

RIMMEL
LONDON

**WHITE PAPER -
NOVEMBRE 2018**

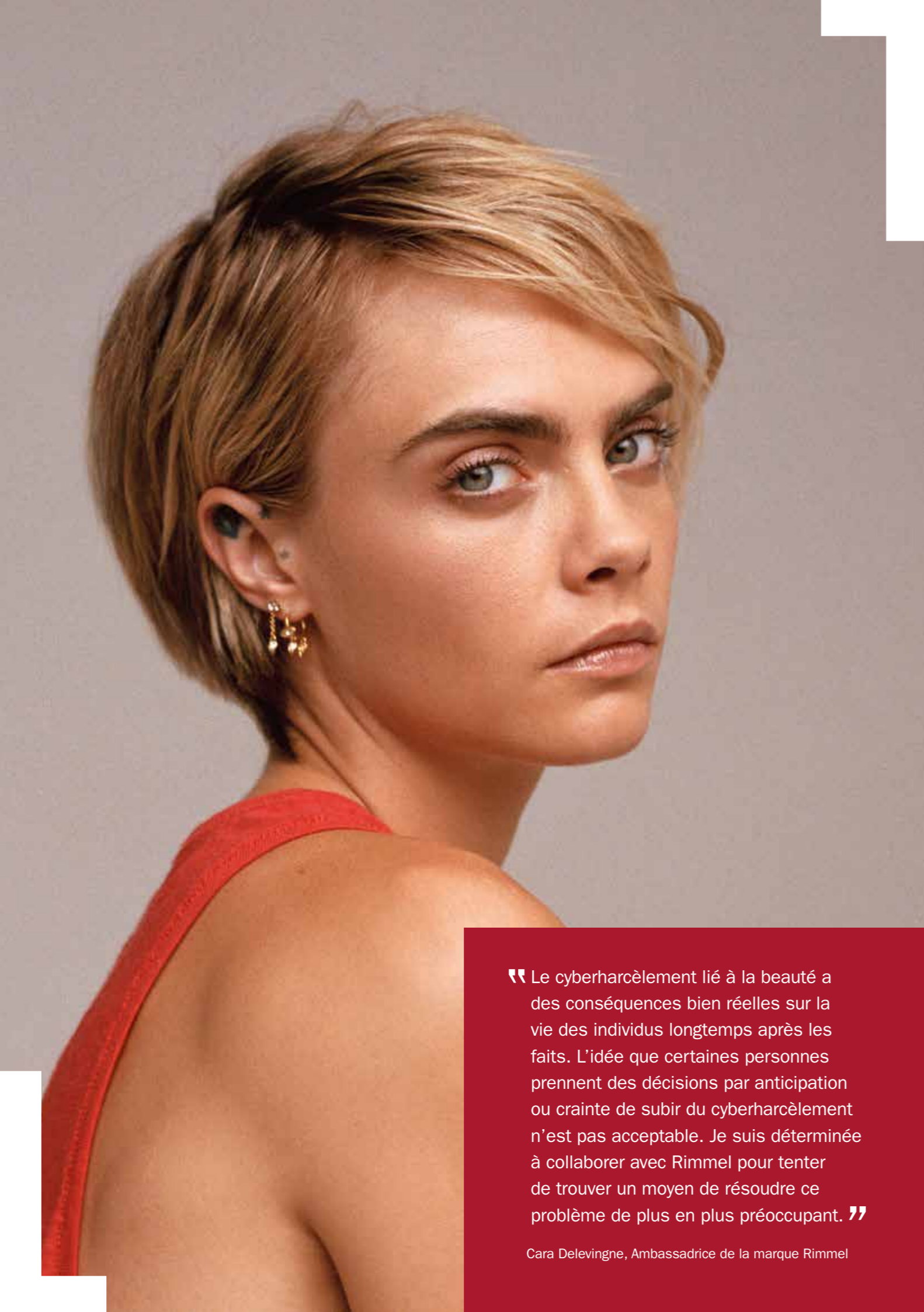


CYBERHARCÈLEMENT LIÉ A LA BEAUTÉ

- EXPRESSION RÉPRESSION



**LES TÉMOIGNAGES
DE CONSOMMATRICES
À L'ORIGINE
DE LA CAMPAGNE
« JE NE ME
LAISSERAI PAS
EFFACER. _ »**



“ Le cyberharcèlement lié à la beauté a des conséquences bien réelles sur la vie des individus longtemps après les faits. L'idée que certaines personnes prennent des décisions par anticipation ou crainte de subir du cyberharcèlement n'est pas acceptable. Je suis déterminée à collaborer avec Rimmel pour tenter de trouver un moyen de résoudre ce problème de plus en plus préoccupant. ”

Cara Delevingne, Ambassadrice de la marque Rimmel

INTRODUCTION DE RIMMEL

Coty et Rimmel considèrent que la beauté devrait vous rendre heureuse et jamais triste, et que la liberté d'expression est essentielle à la vision de la beauté que nous souhaitons incarner à travers nos marques et la communication qui les entoure. Le maquillage a toujours été un moyen pour les hommes comme pour les femmes, les garçons et les filles, d'exprimer leur identité. Rimmel se donne pour objectif d'inciter les individus à chercher et à exprimer leur véritable identité à travers le maquillage.

Notre rôle au-delà de nos produits consiste à élargir la définition de la beauté et à inciter les individus à être authentiques avec leur apparence, car leur beauté est ce qui les rend uniques. En tant que marque, nous sommes contre les définitions trop étroites de la beauté, contre le fait que des gens soient intimidés, jugés et critiqués en raison de leur apparence. Ce comportement est très répandu aujourd'hui sous la forme du cyberharcèlement lié à la beauté.

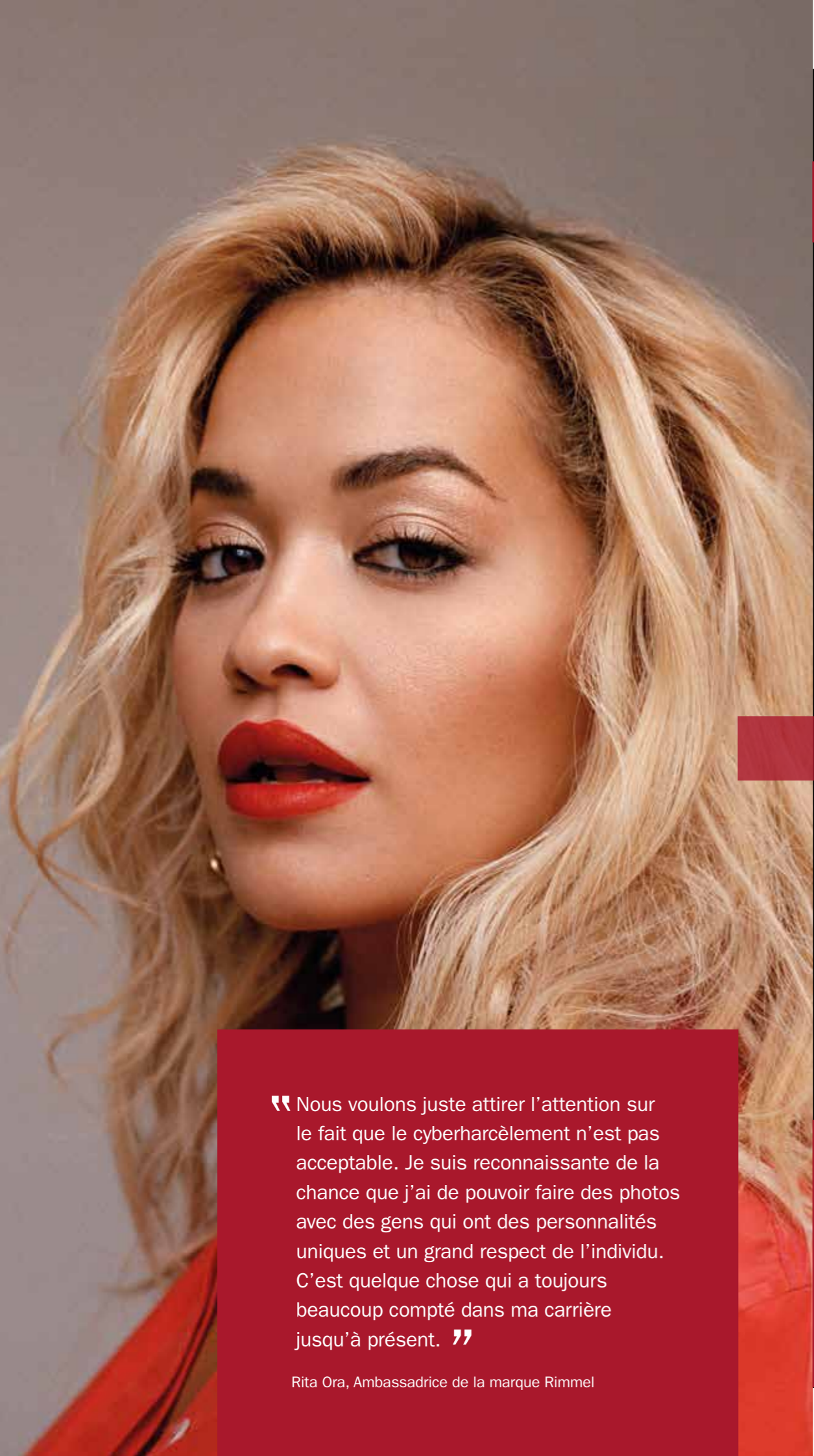
Nous avons souhaité prendre la mesure de ce problème, comprendre ses origines ainsi que les conséquences sur ses victimes. C'est pourquoi nous avons décidé de réaliser une étude dans dix pays, portant sur 11 000 jeunes femmes âgées de 16 à 25 ans.

NOUS AVONS ÉTÉ BOULEVERSÉS

PAR CE QUE NOUS AVONS DÉCOUVERT.

1 femme sur 4 a subi du cyberharcèlement lié à la beauté. Ce qui signifie que nous connaissons tous une victime. Nous estimons que 115 millions d'images sont supprimées des réseaux sociaux chaque année, en raison de commentaires ou de jugements que d'autres ont postés contre leurs auteurs. L'impact de ce comportement dépasse le cadre de nos écrans. Il sape la confiance en soi de ces individus et brise leur créativité, affectant la manière dont ils se perçoivent ou même leur apparence. Étant donné que 57 % des personnes harcelées taisent leur expérience, il nous a semblé opportun de leur donner la parole. Une parole forte et claire. Il n'est pas acceptable que l'on puisse se cacher derrière un écran et intimider autrui en raison des choix que ces personnes ont faites pour s'exprimer. Elles sont ce qu'elles sont justement parce que ce choix leur appartient.

Nous avons aussi appris que 65 % des personnes harcelées ont perdu confiance en elles, or c'est un fait auquel nous souhaitons remédier au nom de notre marque. Nous voulons leur apporter la confiance et la tribune nécessaires pour qu'elles puissent exprimer leur véritable identité. Qu'elles assument leur identité tout en étant convaincues que leur identité est belle. Le rapport qui suit résume les principales conclusions de notre étude. Cependant, nous nous adressons aussi à tous les individus en dehors de l'industrie de la beauté et de la mode, et qui ont été personnellement touchés par le cyberharcèlement lié à la beauté. Il nous tenait à cœur de révéler de vraies histoires et de montrer que le cyberharcèlement lié à la beauté se produit dans toutes les couches de la société. Les influenceuses, les mannequins et les célébrités ont toutes dû faire face à du cyberharcèlement lié à la beauté. Nos témoins ont été sélectionnés pour leurs expériences personnelles et les récits que vous allez découvrir tout au long de notre campagne.



RÉSUMÉ ANALYTIQUE

Le cyberharcèlement est un phénomène auquel le public est très sensible à l'heure actuelle. Il ne se passe pas une journée sans qu'un article dans les médias ne traite de ce sujet. Il fait partie des débats à l'échelle internationale, en particulier pour ce qui concerne son impact sur la jeune génération. Le harcèlement au sens large est une réalité à laquelle les individus ont toujours été confrontés. Le cyberharcèlement n'est que la dernière modalité selon laquelle cette pratique cruelle et blessante se manifeste. Cette étude porte plus particulièrement sur la pratique qui consiste à soumettre des individus à des stratégies de harcèlement en ligne basées uniquement sur leur apparence physique et leur style vestimentaire.

Les femmes ont vu dans l'émergence des plateformes de réseaux sociaux une opportunité d'exprimer leur personnalité ainsi que leurs différents talents. Ceci se vérifie plus particulièrement dans la manière dont les selfies ont servi à partager leurs identités, ce qui n'aurait pas été possible auparavant. Mais l'émergence de cette créativité et de cette liberté d'expression s'est accompagnée du développement de comportements abusifs en ligne. Le cyberharcèlement lié à la beauté est devenu un problème majeur, qui affecte désormais pratiquement un quart des jeunes femmes dans le monde entier. Il exerce un impact significatif sur la manière dont elles s'expriment en ligne et ce qu'elles ressentent intérieurement.

**115 MILLIONS D'IMAGES SONT EFFACÉES
CHAQUE ANNÉE DANS LE MONDE ENTIER
EN CONSÉQUENCE DU CYBERHARCÈLEMENT LIÉ À LA BEAUTÉ**

“ Nous voulons juste attirer l'attention sur le fait que le cyberharcèlement n'est pas acceptable. Je suis reconnaissante de la chance que j'ai de pouvoir faire des photos avec des gens qui ont des personnalités uniques et un grand respect de l'individu. C'est quelque chose qui a toujours beaucoup compté dans ma carrière jusqu'à présent. ”

Rita Ora, Ambassadrice de la marque Rimmel

Nous estimons qu'une moyenne d'environ 115 millions d'images sont effacées chaque année en conséquence du cyberharcèlement lié à la beauté. Et ce n'est qu'une infime partie du problème. Les femmes modifient leurs comportements en ligne. Non seulement elles effacent les images qui attirent le harcèlement, mais elles suppriment leurs comptes sur les réseaux sociaux ou retouchent leurs photos avant de les publier. Elles changent même parfois leur apparence, allant de simples artifices à la chirurgie esthétique, afin de surmonter certains des commentaires qui leur sont faits. Ce qui était un acte de célébration est devenu un prétexte pour cibler les différences des femmes avec des intentions négatives, aboutissant à une perte de leur confiance en elles. Selon notre étude, deux tiers des victimes de cyberharcèlement lié à la beauté ont vu leur confiance en elles détruite pour conséquence. Plus de la moitié ont confié être moins audacieuses ou aventureuses dans leur apparence, car elles craignent les commentaires que cela pourrait susciter. Pire, elles subissent de réels dommages émotionnels, voire physiques, plus des deux cinquièmes s'étant déjà fait du mal physiquement d'une manière ou d'une autre.

Avec près de deux tiers des jeunes femmes touchées par le harcèlement, sans parler de leur expérience à quiconque, il est clair que beaucoup souffrent en silence. Pourtant, celles qui osent affronter les harceleurs jugent l'expérience extrêmement gratifiante.

THÈME 1

LE PROBLÈME DU CYBERHARCÈLEMENT LIÉ À LA BEAUTÉ

EXPRIMEZ-VOUS

La rapide expansion des réseaux sociaux au cœur de notre vie quotidienne a été un facteur de libération et de rapprochement. La possibilité d'exprimer son identité et de la partager avec le reste du monde n'a jamais été si facile ou acceptée. Neufs femmes sur dix âgées entre 16 et 25 ans ont un compte sur les réseaux sociaux et l'utilisent pour dire au monde qui elles sont et ce qui compte à leurs yeux.

La beauté est un élément essentiel de cette expression de soi. La culture du selfie a offert aux femmes une tribune où elles peuvent partager leurs vies et leurs goûts avec leurs amis comme à des inconnus. Une célébration de leur personnalité et leur créativité. Ceci est particulièrement vrai pour les Centennials et les Millenials (âgées de 16 à 25 ans) qui consacrent une part significative de leur temps à leur vie et à leur personnalité en ligne. Ils ont, en moyenne, quatre comptes sur les réseaux sociaux, 81 % ayant même trois comptes ou plus.

23% DES JEUNES FEMMES ONT SUBI DU CYBERHARCÈLEMENT LIÉ À LA BEAUTÉ

Le selfie demeure la principale forme d'expression de soi, 87 % des jeunes femmes ayant déjà posté une image d'elles-mêmes sous une forme ou une autre, et 38 % s'adonnant régulièrement à cette pratique. Trois quarts (73 %) des femmes ont déjà posté des images d'elles-mêmes maquillées ou « prêtes à sortir ». Les femmes partagent ces images essentiellement pour tenir au courant leurs amis et leur famille de leur vie et de leurs activités. Mais plus de la moitié (54 %) publient des selfies dans le but d'exprimer leur créativité aux yeux des autres. Publier une image véhicule non seulement un sentiment de fierté à propos de leur apparence (49 %), mais pour beaucoup de femmes (44 %), cela leur permet de se sentir mieux dans leur peau d'une manière générale.

Les réseaux sociaux, et Internet en général, sont des lieux où les femmes peuvent célébrer leur personnalité. Qu'il s'agisse d'une image d'elles prêtes à sortir, d'un maquillage zéro défaut ou d'une image montrant leurs performances en gymnastique, la créativité est primordiale.

“ Les réseaux sociaux ne sont pas seulement une plateforme d'autopromotion, pour rester connectée, c'est aussi la porte ouverte à ce versant négatif... Lorsque je propose des tutoriels pour épiler ses sourcils, je reçois 500 à 800 000 vues. Certains commentaires sont du genre 'oh mon dieu, c'est magnifique', mais certaines personnes se mettent dans tous leurs états à ce sujet. Et je reçois alors des messages du genre 'j'espère que tu vas avoir un cancer, et que tu perdras tous tes cheveux'. Les gens vont littéralement aussi loin, et c'est à ce moment-là que je me suis dit 'c'est complètement dingue'. ”

Fifi 24 ans

“ Beaucoup de gens ont fait des commentaires sur mes cicatrices liées à l'acné, j'ai toujours eu des problèmes avec ma peau. J'ai fait une photo de mon maquillage avant / après... et quelqu'un a dit 'cette fille devrait laisser son maquillage à un endroit hors d'atteinte, parce qu'elle est aussi affreuse avec que sans.' ”

Chessie 26 ans



LE VERSANT SOMBRE

L'essor de l'expression de soi s'est accompagné d'un versant sombre. Les femmes disent que la majorité des commentaires qu'elles reçoivent en publiant des selfies sont positifs. Mais pour un nombre non négligeable de femmes, leur expérience est celle de commentaires abusifs ou de comportement en ligne agressifs, ciblant en particulier leur apparence. Cela peut aller de la taille/forme de leurs visages/caractéristiques physiques, à d'autres aspects de leur apparence, comme le maquillage, les vêtements ou la coiffure.

Dans le monde, 23 % des femmes ont déjà subi ce type de harcèlement. Ce qui représente 55 millions de femmes. Pour la moitié d'entre elles, c'est un phénomène actuel, et non un fait passé. Et pour 11 % des victimes de cyberharcèlement lié à la beauté, c'est une pratique récurrente, qu'elles subissent au moins une fois par mois, voire plus. Par ailleurs, 13 % des femmes reconnaissent avoir déjà eu un comportement de harcèlement en ligne, et 17 % de celles qui ont subi du cyberharcèlement ont aussi harcelé elles-mêmes.

11% DES JEUNES FEMMES VICTIMES DE CYBERHARCÈLEMENT LIÉ À LA BEAUTÉ SONT HARCELÉES À PROPOS DE LEUR APPARENCE AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS

“ Les mauvaises personnes essaient de vous enfoncer pour se sentir mieux ”

Paula 25 ans



L'essentiel du cyberharcèlement lié à la beauté se produit sur les plateformes des réseaux sociaux les plus populaires. Facebook et Instagram se classent en tête de la liste mondiale des endroits où le harcèlement se produit, à hauteur respective de 50 % et 21 %. Ce qui n'est guère surprenant étant donné les dimensions et la nature visuelle de ces plateformes. Snapchat occupe la troisième place en termes de cyberharcèlement lié à la beauté, mais à une échelle bien inférieure de 9 % seulement. Ce qui peut être lié à la nature éphémère des publications sur cette plateforme. Dans certains pays, les plateformes locales les plus populaires sont les lieux où se produit le cyberharcèlement, comme vKontakte en Russie (71 %) ou WeChat (31 %) et Weibo (34 %) en Chine.

Comme si le harcèlement en soi ne suffisait pas, les conséquences de ce cyberharcèlement sont profondes et multiples. Il a une influence directe sur la manière dont les femmes vivent leur vie et s'expriment. Plus de la moitié d'entre elles (54 %) disent avoir les comportements de harcèlement à l'esprit lorsqu'elles s'apprêtent à sortir ou à publier quelque chose en ligne. Quelque 14 % avouent y penser en permanence. Un quart (23 %) de toutes ces jeunes femmes pensent aussi que leur apparence personnelle appelle au harcèlement. Ce comportement de harcèlement et la peur qu'il suscite empêchent la libre expression de soi et la créativité que les réseaux sociaux ont rendues possible.

54% DES JEUNES FEMMES ONT LE HARCÈLEMENT À L'ESPRIT LORSQU'ELLES SE PRÉPARENT À SORTIR OU À PUBLIER QUELQUE CHOSE EN LIGNE



“ Je me fais souvent insulter, même encore aujourd'hui, et traiter d'alien ou de poisson... Tout un tas de comparaisons avec des animaux. Ce qui me blessait beaucoup. Mais aujourd'hui, 'alien', par exemple, j'adore, et je le revendique. ”

Stef 22 ans

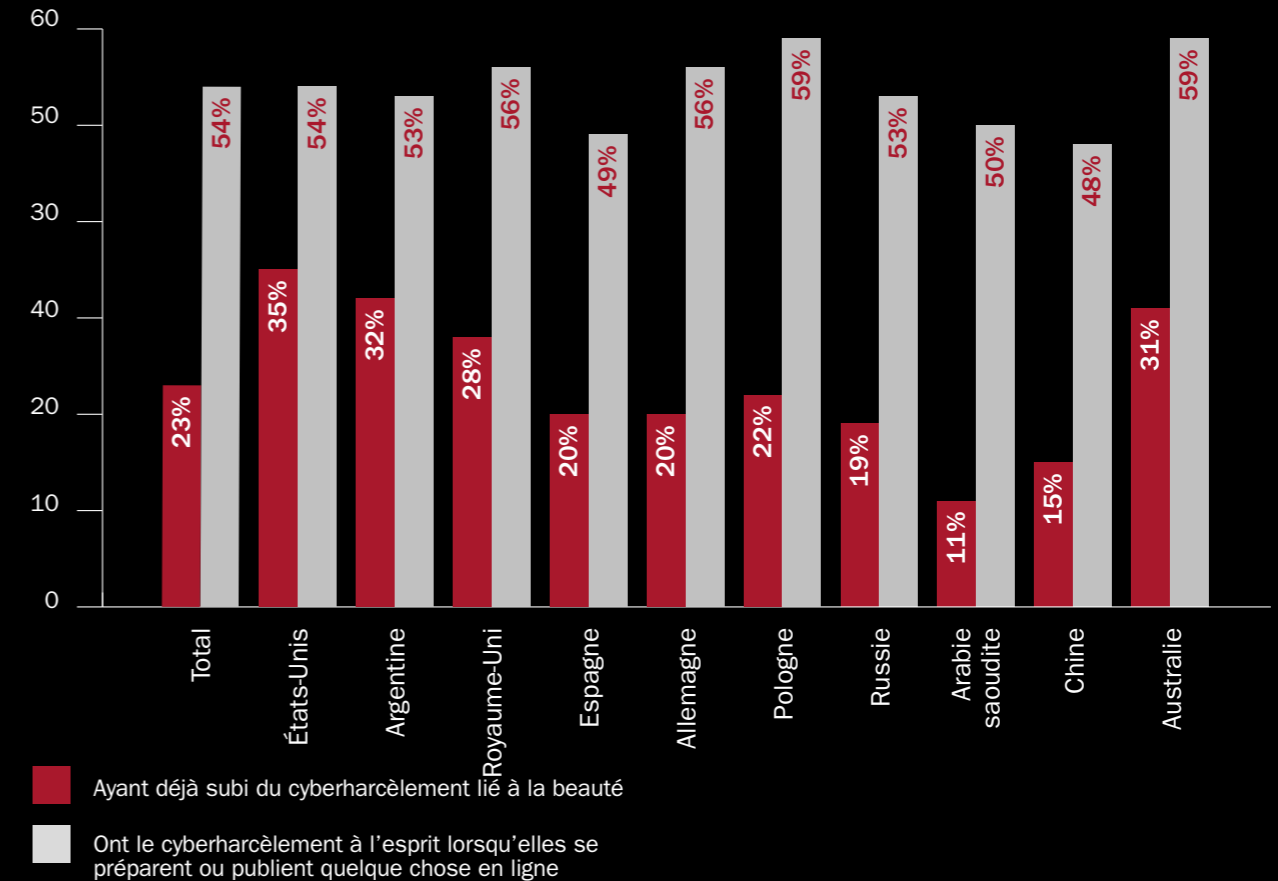
“ Le cyberharcèlement lié à la beauté a changé la manière dont je me présente sur les réseaux sociaux... La première fois que ça m'est arrivé, je me suis mise à réfléchir à deux fois aux choses que j'allais publier. Au point de douter de moi. Mais maintenant je pense que j'ai définitivement appris à assumer mon apparence. ”

Lucy 17 ans



LA PRÉVALENCE DU HARCÈLEMENT N'EST PAS LA MÊME DANS LES DIFFÉRENTES RÉGIONS DU MONDE

Les pays connaissant les taux les plus élevés de cyberharcèlement lié à la beauté sont les États-Unis, l'Argentine et l'Australie, tandis que les moins touchés sont la Chine et l'Arabie saoudite.



THÈME 2

LES CONSÉQUENCES DU CYBERHARCÈLEMENT LIÉ À LA BEAUTÉ

LA PERTE DE CONFIANCE EN SOI

De nombreux facteurs entrent en jeu dans les perceptions qu'ont les femmes de la beauté et de leur apparence personnelle. Au-delà de cet univers en ligne, les femmes sont confrontées à de nombreux défis qui leur semblent souvent inatteignables et qui ont un impact sur leur propre estime. Les perceptions de la beauté peuvent, naturellement, varier grandement d'un pays à l'autre. C'est un problème complexe, et qui dépend des attitudes culturelles et des normes sociétales. Mais les sentiments négatifs chez les femmes affectent un grand nombre de domaines dont l'habillement, le maquillage et la coiffure. La source de ces problèmes inclut la représentation des femmes dans les médias et la publicité (près d'un tiers des femmes ont le sentiment que tel est le cas), mais également les commentaires de la famille, des partenaires et des amis (47 % disent que c'est de là que les attaques négatives proviennent).

46% DES JEUNES FEMMES AYANT SUBI DU CYBERHARCÈLEMENT LIÉ À LA BEAUTÉ SE SONT FAIT DU MAL APRÈS LEUR EXPÉRIENCE (QUE CE SOIT SOUS LA FORME

D'UN TROUBLE ALIMENTAIRE, D'UN ABUS DE DROGUES OU D'AUTOMUTILATION)

Les effets de cette anxiété et de cette faible estime de soi sont graves. Quelque 56 % des femmes ayant subi du harcèlement lié à la beauté disent qu'elles ont envisagé ou sont actuellement engagées dans une forme de comportement négatif ou autodestructeur. Cela peut prendre de nombreuses formes, éventuellement liées à la nourriture (anorexie, boulimie ou vomissements forcés – 34 %), l'abus d'alcool ou autres drogues (26 %) ou de graves mutilations (coupures, démangeaisons ou brûlures – 32 %). En conséquence, 46 % des femmes ayant subi du cyberharcèlement lié à la beauté ont adopté un ou plusieurs de ces comportements. Ces problèmes sérieux naissent de comportements en ligne qui peuvent sembler inoffensifs en apparence.

Le cyberharcèlement lié à la beauté a un impact direct sur le comportement en ligne des femmes. Plus de la moitié (51 %) ont retouché une photo après un acte de harcèlement ; 39 % ont cessé de publier des images après cet épisode et près d'un tiers (32 %) ont fermé leur compte sur les réseaux sociaux ; enfin, 22 % ont supprimé l'image à l'origine de ce comportement de harcèlement. Soit 115 millions d'images supprimées dans le monde entier chaque année en raison du cyberharcèlement lié à la beauté¹.

1. Chiffre calculé à partir des taux de déclaration de suppression d'image et de cyberharcèlement lié à la beauté appliqués aux estimations du nombre d'internautes (femmes âgées de 16 à 25 ans) dans les 40 premiers pays en termes de poids économique et de nombre d'usagers de l'Internet. (Taux issus de 10 pays étudiés et utilisés comme repères pour les autres pays).

UN DÉSIR DE CONFORMITÉ

Une baisse de l'estime de l'image de soi, suite à un épisode de cyberharcèlement lié à la beauté, a porté atteinte à la capacité des femmes à être audacieuses ou aventureuses dans la manière dont elles s'apprêtent ou s'habillent. La majorité des femmes victimes de harcèlement lié à la beauté confient que cette expérience a eu un impact négatif sur leur confiance en elles (65 %) et une minorité non négligeable estime que cet impact a été déterminant (22 %). Le harcèlement empêche ces femmes de s'exprimer, et plus de la moitié (51 %) confient avoir cessé toute expérimentation en matière de beauté. Au lieu de s'exprimer librement et de montrer leur créativité, elles ressentent le besoin de se conformer aux critères de beauté imposés par la société.

Ce conformisme s'exprime de différentes manières. Près de 73 % des femmes envisagent de modifier leur apparence après avoir subi du harcèlement. Certaines femmes le font avec un simple artifice, ce qui n'est pas forcément péjoratif en soi. Ce qui est dommageable, c'est la nécessité de se conformer à un critère de beauté défini par d'autres au lieu de célébrer et exprimer leur propre individualité. D'autres femmes ont recours à des solutions permanentes, puisque près d'une femme sur dix ayant subi du harcèlement a recours à une forme ou une autre de chirurgie esthétique. Et 33 % des femmes harcelées affirment que c'est quelque chose qu'elles pourraient envisager.

“ Lorsque j'étais enfant, mes amis disaient que j'avais une grande bouche ou quelque chose de ce genre. Cela me blessait et me rendait triste. J'ai toujours caché ma bouche avec un masque. J'ai aussi des taches de rousseur, ce qui n'est pas habituel pour les Japonaises. ”

Yuki 23 ans

65% DES JEUNES FEMMES VICTIMES DE CYBERHARCÈLEMENT LIÉ À LA BEAUTÉ AFFIRMENT QUE CELA A EU UN IMPACT NÉGATIF SUR LEUR CONFIANCE EN ELLES.

“ J'ai décidé de supprimer Instagram, je veux dire complètement désactiver mon compte, parce que je me suis rendu compte que cela m'obsédait. J'avais l'impression que tout ce que je postais n'était jamais assez bien... pas pour recevoir des 'likes' ou une validation, mais juste être acceptée. J'ai réalisé que je voulais être acceptée et du coup j'avais besoin de tout vérifier trois fois. Les légendes, les filtres, Photoshop, tout ! ”

Joanne 21 ans



51% DISENT QU'À CAUSE DU HARCÈLEMENT ELLES ONT ARRÊTÉ DE TESTER DE NOUVEAUX LOOKS BEAUTE ET/OU VESTIMENTAIRES.

Le cyberharcèlement lié à la beauté doit être considéré dans le contexte plus large des atteintes envers la beauté féminine, et dans une culture plus large d'intimidation en matière de beauté. Tandis que la plupart des femmes pensent que la beauté est à la fois une question d'apparence intérieure et extérieure (85 %), une pression pèse sur les femmes pour qu'elles atteignent et maintiennent des standards élevés en matière de beauté extérieure. Un tiers des femmes estiment que la beauté implique la perfection et le glamour, en prenant les modèles des podiums pour référence. Et celles qui subissent de l'intimidation et des comportements de harcèlement liés à la beauté ont tendance à s'imposer des critères de perfection plus élevés en matière de beauté.

Ce désir de se conformer à des critères de beauté définis signifie qu'il est difficile pour ces femmes de s'émanciper et d'exprimer leur identité à travers un style et une apparence qui leur soient propres. Le cyberharcèlement lié à la beauté ne fait qu'amplifier le problème, créant une barrière supplémentaire à surmonter pour que ces femmes puissent s'exprimer sur les plateformes qui sont destinées à libérer et célébrer la créativité individuelle.

“ Je n'ai pas supprimé une photo en raison d'attaques depuis un an, mais avant, j'en avais supprimé énormément, parce que je me disais 'mon dieu, je reçois tant de haine, je ne peux plus le supporter' ! Mais au cours de l'année passée, je m'en suis tenue à qui je suis réellement, et je crois que je me suis davantage dévoilée parce qu'en fait j'ai prouvé aux agresseurs que je m'en fiche complètement, et je le montre sur Instagram comme dans la réalité... je supprime leurs commentaires, mais je ne supprimerai plus mes photos parce que c'est qui je suis. ”

Chessie 26 ans

51% ONT DÉJÀ RETOUCHÉ UNE PHOTOGRAPHIE D'ELLES-MÊMES APRÈS AVOIR SUBI DU HARCÈLEMENT BULLIED



“ En tant que femme arabe, vous n'avez parfois aucune autonomie corporelle, parce que vous n'êtes pas censée faire certaines choses dans la manière dont vous vous habillez, ni avec les accessoires que vous portez ou les parties de votre corps que vous choisissez de montrer, vous perdez cette liberté... Donc, je subis beaucoup de harcèlement en raison des choix que j'ai faits pour mon corps ; les piercings et les tatouages que je choisis de montrer, je reçois beaucoup de haine pour cela, parfois. ”

Ascias 29 ans

“ Autrefois, je suivais scrupuleusement les critères de beauté de l'époque en essayant d'adopter un certain look, de me maquiller d'une certaine manière, avec un eyeliner bien précis ; ce qui ne correspondait pas à mon visage, mais j'essayais de ressembler à n'importe qui sauf à Eden. Tout ce qui pouvait me donner une autre d'apparence, je le faisais... J'essayais d'assumer qui j'étais, et je portais des vêtements extravagants, ou des tonnes de couleurs vives. J'ai essayé d'utiliser un eyeliner brillant ; quelque chose pour m'exprimer, des bijoux, tout ! Et les gens trouvaient toujours quelque chose à redire avec ce que je faisais. Et c'est arrivé à un point où j'avais fini par me détester... J'ai eu des expériences ou les gens ont écrit des pages entières pour tenter de me briser, en faisant des commentaires sur ma peau, la manière dont je m'habillais. Et pendant un temps, j'ai tenté de dissimuler qui j'étais. En fait, j'ai été rabaissée en tant que personne. ”

Eden 18 ans



22% ONT SUPPRIMÉ UNE IMAGE AYANT ÉTÉ LA CIBLE DE CYBERHARCÈLEMENT



“ Il y a un an, avec Photoshop, j'ai rendu mes photos parfaites, et tous mes looks de maquillage étaient absolument incroyables !... Les gens m'écrivaient 'oh mon dieu, tu as tant de chance', 'tu as une peau magnifique' et je pensais dans ma tête, mais non ce n'est pas vrai ! C'est retouché, tout ce que vous voyez sur mon écran sort d'une application, ce n'est pas la réalité. Alors un jour, j'en ai eu marre, et j'ai montré aux gens ma peau au naturel. ”

Kadeeja 22 ans

THÈME 3

RÉSISTER, BRISER LE SILENCE

ÊTRE COURAGEUX, RÉSISTER

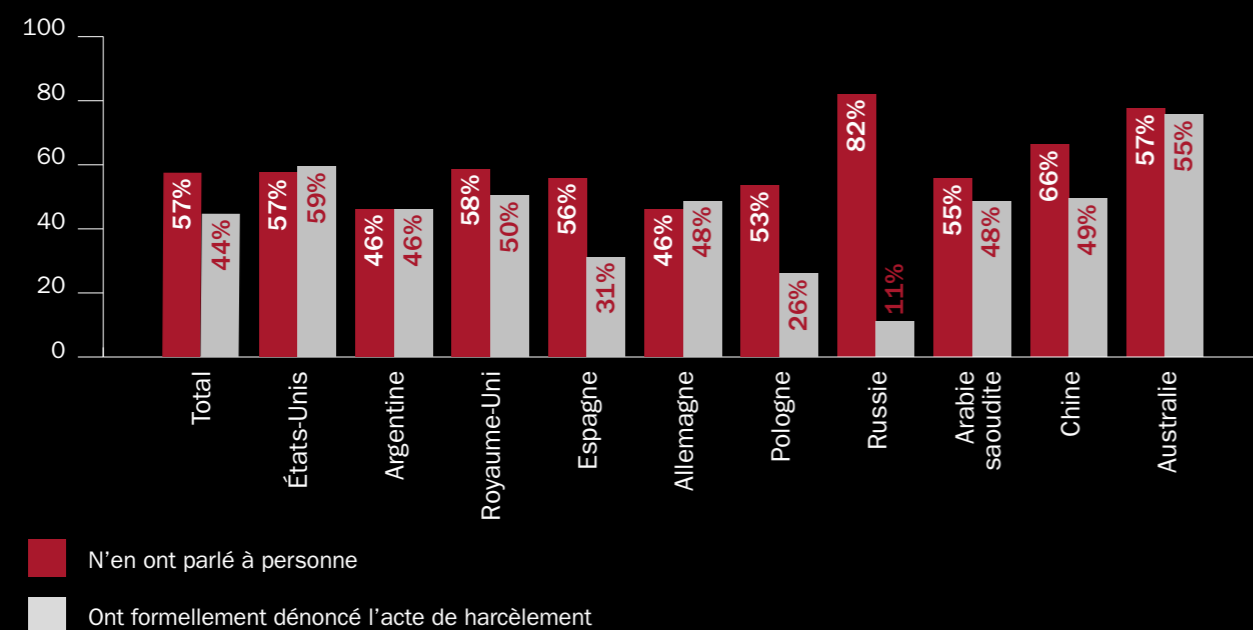
Une des choses les plus déterminantes que puisse faire une victime de harcèlement, c'est de le signaler. Si la solution peut sembler simple et évidente, cela ne semble pas toujours faisable aux individus qui traversent ce type d'expérience.

Certaines femmes ont eu le courage de se rebeller, 61 % des femmes ayant résisté à une forme de harcèlement d'une manière générale. Quelques-unes ont su répondre à du cyberharcèlement lié à la beauté avec un sentiment d'amusement (12 %). Mais la majorité souffre en silence. Quelque 57 % de ces femmes victimes de cyberharcèlement lié à la beauté n'en ont parlé à personne. Seules 44 % d'entre elles l'ont fait savoir à la plateforme en ligne où l'incident a eu lieu ou à une autorité responsable.

« Le message que j'adresse aux jeunes femmes qui sont victimes est que vous n'êtes pas seules ! Peu importe ce que l'on peut vous dire, vous n'êtes pas seules. Il faut résister toutes ensemble et réfléchir à deux fois avant de commenter. Le problème avec le cyberharcèlement lié à la beauté, c'est que les gens écrivent quelque chose sans jamais avoir à en subir les conséquences. Les commentaires que j'ai pu lire sont bouleversants, et c'est terrifiant de voir à quel point des mots peuvent atteindre un individu », explique Cara Delevingne, Ambassadrice de la marque Rimmel

LA PROBABILITÉ QUE LES FEMMES VICTIMES DE HARCÈLEMENT OSENT EN PARLER VARIE CONSIDÉRABLEMENT DANS LE MONDE.

Les femmes victimes en Russie et en Chine ont plus tendance à garder cette expérience secrète. Seule une femme sur dix victimes de harcèlement en Russie confie avoir signalé cette agression.



57% DES FEMMES VICTIMES DE CYBERHARCÈLEMENT LIÉ À LA BEAUTÉ N'ONT JAMAIS PARLÉ À QUICONQUE DE LEUR EXPÉRIENCE

“ Je pense que les commentaires [négatifs] ont changé la manière dont je publie [en ligne]. En fait, cela m'encourage à provoquer les gens encore davantage. Il y a des gens qui ont commenté des trucs comme mes chaussures parce que... je n'ai jamais utilisé mes pieds pour marcher et ils ne sont pas particulièrement jolis. Alors quand des agresseurs critiquent mes pieds et mes orteils, cela ne me pousse pas à les cacher, cela me fait penser 'donc tu es en train de regarder mes orteils !' Cela ne m'intimide absolument pas. Je me dis, 'mais qu'est-ce que tu dois t'ennuyer ! ’ ”

Tess 29 ans



SEULES 44% DES FEMMES VICTIMES DE CYBERHARCÈLEMENT LIÉ À LA BEAUTÉ ONT OFFICIELLEMENT DÉNONCÉ CETTE AGRESSION

Il peut être dur de se défendre, mais les effets sont bénéfiques pour celles qui osent. Parmi les femmes ayant signalé leur expérience de harcèlement, 77 % affirment avoir ressenti des sentiments positifs. Elles se sont senties courageuses, fortes et confiantes. Et 68 % estiment que cela les a aidées ou en a aidé d'autres.

Si vous êtes témoin de cyberharcèlement lié à la beauté sur les réseaux sociaux que vous fréquentez, nous pouvons peut-être aider à créer un web plus ouvert en le dénonçant lorsque nous le constatons. Il faut que nous soyons toutes plus actives, plus courageuses, et que nous osions nous défendre les unes et les autres. Dénoncer le harcèlement là où il se produit aux autres qui sont en ligne. C'est la mesure que nous devons prendre si nous voulons que nos espaces en ligne soient de véritables espaces de créativité et d'expression de soi.

68% ESTIMENT QUE DÉNONCER LE HARCÈLEMENT LES A AIDÉES OU EN A AIDÉ D'AUTRES À EXPLORER LEUR CRÉATIVITÉ



EXPLOREZ VOTRE CÔTÉ CRÉATIF

La vaste majorité des femmes considèrent la beauté comme bien plus « qu'un joli visage » (85 %). Pourtant les critères de beauté ont un impact sur le genre d'apparence que les femmes cherchent à atteindre. La plupart des femmes dans le monde (72 %) estiment qu'une beauté (ou un look) naturelle est réalisable : c'est une apparence (look) auquel elles aspirent (56 %) qui peut aussi être 'unique' (59 %). Toutefois, moins de la moitié (46 %) estiment qu'elles peuvent obtenir un look / beauté naturelle sans maquillage. Alors que la plupart des femmes estiment avoir une apparence 'moyenne', peu se sentent capables d'explorer des looks plus avant-gardistes en matière de mode.

Certains individus désirent tenter quelque chose de différent et explorer leur créativité. Un versant plus original et unique, qui se démarque du reste de la foule. Une apparence expressive est considérée comme plus audacieuse ou inhabituelle, et en phase avec les tendances de la mode. Mais seuls 40 % croient qu'un look « pointu » ou « audacieux » est quelque chose de personnellement accessible pour eux.

La première étape pour lutter contre le cyberharcèlement lié à la beauté consiste peut-être à encourager la diffusion de messages qui célèbrent l'originalité et les différences entre les femmes. À afficher plus de fierté dans l'expression de son style personnel. Le pouvoir peut être repris par les individus qui republient un selfie autrefois ciblé par des agresseurs. Anéantir le mythe de la beauté répondant à des critères conventionnels ne doit pas nécessairement venir des individus qui sont traditionnellement reconnus comme créatifs. Tout le monde a un rôle à jouer pour empêcher les cyberharceleurs de brider la libre expression et la diversité.

“ Nous devons combattre... parce que le harcèlement sur Internet peut nous rendre vraiment malheureux dans la vie réelle. Je sais que c'est extrêmement difficile de changer les gens, mais toute action a son rôle, et si une seule personne seulement en ressort plus forte, ou même si une seule personne cesse de harceler, alors ça vaut la peine. ”

Ewa 33 ans

LA PERSPECTIVE DE RIMMEL

Nous sommes la liberté d'expression. C'est ce qui fait de nos clientes ce qu'elles sont. C'est pourquoi nous aimons tant le maquillage – il permet aux individus d'être ceux qu'ils désirent réellement être. Découvrir que cette liberté d'expression est menacée n'est pas quelque chose que nous pouvons ignorer. Les résultats de cette étude nous ont paru si bouleversants que nous sommes déterminés à agir. À prendre position. C'est pourquoi nous avons initié cette nouvelle campagne pour encourager les gens à échanger à propos du cyberharcèlement lié à la beauté. Nous voulons donner aux gens la capacité à appeler à l'aide. Nous voulons que ceux qui harcèlent, ou qui partagent des commentaires réfléchissent aux conséquences de leur comportement sur leurs victimes. Nous voulons qu'ils réfléchissent avant de s'exprimer.

La campagne que nous lançons ne ressemble à aucune autre de celles que nous avons déjà menées – et c'est absolument délibéré. Avoir un objectif, s'élever contre ce comportement, prendre position à propos de quelque chose en laquelle nous croyons vraiment, et promouvoir un réel changement, voilà nos intentions. Nous lancerons cette campagne lors de la semaine nationale contre le harcèlement au Royaume-Uni, qui nous semble un moment réellement décisif pour commencer à évoquer un sujet si important. En nous concentrant sur les réseaux sociaux où le harcèlement a lieu, nous voulons que les gens s'élèvent contre le cyberharcèlement lié à la beauté dont ils sont témoins. Nous souhaitons les encourager à ne pas se préoccuper ni s'inquiéter des éventuels commentaires qu'ils pourraient recevoir. Nous voulons les encourager à s'émanciper de ces commentaires négatifs et à aider les autres victimes de cyberharcèlement lié à la beauté. Nous voulons leur redonner confiance en eux.

Nous nous sommes également engagés dans une collaboration avec une organisation non lucrative, la Fondation Cybersmile. Nous allons aider les parents, les écoles, les enfants, les adolescents et autres adultes à comprendre comment gérer et réagir face à du cyberharcèlement lié à la beauté. Tout en souhaitant éveiller les consciences à l'égard de ce fléau, nous soutenons le développement d'un outil d'intelligence artificielle qui conduira ceux qui cherchent de l'aide vers les ressources appropriées. Cela leur donnera accès à une assistance téléphonique et aux organisations susceptibles de leur apporter un regain de confiance en eux et le réconfort dont ils ont le plus grand besoin.

En partageant les récits passionnants de l'émancipation de nos témoins, en favorisant la prise de conscience face au cyberharcèlement lié à la beauté, et en scellant un partenariat avec Cybersmile, nous pensons aider cette importante organisation non lucrative à toucher plus de gens. Grâce à nos plateformes, nos influenceurs sur le réseau, nos clients et nos partenaires, nous pouvons contribuer largement à la sensibilisation à cette question. Nous pouvons aider les individus à comprendre la gravité de ce phénomène, nous pouvons aider les femmes et les hommes qui sont victimes de cyberharcèlement lié à la beauté à réaliser qu'ils ne sont pas seuls. Nous défendrons le droit de chacun à s'exprimer, nous aiderons les gens à avoir plus confiance en eux et nous les aiderons à lutter contre le cyberharcèlement lié à la beauté.



À PROPOS DE LA FONDATION CYBERSMILE

La Fondation Cybersmile est une organisation non lucrative plusieurs fois primée, dédiée à la lutte contre toutes les formes d'abus numérique et de harcèlement en ligne. Elle s'efforce de promouvoir la diversité et l'intégration en construisant une communauté numérique plus positive et en encourageant les gens à réaliser leur plein potentiel à propos de la crainte du ridicule et des agressions.

Le cyberharcèlement lié à la beauté, le harcèlement sexuel et les agressions numériques ne cessent de se développer. L'environnement numérique actuel ne connaît pas l'équilibre et les règles d'interaction sociales qui sont défendues depuis des générations. Des règles qui régissent le comportement et les relations entre les individus dans le monde physique. Cela empêche de nombreux individus de profiter des avantages qu'Internet peut offrir. La Fondation Cybersmile s'engage à aider quiconque souhaite réaliser son potentiel. En soutenant ceux qui sont victimes de harcèlement et d'agressions en ligne, et en modifiant le comportement des harceleurs grâce à l'éducation, ils préparent cette génération et les suivantes à un avenir numérique plus sûr et positif. La Fondation Cybersmile promeut une citoyenneté numérique positive. Sa mission est simple : « Chacun a le droit d'avoir accès et de profiter des avantages que notre nouveau monde numérique connecté a à offrir – sans craindre le harcèlement, les menaces et les agressions ».

Avec le soutien de Rimmel, Cybersmile va lancer dans les mois à venir Cybersmile Assistant, un outil intégré « dernier cri » baptisé AI qui recommandera les ressources appropriées, les numéros d'assistance téléphonique, les organisations et les articles en fonction de la localisation de l'utilisateur et de son problème particulier. Les capacités d'apprentissage de la machine AI signifie que le Cybersmile Assistant deviendra de plus en plus intuitif et efficace au fil du temps. Cet outil révolutionnaire sera lancé dans tous les pays anglophones en 2019.

Scott Freeman, P.D.G. de la Fondation Cybersmile, confie : « Nous sommes impatients d'entamer ce partenariat avec Rimmel, de travailler ensemble pour un Internet plus inclusif où les gens puissent reconnaître et célébrer leur propre beauté et personnalité sans peur du ridicule, du harcèlement et des agressions. La vision de la marque Rimmel est en parfaite cohérence avec la mission de Cybersmile. »

Vous trouverez plus d'informations sur leur site Internet, à l'adresse suivante :

www.cybersmile.org/who-we-are

À PROPOS DE CETTE ÉTUDE

Cette étude mondiale sur le cyberharcèlement lié à la beauté a été menée par delineate, une société de conseil stratégique et la société-sœur **opinion.life**, une société internationale d'étude de marché.

Cette étude a été menée en novembre 2017 sur plus de 11 000 femmes âgées de 16 à 25 ans, provenant de 10 pays du monde entier : États-Unis, Argentine, Royaume-Uni, Espagne, Allemagne, Pologne, Russie, Arabie saoudite, Chine et Australie.

Ces femmes ont été sélectionnées parmi des panels de consommatrices en ligne sur chaque marché, puis invitées à compléter le sondage en ligne depuis leur téléphone portable ou leur ordinateur. Les candidates étaient éligibles en fonction de leur âge et de leur région, selon un ensemble des quotas de représentation correspondant aux statistiques publiées pour chaque pays. Toutes les femmes étaient éligibles à la participation, quels que soient leur usage du maquillage ou leurs préférences de marques.

Pour plus de renseignements, veuillez contacter :

[NOM]

Rimmel [FONCTION]

EMAIL



JE NE ME LAISSERAI PAS EFFACER_.



RIMMEL
LONDON