prix? », paru dans le magazine *Audacieuses, le défi d'être soi*.

Sur le thème de l'encadrement des pratiques d'intervention esthétique, mené par le RQASF, rappelons l'annulation du concours *Les Jeudis seins*, concours dont la récompense était une augmentation mammaire, et la dénonciation de la campagne promotionnelle de Couche-Tard, avec sa nouvelle Sloche¹ *Liposuccion*. Dans le cadre de la lutte au sexisme dans la publicité, menée par la Meute-MédiAction, citons enfin la pétition signée par plus de 15 000 personnes, qui sera bientôt déposée à l'Assemblée nationale du Québec.

Le colloque *Le marché de la beauté... Un enjeu de santé publique* est donc le reflet de cette mouvance et du niveau de saturation auquel la société est parvenue à propos de l'image corporelle. Il témoigne aussi d'un niveau de conscientisation accru dans la population en général. Ce colloque entend cristalliser les efforts et rendre les ressources accessibles afin de les partager avec le plus grand nombre possible.

Pour la première fois au Québec, un colloque traitant de l'image corporelle réunit des participant(e)s de milieux aussi divers que la santé, la jeunesse, les syndicats, les groupes de femmes, les médias, la politique ou l'industrie (mode et produits amaigrissants). Parmi ces gens, des spécialistes ont aujourd'hui la chance d'interagir et d'échanger leurs vues. Pour la première fois, nous offrons une vision globale des enjeux de santé reliés à la problématique de l'image corporelle. Et c'est ensemble que nous pourrons accomplir un effort plus efficace. Il ne s'agit pas simplement d'un colloque d'information, mais plutôt de mobilisation.

L'heure est donc aux engagements. Et le RQASF recherche des partenaires pour partager la responsabilité de l'action nationale dans ces quatre dossiers. Avant de vous quitter, je vais vous raconter la légende de Yu Gong. Il y a très longtemps, dans les montagnes de Chine du Nord, vivait un vieux paysan nommé Yu Gong. Il était né, comme toute sa famille et tous les habitant(e)s de son

¹ Boisson sucrée à base de glace concassée et d'arômes artificiels, communément appelée *s/ush* ou *barbottine*.

village, au pied d'une immense montagne, si grande qu'elle leur cachait constamment le soleil. Un jour, Yu Gong se leva et déclara : « Je vais déplacer la montagne. » Vous pensez bien qu'il a été la risée de tout le monde, y compris des membres de sa famille. Mais, tous les jours, Yu Gong, déterminé et persévérant, prenait une petite poignée de terre et la déplaçait, tout en cultivant son champ. Patiemment, il a répété ces gestes jusqu'à la fin de sa vie. À sa mort, ses enfants ont repris la tâche. À la mort de ses enfants, les enfants de ses enfants ont fait de même, et ainsi de suite, jusqu'au jour où la montagne a été déplacée. Je vous invite donc aujourd'hui à déplacer votre poignée de terre avec nous.