

Sensibiliser à une image de soi positive : quels outils en Suisse romande ?

*Sophie Bucher Della Torre, Professeure HES associée, Haute école de santé, HES-SO
Genève*

*Loreene Casteyde, Chargée de recherche en promotion de la santé et préventions,
Unisanté*



Objectifs de l'atelier

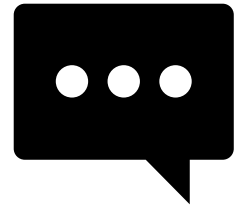
- Comprendre les niveaux d'action pour promouvoir l'image corporelle positive
- Questionner ses propres représentations sur l'image corporelle
- Présenter les projets intégrés en Suisse romande et avoir réflexion commune sur les enjeux, défis et solutions

Bonne idée ou mauvaise idée ou je ne sais pas

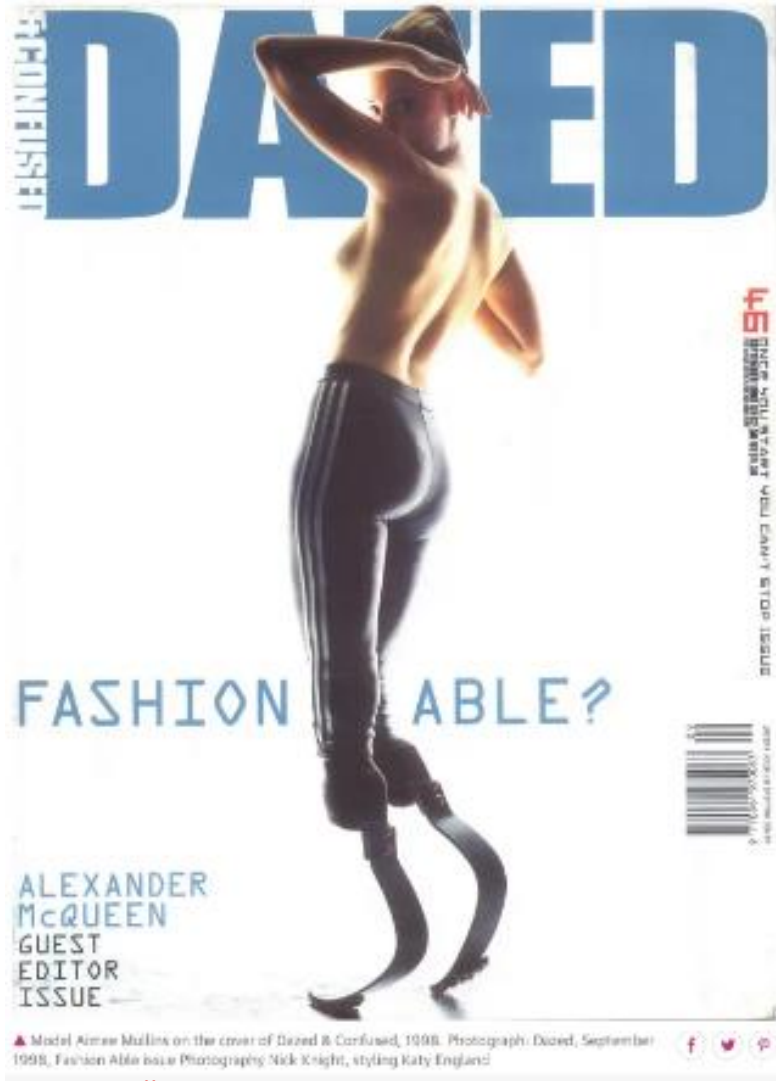
- Vous revoyez une collègue d'un autre service que vous n'aviez plus croisée depuis quelque temps.
- Elle a perdu du poids et vous la complimentez en la félicitant et en remarquant à quel point cela lui va bien.

Levez le post-it de votre choix :

- Bonne idée : vert
- Mauvaise idée : rouge
- Je sais pas trop : bleu



Bonne, mauvaise idée ou «je sais pas trop» ?



Levez le post-it de votre choix :

- Bonne idée : vert
- Mauvaise idée : rouge
- Je sais pas trop : bleu

Contexte : 1998. Magasine Dazed & Confused.

Athlète, actrice, mannequin Aimee Mullins en couverture.

Numéro avec 14 pages consacrées aux mannequins avec handicap.

Volonté de questionner une vision de la beauté normée.

Aimee Mullins

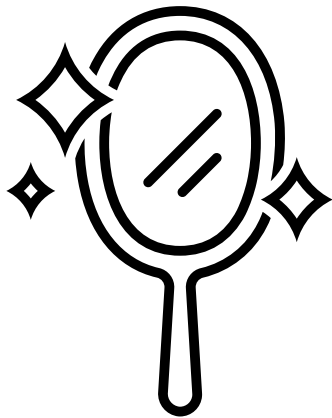
Découverte du MOOC

« Une image corporelle positive pour toutes et tous : comprendre et agir »

Prof. Sophie Bucher Della Torre

sophie.bucher@hesge.ch

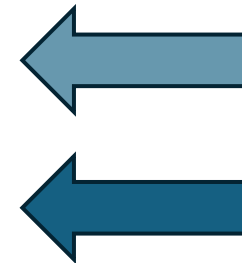
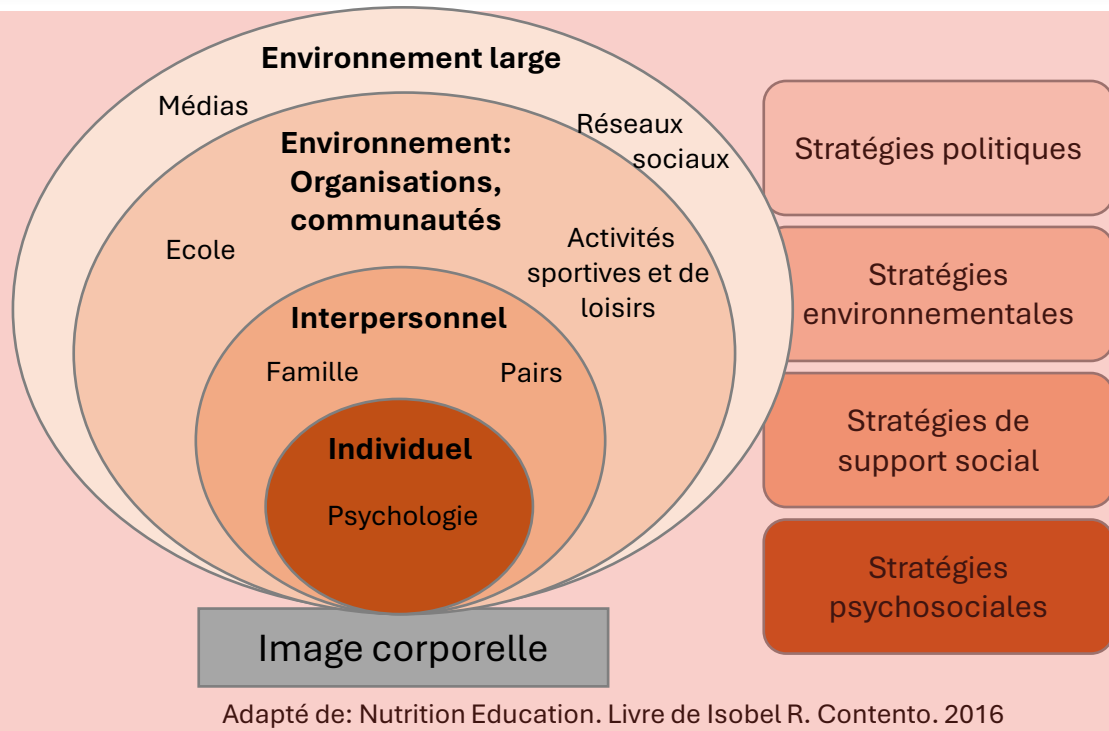
Filière Nutrition et diététique, Haute école de santé - Genève



Qu'est-ce que l'image corporelle positive?

- Concept multidimensionnel (Menzel & Levine, 2011) :
 - **Appréciation de l'apparence et de la fonction du corps**
 - **Conscience et attention aux besoins du corps**
 - **Capacité de traiter les messages liés à l'apparence d'une manière auto-protectrice**
- Corrélations (Andrew et al., 2016; Halliwell, 2015; Tylka & Wood-Barcalow, 2015) :
 - positives: bien-être psychologique et physique, estime de soi, satisfaction avec la vie, comportements de santé, comportements alimentaires adaptatifs
 - négatives: variables associées aux TCA comme la recherche de minceur, l'objectification du corps, la honte corporelle

Agir à différents niveaux

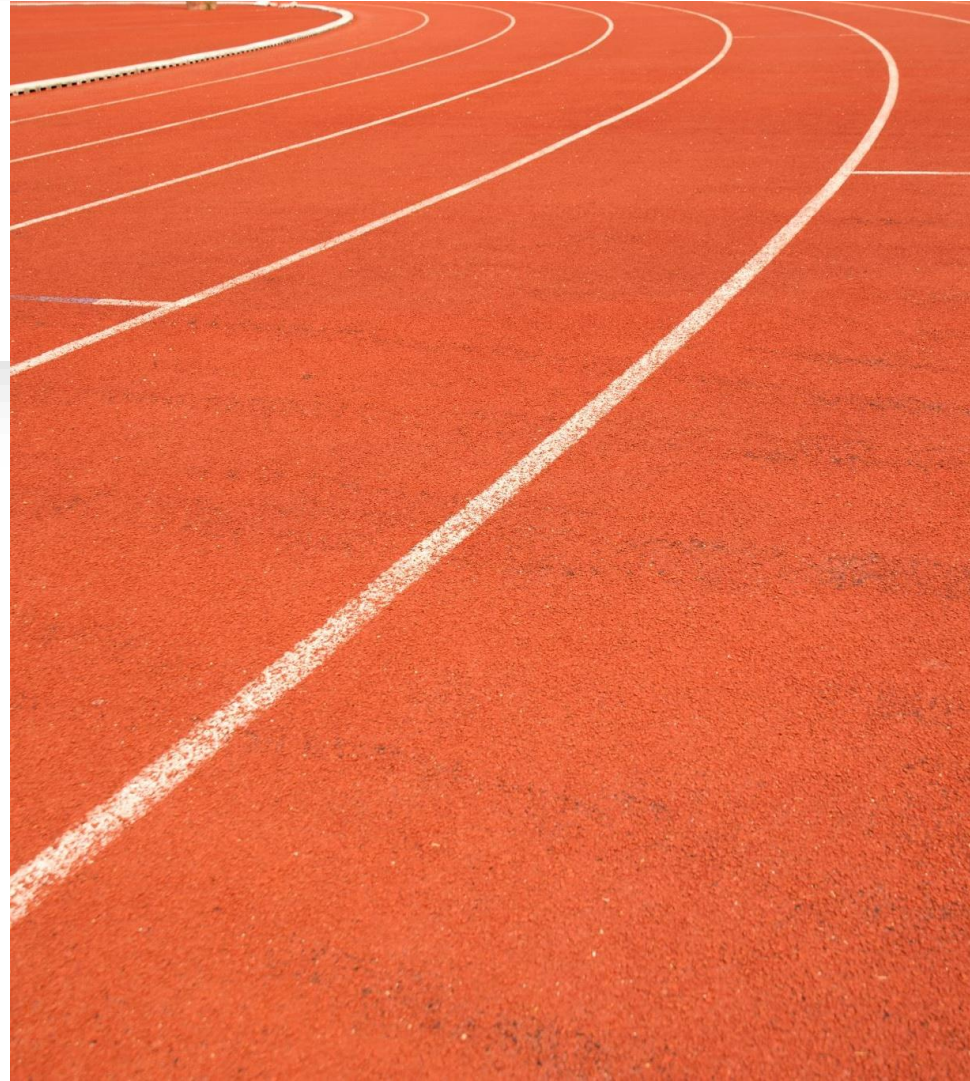


MOOC

Qu'est-ce qu'un MOOC?

Massive Open Online Course
= cours en ligne ouvert et massif

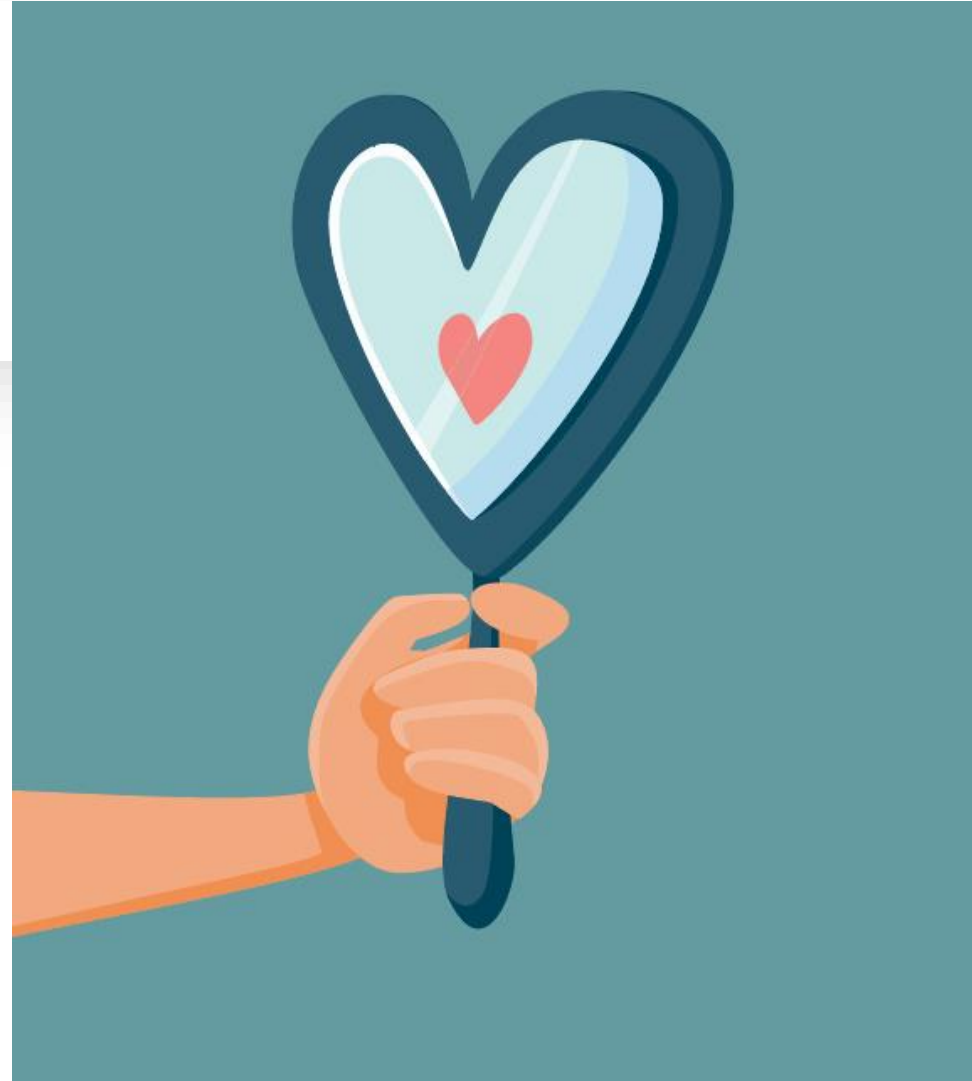
- Proposés par des universités ou hautes écoles
- Gratuits
- Ouverts à un grand nombre de participants



Notre MOOC...

→ Vise à **former** des multiplicateurs et multiplicatrices capables de promouvoir une image corporelle positive auprès des jeunes et dans la communauté.

- Pour toutes les personnes au contact de jeunes: parents, enseignants, moniteurs de sport, éducateurs, professionnels de santé, adolescents et jeunes adultes.
- Pour toute personne intéressée à titre personnel ou professionnel.



MOOC: Une image corporelle pour toutes et tous: comprendre et agir

4 semaines pour devenir promoteur d'une image corporelle positive

OUVERTURE PROCHAINE le 6 OCTOBRE 2025

<https://numerique.hes-so.ch/>



4 x 1 semaine (+ 1 semaine intro)



Environ 15 heures de travail



Certificat de participation

Certificat de réussite: Quizz
hebdomadaires + travail personnel

Chaque semaine contient :

1 vidéo d'intro basée sur un mythe

Apports théoriques (PPT commenté)

Exercice

Vidéo de débriefing et approfondissement

Synthèse sous forme de court dessin animé

Podcast (fichier audio)

Evaluation via le quizz et le travail personnel

Matériel supplémentaire (optionnel)



République et canton de Genève

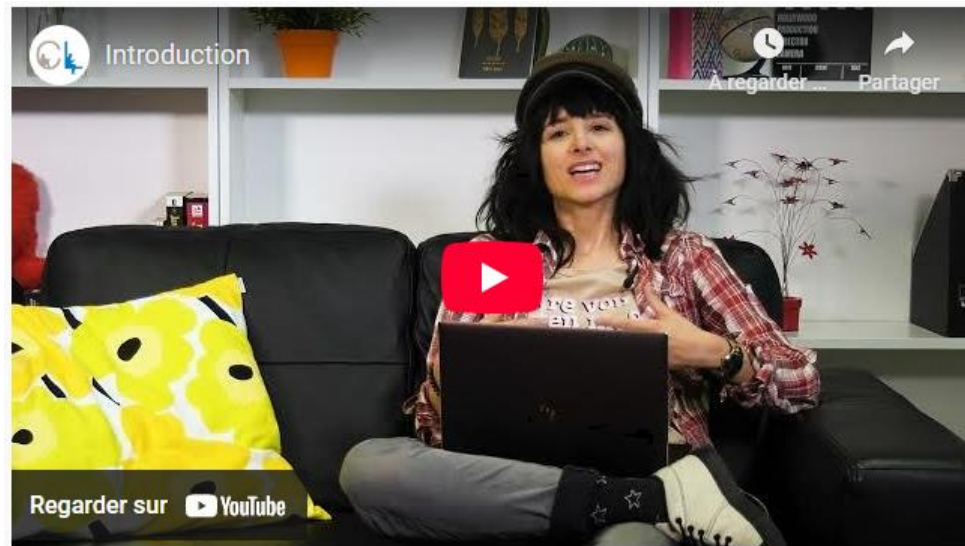
h e d s
Haute école de santé
Genève
Filiers Nutrition et diététique

Cyberlearn
HES-SO Université de la région de la Haute Vallée



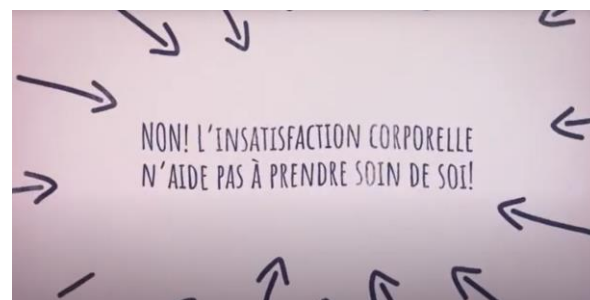
Promotion Santé
Suisse

Bonjour Elodie...



Contenu du MOOC

Semaine	Contenu
Sem. 1	<i>Je comprends ce qu'est l'ICP</i> <i>Intention : Relaxation</i>






Contenu du MOOC

Semaine	Contenu
Sem. 1 	<i>Je comprends ce qu'est l'ICP</i> <i>Intention : Relaxation</i>
Sem. 2 	<i>J'analyse ma propre image corporelle</i> <i>Intention : Exposition</i>







Contenu du MOOC

Semaine	Contenu
Sem. 1 	<i>Je comprends ce qu'est l'ICP</i> <i>Intention : Relaxation</i>
Sem. 2 	<i>J'analyse ma propre image corporelle</i> <i>Intention : Exposition</i>
Sem. 3 	<i>Je réfléchis à mon rôle pour promouvoir une ICP dans mon entourage</i> <i>Intention : Protection</i>

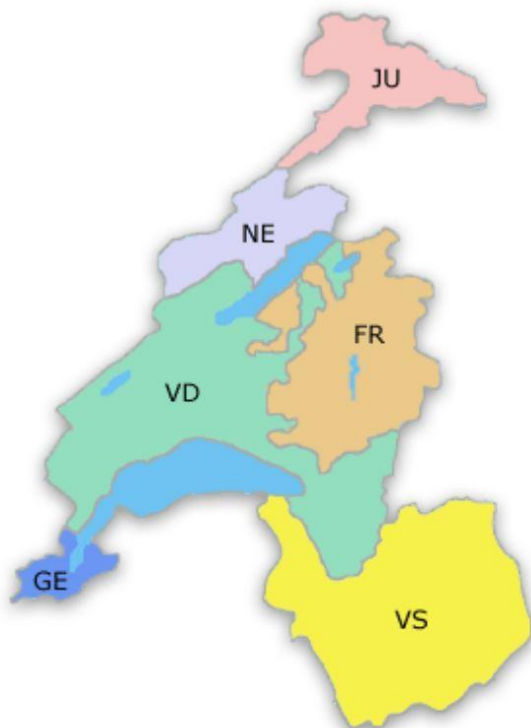


Contenu du MOOC: semaine 4

Semaine	Contenu
Sem. 1 	<i>Je comprends ce qu'est l'ICP</i> Intention : Relaxation
Sem. 2 	<i>J'analyse ma propre image corporelle</i> Intention : Exposition
Sem. 3 	<i>Je réfléchis à mon rôle pour promouvoir une ICP dans mon entourage</i> Intention : Protection
Sem. 4 	<i>Je réfléchis à mon rôle pour promouvoir une ICP dans la communauté</i> Intention : Bienveillance



En Suisse romande...



#MOICMOI



Ressources pour les médias (kits, affiche)

<https://image-mirage.ch/>

Fiches et activités pour les écoles.

Formation pour les enseignants.

<https://moicmoi.ch/>

MOOC Cours en ligne gratuit pour les multiplicateurs au contact des jeunes

<https://numerique.hes-so.ch/>

Outils méthodologique et didactique basé sur des expériences pratiques

<https://fleursdechantier.com/fr>

Prochaine ouverture du
MOOC:

lundi 6 octobre 2025



Faites passer le message !

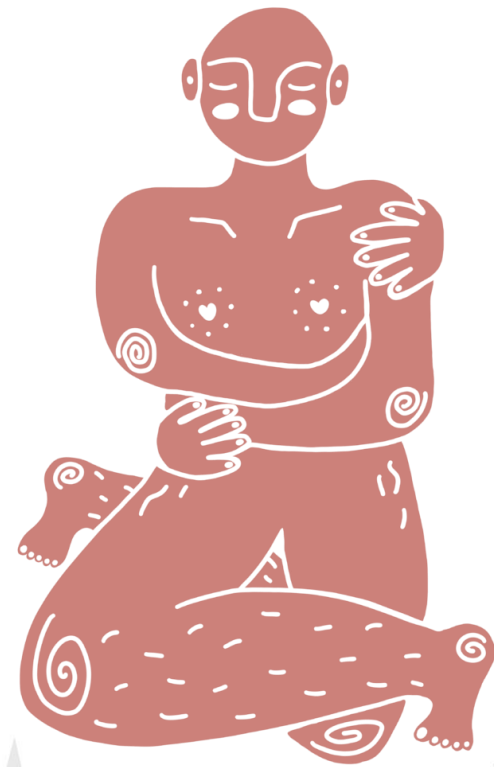


Image Mirage

Loreene Casteyde, chargée de recherche

Département promotion de la santé et
préventions, Unisanté

loreene.casteyde@unisante.ch

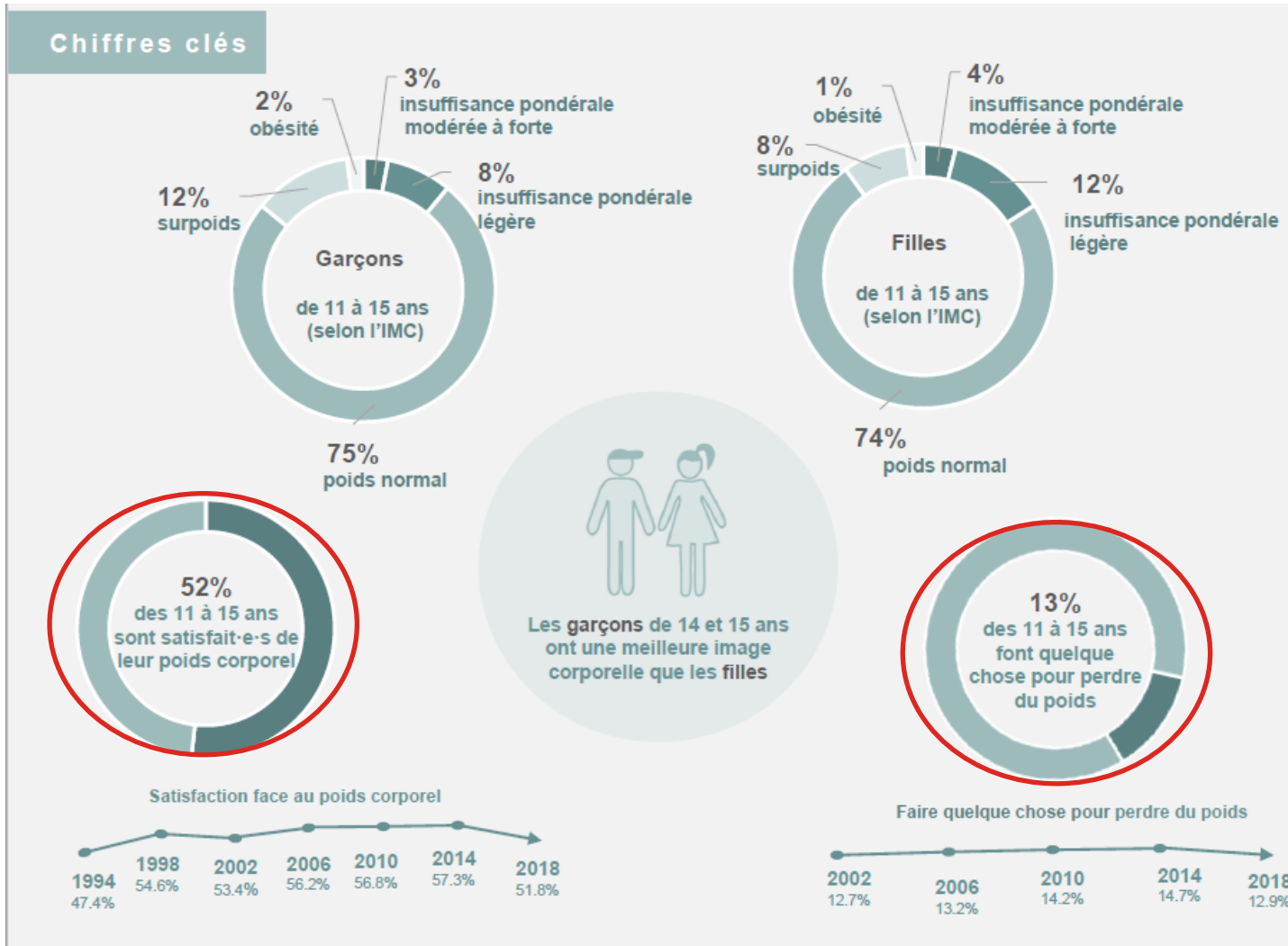


Plan de la présentation

1. Elaboration du projet
2. Activités réalisées
3. Défis et enjeux

1. Elaboration du projet

Contexte



Résultats de l'enquête « Health Behaviour in School-aged Children » (HBSC) 2018

https://www.hbsc.ch/fr/themes/body_image-statut-ponderal-image-du-corps

Impact du visuel

Etude démontre que l'exposition à des images de femmes minces et attractives a un effet négatif immédiat sur **l'humeur** des femmes et leur **insatisfaction concernant leur corps sur Instagram**

(Brown & Tiggemann, 2016)

Des études réalisées aux États-Unis sur les sautes d'humeur indiquent que **80% des femmes subissent une baisse de moral** après avoir feuilleté un magazine féminin (Raffaella Vanzetta, coordinatrice de l'INFES, Centre pour les troubles du comportement alimentaire)

Elaboration et mise en œuvre du projet

- Collaboration entre 2021-2023 avec le Service cantonal de la santé publique / Office de la promotion de la santé et de la prévention de Neuchâtel
- Objectif : **agir auprès des médias et des autres vecteurs de communication pour engager une réflexion** globale autour des représentations et de l'impact des médias sur la santé psychique et physique de la population
- Retombée : **promouvoir une image corporelle positive, une bonne estime de soi et un bien-être** dans toute la population.
- Un projet touchant à la fois les **médias** (site Image Mirage : vidéos, fiches thématiques, ressources externes, kits) et les **jeunes** (focus group : comprendre leur utilisation des médias et leur impact)

2. Activités réalisées

Réalisations



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 (dégout, peur, choc) (32)
- Éviter les images dévalorisantes, déshumanisantes (ex : sans voir le visage), stigmatisantes (renforçant les préjugés) (32)

2) Utiliser les bons termes : être le plus neutre possible, parler de « personnes considérées » comme en surpoids pour souligner la construction sociale et l'interdit de l'obésité (32)

- Éviter certaines expressions faisant un amalgame entre les personnes grasses et la maladie : « fardeau de l'obésité », « obésité morbide », « souffrir et 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 alimentaires inadéquats, 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, au lieu de s'arrêter sans buter avec le poids ou la taille des personnes et parler de comportements modifiés (améliorer 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. (2)

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'OPPOSITE DE LA BRANCHE ». C'EST CHERCHER À PROMOUVOIR LA TOLÉRANCE ET LUTTER CONTRE LES HÉRÉTIQUES CORPORELLES QUI ENTRAÎNENT DES COMPORTEMENTS DANGEREUX ET DES CONSÉQUENCES NÉFASTES POUR TOUTE LA POPULATION. (22)



04 RESSOURCES POUR ALLER PLUS LOIN

- **Equilibrer 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 Marz
- **Des structures** : unisanté, Service de la santé publique (SSP) du Canton de Neuchâtel
- **Eurobasistas** : Suisse
- **Ligue nationale contre l'obésité** : quizz.suisse-je-vraisobese.ch
- **Association** : Obésité Suisse

LES OUTILS

CATEGORIES

BODYSHAMING

CHOIX DE VISUEL

IMAGE CORPORELLE

NOUVEAUTÉS

STÉRÉOTYPES

GROSSOPHOBIE

MÉDIAS

<https://image-mirage.ch/>

unisanté

Centre universitaire de médecine générale et santé publique • Lausanne

Ressources complémentaires

Des **images-ressources positives** :
ex d'un photographe

Des **podcasts** : Décadrée, Radar RP

Des **études**

Des **émissions** sur la thématique : Médialogue, Radio Rouge

Des **conseils et recommandations** pour l'écriture des
messages, par des structures spécialisées dans la thématique

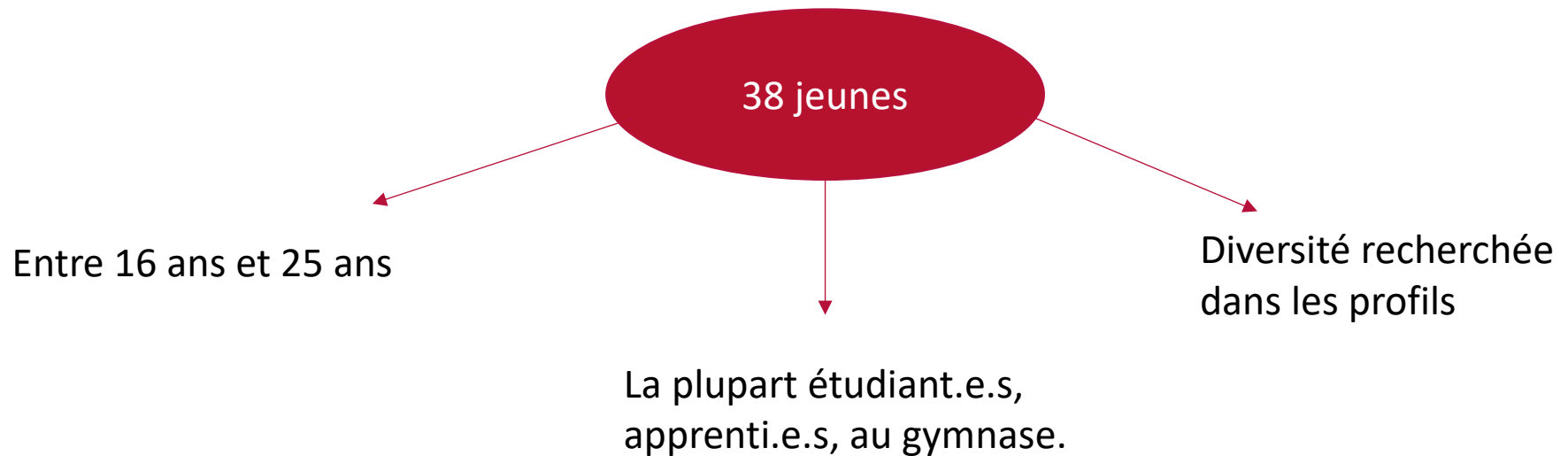
Des **vidéos YouTube** avec des témoignages de jeunes

Des **articles écrits de manière inclusive** et mettant en avant la
diversité



Focus Group : Connaître le canton de Vaud

- Pas d'informations sur les jeunes du canton de VD
- But : comprendre la **représentation de l'image corporelle** chez les jeunes et les **facteurs qui influencent leur environnement**, et plus précisément l'environnement socio-culturel
- Question de recherche : Quelle est l'influence des médias dans la construction et le rapport au corps des adolescent.es ?
- Les jeunes qui le désirent peuvent continuer à participer au projet en témoignant dans les capsules vidéos



Médias traditionnels : Pour les jeunes, ils plus « contrôlés » et avec des stéréotypes et moins de diversité : impression qu'il n'existe qu'une seule image représentée (personnes blanches et plutôt des hommes pour des émissions d'information). Il existait encore beaucoup de tabou (comme les règles et le sang bleu).

Réseaux sociaux : Ces médias sont, selon les jeunes, plus ouverts (tout le monde peut s'y exprimer) et plus « honnêtes » sur ce qu'ils transmettent. Ils et elles indiquent « choisir » leur source d'information et suivre les comptes qui leur font du bien (iels vont se sentir représenté.e.s).

Thématiques importantes pour les jeunes : la grossophobie, le harcèlement, la transmission des stéréotypes (par les parents)

3. Défis et enjeux

Défis

1/ Atteinte du public cible : Commandes de kits principalement par des diets, des éducs, ...

2/ Savoir si les outils clés en main disponibles sur le site sont utilisés et comment

Questions qui en découlent / perspectives :

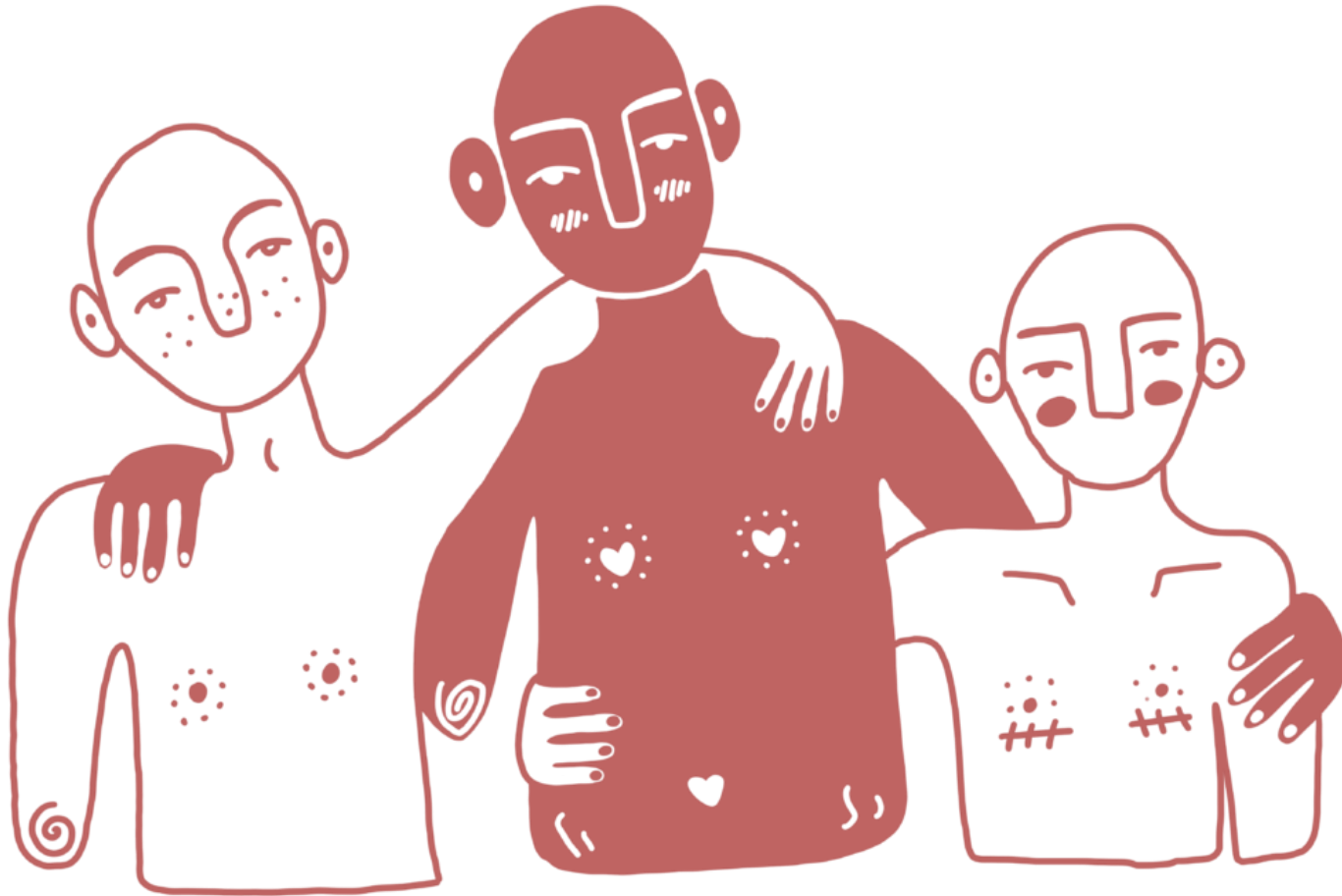
- Mieux comprendre l'utilisation, le contexte et la diffusion (connaissance du site, des outils) : projets d'enquête sur le site, brainstorming avec les parties prenantes
- Faire en sorte qu'il y ait une adéquation du support, des outils et des besoins

3/ Faire vivre le site : le maintenir en état, faire des évolutions et adaptations selon les besoins

Questions qui en découlent / perspectives :

- Suite à la meilleure compréhension du public touché et de l'utilisation des outils proposés, adapter les ressources

Merci !



Exercice de réflexion / mise en commun

- Dans le cadre du Mooc ou d'Image Mirage, nous touchons un public qui n'est pas celui visé par nos projets.
 - Avez-vous eu des expériences similaires dans vos projets et comment les avez-vous surmontées?
 - Pensez-vous que certaines des difficultés sont plus spécifiquement liées à la thématique de l'image corporelle ?
- Discussion en groupe de 3-4 personnes
 - Mettre des mots clés sur post-it
 - Les coller à la fin de l'atelier sous la question correspondante
 - 15 min de réflexion
- 5 min de retours par les animatrices

Banques d'images

- Visuallys en bref - Banque d'images en santé mentale
- Banques de photos Place à la diversité corporelle! | ÉquiLibre: pour une image corporelle positive