

Le commerce qui fait blanchir en plein boom

Autor(en): **Dussault, Andrée-Marie**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **L'Émilie : magazine socio-culturelles**

Band (Jahr): **[92] (2004)**

Heft 1488

PDF erstellt am: **15.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-282798>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Le commerce qui fait blanchir en plein boom

Les problèmes de santé liés aux médicaments dépigmentants sont en hausse chez les femmes dans les pays en développement, les dermatologues en témoignent. Le fléau n'est pas prêt de s'atténuer puisque les multinationales de la beauté occidentale se battent pour conquérir leur part de ce juteux marché. Un marché qui en Inde seulement - où plus d'un milliard de personnes sont susceptibles d'être « trop foncées » - représente plusieurs dizaines de millions de dollars par année. Enjeux de santé publique versus gros sous sur fond d'idéologie raciste et sexiste.

ANDRÉE-MARIE DUSSAULT

« Le phénomène de la dépigmentation de la peau n'est pas nouveau en soi », affirme Atul Sharma*, chef d'une clinique de la peau à Kochi qui voit le nombre de ses consultations liées à des problèmes dus aux dépigmentants croître sans cesse. « Seulement, les médicaments actuels sont moins naturels qu'auparavant et depuis que les firmes occidentales se disputent leur part du marché, la publicité massive qu'elles diffusent dans la presse et à la télévision a entraîné une augmentation significative de la consommation de ces produits. »

Un marché juteux

En Inde, les produits dépigmentants représentent la part du lion du skin business, lequel tient une place de choix dans une industrie de cosmétique représentant un marché domestique estimé à 87 millions de dollars pour 2004 par la Fédération des chambres de commerce indienne. De quoi attirer toutes les convoitises. Ainsi, depuis quelques années, Lancôme, Yves Saint-Laurent, Elizabeth Arden, Estée Lauder et les autres mettent leur « science de la peau » au service de ces dames dont le teint n'est pas assez clair, et ce pour des sommes rondelles dans un pays où le revenu moyen annuel par habitant est inférieur à 500 dollars. A titre d'exemple, le nouveau Skin naturals de Garnier (branche appartenant au géant cosmétique français L'Oréal) - dont plus d'une des nombreuses composantes chimiques sont considérées potentiellement dangereuses par le répertoire Cosmetics Unmasked (édition Harper Collins, 2001) - coûte 99 roupies (env. 2 dollars). Tandis que le dernier produit décolorant de Revlon se vend 300 roupies. Et selon la vendeuse du magasin occidentalisant Spencer à Trivandrum, ces nouvelles crèmes ont un succès fou !

Un problème de santé publique

L'Inde n'est de loin pas le seul marché pour les producteurs de dépigmentants.

La dermatologue gabonaise Sophie Coniquet, interviewée par le magazine en ligne Afrik, considère la dépigmentation à visée esthétique comme un fléau qui concerne toute l'Afrique et estime que l'Etat gabonais devrait intervenir pour limiter l'entrée des produits dépigmentants dans le pays. Selon une récente étude réalisée par une équipe de dermatologues au Burkina-Faso, pas moins de 50% des femmes de la ville de Bobo-Dioulassé utilisent des produits décapants pour la peau. L'ampleur du phénomène est telle que la dépigmentation serait devenue le troisième problème national de santé publique après le paludisme et les maladies respiratoires...

Non seulement ces crèmes dépigmentantes sont nocives pour la santé, mais quiconque peut se les procurer en vente libre au comptoir. Or, certains de ces médicaments ont pour principe de tuer la mélanine, substance qui donne sa couleur à la peau et qui la protège des rayons solaires ultra-violet qui causent le cancer de la peau. On peut aussi trouver dans les dépigmentants des produits à base de substances aussi dangereuses que l'hydroquinone, un agent dépigmenteur qui, en grande concentration, se révèle fatal. Ou même des stéroïdes, pouvant entraîner des changements dans le corps et mener au cancer. D'autres dépigmentants sont fabriqués avec des agents à base de mercure, un métal toxique pour les organes vitaux ou encore, avec des corticoïdes qui, directement injectés dans le sang par pénétration cutanée, entraînent un amincissement de la peau et donc l'affaiblissement de ses défenses.

Blanches à tous prix

Alors pourquoi diable veulent-elles s'éclaircir la peau ? En Inde - mais pas seulement - l'idée voulant qu'une peau plus pâle constitue un atout est largement et ouvertement admise. Dans les quotidiens par exemple, les nombreuses petites annonces cherchant des épouses

n'hésitent pas à faire passer la clarté de la peau avant les qualifications professionnelles. De son côté, sans aucun scrupule, la publicité véhicule des images de femmes dont la vie s'embellit au gré de l'éclaircissement de leur teint. Cependant, grâce à une campagne d'un an menée par la All India's Democratic Women's Association (AIDWA), un retournement inhabituel est survenu en mars dernier : le conglomérat Hindustan Lever Limited a été contraint de retirer des ondes deux publicités vantant les vertus d'un de ses produits éclaircissants. Malgré ce succès inattendu, nous sommes encore loin du Black is beautiful... *

*Nom fictif ; pour ne pas risquer de se mettre à dos les entreprises occidentales, ce dermatologue a préféré garder l'anonymat.

Pâlir à quel prix ?

Malgré un emballage chic et un slogan bien tourné, les crèmes dépigmentantes peuvent mener à une série de problèmes dont les services de santé publique indiens se passeraient volontiers : hypertension, hyper-pilosité, lésions acnéennes, cécité, problèmes osseux, insuffisances rénales, perturbation du cycle menstruel, diabète, cancer de la peau, vergetures, vieillissement prématuré de la peau, eczéma, troubles cardiovasculaires et respiratoires, peau multicolore, furoncles, dartres, mycoses et autres infections de la peau. Même si beaucoup d'utilisatrices affirment ressentir des effets négatifs à peine quelques semaines après le début du traitement, toutes ne sont pas au courant des véritables risques qu'elles encourent en appliquant ces crèmes. Pâlir peut coûter cher. *