

Le talon de la discorde

Selon une étude française, cet accessoire féminin fait l'unanimité chez les hommes mais divise les femmes

MODE

Quand je fais une étude sur le don du sang ou la consommation de fruits et légumes, tout le monde s'en fout, par contre quand je parle du talon haut et du regard des hommes, là ça fait le buzz », raconte, un peu amer, Nicolas Guéguen, professeur à l'université Bretagne-Sud.

Dans un article qu'il a publié en septembre dans la revue *Archives of Sexual Behavior*, ce chercheur en processus d'influence a démontré les résultats de plusieurs expériences qui viennent conforter l'idée que les hommes sont plus sensibles aux femmes lorsqu'elles portent des talons (voir la chronique de Pierre Barthélémy dans le cahier « Science & médecine » du *Monde* du 3 décembre).

De sa première expérience, auprès de 90 hommes âgés de 25 ans à 90 ans, il ressort que, « sollicités pour répondre à un sondage dans la rue par une jeune fille de 19 ans complice du chercheur, les hommes se sont montrés plus réceptifs lorsque leur interlocutrice portait des talons hauts. La jeune femme, qui portait tour à tour des chaussures plates puis des talons de 5 cm et 9 cm, a reçu deux fois plus de réponses positives lorsqu'elle se présentait avec la paire de chaussures la plus haute », écrit-il.

Charge sensuelle

Deux autres expériences, dans des contextes différents, assoient sa théorie. Il n'a pas fallu longtemps pour que quelques groupes féministes aux aguets s'emparent du sujet et critiquent son travail de chercheur. Certains qualifient son étude de sexiste, alors que ce sont les résultats, qui viennent mettre au jour les stéréotypes genrés, qui le sont. S'attaquer à Nicolas Guéguen revient à tuer le message et à éviter le débat sur l'élément central de l'enquête : la symbolique du vestiaire féminin. Le chercheur a même pensé à co-signer son article avec une collègue pour se protéger des réactions puériles et intempestives qui polluent tous les débats s'aventurant sur le terrain glissant qu'est la séduction féminine et son corollaire vestimentaire.

Le talon haut semble donc cristalliser toutes les tensions générées par un débat acharné au sein du féminisme : partant de l'idée que, en Occident (ailleurs aussi, mais tâchons de ne pas tout mélanger), la femme est encore dominée, doit-elle s'habiller de façon à jouer de ses atouts physiques pour s'élever socialement ?

Il y a deux camps, d'un côté celles qui se sont longtemps et publiquement battues pour le droit des femmes, et de l'autre les nouvelles générations, qui semblent vouloir s'émanciper, depuis le milieu des années 1990, des deux grandes vagues féministes qui les ont précédées (celle de la fin du XIX^e et du début du XX^e siècle et celle des années 1960 à 1990).

Eléonore Lépinard, professeure à la faculté des sciences sociales et



« Obvious balance » (Équilibre manifeste). EMMANUEL PIERROT/AGENCE VU

politiques de Lausanne et spécialiste des mouvements féministes, explique ce clivage : « Une des critiques des féministes de la deuxième vague adressées aux femmes de la troisième vague, c'est qu'elles ne se rendent pas compte des acquis passés, des sacrifices faits. Elles grincent des dents quand elles en-

tendent les nouvelles générations dire : "Je fais ce que je veux, je peux m'habiller comme je veux, être hyperféminine" et devenir cadre en entreprise. » Et le sociologue Frédéric Godart, qui travaille aussi sur le talon haut, d'ajouter : « La nouvelle génération explique que, dans l'objectif d'obtenir l'égalité, la femme peut faire usage de toutes les armes de séduction dont elle dispose, dont les talons aiguilles. »

Mais pourquoi le talon est-il si séduisant ? Il a été prouvé scientifiquement qu'il crée des jambes galbées et, en penchant le corps vers l'avant, accentue la cambrure du dos. Des modifications physiques considérées comme sensuelles par notre culture occidentale. C'est une des explications des résultats de l'étude de Nicolas Guéguen, les hommes sont plus enclins à répondre au questionnaire quand la beauté de l'interlocutrice est accentuée.

« Nous ne l'avons pas encore publiée, mais nous avons fait une autre étude qui prouve ce point, explique Nicolas Guéguen. Nous

« LOUB JOB TECHNIC »

Le terme est anglo-saxon mais fait référence au chausseur français Christian Louboutin, connu pour les semelles rouges de ses escarpins (souvent) vertigineux. Il désigne un acte de médecine esthétique - pratiqué aux États-Unis, en Angleterre mais aussi en France - qui consiste à injecter de l'acide hyaluronique dans les coussinets du pied afin que celui-ci résiste mieux au poids du corps déporté vers l'avant par le port de talons hauts.

avons pris deux photos de profil d'une même femme, dans la même tenue, l'une pieds nus, l'autre en talons de 8 cm. La tête et les pieds ont été coupés de sorte à ne voir que du haut des épaules à la mi-mollet. Puis on a demandé à des hommes - et des femmes ! - d'évaluer l'apparence de cette personne sur plusieurs critères et avec une échelle de 0 à 20. Eh bien, la photo avec talons récolte un score nettement plus haut que celle sans talons. »

Parce qu'il rend la silhouette plus attirante, le talon vient doper la confiance en soi. La verticalité est une idée que beaucoup de jeu-

nes femmes mettent en avant lorsqu'elles sont questionnées sur le sujet. Prendre de la hauteur, dans l'environnement professionnel, permettrait d'arriver au niveau - et même de dépasser - des collaborateurs masculins, - et des femmes ! - d'évaluer l'apparence de cette personne sur plusieurs critères et avec une échelle de 0 à 20. Eh bien, la photo avec talons récolte un score nettement plus haut que celle sans talons. »

Prendre de la hauteur, dans l'environnement professionnel, permettrait de dépasser des collaborateurs masculins, mais aussi féminins

cret - a proposé à Nicolas Guéguen de financer ses études. Pour le fabricant, c'est l'occasion de découvrir si certains modèles de talons ont des effets psychologiques plus importants que d'autres !

La charge sensuelle participerait aussi d'un autre phénomène. « Tout le monde sait que le talon est inconfortable et douloureux, et, en le choisissant, la femme montre aux autres qu'elle privilégie les atouts de ces chaussures à leur confort », rappelle Frédéric Godart. Même raisonnement inconscient que pour le maquillage, qui requiert temps et argent et démontre un investissement dans son apparence. Certaines femmes sont prêtes à se faire faire un « Loub Job » (du nom du chausseur français adepte des talons aiguilles, Christian Louboutin), ce qui consiste à se faire injecter collagène et autres substances dans le pied pour renforcer sa solidité et lui faire supporter des talons de 10 cm sur la durée...

D'où la colère de certaines féministes, l'autre camp, « qui voient en la réappropriation de symboles d'hyperféminité le retour à une forme d'oppression et de régression », selon Eléonore Lépinard. Et de dénoncer l'industrie de la mode et de la beauté, qui encouragerait cette hypersexualisation, l'avançant comme norme prescriptive et plus comme une forme de provocation politique. L'argument sous-jacent est que, tant qu'on ne demande pas aux hommes d'être « sexy », pourquoi la femme devrait-elle l'être ?

Hyperféminité

« Ce qu'on peut noter, c'est que l'hyperféminité est une stratégie individualiste, ça n'implique pas l'existence d'un collectif qui revendiquerait des droits, et ça peut être problématique », explique Eléonore Lépinard. Contrairement au féminisme de première et deuxième vague, qui proposait des actions collectives. Désormais, la société se transforme à coups de personnalités individuelles. Et cela fait les bonnes affaires des marques de luxe et de cosmétiques, qui voient en ces jeunes femmes féminines, voire hyperféminines, des consommatrices idéales. Indépendantes, autonomes, elles veulent pouvoir se payer leurs propres produits de luxe statutaires.

Cette jeune génération doit s'attendre à quelques déceptions car, à l'heure actuelle, « un homme peut se permettre de se négliger (jusqu'à un certain point), le message est qu'il a autre chose à faire que de s'occuper de choses si futiles. La femme, si elle est négligée, sera accusée de ne pas "prendre soin d'elle", et si son corps est trop attirant et ses vêtements trop sophistiqués, on critiquera sa superficialité. On renvoie toujours la femme à son apparence », explique Frédéric Godart. Il sera intéressant de voir si, quand ces nouvelles générations émancipées graviront les échelons, leur vestiaire s'adaptera ou si les milieux professionnels changeront. ■

JULIEN NEUVILLE

Et pendant ce temps-là... les filles portent du plat

En termes de tendances et de ventes, la mode est au plat pour les femmes, voire aux chaussures « de garçons ». « Nos clientes achètent majoritairement du plat (baskets, ballerines, sandales et nu-pieds) pour le confort quotidien, et du haut, voire du très haut, pour affirmer leur féminité », détaille Stéphane Treppoz, président du site d'e-commerce Sarenza. La tendance au plat est surpondérée par la montée en puissance des baskets (dont les ventes ont été multipliées par 1,5 entre 2013 et 2014). Les baskets sont aujourd'hui au look mode ce que la petite robe noire est à l'élégance. Dans la rue comme dans les magazines, on ne compte plus les Stan Smith d'Adidas et les runnings, mais aussi les slippers (Vans en tête), les modèles d'esprit Creepers et les derbies.

Si ces souliers foulent plus le bitume que la moquette des bureaux et ne jouent a priori pas de rôle dans l'ascension sociale de celles qui les chaussent, ils ont permis d'injecter de la mode dans une réalité quotidienne qui ne ressemble pas toujours à un défilé.