





LA PAROLE EST AUX JEUNES!

Prix
IMAGE / in
MODE / MÉDIAS / PUBLICITÉ

Les jeunes sont allumés et ont une opinion sur tout! Encouragez-les à développer leur jugement critique et à s'engager dans une action sociale à l'échelle du Québec grâce au Prix IMAGE/in.

PRÉSENTATION ET DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

	Public cible	Jeunes du 1 ^{er} et du 2 ^e cycle du secondaire
	Thème	Modèle de beauté unique et diversité corporelle dans le monde de la mode, des médias et de la publicité.
	Objectifs	Développer le jugement critique des jeunes à l'égard de la présence d'un modèle de beauté unique dans l'environnement médiatique et publicitaire.
	Liens avec le PFEQ¹	Domaines généraux de formation : ➤ Médias ➤ Santé et bien-être
	Temps de préparation	30 minutes
	Durée de l'activité	60 à 75 minutes
	Matériel	➤ Matériel audiovisuel pour projeter des vidéos à l'écran et un accès Internet ➤ Médias imprimés (brochures, journaux, magazines, etc.): <i>demandez aux jeunes d'en apporter de la maison</i> ➤ Et/ou médias Web (un ou plusieurs ordinateurs avec connexions Internet à disposition, si possible)

¹Programme de formation de l'école québécoise

Cette activité est modulable et peut facilement être adaptée à votre réalité...

- Bien que l'activité ait des liens avec le programme scolaire, organisez-la dans le cadre d'une activité parascolaire ou en milieu communautaire.
- Transformez la recherche d'initiatives en devoir ou en projet de groupe.
- Demandez aux élèves de faire des présentations orales justifiant les initiatives retenues.

Le Prix IMAGE/in est une initiative de l'organisme **Équilibre** et est rendue possible grâce à l'appui et au soutien financier du **Ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec** et de **Québec en Forme**.

équilibre
image corporelle • santé • poids

Santé
et Services sociaux
Québec

Québec
EN FORME

MISE EN CONTEXTE POUR L'INTERVENANT

Depuis 2011, ce sont près de 20 000 jeunes de partout au Québec qui ont voté et qui se sont prononcés sur un sujet qui leur tient à cœur : la diversité corporelle dans les domaines de la mode, des médias et de la publicité. Cette année, les jeunes de votre milieu pourront eux aussi participer à ce grand mouvement!

Le Prix IMAGE/in, c'est quoi?

L'année 2019 marque la neuvième édition du Prix IMAGE/in. Ce prix félicite des entreprises québécoises en faveur d'une représentation saine et diversifiée du corps dans le monde de la mode, des médias et de la publicité. Les adultes et les jeunes du Québec sont invités à voter pour leur initiative préférée parmi les cinq finalistes. Un jury composé de représentants de l'industrie de l'image et de jeunes choisit également un coup de cœur parmi les finalistes. Une cérémonie de remise du Prix IMAGE/in clôture la campagne.

Comment impliquer les jeunes de votre milieu?

1) Recherche d'initiatives (activité « La parole est aux jeunes »)

Avant le 30 novembre 2018, animez l'activité « **La parole est aux jeunes!** » où les **jeunes** doivent trouver des initiatives d'entreprises québécoises ayant fait la promotion d'images saines et diversifiées du corps. Parmi toutes les initiatives proposées, cinq deviendront finalistes et seront dévoilées en mars 2019.

2) Vote pour leur initiative favorite

Entre le (*période de vote pour l'édition 2019 à venir*), invitez les jeunes à **voter** en ligne pour leur initiative préférée au www.votepourleprix.ca. Du matériel pédagogique pour l'animation d'une activité précédant la séance de vote sera disponible au www.equilibre.ca/prix.

Suivez le déroulement et les résultats du Prix IMAGE/in pour savoir...

Si les propositions des jeunes de votre milieu seront retenues?

Pour qui les jeunes voteront-ils?

Quels messages les jeunes du Québec enverront-ils à l'industrie de l'image?

PRÉPARATION À L'ACTIVITÉ

Il est recommandé de faire les démarches suivantes avant d'animer l'activité.

- Prendre connaissance du déroulement de l'activité.
- Quelques jours ou semaines avant l'activité, demandez aux jeunes d'apporter de la maison des magazines, brochures, journaux ou tout autre média (chanson, affiches, etc.).

DÉROULEMENT DE L'ACTIVITÉ

La présente activité consiste en la recherche d'initiatives d'entreprises québécoises ayant fait la promotion d'images de corps sains et diversifiés durant l'année 2018.

Introduction à la thématique (20 minutes)

- Décrivez brièvement le Prix IMAGE/in aux jeunes en vous référant à la section *Mise en contexte pour l'intervenant* du présent document.
- Projetez les vidéos des éditions 2013, 2014 et 2015 du Prix IMAGE/in (environ 5 minutes chacune) à l'écran pour faire connaître le Prix IMAGE/in aux jeunes et présenter les finalistes des années précédentes. Vous trouverez ces vidéos sur le site Web de Derrière le miroir (Section Prix IMAGE/in – Découvre les anciennes éditions) : www.derrierelemiroir.ca/prix-imagein/decouvre-les-anciennes-editions.
- Amorcez une courte discussion en groupe sur les images de corps véhiculées dans les médias :
 - Aviez-vous déjà entendu parler du Prix IMAGE/in?
 - Croyez-vous que les images de corps véhiculées dans les médias sont réalistes? Pourquoi?
 - Selon vous, qu'est-ce qui caractérise le modèle de beauté unique qui représente les filles? Qu'est-ce qui caractérise le modèle de beauté unique qui représente les gars?
 - Selon vous, quelles sont les conséquences pour les jeunes d'être exposés à un modèle unique de beauté ?
 - Pensez-vous qu'il est important d'envoyer un message à l'industrie de la mode, des médias et de la publicité sur les images de corps que l'on aimerait voir? Selon vous, comment peut-on faire pour leur envoyer un message?
- Terminez en mentionnant aux jeunes que voter pour le Prix IMAGE/in est une façon constructive et positive de faire entendre leurs messages auprès de l'industrie de l'image en félicitant les entreprises qui contribuent à valoriser la diversité corporelle.

Réalisation de l'activité (25 à 40 minutes)

- Rappelez aux jeunes qu'avec le Prix IMAGE/in, ils ont réellement le pouvoir de faire changer les choses. Les jeunes sélectionnent non seulement le grand gagnant, mais peuvent aussi suggérer des finalistes. C'est l'objectif de l'atelier d'aujourd'hui.
- Expliquez les critères de sélection pour qu'une initiative soit retenue pour l'édition 2019 :
 - A eu lieu entre le **1er décembre 2017 et le 30 novembre 2018**;
 - Encourage la **diversité corporelle** par ses messages ou par les images saines et réalistes du corps qu'elle présente;
 - Doit être une entreprise ou une production **québécoise** du domaine de la mode, de la publicité ou des médias;
 - A un fort potentiel de **rayonnement** et d'**influence** (sur les jeunes et/ou sur le reste de l'industrie);

- Ne doit pas aller à l'encontre de la philosophie de l'organisme ÉquiLibre, c'est-à-dire qu'elle ne doit pas encourager le contrôle excessif du poids et la modification de l'apparence au détriment d'un style de vie sain, et qu'elle ne doit pas diffuser de préjugés sur le poids.
- Présentez les gagnants des éditions 2011 à 2017 pour donner des idées aux jeunes sur le type d'initiative que l'on peut retrouver parmi les finalistes (voir une description des initiatives gagnantes en annexe du présent document).
 - **Quelques exemples de types d'initiatives pouvant être retenues** : publicité ou campagne promotionnelle, magazine ou article de magazine, vidéo, émission de télévision, film, reportage, défilé de mode, projet de designer, décision d'entreprises, prise de position publique, etc.
- Demandez aux jeunes de former des équipes de deux ou trois. Invitez chaque équipe à faire la recherche d'initiatives à l'aide des médias papier ou sur le Web.
- Aidez les jeunes à soumettre la ou les initiatives qu'ils auront trouvées :
 - En ligne : www.derrierelemiroir.ca, section Prix IMAGE/in (formulaire électronique)
 - Par courriel : DLM@equilibre.ca (pour chaque initiative soumise par courriel, il est important d'inclure un titre, un hyperlien et une brève description qui justifie la nomination)

Intégration (15 minutes)

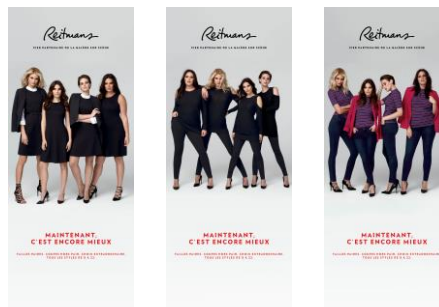
- Invitez chaque équipe à nommer et expliquer brièvement l'initiative qu'elle a sélectionnée.
- Faites un retour sur l'activité en amenant les élèves à s'exprimer sur leur appréciation. Invitez-les à réfléchir sur ce qu'ils ont appris de la problématique. Pour ce faire, initiez une discussion de groupe en posant les questions suivantes :
 - Avez-vous aimé cette activité? Pourquoi?
 - Votre perception des images de corps que vous voyez dans les médias a-t-elle changée? De quelle façon?
 - Qu'est-ce que vous avez appris de nouveau?
 - Avez-vous le goût de voter pour le Prix IMAGE/in? Pourquoi?

Pour plus d'informations sur le Prix IMAGE/in et sur la diversité corporelle :
visitez le www.equilibre.ca/prix

ANNEXE - Description des initiatives gagnantes des éditions précédentes

INITIATIVE GAGNANTE 2017

Reitmans



Reitmans, pour son approche « Encore mieux », qui consiste à offrir les tailles Plus et Petites à travers toutes ses collections.

INITIATIVE GAGNANTE 2016

Clin d'œil



Le magazine Clin d'œil, pour son engagement à présenter des modèles de toutes silhouettes, de toutes tailles, de toutes origines et de tous âges.

INITIATIVE GAGNANTE 2015

Reitmans



Reitmans, pour sa philosophie d'entreprise en faveur d'une représentation saine et diversifiée du corps et ses efforts afin de présenter les femmes de toutes les silhouettes dans ses publicités.

INITIATIVE GAGNANTE 2014

The logo for ELLE Québec, with 'ELLE' in large, bold, black letters and 'QUEBEC' in smaller letters to the left.

Le magazine **ELLE Québec**, pour sa sensibilité et ses efforts pour valoriser la diversité corporelle et remettre en question le modèle unique de beauté, particulièrement dans le numéro de mai 2013.

INITIATIVE GAGNANTE 2013

The logo for Cool!, with the word 'Cool!' in a large, pink, bubbly font.

Le magazine **Cool!** pour le concours « mannequin d'un jour » qui permet chaque mois à une jeune fille de jouer les mannequins et ce, peu importe sa taille ou son poids.

INITIATIVE GAGNANTE 2012

The logo for Lili-les-Bains, with 'Lili-les-Bains' in a black, cursive font.

Lili-les-Bains pour son slogan - « Experte en femme parfaite, taille 8 à 24 ans » et l'utilisation de photos non retouchées. **Lili-les-Bains** souhaite habiller toutes les femmes, peu importe leur format corporel, d'un maillot de bain de haute qualité, confectionné à la main.

INITIATIVE GAGNANTE 2011



À l'automne 2010, **JACOB** est devenu le premier détaillant de mode féminine canadien à s'engager publiquement à ne plus retoucher numériquement la forme du corps de ses mannequins.

++ Pour connaître les quatre autres finalistes de chaque édition, rendez-vous sur www.derrierelemiroir.ca (Section Prix IMAGE/in – Découvrez les anciennes éditions) pour visionner les vidéos de présentation.