ÉTHIQUETTE

Le podcast qui arrache les étiquettes

***Éthiquette* est une série de podcast portant sur les problématiques d'inclusion dans la société. Dans l'épisode que nous allons présenter, *Éthiquette* part d'un constat vestimentaire : comment la mode, en tant qu'expression universelle, peut défendre l'inclusion des genres tout en déjouant les stéréotypes vestimentaires.**

PUBLIC CIBLE

Éthiquette s'adresse à une audience adulte de 18 à 45 ans, sensibles aux normes d'inclusion. Il vise en particulier les amateurs de mode, de diversité culturelle sensible à l'égalité des genres et qui suivent avec attention les discussions sur les normes sociales et inclusives.

FORMAT

Éthiquette se déroule en table ronde entre amis de 20 minutes combinée à des interviews et/ou présentation de personnalités inspirantes du territoire lorsque cela est possible.

Le ton est accessible, jeune et dynamique mêlant des anecdotes, des sujets d'actualités et des analyses documentées pour rendre le sujet engageant. Chaque épisode débute par une question, une anecdote ou une actualité marquante pour que chaque auditeur puisse s'identifier et être captivé dès les premières secondes.

PERSONNAGES

Éthiquette ouvre le débat sur l'exemple de Sasha ZHOYA, un athlète Olympien français ayant souhaité porter une jupe pendant la cérémonie d'ouverture. Il s'appuie également sur les témoignages de micro-trottoirs pour alimenter le débat sur la représentation réelle des clichés vestimentaires, faute de ne pas avoir pu interviewer directement Sasha ZHOYA.

THÈMES

Le podcast aborde la question des stigmatisations vestimentaires, en se demandant pourquoi la mode continue de véhiculer des clichés dans une société qui aspire pourtant à davantage d'inclusion.

Il illustre l'évolution des normes sociales en citant les efforts réalisés dès l'enfance pour déconstruire les stéréotypes genrés, notamment à travers les jouets, tout en soulignant que ces mêmes stéréotypes restent ancrés à l'âge adulte. Il remet également en question les marques véritablement engagées et celles qui se veulent opportunistes.

AMBIANCE SONORE

Éthiquette se contente d'une bande son minimaliste pour ne pas détourner l'attention du cœur du débat, à la manière d'une discussion authentique entre amis. Des bruits de défilés de mode, de crépitements de flashs d'appareils photos, des bruits de projecteurs ou de lever de rideaux sont utilisés en bruitage pour introduire les personnages et marquer les transitions. Les musiques d'intro et d'outro sont dynamiques pour souligner la modernité des sujets abordées, et rendre l'intro engageante.

ORIGINALITÉ

Éthiquette combine un sujet à la fois inclusif et sociétal que l'on a encore rarement traité sous cet angle : celui de la stigmatisation vestimentaire et de l'impact des marques sur les perceptions sociales. Il ambitionne d'ouvrir les esprits et d'encourager des choix vestimentaires sans étiquettes ni peur d'être jugé(e).

RENDU FINAL

Éthiquette lance la discussion de manière captivante avec des extraits d'interviews ou des faits d'actualités marquants. Bien que soit un format table ronde ouvert sur la spontanéité, la structure est pré-définie avec des transitions fluides et rythmées entre des discussions, des anecdotes, et des réflexions entre les présentateurs et les invités potentiels. L'épisode se clôture sur des questions ouvertes qui peuvent introduire les prochaines émissions ou pour inviter l'auditeur à participer.

ARGUMENTAIRE

Éthiquette se démarque par son ambition de questionner sur la liberté d'expression personnelle et du poids des normes sociales subies au quotidien. Cet épisode parle d'un sujet pour lequel chacun peut se sentir concerné : au-delà des genres, des classes sociales et des cultures, tout le monde porte des vêtements.

Ce podcast propose donc une réflexion pertinente sur une question quotidienne : comment nos choix vestimentaires influencent-ils notre propre perception sociale et celle des autres ?

En déconstruisant les stigmatisations vestimentaires, *Éthiquette* offre une perspective de réflexion novatrice. Les auditeurs peuvent ainsi comprendre les enjeux éthiques et sociaux liés aux choix vestimentaires et au marketing des marques.

Mais aussi s'inspirer en découvrant des témoignages porteurs comme celui de Sasha ZHOYA ou des initiatives positives menées par des marques engagées. Chacun est amené à réfléchir sur ses propres choix vestimentaires et les normes qu'ils perpétuent ou remettent en question, tout en soutenant une vision de la mode plus inclusive et respectueuse des identités.

En conclusion, *Éthiquette* offre une vision optimiste sur un monde vestimentaire inclusif et éthique, unissant les auditeurs autour d'une mission commune : abolir les étiquettes.

SCRIPT

TITRE

Changeons de regard sur la mode - EP 22

INTRODUCTION

Maxime fait office de présentateur et de leader. Ses invités récurrents sont Camille, Killian et Guilhem, présents à chaque émission. Maxime prend la parole pour lancer l'introduction du podcast.

MAXIME
« Bonjour à toutes et à tous, c'est Maxime, et bienvenue dans Éthiquette, le podcast où on arrache les étiquettes que la société colle un peu partout. Et aujourd'hui, on s'attaque à la mode. Avec moi, comme toujours : Killian, Camille, et Guilhem. Salut tout le monde, ça va ? »

Chacun répond l'un après l'autre.

MAXIME
« Alors les gars, vous savez que je suis passionné de mode et est-ce que vous vous souvenez de cette histoire aux JO cet été ? Sasha ZHOYA, le prodige de l'athlétisme français, qui a voulu porter une jupe pour la cérémonie d'ouverture. Ça vous parle ? »

CAMILLE
« Bien sûr ! Je n'avais que ça dans mon feed ! Ça a beaucoup fait parler sur les médias. J'ai trouvé ça hyper encourageant, mais ce n'était pas de l'avis de tout le monde. Beaucoup ont critiqué un faux coup de marketing. »

MAXIME
« Exactement. Et c'est pas juste une anecdote. Je trouve que ces paroles soulèvent une problématique intéressante, que je vais vous faire écouter. »

L'extrait audio de Sasha Zhoya est diffusé : *« Si les femmes ont le droit de mettre le pantalon, ça pourrait être bien aussi si les hommes peuvent avoir le choix de mettre les jupes. 2024, on peut mettre tout. Il n'y a pas d'homme/femme dans la mode maintenant. »*

MAXIME
« Franchement, ça soulève plein de questions super intéressantes. »

KILLIAN
« Et pas seulement sur la mode, mais aussi sur notre façon de voir les genres en général. »

MAXIME
« Totalement. Alors aujourd'hui, j'aimerai qu'on discute de l'évolution des normes sociales dans la mode et du rôle des marques dans l'inclusion. Pour commencer, revenons sur les stigmatisations vestimentaires. Vous ne trouvez pas ça dingue qu'en 2024, alors que les mentalités ont évolué, les vêtements restent encore associés à des genres spécifiques ? »

Maxime désigne spécifiquement l'un des invités pour répondre et démarrer le débat. C'est une discussion ouverte et spontanée guidée par le développement qui suit.

LES STIGMATISATIONS VESTIMENTAIRES

→ Pourquoi les vêtements restent-ils associés à des genres spécifiques malgré l'évolution des mentalités ?

Exemples concrets
- Sasha Zhoya et les réactions médiatiques à son choix (commentaires négatifs, faux wokisme, n'a pas assumé la démarche jusqu'au bout).
- Auriana Lazraq-Khlass, une athlète féminine s'est vue refuser la tenue homme. Sasha Zhoya s'est-il désisté par équité ou pour ne pas attirer l'attention ?
- D'autres personnalités publiques ont défié les normes vestimentaires : Brad Pritt, Jules Koundé, Harry Styles.

Témoignages récoltés en micro-trottoir
- Quelles perceptions ont les gens aujourd'hui sur la mode non genrée ?
  → Impact positif, ça ne choque pas, la démarche est même encouragée.
- Existe-il un frein générationnel ou culturel ?
  → La vieille génération a été éduquée plus strictement mais reste ouverte d'esprit tandis que d'autres reconnaissent que la culture occidentale a imposé ses standards.

Questions clés
- Pourquoi pense-t-on que les vêtements restent autant associés à un genre ?
- Les normes vestimentaires sont-elles universelles ou dépendent-elles des générations et/ou des cultures ?

Transition
Ces stigmatisations sont un reflet des normes sociales, mais les normes évoluent-elles vraiment ?

L'ÉVOLUTION DES NORMES SOCIALES

→ Pourquoi les efforts faits pour l'inclusion des genres chez les enfants ne se poursuivent-ils pas à l'âge adulte?

Points abordés
- Guilhem aborde les campagnes inclusives pour supprimer la différenciation garçon/fille dans les catalogues de jouets en parlant de sa nièce. Killian renchérit avec son neveu.
- Constat : les stéréotypes sont moins présents chez les enfants que l'on encourage même à combattre, alors qu'ils reviennent à l'âge adulte.
- Responsabilité des médias et des marques : l'influence de la publicité sur les perceptions genrées en illustrant avec des exemples concrets de campagnes publicitaires.

Questions clés

- Pourquoi les stéréotypes semblent plus rigides chez les adultes ?
- Peut-on vraiment dégenrer la mode ? Cette question fait référence aux paroles récoltées en micro-trottoir qui ne sont pas d'accord avec Sasha ZHOYA : « S'il n'y a plus d'homme et de femme dans la mode, qu'est-ce qu'il nous reste ? »

Transition

Les marques sont justement au cœur de ces débats. Qu'en est-il vraiment de leur rôle dans l'inclusion ?

LES MARQUES ET LEUR RÔLE DANS L'INCLUSION

→ *Les marques ont-elles réellement le pouvoir et le devoir de changer les perceptions sociales ?*

Exemples concrets

- Exemples positifs de marques engagées : les mannequins androgynes.
- Exemples de marketing douteux : campagnes faussement inclusives : *H&M* ou *Zara* avec leur collection *Ungenred* en 2016 qui n'a pas fait l'unanimité.
- Expérience de Sasha ZHOYA avec ses sponsors : certaines marques lui ont tourné le dos tandis que les fédérations, le comité olympique et la marque *Berluti* l'ont soutenu dans sa démarche.

Questions clés

- Une marque ou une figure publique peut-elle vraiment incarner l'inclusivité ou est-ce forcément une démarche commerciale ?
- Est-ce que ces initiatives touchent vraiment le cœur des gens ou restent-elles uniquement symboliques ? Argumentation en fonction des réponses du micro-trottoir.
- Que faudrait-il faire pour que l'inclusivité dans la mode devienne un standard ?

Transition

Les marques sont-elles les seules responsables ou est-ce à nous, en tant que société, de changer notre regard pour influencer les marques ?

CONCLUSION

→ *Est-ce que ce sont les marques qui initient ce mouvement ou est-ce le regard et l'ouverture de la société qui encouragent à agir ?*

La parole est distribuée entre chaque invité pour répondre et débattre de manière positive.

Appels à l'action

- Inviter les auditeurs à commenter avec le hashtags #Ethiquette sur les réseaux sociaux.
- S'abonner et partager l'épisode.
- Donner rendez-vous pour le prochain épisode.

ANNEXES

PARTICIPANTS

- **Présentateur** : Maxime PUJO,
- **Ingénieur son** : Tom BARRÈRE
- **Invités** : Camille CARPENTIER, Killian LEBRETON et Guilhem CONFAIS-POLLET.

SOURCES

- **Qui est Sasha ZHOYA** : vogue.fr
- **Profil Instagram de Sasha ZHOYA** : instagram.com/sasha.zhoya
- **Extrait vidéo de Sasha ZHOYA en jupe** : youtube.com/@ELLEFR
- **L'inclusivité, un enjeu majeur que les marques doivent intégrer** : fashionnetwork.com
- **Les secrets de la mode révélés par les mannequins androgynes** : mmm.fr/mode
- **Mattel lance ses poupées non genrées** : huffingtonpost.fr
- **Polémique d'une campagne Calvin Klein avec un mannequin transgenre** : yahoo.com
- **Gucci veut combattre les stéréotypes toxiques** : terrafemina.com
- **Zara lance sa collection unisexe Ungenred** : huffingtonpost.com
- **The Phluid Project, une marque de vêtements non genrée** : thephluidproject.com
- **Telfar, une autre marque de vêtement non genrée** : telfar.net
- **Les jupes pour hommes omniprésentes pendant les fashion weeks** : hommeurbain.com
- **Jules KOUNDÉ, les hommes oseront-ils enfin porter des jupes** : vogue.fr
- **Crédits photos sous license Adobe Stock et Pexels.**

AMBIANCE SONORE

Les musiques d'intro et d'outro, ainsi que tous les bruitages, proviennent de licences MotionArray.