

Quel miroir de société nous tend la pub beauté?

Frédéric Schmidt, historien, avec Eva Saro, fondation images et société

fondation images et société



Plus de quatre-vingt ans séparent ces deux publicités. Et pourtant, des ressemblances frappantes sautent aux yeux: les visages légèrement tendus vers l'avant avec les mentons relevés, l'éclairage des visages donnant un effet de rayonnement pour suggérer une «beauté resplendissante». On observe aussi le côté lisse, «sans défaut» des deux visages. Enfin, la caution médicale du docteur Curie «embellissante parce que curative» pour Tho-Radia et «la santé passe aussi par la peau» pour la publicité de la crème Vichy. Toutes deux se prévalent de la nouveauté et de la modernité. Aujourd'hui, l'incontournable «bio» et parfois des chiffres de satisfaction qui font scientifique. Hier les effets soi-disant bénéfiques de la radioactivité récemment découverte.

Un mot sur la crème radioactive pour le visage Tho-Radia. Dès les années 1920, on voit apparaître des préparations radioactives à base de radium censé guérir presque toutes les maladies, mais aussi de gommer les rides et les imperfections de la peau. C'est ainsi qu'est lancée en 1933 la société franco-suisse Tho-Radia qui s'appuyait sur la caution d'un médecin nommé Alfred Curie. Ce dernier n'avait aucun lien avec Pierre et Marie Curie, mais le nom était célèbre... La crème contenait pour 100 g: 0,50 g de chlorure de thorium et 0,25 mg de bromure de radium. Ses slogans vantant le produit ne faisaient pas dans la demi-mesure: «La science a créé Tho-Radia pour embellir les femmes. À elles d'en profiter. Reste laide qui veut!»

Ces produits présentaient certainement de sérieux dangers pour la santé, surtout pour les personnes qui utilisaient également les savons ou les dentifrices de la marque, eux aussi radioactifs. Faute d'un panel d'utilisateurs suffisamment nombreux et représentatifs, il n'existe aucune étude scientifique sur leurs conséquences sanitaires. Les produits Tho-Radia, tout comme ceux de ses concurrents Activa ou Radiocrème, étaient assez coûteux et s'adressaient plutôt aux classes aisées. Cette entreprise proposait des produits plus accessibles en s'appuyant sur une publicité massive et agressive pour conquérir de nouveaux clients.

Et aujourd'hui? Les produits cosmétiques sont-ils sans risques pour notre santé? Il semble bien que non. Il suffit de se rendre sur le site web de l'association française UFC-Que Choisir (Union Fédérale des Consommateurs) pour découvrir que le nombre de produits de beauté actuellement en vente et contenant des allergènes ou des perturbateurs endocriniens est impressionnant. Les cosmétiques pour enfants peuvent également contenir des substances cancérigènes. Des produits simples, comme le savon de Marseille ou

Vos premières réactions face à ces portraits?

Cochez ce qui convient

- ☐ Des rayons liftants et biologiques!
- ☐ Une crème du docteur Curie?
- ☐ Et Photoshop dans tout ça?
- ☐ D'autres impressions?



d'Alep se révèlent souvent être les plus sains. De plus, en matière de traitement antirides, d'autres méthodes telles que les injections peuvent avoir des effets secondaires non négligeables sur la santé. Enfin, observons que la publicité de ces produits présente l'âge comme une maladie à soigner... On ne compte plus les formules anti-âge dont certaines s'adressent déjà aux 30-35 ans!

Actuellement, nous «savons» que ces promesses d'éternelle jeunesse vendent surtout du vent. Pourtant nous achetons de plus en plus et l'estime de soi des jeunes face à ces modèles esthétiques inatteignables se péjore au fil des études. Explorer le miroir que nous tend la publicité passée ou présente pour les cosmétiques est un excellent moyen d'inviter les jeunes à élargir leurs perspectives sur le thème de la beauté et de la séduction. Les visuels présentent en effet des idéaux possibles uniquement par la «chirurgie numérique». Quant aux messages écrits, on comprend que les femmes doivent tout «raffermir, hydrater» et «scintiller», tandis que côté hommes, il s'agit surtout de «réparer la peau des héros fatigués». Quelle place prenons-nous pour embellir notre diversité toute personnelle?

Sources - *Les métamorphoses de Tho-Radia*: Paris-Vichy, Thierry Lefebvre et Cécile Rayna, édition Glyphe, 2013 / www.quechoisir.org/comparatif-ingredients-indesirables-n941/ www.rts.ch/info/suisse/6587200-neuf-cosmetiques-pour-enfants-interdits-a-la-vente-pour-leur-dangersite-.html