

Zeitschrift: Femmes suisses et le Mouvement féministe : organe officiel des informations de l'Alliance de Sociétés Féminines Suisses

Herausgeber: Alliance de Sociétés Féminines Suisses

Band: 89 (2001)

Heft: 1451

Artikel: Esprit critique : monstrueusement laide, Claudia Schiffer ?

Autor: Dussault, Andrée-Marie / Schiffer, Claudia

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-282249>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 02.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Esprit critique

Monstrueusement laide, Claudia Schiffer?

Tout le monde n'est pas pantois d'admiration devant les mensurations exceptionnelles de la top model Claudia Schiffer.

En tout cas, pas José Breton. Dans un site dédié à l'«extrême beauté de la femme ronde» le militant prodiversité dénonce les despotes de la minceur qui érigent en idéal de la beauté féminine le modèle de la grande anorexique. Aperçu d'un phénomène rare.



La top model Claudia Schiffer avec ses mensurations peu communes fait rêver les foules de notre époque.

Andrée-Marie Dussault

Diplômé en éducation physique, José Breton est également un activiste qui milite depuis huit ans contre la dictature de la minceur. Le Québécois est notamment le concepteur d'un site riche en informations, *Belles rondeurs* (www3.sympatico.ca), qui a été visité par près de 200 000 internautes depuis sa création en 1997. Outre son travail sur le net, une des stratégies de José Breton consiste à manifester

devant certains lieux tactiques avec sa pancarte format mondial sur laquelle est écrit en majuscules recto verso «CLAUDIA SCHIFFER EST MONSTRUEUSEMENT LAIDE». Quelle audace! Une de ses dernières manif se tenait à Québec devant un nouveau centre commercial où la plus belle femme du monde, pour un cachet de 275 000 dollars canadiens (environ l'équivalent en francs suisses), donnait quatre conférences d'une demi heure chacune, à 100 dollars le billet d'entrée, pour souligner l'ouverture officielle du centre d'achat.

Méchant bad trip

«Devinez pourquoi on me paie autant? Ce n'est certainement pas parce que j'ai des choses intelligentes à vous dire, c'est seulement pour vous prouver ma supériorité à cause de ma beauté incontestable et vous faire sentir laides, moches et *nounounes* (stupides) à côté de moi.» Et toc, telle est l'interprétation de José Breton du sens de la visite de la top model allemande dans la nouvelle grande surface commerciale de la belle province. Le Québécois avance que ceux qui ont misé sur cette idée promotionnelle sont soit peu intelligents, soit ils ont fait «un méchant bad trip de drogue», les Québécoises ayant autre chose à faire de leurs économies.

La fameuse pancarte de José Breton ne laisse personne indifférent. Elle attire à la fois les pires insultes (surtout masculines) et de chaleureux encouragements (féminins, ceux-là). La phrase n'est pas

choisie au hasard. Il ne s'agit bien sûr pas de dénigrer personnellement l'être humain qu'est Claudia Schiffer, mais plutôt ce qu'elle représente. Mais que représente-t-elle? «Un outil de torture psychologique dont se servent les femmes qui ont une faible estime d'elles-mêmes (plutôt nombreuses) pour se dévaloriser en se comparant à elle et, simultanément, un modèle pour les anorexiques qui s'inspirent de son image pour tenir bon dans leur combat auto-destructeur.» Voilà ce que répond l'activiste.

The monster

Monstrueusement laide, donc? Son look serait une construction fabriquée de

toute pièce: seules la couleur de ses cheveux et sa grandeur seraient naturelles, le reste résulterait d'un savant traficottage. La femme doit constamment souffrir de la faim pour rester maigre et maintenir sa forme de tuyau de poêle à bois (l'expression est de José Breton) et elle doit porter un soutien-gorge spécial pour simuler une poitrine volumineuse. Les épaules de Claudia Schiffer seraient plus larges de 12 cm que son bassin, ce qui en soi, constituerait une «infirmité»; les femmes «normales» ayant un bassin plus large que les épaules. En effet, une personne de sexe féminin qui mesure 1 m 82, porte du huit ans et pèse 54,4 kilos est pour le moins inhabituel.

H & M à nouveau critiqué en Suède

Il y a dix ans en Suède, des médecins avaient soutenu une campagne féministe qui attaquait l'éthique publicitaire de Hennes & Moritz. La maigreur de Cindy Crawford et un pépin de santé avaient provoqué une forte réaction. La direction de H & M s'était alors engagée à ne plus accepter de mannequins trop maigres et en mauvaise santé. Noël 2000, les Suédoises se sont à nouveau mobilisées contre la publicité faite par H & M. Odile Gordon-Lennox a recueilli un commentaire d'Aase Bang, éditrice du journal féministe *Vi Mänskor*, sur le sujet: «Cette fois, nous avons protesté contre les affiches géantes dont tous les coins de rues étaient couverts: une femme presque nue dans des positions plus ou moins choquantes. C'était elle qui était à vendre... C'était comparable à une pub pour le sexe. Beaucoup de femmes se sont fâchées et ont trouvé que c'était aller beaucoup trop loin. Il n'y a pas que les affiches, il y a aussi la pornographie sur Internet, les vidéos, etc., il faut réagir partout. Beaucoup de jeunes femmes ont protesté contre H & M parce que la firme vend aussi des habits sexy pour les petites filles, même pour la taille huit mois! Un rêve de pédophile!»