

# Poil, Joie et Puberté

Conférence révolutionnaire

- Spectacle jeune public à partir de 14 ans -



## Cahier pédagogique

Une création/production de la *Cie Ah Mon Amour !*

[www.cie-ahmonamour.com](http://www.cie-ahmonamour.com)

# I. Table des matières

---

1. Informations.....	3
1.1. Synopsis .....	3
1.2. Intervention financière «Spectacle à l'école».....	3
2. Note d'intention .....	4
3. La <i>Cie Ah Mon Amour !</i> .....	5
4. Les thèmes développés .....	6
4.1. Environnement médiatique et libre arbitre .....	6
4.1.1. Pistes d'exploitation : Analyse de publicités .....	6
4.1.2. Pistes d'exploitation : Le poil comme provocation médiatique .....	8
4.1.3. Pistes d'exploitation : Le libre arbitre .....	9
4.2. Consommation et lois du marché .....	9
4.2.1. Pistes d'exploitation.....	10
4.3. Dans un système dictatorial et/ou autoritaire .....	10
4.3.1. Pistes d'exploitation : Système dictatorial et/ou autoritaire.....	10
4.3.2. Pistes d'exploitation : Entre idéal et idéologie .....	11
4.4. Le Poil .....	11
4.4.1. Liens utiles .....	12
5. Fiche technique.....	13
6. Contact .....	14
7. Annexes .....	15
8.1. Se colorer les poils des aisselles, tendance absurde ou acte militant?.....	15
8.2. « Défense du poil, contre la dictature de l'épilation intime », de Stéphane Rose .....	18
8.3. Formulaire « Spectacle à l'école ».....	21

## 2. Informations

---

### *1.1. Synopsis*

L'ingénieux professeur Catogan Bromidrose et son ingénue collaboratrice parcourent les écoles avec passion et érudition en révélant une conférence révolutionnaire... par et pour le Poil ! Sous ce prétexte farfelu, ce spectacle drôle et (im)pertinent traite de la précieuse question du libre-arbitre et des dangers du glissement entre idéal et idéologie.

### *1.2. Intervention financière «Spectacle à l'école»*

*Poil, Joie et Puberté* a été sélectionné après avoir été visionné par la **Commission Spectacles à l'école** et fait donc partie du [catalogue Spectacle à l'école](#) jusqu'au **30 juin 2018**. Le spectacle peut bénéficier d'une intervention financière de **450 €** octroyée par la Fédération Wallonie-Bruxelles.

#### **Introduction des demandes d'intervention**

Afin de bénéficier de cette intervention, vous pouvez faire appel à un centre culturel ou introduire la demande vous-même. Tout établissement d'enseignement maternel, primaire et secondaire situé en Communauté française peut introduire des demandes de subsides « Spectacle à l'école ».

Le [formulaire](#), disponible sur le site de la Fédération Wallonie-Bruxelles ou en annexe (cf. 8.3. Formulaire « Spectacle à l'école »), doit être adressé par voie postale au Service de la Diffusion. Une copie doit être envoyée au Service culturel de votre province et une autre à votre [Direction régionale d'Inspection de la Culture](#).

Toutes les informations sont disponibles sur le [site de la Fédération Wallonie-Bruxelles](#).

### 3. Note d'intention

---

Au travers du prétexte ludique du « poil » et de ses loufoques défenseurs, cette nouvelle création de la *Cie Ah mon Amour !* à destination des adolescents met en scène de véritables enjeux de société : la **standardisation du corps** et son **juteux commerce pour les industries cosmétiques**, la **manipulation médiatique** qu'elle nécessite ainsi que notre obédience tacite.

Ce spectacle questionne les jeunes sur leur rapport au corps, à la société de consommation, à la nature, à l'autodérision et à l'engagement politique citoyen.

Avec *Poil, Joie et Puberté*, nous avons voulu créer un évènement original, drôle, interactif et informatif pour permettre aux adolescents une réappropriation de ces précieuses questions. Le spectacle peut être envisagé comme un support de réflexion permettant d'encourager chez les adolescents le questionnement et l'échange.

Entre Activisme et Humour, ce spectacle permet de dessiller les yeux des adolescents et de les sensibiliser de manière militante et humoristique à cette problématique en utilisant 2 axes :

- **L'axe horizontal du quotidien** : attirer l'attention des jeunes sur leurs *aprioris* : les choix esthétiques sont conditionnés, le coût des produits d'épilation, le temps perdu à s'épiler, *etc.*
- **L'axe vertical du politique** : attirer l'attention des jeunes sur la manipulation intellectuelle dont ils sont la cible et l'enrichissement de multinationales sans scrupules ni éthique (tests sur les animaux, pollutions diverses, *etc.*) qui prônent une « reféminisation » de l'image de la femme et, maintenant, de l'homme à d'uniques fins lucratives.

## 4. La Cie Ah Mon Amour !

---

Créée en 2004, la *Cie Ah mon Amour !* bénéficie aujourd'hui d'une reconnaissance tant du public que des professionnels et de la FWB (Cie conventionnée).

Elle envisage le théâtre comme un lieu de résistance sensible et ludique contre les racines de la résignation, de la soumission, de l'angoisse ou de la dépression et comme un outil de réappropriation citoyenne de la question politique.

Outre la « patte artistique » de sa fondatrice Geneviève Voisin, la démarche artistique de la *Cie Ah mon Amour !* est reconnaissable par son d'humour déjanté et accessible, la complicité avec les spectateurs, ses créations tout terrain et un cocktail de joyeux toupet et de douce transgression.»

Aujourd'hui, la Cie compte 7 spectacles en tournée :

- *Contre-Naissance d'un Clown*, solo clownesque pour adultes, a reçu une mention spéciale « Pour la recherche et l'audace » aux Rencontres Théâtre Jeune Public de Huy 2007.
- *Les P'tits Pots d'Fleurs*, duo clownesque chant-accordéon de chansons françaises, a bénéficié d'une tournée Asspropro en 2014 de 12 dates et constitue le « coup de coeur du jury des Jeunesses Musicales 2014-2015 » pour la version jeune public.
- *Amour et Grivoiseries*, cabaret de chansons grivoises, a bénéficié d'une tournée Asspropro en 2009 de 25 dates et a été élu « coup de coeur des programmeurs » aux Entrevues de 2008.
- *Le Mouvement de Réhabilitation du Poil et son Cabinet des Curiosités*, incongruité théâtrale pour espace public. Le spectacle a reçu une aide à la création de 22.000 euros du Service des Arts Forains, du Cirque et de la Rue en 2013.
- *Amour et Mutineries*, second volet des cabarets thématiques après *Amour et Grivoiseries*, sur les questions de la faim dans le monde. Ce spectacle a également bénéficié d'une tournée Asspropro.
- *Colon(ial)oscopie*, duo clownesque outrecuidant, qui aborde la colonisation belge au Congo.
- *Poil, Joie et Puberté*, conférence révolutionnaire. Le spectacle a été sélectionné par le Catalogue Spectacle à l'école.



# 5. Les thèmes développés

---

## 5.1. Environnement médiatique et libre arbitre

La motivation de ce spectacle part d'un constat : la société contemporaine tend à « désanimaliser » les individus en cherchant à les priver de leurs attributs ou spécificités intrinsèques (poils, odeurs, imperfections, rides, graisses, etc.).

Cela se fait à l'instigation de grandes multinationales cosmétiques, pharmaceutiques, alimentaires et vestimentaires qui y trouvent un filon inépuisable pour faire des profits sur le très long terme. La publicité est leur fer de lance et les « peuples » leurs soldats. Cette offensive se fait tous azimuts et aucun secteur de la consommation n'y échappe.

### 4.1.1. Pistes d'exploitation : Analyse de publicités

- Réflexion et prise de conscience de l'omniprésence de la publicité.
- Comprendre les mécanismes d'une publicité
  - Le support de diffusion
  - Le slogan
  - Les couleurs utilisées
  - Le public visé
  - Les objectifs de la publicité
  - ...
- Les stratégies publicitaires: star stratégie, différenciation, etc.
- Créer des slogans publicitaires
- ...

Une vidéo extraite du webdocumentaire [Poiloscopy](#) peut être une bonne mise en bouche pour parler des publicités. Vous y trouverez quelques publicités que l'on pourrait qualifier de « traditionnelles », mais également des extraits plus polémiques.

- **Sans poil, la pub** : <https://www.youtube.com/watch?v=HozAXwP8t4A>

Que cela soit dans les publicités pour les crèmes épilatoires, les cires, ou encore les rasoirs, une certaine image de la femme et de la féminité est véhiculée : les jambes fines et kilométriques ne sont jamais recouvertes par un long pantalon. C'est le règne des mini-jupes/robes/shorts – quand ce n'est pas celui du bikini. Dans ces publicités à destination des femmes, les arguments de douceur, de féminité, de facilité d'emploi sont mis en avant. L'épilation ou le rasage semble être des moments luxueux, sans douleur et irritation, où la femme prend soin d'elle. Il semblerait qu'une vraie femme montre ses jambes et ne porte jamais de longs pantalons.

- Exemple de vidéo : Easy wax (Veet) : <https://www.youtube.com/watch?v=GxytcVziUxo>



Du côté des hommes, c'est principalement l'idée de performance qui est mise en avant. Le domaine du sport est également très présent.

- Fusion Proglide (Gillette) : <https://www.youtube.com/watch?v=DwBL9Vh4-fo>



Le marché ciblant les hommes s'agrandit également : les poils du visages ne sont plus les seuls visés.

- Body (Gillette) : <https://www.youtube.com/watch?v=87wPlyMcGoU>



## Autres liens :

- « Mon minou est tout doux » (Veet): <https://www.youtube.com/watch?v=2qkH-RI5Lpg>
- « Don't risk dudeness » (Veet) : [https://www.youtube.com/watch?v=u\\_-YtrtbZNE](https://www.youtube.com/watch?v=u_-YtrtbZNE) ;  
<https://www.youtube.com/watch?v=K5vO6MZn4WI>
- « My garden party » (Wilkinson) : <https://www.youtube.com/watch?v=xfoAsDIYXrU>
- Venus (Gillette) : <https://www.youtube.com/watch?v=hOToMeTI6eY>
- Un document sur le site [www.enseignons.be](http://www.enseignons.be) propose des exercices afin d'étudier les différents types de publicités, les arguments ou encore les figures de style. La partie suivante envisage la publicité comme manipulation. La dernière partie étudie la publicité du point de vue de la culture. On s'intéresse notamment aux stéréotypes et à la parodie. Voici le lien pour le « document prof » : <http://www.enseignons.be/secondaire/preparations/la-publicite-doc-prof/>

### 4.1.2. Pistes d'exploitation : Le poil comme provocation médiatique

Si les corps glabres sont dominants, l'on rencontre ponctuellement des femmes qui vont à l'encontre de cette standardisation.

- **Ces stars qui ne s'épilent pas:**  
<http://www.femmesplus.fr/la-vie-des-stars-ces-qui-ne-s-epilent-pas.144680.1183.html>  
  
*Extrait: « Nous sommes habitués à voir les stars au comble de la perfection. Pourtant, certaines oublient parfois l'importance des détails, comme l'épilation par exemple ! »*
- **Miley Cyrus : « Merci de ne pas retoucher à mes poils comme certaines personnes ! »**  
<http://www.public.fr/Look/Toutes-les-news-look/Photos/Miley-Cyrus-773180>  
  
*Extrait: « Une fois les bras levés, on pouvait alors apercevoir les poils de la chanteuse, qui n'a aucun problème avec ces derniers ! En effet, dorénavant, c'est une Miley nouvelle que l'on retrouve à chacune de ses apparitions, ne quittant plus ses poils. »*
- **Se colorer les poils des aisselles, tendance absurde ou acte militant ?**  
[http://www.huffingtonpost.fr/2014/11/28/colorer-poils-aiselles-tendance-absurde-ou-acte-militant\\_n\\_6235586.html](http://www.huffingtonpost.fr/2014/11/28/colorer-poils-aiselles-tendance-absurde-ou-acte-militant_n_6235586.html)  
  
*Extrait de l'article: « Sur internet, de plus en plus de femmes affichent leurs aisselles. Au naturel, à l'instar de ces chinoises qui ont partagé pendant l'été leurs « aisselles-fies » sur les réseaux sociaux ? Pas tout à fait, puisque ici, en posant leurs rasoirs, certaines femmes se sont emparées des kits de colorations. »*



- **Le retour des femmes à poils** : <http://madame.lefigaro.fr/societe/retour-femmes-poils-110214-709232>

Extrait de l'article: « *La marque de prêt-à-porter American Apparel a créé la surprise mi-janvier en exposant dans la vitrine d'une de ses enseignes new-yorkaises, des mannequins en plastique arborant des poils pubiens en quantité.*»



### 4.1.3. Pistes d'exploitation : Le libre arbitre

Nous aimerions que ce spectacle soit l'occasion pour les jeunes de réfléchir à la manière dont les images (publicité, télévision, magazines, clips musicaux) conditionnent leur système de pensée et leurs goûts (vestimentaires, esthétiques, musicaux, etc.) Il s'agit, par le propos du spectacle, d'aborder avec humour les différentes facettes de la manipulation médiatique et sociétale exercée envers et contre les poils. Le but n'est pas de transformer les élèves en « pilophile », mais bien de les amener à réfléchir au fait que leurs comportements ne relèvent peut-être pas de choix libres de toute influence.

- **Entretien avec Julien Intartaglia, professeur de marketing et de publicité**

<https://www.migros magazine.ch/societe/entretien/article/julien-intartaglia-nous-sommes-tous-influences>

Extrait de l'article: « *Aujourd'hui, nous n'avons pas de libre arbitre, nous sommes tous influencés. Je suis un enfant de la pub, j'en connais les mécanismes, et pourtant je me laisse encore bernier de temps en temps par ces influences implicites qui, petit à petit, ont réussi à implanter une marque dans mon esprit au point que je vais opter pour cette lessive plutôt que pour celle-là. Finalement, l'éducation reste la meilleure arme pour pouvoir se défendre.*»

- **Publicité et TV : notre cerveau est-il à vendre ? dossier pédagogique des équipes populaires :**  
[http://www.equipespopulaires.be/IMG/pdf/Contrastes\\_pub.pdf](http://www.equipespopulaires.be/IMG/pdf/Contrastes_pub.pdf)

Extrait de l'article: « *Toutes les publicités auxquelles nous ne faisons pas attention (de sorte que nous ne sommes pas en mesure de traiter leur message), c'est-à-dire la très grande majorité des publicités, vont modifier inconsciemment nos comportements et intentions d'achats. Ce phénomène de manipulation sera d'autant plus important avec les nouvelles formes, plus ou moins cachées, de publicités.*»

## 5.2. Consommation et lois du marché

Le marché du poil est un marché comme un autre qui peut être intéressant à étudier. Les différents acteurs essaient de rivaliser du point de vue des innovations technologiques, mais également en ciblant un public toujours plus large. Ce marché est également soumis aux mouvements économiques tel que les concentrations, les oligopoles, etc. et utilisent diverses stratégies de marketing (unicité du produit, etc.)

## 4.2.1. Pistes d'exploitation

- **Le marché du poil, issu du dossier « De tous poils »** : <http://www.bpi.fr/sociologie/le-marche-du-poil>

Extrait de l'article: « *Si l'engouement pour la barbe fait le bonheur d'un nouveau secteur qui se développe, le rejet des autres poils qui ont moins la cote, font tout autant le bonheur des instituts de soin et d'épilation.*»

- **L'épilation féminine croît sans douleur** :  
<http://www.lsa-conso.fr/l-epilation-feminine-croit-sans-douleur,112000>

Extrait de l'article: « *Sur un marché extrêmement vaste, allant du rasage aux crèmes, en passant par les cires et par l'ensemble des produits électriques, le réservoir de croissance reste certain. Les fabricants ne s'y trompent pas et se révèlent, sur l'ensemble des segments, particulièrement dynamiques en termes d'innovations, proposant des produits toujours plus techniques et plus efficaces.*»

- **Gillette, plus qu'un rasoir, un business model** :  
<http://www.lsa-conso.fr/gillette-plus-qu-un-rasoir-un-business-model,181033>

Extrait de l'article: « [...] *le Freebie marketing. Un concept résumé par King Camp Gillette, le père des rasoirs du même nom, au début du XXème siècle : « Donnez-leur le rasoir, vendez-leur des lames ! » Le concept : vendre l'appareil le moins cher possible (parfois à perte) et réaliser des marges sur les recharges (essentiels pour faire marcher l'appareil).*»

- **L'épilation féminine se fait glamour** :  
<http://www.lsa-conso.fr/l-epilation-feminine-se-fait-glamour,164009>

Extrait de l'article: « *Le rasage féminin reste en croissance saine, + 4% en valeur et + 3% en volume en 2013, porté par de nombreuses innovations [...]. En 2014, Venus entre dans l'ère de la beauté et du soin cosmétique avec Proskin Venus & Olaz ». P & G exhume de son portefeuille cette marque de soins hydratants, déclinée aussi en gel à raser Satin Care.*»

## 5.3. Dans un système dictatorial et/ou autoritaire

Au fur et à mesure du spectacle, les personnages évoluent vers davantage de **radicalité** envers les gens qui s'épilent. Les deux protagonistes tentent – de manière loufoque mais de plus en plus prononcée – de convaincre les jeunes d'abandonner leurs rasoirs et épilateurs. À la fin, le pas entre **idée** et **idéologie**, entre **radicalité** et **radicalisme** se franchit. Ils reproduiront ainsi ce qu'ils rejetaient au début, à savoir imposer un système de pensée et profiter de la société de consommation. Il iront jusqu'à tenter de vendre des produits « favorisant la repousse des poils ».

Ce sujet dépasse bien entendu largement la problématique de l'épilation. En ces temps terribles de montée du fanatisme religieux par exemple, il nous paraît tout à fait essentiel que le spectacle permette aux adolescents d'identifier facilement le glissement entre démocratie et tyrannie et assister, au travers des personnages de *Poil, Joie et Puberté* à la folie et à l'aveuglement qui agitent les extrémistes de tout poils.

## 4.3.1. Pistes d'exploitation : Système dictatorial et/ou autoritaire

- **Défense du poil contre la dictature de l'épilation, de Stéphane Rose** :  
cf. Annexe 8.2.

Extrait de l'article: « *Tout ce complexe médiatico-industriel a fini par nous persuader que les poils sont sales et indésirables, même là où personne, il y a vingt ans, n'aurait eu l'idée de les enlever.* »

- **Résister à la norme de l'épilation** : <http://www.tetue.net/resister-a-la-norme-de-l-epilation>

Extrait de l'article: « *L'enjeu de L'été sans épilation est bien de lutter contre cette aliénation généralisée qui témoigne de l'inquiétante évolution de notre société vers le totalitarisme.* »

- **Kim Jong-un oblige tous les Nord-Coréens à avoir la même coiffure que lui: encore une «info» invérifiable** : <http://www.slate.fr/monde/85149/kim-jong-un-coiffure-fake>

Extrait de l'article: « *En 2005 déjà, les médias d'État du pays avaient lancé une campagne intitulée "Laissez-nous nous couper les cheveux en accord avec le style de vie socialiste" qui prétendait notamment que les cheveux longs « consomment beaucoup d'éléments nutritifs » et pouvaient ralentir le développement intellectuel.* »

### 4.3.2. Pistes d'exploitation : Entre idéal et idéologie

- **Idéal ou idéologie ?** <http://chronique-libre.com/2012/02/03/239-ideal-ou-ideologie/>

Extrait de l'article: « *Dans toute idéologie, il existe une hiérarchie de pouvoir et une lutte pour atteindre le sommet de la pyramide. C'est pourquoi les idéologies qui rencontrent le succès, et qui sont acclamées par la foule, finissent dans le sectarisme, l'exclusive et le totalitarisme.* »

## 5.4. Le Poil

Plus qu'un prétexte pour aborder certains thèmes, le poil est un thème à lui tout seul et peut être abordé sous de nombreux angles :

- Le Poil dans le **langage quotidien** : expression avec le mot poil (caresser dans le sens du poil, à rebrousse poil, hérissier le poil, à un poil près, etc.)
- Le Poil dans la **Littérature** : La Belle et la Bête, Barbe Bleue, etc.
- Le Poil dans l'**Art** : des statues glabres de l'Antiquité à *L'origine du monde* de Gustave Courbet
- Le Poil dans l'**Histoire** : comme symbole de pouvoir (les pharaons, Charlemagne appelé l'empereur à la barbe fleurie, etc.)
- Le Poil et la **Politique** :
  - Un attribut de pouvoir dans les pays occidentaux?
  - Les dirigeants occidentaux rasés de près
  - Symbole de contestation et de rébellion (Fidel Castro, les hippies, etc.)
- Le Poil et la **Religion**
- Le Poil et la **Science**
  - Le rôle du poil au niveau du corps
  - Poil et ADN

## 4.4.I. Liens utiles

- Le webdocumentaire *Poiloscopy* a été réalisé par des étudiants de l'Institut Pratique de Journalisme. Vous y trouverez 25 vidéos qui sont 25 manières différentes d'aborder le poil.

<http://www.poiloscopy.com>



- **Poilorama : websérie documentaire :** <http://creative.arte.tv/fr/poilorama>

Extrait: « Rasés, arrachés, électrocutés, flashés ou photoshopés, tout est fait pour rendre nos poils invisibles. La publicité, la mode, le cinéma matraquent à tout va. Et vous, saurez-vous résister aux diktats du lisse ? Avec Poilorama, le poil repousse la censure ! »

- **Dossier « De tous poils » :** <http://www.bpi.fr/sociologie/de-tous-poils>

Extrait: « La présence et la disparition du poil – ou le « sens du poil », suscite ainsi depuis toujours l'intérêt et la curiosité. Quelle est l'utilité du poil ? Comment expliquer les différences de pilosité ? Quelle image en donne l'art et la littérature ? Autant de questions auxquelles nous apporterons des éléments de réponses. »

- **Le site du M.I.E.L. (Mouvement International pour une Ecologie Libidinale):**

<http://www.ecologielibidinale.org/fr/miel-plan-fr.htm>

Cette association lutte contre le capitalisme et ses dérives. Une de ses revendications est l'arrêt de l'épilation avec, notamment, leur événement annuel : « L'été sans épilation ». Sur leur site et leur forum, vous trouverez une série de réflexions, de témoignages et de documents concernant cette dictature de l'épilation.

- **Le pouvoir du poil en politique, par Sammir Hammal :**

[http://www.lexpress.fr/actualite/politique/le-pouvoir-du-poil-en-politique\\_1312728.html](http://www.lexpress.fr/actualite/politique/le-pouvoir-du-poil-en-politique_1312728.html)

Extrait: « Barbe et moustache sont souvent absentes des visages des hommes politiques occidentaux quand leurs homologues orientaux sont nombreux à les arborer. Samir Hammal, enseignant à Sciences Po, s'est penché sur la symbolique du poil en politique. »

- **Le poil dans l'art occidental : désir ou animalité ?**

<http://www.fauteusesdetrouble.fr/2011/02/le-poil-dans-lart-occidental-desir-ou-animalite/>

Extrait: « Les exemples de femmes nues laissant admirer leur corps à la carnation parfaite et à la pilosité absente peuvent être multipliés quasiment à l'infini. Nul hasard dans le fait que les artistes évitent avec le plus grand soin de figurer les poils sur le corps, parfait, de leur Vénus. La pilosité reste, en effet, connotée : elle renvoie à l'animalité tapie dans l'être humain. »

# 6. Fiche technique

---

Doté d'une scénographie légère relevant d'accessoires facilement transportables et réagencables, *Poil, Joie et Puberté* peut s'adapter à quasiment toute situation technique. *Poil, Joie et Puberté* peut tout aussi bien se jouer dans une salle de spectacle que dans un réfectoire ou un gymnase. La *Cie Ah mon Amour !* est également autonome quant au son et à l'installation d'un plein feu simple.

- Jeune public : 14-18 ans
- Durée : 50 minutes
- Langue parlée : français
- Nombre de spectateurs : max. 200
  
- Espace scénique :
  - Minimum 4m/3m
  - Sonorisation (fournie par la cie)
  - Disposition frontale du public
  - Public assis. Si possible sur gradin
  - Lieu calme et plat
  
- Besoin électrique :
  - Soutien lumière (possibilité d'autonomie lumière de la cie)
  - 1 arrivée d'électricité sur le plateau
  
- Montage : 30 min. (hors installation lumière)
- Démontage : 30 min.
  
- Transport : Merci de prévoir l'emplacement de parking pour la camionnette de la *Cie Ah mon Amour !* et le chargement et déchargement aisé des éléments scénographiques.
- Nombre de personnes présentes en tournée : 2 comédiens, 1 régisseur

## Loges :

Dans la mesure de vos possibilités, merci de prévoir un local pouvant servir de loges aux comédiens: propre, chauffé, idéalement accédant au lieu de représentation et pourvu d'un point d'eau et de toilettes.

### Repas :

En fonction de l'heure de la représentation, prévoir un repas pour 2 personnes (dont 1 végétarien).

MERCI de tenir compte du régime végétarien (ni viande, ni poisson) d'un des membres de l'équipe et de prévoir un repas chaud et complet à la place (pas uniquement des fruits ou légumes).

N'hésitez pas à nous contacter pour plus d'informations à ce sujet ou pour toutes autres questions concernant la fiche technique.

## 7. Contact

---

Cie Ah mon Amour !

7 Place Vieuxtemps

4800 Verviers

Belgique

[www.cie-ahmonamour.com](http://www.cie-ahmonamour.com)

Brice Ramakers

Chargé de production/diffusion/communication

+32(0)471/62.84.78

[diffusion@cie-ahmonamour.com](mailto:diffusion@cie-ahmonamour.com)

# 8. Annexes

## 8.1. Se colorer les poils des aisselles, tendance absurde ou acte militant?

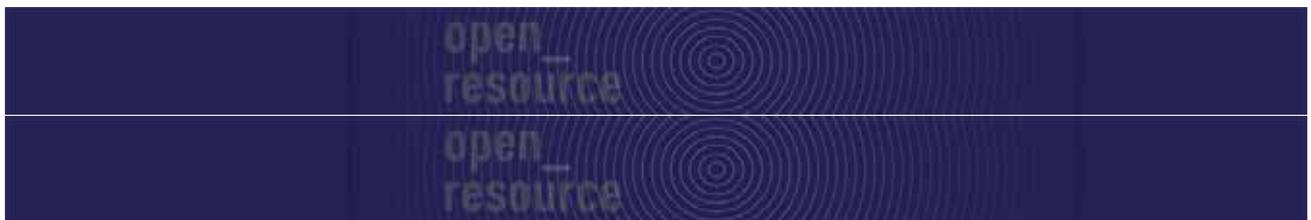
LES COOKIES VOUS PERMETTENT DE BÉNÉFICIER DE NOMBREUSES FONCTIONNALITÉS AFIN D'AMÉLIORER VOTRE EXPÉRIENCE SUR LE SITE DU HUFFINGTON POST. EN UTILISANT CE SITE, VOUS ACCEPTEZ DE RECEVOIR DES COOKIES CONFORMÉMENT À NOTRE POLITIQUE SUR LES COOKIES. POUR EN SAVOIR PLUS, [CLIQUEZ ICI](#).

[Appli iPhone/iPad](#) [Appli Android](#) [Plus](#)

[Connexion](#)

[Créer un compte](#)

3 décembre 2015



### PHOTOS. Se colorer les poils des aisselles, tendance absurde ou acte militant?

Le HuffPost | Par Morgane Fabre-Bouvier

Publication: 28/11/2014 13h18 CET | Mis à jour: 28/11/2014 13h18 CET



INSOLITE - 1999, Julia Roberts apparaît à la première de la comédie romantique "Coup de foudre à Notting Hill" les aisselles non rasées. Scandale dans les médias. Maintenant imaginez la même scène, si en plus les poils de la star avaient affiché une couleur bleue fluo du plus bel effet. Ou rose barbe à papa. Nul doute que cela aurait fait désordre.

Et pourtant. Sur internet, de plus en plus de femmes affichent leurs aisselles. Au naturel, à l'instar de ces Chinoises qui ont partagé pendant l'été leurs "aisselles-fies" sur les réseaux sociaux? Pas tout à fait, puisque ici, en posant leurs rasoirs, certaines femmes se sont emparées des kits de colorations. "Vert, violet j'adore mes aisselles arc-en-ciel", s'enthousiasme l'une d'elles sur Twitter.

eu vou pintar de laranja e vcs [#dyedpits pic.twitter.com/bny4JYD2v4](#)

— maria (@casssid) [November 27, 2014](#)

À tel point que les magazines féminins s'interrogent. "Se colorer les poils sous les bras sera la prochaine tendance beauté" affirme carrément de son côté le site Jezebel. Le phénomène a même eu droit à un article détaillé dans le Los Angeles Time.



 **Correio Braziliense**  
@cbonlinedf Follow

Pelos coloridos nas axilas fazem sucesso nas redes sociais.  
Confira mais fotos: [goo.gl/oQKojf](http://goo.gl/oQKojf) #dyedpits

8:25 PM - 27 Nov 2014

  16  1

Le quotidien donne la parole à la coiffeuse Roxie Hunt, dont le [billet](#) de blog détaille la façon dont elle a coloré les poils des aisselles de sa collègue en bleu, pour qu'ils soient assortis à ses cheveux.

"Impatientes, on a rincé ses aisselles. Je m'attendais à moitié à ce que la couleur ne prenne pas, en me disant que quelque chose d'aussi cool ne pouvait pas être possible. Et si ça l'était, alors pourquoi les gens ne le faisaient-ils pas ?!", raconte-t-elle.

Elle poursuit: "On a rigolé et on s'est émerveillé devant la beauté de ses poils bleus. C'était trop beau pour être vrai. La couleur sur ses aisselles s'accordait parfaitement à la couleur de ses cheveux. C'était une victoire éclatante pour les partisans des poils!". Une "victoire" qui a été partagée plus de 30.000 fois.



### "C'est juste un pied de nez face aux attentes de la société"

Elles restent toutefois encore peu à oser sauter le pas. Sur instagram, le hashtag #dyedpits ne regroupe qu'une trentaine de photos (contre seulement une petite vingtaine il y a quelques jours cependant, les photos se multiplient petit à petit).

"Peu importe", déclare [Destiny M.](#) "Le but ce n'est pas de remplacer une norme par une autre, mais juste de dire on est là, on existe, on peut faire ce qu'on veut de notre corps sans que ça ne gêne personne" explique la blogueuse et youtubeuse de 17 ans. En septembre, la vidéo où elle montre ses aisselles bleues a fait grand bruit sur internet. Depuis, elle a publié un article détaillé sur le site de [Frothmagazine](#).



"Les femmes ont des poils aussi, c'est comme ça, le fait que cela soit jugé sale et pas esthétique, c'est juste n'importe quoi", s'emporte Destiny. "Je suis d'origine hispanique et depuis que j'ai dix ans je passe un temps fou à m'épiler, au point que c'était devenu une obsession. Cet été j'ai décidé de faire un grand pied de nez à la société et d'arrêter de m'épiler les aisselles. Puis il y a deux mois je me suis dit 'et si je poussais les choses encore plus loin ?' et j'ai tout simplement coloré ces poils".

Une farce? Certains journalistes s'interrogent. Dans un article de [Metro](#) intitulé "Offrir une coloration aux poils sous vos bras tourne le féminisme en ridicule" Kate Bellamy écrit: "

Faites-leur des tresses, accrochez-y des barrettes, faites-en ce que vous voulez, c'est vos poils après tout, mais quand il s'agit de féminisme il y a des combats plus importants à remporter". "Ce n'est pas avec de la peroxyde que vous allez malmener la patrie", poursuit-elle.

Pas d'accord, renchérit Destiny. "Rendre ses poils aussi visibles devient un acte militant", affirme la jeune fille. "Tous les jours nous sommes exposés au même modèle de la femme glabre et lisse. Et puis BAM tout d'un coup les gens dans la rue voient passer une drôle de fille avec ses aisselles fluos. Cette fille, c'est moi" crâne-t-elle gentiment dans ses vidéos.

Roxie Hunt, la coiffeuse dont le billet de blog est devenu viral, partage son enthousiasme "la coloration n'est absolument pas douloureuse, je ne vois aucune raison de ne pas le refaire. Peut-être que la prochaine fois on s'attaquera à nos poils pubiens, juste pour rigoler", plaisante-t-elle.

#### **Lire aussi:**

- » [Épilation du maillot : pourquoi a-t-on déclaré la guerre aux poils?](#)
- » [En Chine, le nouveau selfie en vogue permet aux femmes de ne plus utiliser de rasoir](#)
- » [Madonna prend la pose avec des poils sous les bras sur Instagram](#)
- » [La guerre du poil n'aura pas lieu](#)
- » [Pour suivre les dernières actualités en direct sur Le HuffPost, cliquez ici](#)

Retrouvez les articles du HuffPost sur [notre page Facebook](#).

J'aime Partager Spino Cei, Aurore Boussard et 544 863 autres personnes aiment ça.

CONTENUS SPONSORISÉS

Contenus recommandés par Outbrain

## 8.2.« Défense du poil, contre la dictature de l'épilation intime »,

de Stéphane Rose

# #4 « Défense du poil, contre la dictature de l'épilation intime », de Stéphane Rose

15 février 2011

Par Elenore Song

**« Pour la réimplantation des poils pubiens dans les petites culottes ! »**



Cette phrase qui orne la quatrième de couverture – et qui sonne comme un plaidoyer pour la sauvegarde d'une espèce animale menacée – résume bien le propos de ce petit essai stimulant et agréable à lire.

En une centaine de pages, Stéphane Rose, journaliste, écrivain et éditeur, prend donc la défense de cette espèce en voie de disparition : le poil pubien féminin (même s'il évoque aussi l'épilation pubienne des hommes).

Il commence par attribuer cette omniprésence médiatique, récente en Occident, des sexes glabres et lisses, au formidable développement de l'industrie pornographique. Et cela, pour des raisons toutes bêtes de visibilité à l'image : « *pour offrir une visibilité maximale des lèvres, du périnée et de l'anus, il faut enlever les poils qui les entourent* ». Du moins au départ... car la pratique s'est aujourd'hui tellement répandue que certains adolescents, à en croire

l'auteur, ignorent qu'un sexe féminin puisse seulement avoir des poils.

Premiers responsables pointés par Stéphane Rose, les médias : publicité, presse féminine et presse people (dont il nous dit qu'elle partage avec la pornographie le but d' « exciter en montrant »). Exemples (finement analysés) à l'appui, il montre comme l'on fait « croire aux femmes qu'elles s'épilent de leur plein gré »... alors qu'il y a seulement quinze ans, l'épilation intégrale ne serait sans doute même pas venue à l'esprit de la plupart des clientes actuelles des instituts spécialisés.

Oui, des clientes... car l'épilation est un marché juteux, dont Stéphane Rose nous offre un aperçu documenté. Produits, instituts, crèmes apaisantes, pochoirs, cela va jusqu'au « vajazzling », qui consiste à « s'orner le pubis avec des cristaux ». Des cristaux Swarovski, s'il vous plaît, pour l'actrice Jennifer Hewitt qui a lancé cette pratique – de vulgaires strass pour les pauvres qui voudraient l'imiter. Et cela pour une semaine, avant que les poils ne repoussent... L'essayiste voit dans cette industrie de l'épilation, qui va de pair avec le développement de l'univers « minceur », un triomphe de l' « hygiénisme commerçant ».

Tout ce complexe médiatico-industriel a fini par nous persuader que les poils sont sales et indésirables, même là où personne, il y a vingt ans, n'aurait eu l'idée de les enlever (sauf les acteurs porno). On entend ainsi souvent qu'un sexe sans poils, « c'est plus hygiénique », « ça décuple les sensations sexuelles », « c'est plus féminin » ou « ça sent meilleur ». Stéphane Rose, au cours d'un « Procès du poil » qui clôt son livre, se fait l'avocat de ces pauvres poils pubiens mal-aimés, en réfutant point par point ces accusations, qui ne sont que des idées reçues. À l'appui de sa plaidoirie, le cortège des désagréments qui entourent l'épilation intime : poils incarnés, douleurs, rougeurs, appauvrissement sensoriel et même vieillissement prématuré de la peau des lèvres...

Le constat de Stéphane Rose est assez radical, et certains exemples qu'il donne, notamment ceux glanés sur des forums internet destinés aux adolescents, laissent penser à une disparition quasi-totale des poils pubiens, au moins chez les jeunes. Mais aucune information statistique fiable n'est disponible sur le sujet. Un sondage (évoqué dans l'essai) a bien été mené, en 2006, sur les Français et l'épilation, mais il ne comporte rien de précis sur l'épilation intime : on y parle seulement de l'épilation du « maillot » (et encore, uniquement lorsqu'on interroge les femmes qui s'épilent à domicile). Or, entre enlever ce qui dépasse du maillot de bain l'été, et ne plus avoir aucun poil du pubis à la raie des fesses, il y a un monde !

Après une petite enquête auprès de quelques professionnels du sexe féminin (si l'on peut les appeler comme ça...), le constat de Stéphane Rose semble se confirmer.

Une gynécologue marseillaise affirme ainsi qu'« *au moins 80%* » des femmes qui viennent la voir en consultation ont le sexe épilé. Une proportion que confirme Gromitflash, étudiant sage-femme et blogueur, qui a travaillé en Planning familial et à l'hôpital ; mais dans son cas ce résultat est quelque peu biaisé par le fait qu'il s'agit, à l'hôpital, de femmes enceintes, qui s'épilent donc surtout en vue de l'accouchement, « *au niveau des fesses et des grandes lèvres* ». Il précise qu'elles ne sont que « *10%, et encore* » à pratiquer l'épilation intégrale. « *La plupart des femmes semblent garder au moins les poils pubiens* ».

Une gynécologue parisienne constate également que « *c'est une grande mode* », bien qu'au-delà de la quarantaine, les femmes soient moins nombreuses à être épilées. Elle voit « *de tout : ça va de l'intégrale à ce qu'ils appellent le ticket de métro ou des... fantaisies* », et déclare rencontrer, chez les femmes jeunes, « *relativement peu* » de sexes féminins au naturel. Le blogueur Gromitflash en revanche déclare rencontrer « *assez fréquemment* » des représentantes de cette espèce en voie de disparition. Il souligne que cette pratique est variable selon la classe sociale : « *l'épilation intégrale est peu fréquente dans les extrêmes* ». Il ajoute que l'origine joue aussi : les femmes d'origine maghrébine par exemple ont selon lui souvent « *le sexe glabre* ».

Pour la gynécologue parisienne, certaines femmes sont également obligées d'y renoncer à cause de complications : « *parfois elles ont des sortes de furoncles, de petites infections locales au niveau de la racine des poils.* » Elle ne pense pas qu'il s'agisse d'une tendance irréversible. Mais le fait est qu'aujourd'hui, les poils pubiens semblent bien, comme le déplore Stéphane Rose, avoir déserté les petites culottes... et l'imaginaire érotique. Peut-on encore être sexy et poilue ?

## **Interview de Stéphane Rose par les Fauteuses à lire ICI !**

**Tags:** diktat, épilation, liberté, maillot, mode, pédophilie, pilosité, poils pubien, pornographie, sexualité

---

