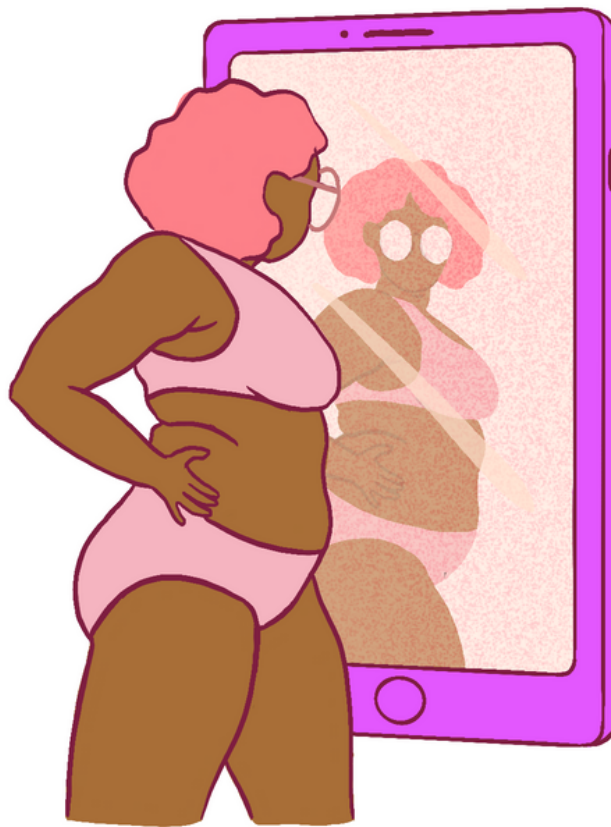


# Dossier de presse

## Je poste donc je suis ?!

Lancement d'un jeu de cartes qui s'attaque aux normes de beauté véhiculées sur les réseaux sociaux



*Le 12 octobre 2021*

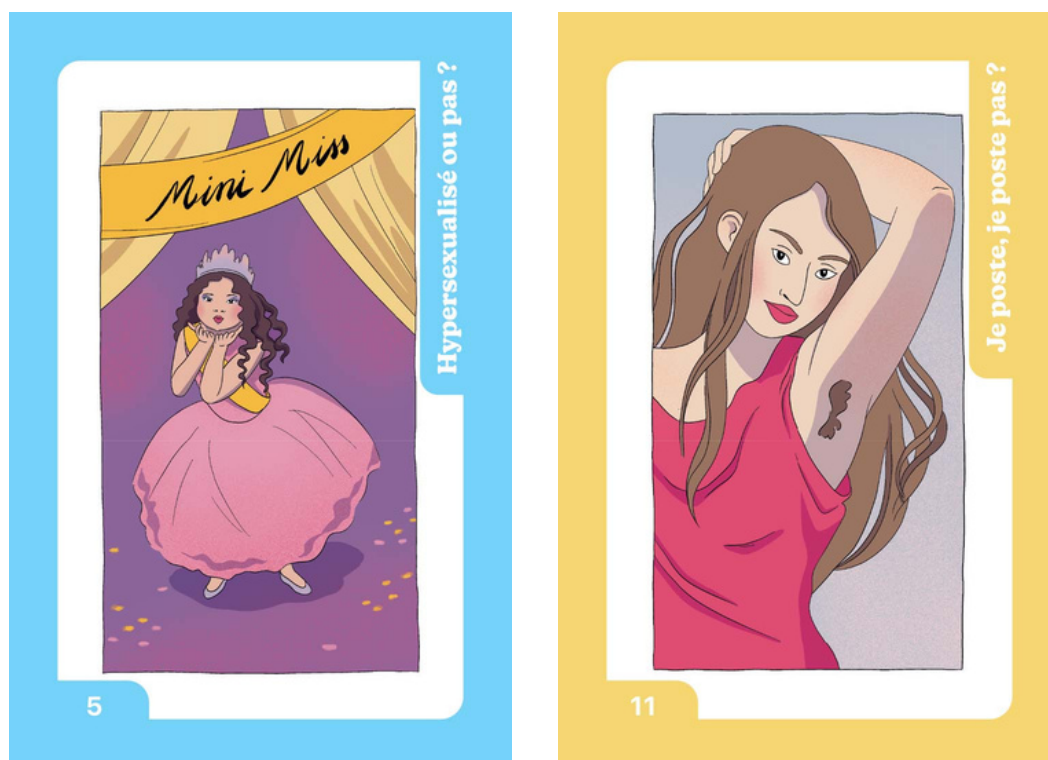
**Une campagne de la Fédération  
des Centres de Planning familial des FPS**

Dans le cadre de sa campagne lancée en juillet 2021 intitulée « **JE POSTE DONC JE SUIS ?! - Les corps sur les réseaux sociaux : miroir des injonctions aux normes de beauté** », la Fédération des Centres de Planning familial des FPS (FCPF-FPS) lance ce 11 octobre, un **jeu de cartes sous forme d'outil pédagogique** ayant pour objectif de permettre aux participant·e·s d'exprimer leur point de vue, d'ouvrir le débat, de faire réfléchir, d'échanger à propos de l'hypersexualisation et des normes de beauté sur les réseaux sociaux et leur impact sur la santé mentale des femmes.

Ce **jeu de 30 cartes** s'adresse principalement aux professionnel·le·s du secteur associatif et psycho-médico-social. Cet outil a été pensé pour être **joué en groupe** (une douzaine de joueuses·eurs maximum), notamment lors d'une animation EVRAS (éducation à la vie relationnelle, affective et sexuelle) par exemple. Il peut être utilisé **dès l'âge de 10-11 ans sans limite d'âge**.

### **L'importance de déconstruire les injonctions aux normes de beauté...**

Les femmes et les jeunes filles sont les plus concernées par ces normes de beauté véhiculées sur les réseaux sociaux (par ex. minceur, épilation,...) et leur impact, en raison du **contexte patriarcal de notre société** [1]. Parmi les codes les plus identifiables sur les réseaux sociaux, nous pouvons mettre en avant l'hypersexualisation. Si celle-ci peut être un outil d'émancipation et de réappropriation de son corps, elle peut aussi, lorsqu'elle n'est pas utilisée de manière consciente, consentie et respectée par autrui, avoir des répercussions réelles sur la construction de l'identité et sur l'estime de soi : anxiété, dépression, solitude, perte de confiance en soi... [2] Etant plus grandes consommatrices des réseaux sociaux, les femmes sont donc plus à risque de développer des troubles de santé mentale dans ce contexte spécifique.



[1] MOATTI Gérard, « La nouvelle dictature de l'image », Les Echos, 6 août 2019, <https://tinyurl.com/2jck4w9p> (Consulté le 01 octobre 2021).

[2] CENTRE DE DOCUMENTATION SUR L'EDUCATION DES ADULTES ET LA CONDITION FEMININE, « Hypersexualisation des jeunes filles : un phénomène social toujours préoccupant ? », <https://tinyurl.com/5cd7pk7a> (Consulté le 01 octobre 2021).

## Les objectifs de la campagne « JE POSTE DONC JE SUIS ?! » sont de :

- Conscientiser les citoyen-ne-s à l'impact des normes esthétiques véhiculées sur les réseaux sociaux (dont l'hypersexualisation) sur la santé physique et mentale des femmes, sur leur bien-être global et sur la pérennisation des violences faites aux femmes ;
- Contribuer à la réappropriation du corps des femmes par les femmes au sein de l'espace public numérique ;
- Conscientiser les citoyen-ne-s à l'importance de l'éducation à la vie relationnelle, affective et sexuelle (EVRAS) qui sous-tend les notions de rapport au corps, de consentement et de respect de soi et des autres dans tous les milieux de la vie et à tout âge.



## Pourquoi le slogan « JE POSTE DONC JE SUIS ?! » ?

D'une part, « **JE POSTE DONC JE SUIS !** » renvoie au fait de **s'affirmer, de s'émanciper des diktats** en postant réellement qui on est, tel qu'on est.

D'autre part, « **JE POSTE DONC JE SUIS ?** » renvoie au fait que parfois nous modifions notre apparence **afin de plaire ou de se conformer** à certaines injonctions aux normes de beauté. Dès lors, on peut se poser la question : suis-je vraiment ce que je poste ? Cette question fait aussi référence aux conséquences et aux impacts que ces injonctions peuvent avoir sur le bien-être des femmes.

Cette ambivalence renvoie aussi au fait que **les réseaux sociaux sont le prolongement de notre vie dans l'espace public réel**. Dans la « vraie » vie ou sur les réseaux sociaux, peu importe ce que nous pensons ou nous montrons, nous livrons une partie de nous-même : par exemple, un manque de confiance ou encore le fait de s'assumer tel que nous sommes, etc. Poster un contenu sur un réseau social, c'est donc être ou représenter quelque chose de nous, que cela soit de manière consciente ou non.



## Sur les réseaux sociaux : des images calculées, souvent retouchées

La majorité des contenus publiés en ligne sont contrôlés, l'image est calculée, souvent retouchée [3]. En raison d'un idéal impossible à atteindre ou d'une pression sociale trop forte, ces représentations de la réussite, de la beauté et ces normes esthétiques peuvent avoir des **répercussions négatives sur la santé mentale des femmes**, surtout chez les jeunes en pleine construction identitaire [4]. Ces risques sur la santé mentale sont aussi alimentés par les algorithmes des réseaux sociaux qui sont en partie programmés pour mettre certains contenus plus en avant que d'autres. Selon une enquête de Mediapart, **les contenus avec des photos de femmes en sous-vêtements ou en bikini par exemple, sont davantage susceptibles d'apparaître dans le fil d'actualité des utilisatrices-teurs que d'autres contenus avec moins de peau visible** [5]. Les algorithmes, présents sur de nombreux réseaux sociaux, tendent à maintenir les utilisatrices-teurs dans des **bulles de filtres** [6] et ne leur font voir que des contenus similaires, les enfermant ainsi dans une représentation peu diversifiée de la réalité ou, plus particulièrement ici, des corps. On peut même parler d'une formule « beauté » sur les réseaux sociaux. Les 100 femmes les plus influentes sur Instagram ont de nombreux points communs : grandes, jeunes, cheveux longs, ventre plat, poitrine importante [7] et l'algorithme met généralement en avant des corps à la peau claire et aux traits fins [8] ; **des corps auxquels nous pouvons parfois avoir tendance à nous comparer** [9]. Un cercle vicieux qui entretient cette double pression d'atteindre à la fois un idéal de beauté mais également de l'afficher.

[3] DEGONVILLE Chelsea et ROBERT Tatiana, « La mise en scène érotique de la femme sur Instagram : origine, ampleur et conséquences du phénomène », Les Mondes Numériques, 1er février 2016, <https://tinyurl.com/3tnzxdzr> (Consulté le 01 octobre 2021).

[4] RAPHAEL Sarah, « Quelles sont les conséquences psychologiques de notre addiction aux réseaux sociaux ? », Vogue, 8 février 2021, <https://tinyurl.com/b89vp6rs> (Consulté le 01 octobre 2021).

[5] ARENDT Olivier, « Une enquête dévoile l'existence d'une prime à la nudité sur le réseau social Instagram », RTBF, 17 juin 2020, <https://tinyurl.com/ys5hmrya> (Consulté le 01 octobre 2021).

[6] Les algorithmes des réseaux sociaux vont décider, à l'insu de l'utilisatrice-teur, ce qui va apparaître ou non sur son fil d'actualité. Ces contenus seront affichés en fonction des intérêts de chacun-e et ont tendance, donc, à enfermer les utilisatrices-teurs dans des bulles de contenus avec lesquels elle-il est déjà d'accord ou qu'elle-il connaît déjà, confirmant ainsi ses opinions ou positions politiques préalables et l'empêchant ainsi d'explorer et de découvrir de nouveaux contenus ou de nouveaux avis. MAILLET Maxime, « L'algorithme d'Instagram enferme-t-il les jeunes dans une bulle de filtres? Expérimentation autour de l'algorithme d'Instagram », Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication de l'Université catholique de Louvain, 2019, <https://tinyurl.com/a6rt6cc2> (Consulté le 01 octobre 2021).

[7] ARENAS Caroline, « Voici le physique qu'il faut avoir pour faire partie du top 100 sur Instagram », Madmoizelle, 23 septembre 2019, <https://tinyurl.com/5ftxzadh> (Consulté le 01 octobre 2021).

[8] MURHULA Christelle et al., « Enquête : comment Instagram a changé les normes de beauté », Marie-Claire, 6 avril 2021, <https://tinyurl.com/3xf6feh9> (Consulté le 01 octobre 2021).

[9] MINOTTE Pascal, « Adolescence, médias sociaux et santé mentale », Observatoire « Vies Numériques » du Centre de Référence en Santé Mentale, Note n°4, juin 2020, p. 10, <https://tinyurl.com/jv6vfham> (Consulté le 01 octobre 2021).

## Les conséquences des injonctions aux normes esthétiques sur le bien-être et la santé mentale des femmes

Lorsque l'hypersexualisation devient une injonction ou se manifeste au travers du regard de l'autre, elle peut dans certains cas, avoir un impact sur le bien-être des femmes. Cela ne découle pas du phénomène en lui-même mais surtout de tout ce qui l'entoure : injonction à certaines normes de beauté, insultes, réactions négatives ou inappropriées, harcèlement [10], etc.

Dans ces cas :

- **L'hypersexualisation peut enfermer les femmes dans des comportements ou attitudes stéréotypés comme l'image de la femme-objet** [11] par exemple. Le message qui peut transparaître, à tort, derrière ce phénomène est que le corps des femmes peut être utilisé, exploité, voire agressé [12]. Cela pérennise la culture du viol et les violences faites aux femmes qui ont des conséquences évidentes sur leur bien-être [13] (sentiment de culpabilité, auto-restriction de publier tel type contenu, etc.).
- **Il existe une certaine pression quant aux injonctions à être belle et disponible sexuellement.** Certaines femmes vont donc être enclines à tout miser sur leur physique et leur apparence ou encore à faire des efforts pour accéder à ce modèle considéré comme « parfait » et « sexy » [14]. Ces actions, comme le fait de s'épiler, par exemple, ne constituent pas un problème en soi, ce qui est problématique c'est de s'y plier, de se sentir obligée de le faire pour s'intégrer ou pour être acceptée socialement [15].
- **La dépendance à l'appréciation d'autrui et au regard masculin, plus particulièrement, peut se prolonger sur les réseaux sociaux, ce qui génère de nombreuses conséquences sur la santé mentale et physique des femmes [16].** Parmi elles, on retrouve : la mauvaise estime de soi, les troubles alimentaires, les régimes, la consommation de drogue et d'alcool, etc [17]. Dans le sondage en ligne mené par la FCPF-FPS [18], 41,2% des répondant-e-s ont déjà ressenti une mauvaise estime d'elles-eux-mêmes, de la jalousie (34,9%) ou encore une honte de leur corps (32%) en utilisant des réseaux sociaux comme Instagram ou Tik Tok.

---

[10] Pour en savoir plus sur le harcèlement sexiste en ligne, voir la campagne 2020 de la FCPF-FPS : Le harcèlement sexiste virtuel, c'est RÉEL !

[11] CENTRE PERMANENT POUR LA CITOYENNETE ET LA PARTICIPATION, « Hypersexualisation. Les émotions en solde », Op. Cit. p. 5.

[12] CENTRE DE DOCUMENTATION SUR L'EDUCATION DES ADULTES ET LA CONDITION FEMININE « Hypersexualisation des jeunes filles : un phénomène social toujours préoccupant ? », Op. Cit.

[13] AMNESTY INTERNATIONAL, « Combattre la culture du viol », février 2020, <https://tinyurl.com/t2u8vtnk> (Consulté le 05 octobre 2021).

[14] CENTRE DE DOCUMENTATION SUR L'EDUCATION DES ADULTES ET LA CONDITION FEMININE, « Hypersexualisation des jeunes filles : un phénomène social toujours préoccupant ? », Op. Cit.

[15] VILLE Cassandre, « L'intériorisation des normes : une analyse discursive des pratiques dépilatoires des femmes à Montréal. », Anthropologie et Sociétés, 2016, <https://tinyurl.com/22a7w6jt> (Consulté le 05 octobre 2021).

[16] CENTRE DE DOCUMENTATION SUR L'EDUCATION DES ADULTES ET LA CONDITION FEMININE, « Hypersexualisation des jeunes filles : un phénomène social toujours préoccupant ? », Op. Cit.

[17] Ibid.

[18] Sondage en ligne réalisé par la FCPF-FPS sur 417 personnes (public mixte et de tout âge). Ce sondage a été mené afin de prendre le pouls de la population sur ce sujet. Il n'a donc pas de portée scientifique.

Toujours d'après le sondage mené par la FCPF-FPS, 37,8% des répondant·e·s estiment se comparer régulièrement à d'autres personnes sur les réseaux sociaux, et 47,2% comparent, plus précisément leur corps à d'autres corps. **Ces comparaisons sont essentiellement dues à des complexes ou renforcent ceux-ci** : l'impression d'être trop gros·ses, trop vieilles·vieux, pas aussi belles·beaux que d'autres personnes ou encore pas assez musclé·e·s. Les contenus des réseaux sociaux et l'activité des influenceuses·eurs peuvent, dans certains cas, entretenir cette pression, cette comparaison et cette compétition que ce soit au travers d'un idéal esthétique à atteindre ou au travers notamment des « *likes* » ou des commentaires à obtenir.

## Pistes et astuces pour utiliser les réseaux sociaux de manière libre et positive

Avec sa campagne « **JE POSTE DONC JE SUIS ?!** », la FCPF-FPS souhaite informer le grand public sur l'existence d'outils aidant à la bonne compréhension et utilisation des réseaux sociaux. Par exemple, la·le citoyen·ne peut [19] :

**Puiser dans  
l'éducation aux  
médias (EAM)**

Il s'agit de pouvoir profiter de toutes les opportunités et richesses qu'offrent les médias tout en étant capable de détecter les limites et les dérives qui s'y rapportent.

**Etre  
curieuses·eux,  
pratiquer,  
tester**

Des programmes de retouches ou simplement des filtres proposés sur les réseaux sociaux peut être une très bonne manière de prendre conscience de tous les contenus qui peuvent être manipulés en ligne. Vous serez ainsi de plus en plus apte à détecter le réel du modifié.

**Changer  
d'horizon**

A force de suivre les mêmes influenceuses·eurs depuis des mois ou des années, difficile de changer d'univers, surtout pris·e au piège dans la bulle de filtre ! Pourtant des comptes montrent l'envers du décor des photos sur les réseaux sociaux. Par exemple [@celestebarber](#), une comédienne australienne qui imite des influenceuses en reproduisant leurs photos avec beaucoup d'humour.

[19] Afin de découvrir tous les outils pour une meilleure compréhension des réseaux sociaux, consultez [la brochure produite dans le cadre de la campagne « JE POSTE DONC JE SUIS ?! »](#).

## Les mouvements body positive et body neutrality

Né dans les années 1990, le mouvement « bodypositive » encourage l'acceptation de soi et prône le fait de s'aimer et d'aimer son corps [20]. Cependant, il faut rester critique face à ce mouvement. Bien qu'être entouré-e de messages positifs concernant la pluralité des corps permet une meilleure acceptation du sien [21], le mouvement bodypositive est parfois détourné pour mettre en avant des corps rentrant dans les normes de beauté ou qui ne présentent pas de caractéristiques peu montrées dans les médias traditionnels (cellulite, bourrelets, etc.) [22]. Par ailleurs, insister sur le fait d'aimer son corps à toutes occasions peut représenter une nouvelle forme d'injonction [23] et peut faire culpabiliser les femmes qui n'y arrivent pas, ou pas toujours [24]. Et, si le message premier est d'aimer son corps tel qu'il est, cela implique que la préoccupation des femmes devrait encore et toujours rester sur leur apparence physique [25].



C'est pourquoi le mouvement de « body neutrality » semble être un bon compromis entre l'amour et le désamour de soi [26], accepter que certains jours nous nous aimons, et d'autres pas [27], et c'est normal. Contrairement au mouvement bodypositive qui vise à valoriser tous les types de corps, le mouvement body neutrality place la valeur des femmes ailleurs que sur leur corps [28]. Cela permet aussi d'éviter de ramener toujours les femmes à leur apparence, surtout dans une société où leurs corps sont constamment examinés à la loupe [29].

De nombreux comptes sur Instagram prônent l'acceptation de soi tout en proposant de nouveaux modèles comme par exemple [@mybetterself](#), tenu par la Française Louise Auberty qui publie quotidiennement des photos pour décomplexer et dédramatiser les imperfections de la peau. Son compte veut s'éloigner de l'esthétisme parfait, souvent mis en avant sur les réseaux sociaux.

[20] VEYRAT Lola, « Le mouvement Body Positive est-il vraiment libérateur pour les femmes ? », Femmes Plurielles, n°72, mars 2021, pp. 22-23, <https://tinyurl.com/a8rr73f8> (Consulté le 05 octobre 2021).

[21] MINOTTE Pascal, « Adolescence, médias sociaux et santé mentale », Op. Cit. p. 8.

[22] COHEN, Rachel, et al., « The case for body positivity on social media: Perspectives on current advances and future directions », Journal of Health Psychology, 19 mars 2020, <https://tinyurl.com/yp2htx6z> (Consulté le 05 octobre 2021).

[23] VEYRAT Lola, « Le mouvement Body Positive », Op. Cit.

[24] COHEN, Rachel, et al., « The case for body positivity on social media », Op. Cit.

[25] Ibid.

[26] Ibid.

[27] VEYRAT Lola, « Le mouvement Body Positive », Op. Cit.

[28] COHEN, Rachel, et al., « The case for body positivity on social media », Op. Cit.

[29] Ibid.

## Les outils de la campagne

Dans le cadre de la campagne « **JE POSTE DONC JE SUIS ?!** », la FCPF-FPS a produit **plusieurs supports informatifs et pédagogiques** pour le grand public et les professionnel·le·s du secteur psycho-médico-social.



### Le jeu de cartes qui s'attaque aux normes de beauté véhiculées sur les réseaux sociaux

Ce **support pédagogique et ludique** aborde l'hypersexualisation, les normes de beauté, les conséquences de ces normes sur le bien-être et la santé mentale des femmes, la responsabilité collective et l'utilisation positive des réseaux sociaux. **Cet outil est complémentaire à la brochure d'informations rédigée dans le cadre de ce projet.**

Ce jeu de cartes s'adresse principalement aux **professionnel·le·s du secteur psycho-médico-social** et notamment aux animatrices-teurs EVRAS (Education à la vie relationnelle, affective et sexuelle).

Cet outil est composé de **30 cartes de 4 couleurs différentes correspondant chacune à une question/thématique spécifique** :

#### 1) HYPERSEXUALISÉ OU PAS ?

**Objectif** : discuter et débattre de la manière dont on considère certains contenus comme étant hypersexualisés ou pas et quelles conséquences cela peut avoir sur le bien-être physique et mental des personnes qui postent ces contenus.

#### 2) JE POSTE, JE POSTE PAS ?

**Objectif** : discuter de comment on se sent face à un contenu et débattre des conséquences que certains contenus et/ou réactions des autres peuvent avoir sur le bien-être physique et mental des femmes et des filles.

#### 3) JE LIKE, JE LIKE PAS ?

**Objectif** : apprendre à élargir son point de vue en découvrant d'autres types de contenus et d'autres types de corps sous-représentés sur les réseaux sociaux.

#### 4) Le VRAI du FAUX

**Objectif** : prendre conscience de la manière dont certains contenus peuvent être authentiques ou, au contraire, modifiés, retouchés, manipulés (voir exemple à la page suivante).

Chaque carte est expliquée dans le document accessible via le QR code de la première carte du jeu. Pour aller plus loin dans la réflexion ou dans le débat, ce jeu de cartes est accompagné d'une **brochure informative complète** qui plongera les animatrices-teurs ou les utilisatrices-teurs dans les différents enjeux des normes de beauté et de l'hypersexualisation des corps sur les réseaux sociaux.

Le jeu de cartes est disponible **dès à présent** (gratuit hors frais d'envoi) en format papier (auprès de l'équipe de la FCPF-FPS) et téléchargeable en format PDF sur le site internet de la FCPF-FPS.





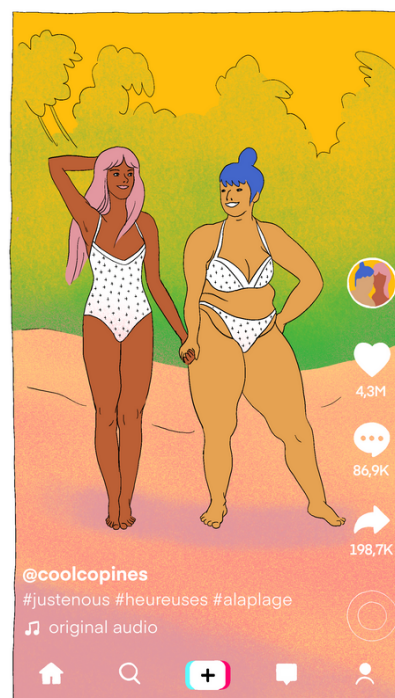


## Une brochure informative

Cette brochure permet de mieux comprendre l'influence sur la santé et le bien-être des femmes des normes esthétiques (dont l'injonction à l'hypersexualisation présente dès l'enfance) véhiculées sur les réseaux sociaux.

### Plus précisément, la brochure aborde les points suivants :

- Les liens entre les corps, les réseaux sociaux et la santé mentale
- L'évolution des réseaux sociaux
- Les normes véhiculées sur les réseaux sociaux qui s'inscrivent dans un contexte patriarcal
- Les définitions : normes esthétiques, hypersexualisation
- Quelles conséquences sur le bien-être et la santé mentale des femmes ?
- Pistes et astuces pour utiliser les réseaux sociaux de manière libre et positive
  - Puiser dans l'éducation aux médias
  - Les mouvements body positive et body neutrality
  - Services d'aide et d'accompagnement
- Lexique, références et bibliographie
- Ressources supplémentaires : pour aller plus loin



La brochure peut être commandée en format papier auprès de l'équipe de la FCPF-FPS (gratuite hors frais d'envoi). Elle est aussi téléchargeable en format PDF sur le site internet de la FCPF-FPS.

## Deux capsules vidéos

Deux courtes capsules vidéos d'information et de sensibilisation seront tournées et publiées en ligne (sur le [site internet de la FCPF-FPS](#), [Instagram](#), [Facebook](#) et [Viméo](#)).

La première capsule vidéo sera diffusée en **din octobre 2021** et portera sur **l'impact des normes de beauté véhiculées sur les réseaux sociaux sur le bien-être des femmes ainsi que sur des comptes proposant d'autres visions du corps**. Au sein de cette vidéo interviendront Pascal Minotte, psychologue, psychothérapeute et chercheur au Centre de référence en santé mentale (CRéSaM) et Curvy Blue Marine, créatrice de contenu digital et influenceuse + size.

La seconde capsule vidéo sera diffusée en **novembre 2021** et portera sur **des astuces concrètes pour démêler le vrai du faux sur les réseaux sociaux en puisant dans l'éducation aux médias**. Au sein de cette vidéo interviendra Eglantine Braem, chargée de projets au sein de l'ASBL Action Médias Jeunes.



**Restez connecté·e·s sur :**

- [Notre page Facebook](#)
- [Notre compte Instagram](#)



**Le 16 octobre 2021 : Participation à la journée "Bien-être & Santé"**

**Dans le cadre de la semaine de la santé mentale en Wallonie**, l'équipe de la Fédération des CPF des FPS ainsi que le Centre de Planning familial "Willy Peers" de Namur et le Centre de Planning familial - Réseau Solidaris de Namur participeront le **16 octobre 2021 à la journée "Bien-être & Santé"** organisée par "[Un pass dans l'impasse](#)" et Solidaris. Cet événement se tiendra de 9h à 16h30 à Namur (SOLIDARIS MUTUALITÉ - Chaussée de Waterloo 182, 5002 Namur, Belgique). Notre Fédération et les deux Centres de Planning familial de Namur tiendront un stand durant toute cette journée au sein du Village associatif. Lors de cet événement, la Fédération prévoit notamment une animation autour du jeu de cartes **"Je poste donc je suis?!"**.

Plus d'infos sur la journée "Parenthèse Bien-être & Santé" : <https://miniurl.be/r-3vj3>.

## Qui sommes-nous ?

La Fédération des Centres de Planning familial des FPS (FCPF-FPS) a été fondée en 1984 par les Femmes Prévoyantes Socialistes afin de créer un contre-pouvoir et une représentation spécifique et laïque dans le domaine de la contraception, de la parenté responsable, de l'interruption volontaire de grossesse et des relations affectives et sexuelles égalitaires.

La Fédération a pour objet la coordination et la promotion de l'action de ses 17 Centres de Planning familial, dont 9 pratiquent l'IVG, et de diverses autres structures de proximité, situés à Bruxelles et en Wallonie. La Fédération représente ses Centres de Planning familial auprès des pouvoirs publics. Elle prend toute initiative en vue de promouvoir leur action. Elle centralise et fournit l'information pertinente à leur travail.

La FCPF-FPS réalise également diverses actions et publications : campagnes, enquêtes, brochures, événements, portes ouvertes, etc.

Enfin, la FCPF-FPS est reconnue par le décret du 17 juillet 2003 relatif au soutien de l'action associative dans le champ de l'Éducation permanente.

Dans le cadre de la création de sa campagne 2021, la FCPF-FPS a collaboré avec : les Femmes Prévoyantes Socialistes, le Centre de Planning familial FPS de Verviers, le Centre de Planning familial FPS « Willy Peers », Latitude Jeunes ASBL, Service Promotion de la Santé de Solidaris, Action Média Jeunes, Arc-en-ciel Wallonie et le CRÉSaM.

## Une initiative de la Fédération des Centres de Planning familial des Femmes Prévoyantes Socialistes.

Avec le soutien de la Fédération Wallonie-Bruxelles, de la Région  
wallonne et d'Equal.brussels.

Fédération des Centres de Planning familial des Femmes Prévoyantes  
Socialistes (FCPF-FPS) Place Saint-Jean, 1-2 1000 Bruxelles  
Tél. 02/515.17.68 - [cpf@solidaris.be](mailto:cpf@solidaris.be)

**CONTACT PRESSE** : Eloïse MALCOURANT- Chargée de communication  
et responsable éducation permanente Tél. 02/515.17.68 -  
0472/48.48.60 - [eloise.malcourant@solidaris.be](mailto:eloise.malcourant@solidaris.be)

Plus d'infos sur la campagne « **JE POSTE DONC JE SUIS ?!** » sur  
[www.planningsfps.be](http://www.planningsfps.be).

