

## Transcription

Dans les rues de Paris et dans toute la France de nouvelles silhouettes apparaissent. À l'approche de l'été, plusieurs campagnes de publicités affichent leurs différences. Des femmes plus fortes pour vendre des cosmétiques, plus rondes pour les maillots de bain, les photos de lingerie non retouchées. Les mannequins filiformes au placard ? Pas encore, mais un vent de changement souffle sur la mode.

Cette enseigne de lingerie s'est engouffrée dans le mouvement de *body positive*, le corps positif, c'est-à-dire des photos sans retouche, des mannequins plus en chair, les clients apprécient.

- C'est très beau de voir en fait des affiches comme ça, qui montrent vraiment que peut-être qu'on a un peu de cellulite et que c'est beau aussi et qu'il ne faut pas forcément être superfine.
- On voit des formes, et on se rend compte qu'effectivement c'est tout aussi beau, en fait. C'est tout aussi attirant et ça nous donne tout aussi envie d'acheter.

La démarche est surtout commerciale. Les grandes tailles représentent un tiers des ventes.

- Les femmes entrent en disant, qu'est-ce qui va pouvoir m'aller, en sachant qu'on va faire du bonnet E, du bonnet D, ou du bonnet F. Alors qu'avant, on nous disait : Ah, je ne savais pas que vous faisiez autre chose que des petites tailles.

Car entre les mensurations réelles des Françaises et les images sur papier glacé, l'écart reste important. Une étude récente montre qu'en moyenne, elles pèsent 63 kilos pour 1 m 65 avec un tour de poitrine de 93 cm. Contre 57 kilos, 1 m 80 et 86 cm pour les top models.

Mais le dictat de la maigreur serait-il en train d'évoluer ? Dans cette agence parisienne de mannequins, la directrice date la tendance de ces 6 derniers mois. Plus d'annonceurs et plus de diversité.

- On a à peu près 1 ou 2 castings par semaine où on nous demande des filles plus rondes. Ils ont dû s'apercevoir qu'en fait les femmes ont envie aussi d'être représentées dans leur globalité, il y a non seulement des femmes qui ont des corps de prépubère, il y a aussi des femmes *femmes*.

Cette tendance, ce n'est pas que de la poudre aux yeux. Pour ces mannequins qu'on appelle grandes tailles, elle reflète l'évolution de la société. Un nouveau regard sur leurs formes.

- Avec mes rondeurs, j'avais certains complexes. C'était compliqué de se représenter avec les femmes qu'on voyait à la télé, dans les magazines. Mais là, ça va en ce moment, il y a un engouement qui se passe et ça fait du bien.

Avec ces campagnes, les industriels surfent sur une nouvelle vague, une vague féministe, dans l'air du temps.