



Genre

Le commerce a un sexe à la rue du Mont-Blanc

Un hôtel réserve un étage pour les femmes tandis qu'une clinique esthétique cible uniquement les hommes

Sophie Simon

On ne sait pas quelle mouche a piqué les commerçants de la rue du Mont-Blanc, mais à quelques numéros d'écart, deux enseignes ont presque eu la même idée. L'hôtel Bristol vient de construire neuf chambres spécialement pensées pour les femmes tandis que la Gentlemen's Clinic vient d'ouvrir ses portes et se consacre à la médecine esthétique exclusivement pour les hommes. Un coup marketing? C'est ce qu'estime le spécialiste en genre Pascal Mark Gygax (lire ci-dessous).

Il y a quelques mois, Genève Tourisme éditait un «Geneva Girls' Guide» et l'hôtel Rotary McGallery ouvrait la voie avec son concept «Inspired by her», promettant peignoir et chaussons adaptés aux petites tailles, cintres à jupes, miroirs sur pied, magazines féminins et collants de rechange à la réception.

Coup de rasoir et infusion

Aujourd'hui le Bristol se targue d'aller bien plus loin en ayant rasé cinq salles de conférences pour créer ses chambres «Ladies First». «C'est une vraie construction, promet Xavier Collange, directeur général du quatre-étoiles supérieur. Ce n'est pas juste une chambre avec deux démaquillants dans la salle de bains.» Les femmes représentent environ 30% de la clientèle des deux établissements. Le Bristol s'est inspiré de ce qu'a fait Richard Branson dans son hôtel Virgin de Chicago. Copiant notamment l'idée d'une niche spéciale dans la douche, afin de pouvoir y poser le pied et se raser les jambes. La comparaison s'arrête là, car aux Etats-Unis, c'est carrément lubrifiant et vibromasseur qui attendent les femmes dans le minibar. Dans la protestante Genève, c'est smoothies, boissons organiques et large sélection d'infusions.

Quand on entre dans la salle de bains, tampon et serviette hygiénique sont à disposition en évidence. Près de la coiffeuse illuminée, un «sèche-cheveux superpuissant», décrit Béatrice Vaisseau, directrice des ventes, «et un fer à lisser!» renchérit Xavier Collange. Au menu du room service, potages, salades et poissons, mais pas que. Au sol, un parquet en chêne vieilli, car «il y a un risque que les parquets s'abîment avec les talons, or le chêne est le bois le plus dur». A la fenêtre, un garde-corps «flouté pour pouvoir se ba-



Si la clinique pour hommes joue du fauteuil en cuir et de la petite voiture, la chambre pour femmes évite le rose. S. MENDEZ/D. RUPA

«Du sexisme bienveillant»

● Ces initiatives commerciales fondées sur le sexe des clients sont «clairement des coups marketing» aux yeux de Pascal Mark Gygax, maître de conférences à l'Université de Fribourg et spécialiste des questions de genre. «On joue sur l'effet d'appartenance à un groupe. Il y a quelque chose de rassurant à s'intégrer dans un milieu stéréotypé, cela peut par exemple libérer les femmes du jeu de séduction avec les hommes.»

Il rappelle qu'«il n'y a pas de bases biologiques qui déterminent les comportements,

comme la femme sensible et l'homme agressif. C'est comme les produits de beauté, rien ne détermine que ce sont les femmes qui doivent faire attention à elles, c'est la société qui nous l'impose. Donc c'est dommage de continuer à nourrir ça, c'est du sexisme bienveillant.» Il préfère pointer du doigt la démarche plutôt que la clientèle: «Il serait plus intéressant de proposer aux femmes des activités non stéréotypées, comme de la boxe ou des conférences politiques. Là, ce serait un acte féministe.» S.S.

lader en petite tenue». Ces chambres ont même reçu le label «Recommandé pour les femmes» de l'agence spécialisée Maiden Voyage (qui distingue aussi le Swisshotel Métropole pour ses efforts sur les cosmétiques et les fleurs).

Cet étage entier réservé aux femmes vise-t-il les touristes des pays du Golfe? «Non, pas du tout, reprend Béatrice Vaisseau. Elles voyagent souvent accompagnées, en famille. Là, il s'agit de chambres pour femmes seules, des femmes d'affaires.» Est-ce un acte revendicateur? Ou discriminatoire? Non et non, «c'est juste pour répondre aux attentes de notre clientèle». Sans surcoût.

L'homme a aussi des seins

Quelques mètres plus loin, changement de décor. Après avoir ouvert à Zurich en 2014, la Gentlemen's Clinic nous accueille dans sa nouvelle succursale genevoise, aux allures de club britannique. Dans les salles de consultation, des maquettes de bateaux et des voitures miniatures chargent l'ambiance de testostérone. Dans le secteur de la médecine esthétique, on dit souvent que sur dix patients, il y a un homme pour neuf femmes. «Mais l'intérêt pour ce secteur a augmenté de 100% chez les hommes en une décennie», estime le Dr Alexander Cuno.

Il évoque plusieurs différences physiologiques qui justifient une attention particulière pour ces messieurs. «La peau de l'homme est de 15 à 20% plus épaisse et

secrète plus d'huile. Ils ont le sourcil plus bas, la mâchoire plus grande. Par exemple, pour les traitements de toxine botulique, il leur faut une dose bien plus élevée que les femmes. Enfin, les hommes sont plus sensibles à la douleur.» L'aspect psychologique a aussi beaucoup d'importance. «Contrairement aux femmes, ils ne veulent pas forcément avoir l'air plus jeunes, mais plus «fit», en bonne santé, pour être plus compétitifs sur le marché du travail.»

Chloé Gaden, responsable de la clinique, relève que «les hommes se sentent parfois jugés par le regard des femmes, ça les met plus à l'aise dans leur démarche de venir consulter ici, dans une ambiance cosy qui les rassure». Les traitements les plus demandés sont la liposuction, la gynécomastie (chirurgie de la poitrine masculine, «parfois les graisses s'accumulent sous les seins et ils veulent avoir des pectoraux tout plats»), la chirurgie des paupières et la transplantation capillaire.

L'expérience zurichoise permet de décrire le patient type: «De l'ouvrier au chef d'entreprise, 80% d'entre eux ont moins de 40 ans. Beaucoup de jeunes prennent soin d'eux. Et puisque vous allez sûrement nous le demander, nous avons entre 5 et 10% de clientèle homosexuelle.»

Lire l'éditorial en page une: «Cachez-moi ce deuxième sexe»

Pour parler sur la Syrie la police a du renfort

Surchargée, la police genevoise recevra un intercantonal pour assurer la sécurité lors des sessions de médiation.

La police genevoise ne seule à assurer la sécurité lors des sessions de médiation. D'autres polices cantonales lui prêteront main forte lors des prochains cycles de médiation. Le caractère atypique de ces sessions entamées à la fin de l'année à Genève, pour une durée qui nécessite du renfort.

A chaque session de médiation, soit environ quinze jours, la police cantonale de Genève, l'opération Euphrate pour notamment la sécurité des camps de réfugiés, des hôtels où logent les déplacés. Ce dispositif implique 24 heures sur 24, la mise en place d'une centaine de policiers, une quarantaine d'inspecteurs. Conséquence parmi d'autres, la police judiciaire doit se remettre de côté certaines activités. Le procureur général s'est inquiété d'un «fort ralentissement des enquêtes» (lire nos éditions du 6 mai).

Le 12 mai, Monica Boncompagni, mandante de la police genevoise, a sollicité un appui intercantonal. Une procédure rodée en matière d'autres événements. «Il nous faut vous confirmer avec une demande de renforts aux commandants des polices des cantons de Tessin, Valais et Vaud, lesquelles nous ont répondu favorablement, dit-elle. A l'heure actuelle la police genevoise est en phase de médiation. Comme les dates du cycle de négociations sur la Syrie ne sont pas encore connues, nous ne pouvons déterminer rien de précis.» Pourquoi avoir demandé de l'aide? «Nous ne sommes pas tardés. Nous avons pour assumer les trois prochaines sessions, affirme Monica Boncompagni. Mais nous entrons dans un cycle chargé pour la police. Les agents doivent partir ces jours à Lugano et au Gotthard. Nous devons notamment séjours en juin et juillet la Fan Zone. La disponibilité des agents est limitée. Il devient donc difficile de maintenir avec nos propres moyens.» Sophie Roselli

tdg.ch

Sur le Web aujourd'hui

Dès 14 heures
● **Cour des comptes**
Audit de légalité et de gestion sur le Bureau de logements et restauration universitaires de l'U

Dès 15 heures
● **Mobilité Genève**
présentent le Guide des plans de mobilité à l'intention des entreprises et institutions de la Métropole lémanique