

Date : 02/11/10

Le marché du sexe sort de son ghetto

Diaporama : <http://www.vosgesmatin.fr/fr/actu/lefaitdujour/article/4072043/Le-marche-du-sexe-sort-de-son-ghetto.html>

Par mesure d'hygiène, les gadgets ne sont ni repris, ni échangés. » Affichée en fluo au-dessus du comptoir, l'injonction va de soi dans tout autre commerce. Mais là, difficile de ne pas réprimer un sourire. Nous sommes au « Sens dessus dessous », sex-shop discret à deux pas d'une boulangerie et d'un supermarché, à la sortie d'Epinal. Au milieu des sous-vêtements en cuir, des DVD aux jaquettes explicites et des accessoires de toute taille, Francis*, ex-jeune cadre dynamique qui a troqué le costard-cravate contre le jean et la boucle d'oreille, croise chaque jour depuis neuf ans un condensé de la société haut en couleurs, du groupe de copines au travesti en passant par le papy de 102 ans qui débarque en taxi. « Je le baladais au milieu des rayons en fauteuil roulant ! »

La clientèle du sex-shop moderne a bien changé. Tous les âges se croisent et les femmes représentent désormais près de la moitié des clients, en partie victimes d'un effet de mode. Certaines émissions de télé ont fait du sex-toy un objet-roi qu'il faut avoir chez soi. « Comme le gamin qui veut son train téléguidé à Noël, la mère de famille veut maintenant son œuf vibrant commandé à distance même si elle ne l'utilise que quatre fois », note Francis. Cet ustensile de plaisir fait partie des meilleures ventes de la boutique aux côtés des vibromasseurs ludiques en forme de canard ou de fleur. Et juste devant, le classique « gode » XXL, 42 cm de plastique à faire pâlir les mâles les mieux dotés par la nature. Pas de quoi choquer le patron qui se voit avant tout comme un commerçant. « Je ne suis pas un détraqué ni un amoureux du gode, je suis un père de famille, c'est fini l'image du sex-shop glauque rempli de pervers et de clients honteux comme il y a vingt ans. »

Les sex-toys à portée de tous

Évaluation du site

Le site Internet du quotidien régional Vosges Matin diffuse des articles concernant l'actualité générale.

Cible
Grand Public

Dynamisme* : 45

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

Grâce aux **sex**-toys vantés par la série « Sex and the City » le sexe est devenu l'affaire de tous... et tout le monde peut faire des affaires. A l'image de Cathy, la vingtaine, chargée de clientèle dans les assurances. Rien ne la prédisposait à vendre des sex-toys, de la lingerie et des **huiles** de massage aphrodisiaques. Ce qu'elle fait depuis le mois de juillet pour le compte de la société « **Secrète Arlette** » lors de réunions de vente. Devenue **ambassadrice** de la marque lors d'une visite entre filles au salon de l'érotisme de Mulhouse, elle vend désormais sex-toys et lingerie comme elle vendait jadis des produits de beauté et des boîtes en plastique selon le même procédé. En plus détendu. Au départ, elle n'invitait que ses amis. Puis ce cercle s'est étendu à ses meilleurs clients, essentiellement des femmes. Une ancienne collègue de sa période « Tupperware » lui envoie aussi des clientes ouvertes d'esprit. « Après tout, on fait dans le plastique toutes les deux », sourit-elle.

Cette activité secondaire lui rapporte 200 euros par mois au rythme d'une réunion hebdomadaire. Mais avec un agenda rempli pour novembre, Cathy espère grimper à 500 euros. Car son pourcentage dépendra du volume des commandes qui oscillent entre 25 et 50 euros par personne en moyenne. Des sommes peu élevées qui s'expliquent par la clientèle, qui découvre la plupart du temps les sex-toys avec ces réunions : célibataires qui ne veulent pas faire une croix sur leur plaisir, jeunes couples qui veulent s'encanailler ou clients d'âge mûr en quête de nouveauté. Quel que soit leur horizon, ces couples cherchent d'abord à mettre du ludique dans leur vie sexuelle.

Une entreprise qui ne connaît pas la crise

Plus rentable, l'échangisme se porte aussi comme un charme. Les établissements spécialisés se sont multipliés dans l'est de la France ces dernières années. « Il y en a une quarantaine dans un rayon de 200 km », indique Claude-Michel Charton. Ce quinquagénaire énergique a fait figure de précurseur lorsqu'il a ouvert « L'Usine », il y a 15 ans, à Belval, un village perdu entre Vosges et Alsace. Il refuse l'étiquette échangiste. Il préfère celle, plus sophistiquée, de club « libertin » ou « épicurien ». Lui-même se voit comme le patron d'un complexe hôtelier totalement intégré dans la vie locale. Son établissement figure d'ailleurs sur les panneaux indicateurs à côté de l'église ou de la mairie. Rien à voir avec un lieu de débauche. « Je suis le seul dans mon genre. Je n'ai rien de commun avec les autres clubs. Le glauque, le vulgaire, le sordide, j'en veux pas. Propreté, hygiène et convivialité, c'est ma devise », clame Claude-Michel Charton.

Grosse bâtisse bourgeoise bleu horizon plantée au milieu de la commune, « L'Usine » a effectivement l'allure d'un hôtel-restaurant-boîte de nuit « normal ». Voire plutôt haut de gamme avec sa piscine, sa salle de gym et son sauna. Tout cela à 150 euros la nuit pour un couple. Un prix qui comprend le petit « coin câlins » installé à côté de la piste de danse. Trois lits qui rappellent la spécificité du lieu. Rien de tapageur. Le patron gère son commerce en famille. Sa femme sert au bar. Son fils d'une vingtaine d'années est derrière les fourneaux.

Ce mélange tranquille de confort bourgeois et de sexe ne connaît pas la crise. « J'ai une clientèle qui vient de toute la France mais aussi de l'étranger. Je touche tous les âges et tous les milieux. C'est ce qui me sauve. On n'est pas riche mais on vit bien. Notre bilan comptable est aussi bon que les années précédentes », confie le patron de « L'Usine ». Ce qui ne lui vaut pas que des amis. Il a reçu des lettres anonymes d'intimidation. Des concurrents jaloux, d'après lui. Loin de la gaudriole et de l'esprit grivois, le marché du sexe reste avant tout un gâteau « juteux » qui aiguise les appétits.

A condition d'avoir les dents suffisamment longues pour en manger. Ce qui n'est plus le cas du « Love Paradise ». Ce sex-shop à l'ancienne est resté durant des années dissimulé dans un recoin sinistre d'une artère peu passante d'Epinal. C'était la période du « vivons cachés, vivons heureux ». Une époque révolue. Internet est passé par là et a mis la pornographie à la portée d'un discret clic d'ordinateur. La clientèle du « Love Paradise » a alors commencé à fondre.

S'adapter pour survivre

Le patron, Jean-Claude Lahache, a donc décidé de déménager, d'échapper au ghetto. « Nous sommes victimes d'une réglementation de plus en plus stricte. C'est une vraie chasse aux sorcières... Et je ne veux plus être une sorcière », râle ce quinquagénaire qui s'est lancé dans le commerce du sexe pour échapper aux cadences infernales de l'usine.

Il a trouvé un local avec pignon sur rue. Une ancienne boulangerie qu'il est en train de reconverter. Mais pas en sex-shop au sens strict. Plutôt en une boutique vaguement érotique. Finies les cabines de projection de film X. Finis aussi les magazines pornographiques. Reste la lingerie sexy et les incontournables sex-toys. « Cela ne suffira pas. Je vais aussi vendre des vêtements normaux et des bijoux fantaisie. Il faut que j'étende ma gamme pour pouvoir élargir ma clientèle aux femmes et aux couples. Si je me limite aux produits du sexe, je ne vais pas tenir le coup car on en trouve partout. Tout le monde en fait. Le développement de la vente à domicile nous a fait beaucoup de mal », analyse Jean-Claude Lahache qui tente désespérément de s'adapter à la démocratisation des accessoires sexuels.

Christophe GOBIN et Julien DAMIEN