

MANIFESTE QUÉBÉCOIS POUR DES COMMUNICATIONS SAINES SUR LES PROBLÉMATIQUES RELIÉES AU POIDS

Les problématiques reliées au poids, incluant la préoccupation excessive à l'égard du poids, l'obésité et la grossophobie¹, sont des enjeux de santé publique qui mobilisent plusieurs acteurs de la société. Leur compréhension nécessite de considérer à la fois des savoirs scientifiques variés, issus par exemple des sciences humaines et sociales et des sciences biomédicales, ainsi que des savoirs expérientiels.

Au Québec, depuis plusieurs décennies, de nombreux acteurs s'expriment sur ces questions. Au fil du temps, les sciences, les valeurs et le contexte social ont évolué, complexifiant les messages, mettant en lumière les préjugés et soulevant des enjeux comme la stigmatisation à l'égard du poids. Ainsi, il est estimé que certains messages de santé perpétuent l'idéal de minceur et alimentent le phénomène de grossophobie.

La communication grand public étant unidirectionnelle, pour être efficace et faciliter la compréhension de toutes et tous, elle se doit d'être claire et simple. Dans l'optique d'agir sans nuire, il importe de repenser la manière d'aborder les problématiques reliées au poids dans la population.

Ainsi, les principes directeurs ci-dessous ont pour objectif de guider la construction des messages à véhiculer dans la population. Ils définissent les idées qui doivent être mises de l'avant et donnent le ton aux stratégies et aux outils de communication qui en découlent. Ils offrent les assises pour bâtir des messages adaptés à différents publics cibles.

Ces principes directeurs veillent à harmoniser et assurer la cohérence des messages véhiculés dans la population par les différentes parties prenantes. Non hiérarchiques et interdépendants, ces principes directeurs reposent sur les fondements suivants :



¹ La grossophobie désigne l'ensemble des attitudes et des comportements qui stigmatisent et discriminent les personnes dont le poids est jugé trop élevé. Ce phénomène inclut la stigmatisation à l'égard du poids.

Principes directeurs

Le poids est influencé par plusieurs facteurs environnementaux et individuels.

- Les causes du poids sont multifactorielles et interreliées (ex. : génétique, psychologique, modes de vie, environnements familiaux, bâtis, alimentaires, socioéconomiques, culturels, etc.).
- Les facteurs influençant le poids varient d'un individu à l'autre.
- La relation entre le poids et la santé physique et mentale varie selon les individus.
- Le poids et l'indice de masse corporelle (IMC) ne sont pas des mesures directes de la santé.
- La relation entre le poids et la santé est influencée par plusieurs facteurs, tels que la répartition ou la localisation du tissu adipeux, les habitudes de vie, la génétique, ou encore le fait de vivre de la stigmatisation.
- Chaque personne expérimente son poids différemment et est libre d'agir ou non à cet égard selon sa conception du bien-être.

Les discours axés sur le poids et la perte de poids peuvent avoir des effets pervers.

- Ces discours induisent de la grossophobie, ce qui est nocif pour la santé physique et psychologique des individus.
- Ces discours entraînent une préoccupation excessive à l'égard du poids, et suscitent des comportements pouvant être dangereux pour la santé.
- Les individus ont un contrôle limité sur leur poids.
- Il est difficile de perdre du poids de manière durable.
- L'industrie de la minceur renforce les mythes par rapport au poids et perpétue les fausses croyances.
- Les messages populationnels doivent rediriger les personnes désirant un accompagnement individualisé vers des professionnel.le.s de la santé qualifié.e.s.

Des messages positifs axés sur les habitudes de vie favorables au bien-être et à la santé sont à préconiser.

- Tous les individus gagnent à adopter des habitudes de vie favorables au bien-être et à la santé, et ce peu importe leur poids.
- Afin qu'elles perdurent dans le temps, il est préférable d'adopter les habitudes de vie favorables au bien-être et à la santé dans une optique de plaisir, et non pour perdre ou gérer son poids.
- Les messages doivent être formulés de manière inclusive et non-culpabilisante, sans induire un désir de perfection ou de performance.

Une approche respectueuse, bienveillante et inclusive permet de diffuser des messages populationnels non-stigmatisants.

- L'intégration des personnes concernées dans le choix du vocabulaire et dans la composition des messages diminue le risque de stigmatisation à l'égard du poids.
- L'utilisation d'images positives permet de briser les préjugés.
- La représentation de la diversité corporelle reflète les différentes réalités vécues au sein de la population.
- Il faut considérer l'effet potentiel des messages qui concernent le poids et l'obésité sur la santé mentale.

Ainsi, collectivement nous nous engageons à revoir et à adapter nos communications autour des problématiques liées au poids, en considérant ces différents principes et en permettant à tous et à toutes de s'épanouir dans des milieux favorables au bien-être et à la santé.

– Groupe de travail sur les problématiques du poids 2021