

Le magazine qui symbolise la renaissance du féminisme français

Grégory Lassus-Débat a secoué un marché français du magazine obsédé par le corps grâce à un féminin qui n'a pas peur de montrer de la cellulite, fuit les peuples et publie des articles pour les femmes qui pensent. Adam Sage l'a rencontré

Il n'y a rien qui vous préoccupe moins que de perdre du poids ? Vous vous fichez pas mal de ce que vous allez porter pour le réveillon de Noël ? Vous en avez ras-le-bol des conseils sur « comment améliorer votre vie sexuelle » ?

Voici un magazine que vous aimerez sans doute lire lors de votre prochain séjour en France : Causette, la seule publication française à destination des femmes qui part du principe qu'elle peuvent être intéressées par autre chose que leur apparence, leur compagnon et leurs enfants.

Au moment du lancement, la plupart des publicitaires français ont éclaté de rire. Pas de régimes ? Pas d'accessoires de mode ? Pas de top-models ? Aucune chance que ça ne décolle, déclarait l'élite parisienne.

Un an plus tard, le bimensuel est salué comme le symbole d'une renaissance féministe dans le pays qui a donné Simone de Beauvoir au monde, avant que « le féminisme » ne soit supplanté par « la féminité » en tant qu'idéologie dominante.

Causette a transgressé toutes les règles de la presse féminine française actuelle. Les mannequins en couverture ont de la cellulite, ses journalistes ne sont pas obsédés par les crèmes de jour et on y traite de politique étrangère. Et le magazine a trouvé un lectorat...

Mais sans doute l'aspect le plus surprenant de ce succès - du moins pour quiconque n'aurait pas réalisé à quel point les préoccupations des femmes franchissent désormais la frontière du genre - est l'identité du fondateur de ce magazine. C'est un homme.

Grégory Lassus-Debat, un journaliste de 29 ans qui a traîné ses guêtres dans l'aile « subversive » de la presse française, en a eu l'idée alors qu'il jouait avec une photo de sa petite amie sur l'ordinateur.

« J'ai créé une fausse couverture de magazine sur laquelle j'ai mis son visage, et au bout d'un moment j'ai réalisé que j'étais en train d'inventer quelque chose qui n'existait pas, un magazine féminin décontracté, décalé et proche de la réalité des femmes plutôt que de leur image fantasmée ».

Il a pris rendez-vous avec son banquier, demandé un prêt et brosse les grandes lignes du concept. « Nous n'avons pas besoin de montrer des femmes ultra-maquillées ni de retoucher leurs photos », a-t-il expliqué ». « Notre ligne éditoriale, c'est que la beauté se trouve dans la rue ».

Le banquier lui a dit d'aller se faire voir

Lassus-Debat a creusé dans ses propres économies, persuadé Gilles Bonjour, un ami, d'en faire autant et réuni 90000 euros, assez pour publier les deux premiers numéros de Causette. Au milieu des rouges à lèvres et paillettes qui dominent les publications concurrentes, le magazine s'est distingué par son impertinence et sa volonté affichée de bousculer les stéréotypes.

Dans les derniers numéros, on peut par exemple trouver en Une une actrice octogénaire, un article suggérant qu'avoir les aisselles épilées n'est pas indispensable (une position osée dans un pays où 74% des femmes et 77% des hommes pensent le contraire, selon les sondages), et une interview d'un historien à propos des châtiments infligés aux femmes qui avaient couché avec des nazis durant l'occupation (elles étaient tondues).

Les articles sont parfois trop longs, les sujets ponctuellement obscurs et toutes les blagues ne font pas mouche. Mais le magazine a un ton et une personnalité qui semble correspondre à une société française qui ne voue désormais plus un culte à l'Oréal.

«Je n'ai fait aucune étude de marché, mais j'ai senti instinctivement qu'il y aurait une demande pour un magazine sans Kate Moss ni régimes », déclare Lassus-Debat.

Il avait raison. Alors que les jeunes Françaises retrouvent un intérêt pour le féminisme pour la première fois depuis le début des années 80, les ventes ont grimpé de 5000 l'an dernier à 25000 au mois de novembre. Même si elles ne sont pas énormes, elles sont plus que suffisantes pour maintenir le budget à flot.

Une réussite qui a été soulignée par des médias établis, tels le Monde et Le Nouvel Observateur, et des commentateurs comme Isabelle Alonso, écrivain. « Enfin il existe un magazine qui considère qu'il y a un cerveau qui fonctionne entre nos oreilles, et pas seulement une machine à shopping », dit-elle.

Le magazine n'a pratiquement pas fait l'objet de commentaires négatifs, si bien que Lassus-Debat en est venu à être considéré comme une figure du féminisme moderne, bien qu'il soit un peu mal à l'aise dans ce rôle. S'il se dit féministe, le féminisme n'est qu'une partie de son engagement à gauche.

« C'est un paradigme pour comprendre le monde dans sa globalité. Si tu libères une femme de ses chaînes, tu libères également un homme ».

Il refuse même de présenter Causette comme un magazine féministe au même titre que l'était « Spare Ribs » au Royaume-Uni. « Nous sommes un magazine qui s'intéresse à la vie des femmes, à leurs combats, et à la défense de leurs droits », dit-il.

Né à Bordeaux, Lassus-Debat a gagné Paris pour travailler dans le journalisme, d'abord pour Charlie Hebdo, un hebdo satirique, puis à la télévision, mais il a aussi cherché un espace pour promouvoir les causes qu'il défend ».

Sautillant du canapé à la machine à café des bureaux modestes de Causette, au rez-de-chaussée d'un immeuble du Nord parisien, il dénonce les politiques d'immigration et des retraites du Président Nicolas Sarkozy.

Elancé, énergique et fumant cigarette sur cigarette, habillé d'un jean et d'une chemise grise, il ressemble trait pour trait au militant français. Une affiche au dessus d'une baignoire renversée servant d'étagère annonce la ligne politique de sa publication : « Superman est un communiste ».

Ça se discute, mais ce qui ne fait aucun doute c'est la perspicacité de Lassus-Debat qui a su percer une ouverture au milieu des magazines féminins conventionnels.

« Quand on voit les stars qu'elles mettent en avant : Rihanna, Kate Moss etc., je ne vois pas en quoi elles sont un modèle », dit-il en tirant sur ses Dunhill. « Je ne vois pas en quoi on respecte le cerveau des femmes ».

« Et quand on voit les colonnes « Sexe » qui leur apprennent comment sucer leur époux pour le rendre heureux, je ne vois pas en quoi ça aide les femmes à briser leur carcan ».

L'idée que les femmes françaises puissent être prisonnières d'un carcan peut surprendre. Après tout, c'est le pays qui a fait Marianne, une allégorie de la liberté et de la raison, l'emblème national des acquis révolutionnaires.

Alors que le MLF se prépare à fêter son 40e anniversaire par un congrès qui débute à Paris vendredi, les réflexions de Lassus-Debat trouvent un écho.

Prenez par exemple Caroline de Haas, porte-parole d'Osez le féminisme, un groupe créé l'an dernier pour protester contre les coupes de l'Etat dans les subventions au Planning familial.

« Le féminisme a décliné en France dans les années 80 parce que les femmes ont tout simplement pensé qu'elles avaient gagné », dit-elle. « Et peut-être aussi parce que les filles des féministes ne voulaient pas faire comme leurs mères ».

Un mouvement entériné par les magazines féminins, comme le résume le sommaire du site Internet du Elle Français : Mode, Beauté, Minceur, People, Cuisine, Loisirs, Société, Amour et sexualité, Horoscope, Mamans, Shopping.

Si l'on retrouve ces mêmes préoccupations à peu près dans le monde entier, elles sont particulièrement présentes dans la France urbaine, où la pression est forte pour se conformer à une féminité incarnée par Catherine Deneuve : élégance, raffinement et sensualité.

« Les femmes se sont battues comme des folles dans les années 70 pour sortir de leurs prisons et les voilà enfermées dans de nouvelles boîtes », explique de Haas. « Mais j'ai bon espoir qu'un renouveau soit en cours. »

« Osez le féminisme », par exemple, a attiré 400 membres en 18 mois. Son blog « Vie de meuf », conçu pour que les femmes puissent parler de la discrimination à laquelle elles font face, a reçu 150000 visites depuis juillet et inspiré « My Fault, I'm Female », sa version anglaise.

Aufeminin.com, un portail Internet dédié aux femmes, a demandé conseil au groupe après qu'une enquête auprès de ses internautes a démontré qu'elles attendaient un ton plus féministe dans les articles sur la maternité et la vie amoureuse.

De Haas pense que le retour de pendule est dû à une prise de conscience des femmes françaises, qui se sont rendu compte que les droits acquis dans les années 70 n'avait pas produit une société égalitaire. Le salaire des femmes françaises, par exemple, est inférieur de 27% à celui des hommes. À la maison, elles exécutent 80 pourcent des tâches ménagères. Elles ne représentent que 18,89 pourcent des députés, sous la moyenne européenne de 24,2 pourcent. Et chaque année, 5000 d'entre elles doivent aller se faire avorter à l'extérieur du pays.

Mais si le féminisme français opère un grand retour, il semble d'une nature bien différente à sa version des années 60 et 70. A l'époque, pendant que les féministes anglo-saxonnes brûlaient leurs soutien-gorge, leurs collègues françaises s'engageaient dans des débats philosophiques de haut vol, qui opposaient souvent les partisans de Simone de Beauvoir, pour qui il n'y avait pas de différences entre les sexes, et les adeptes d'Antoinette Fouque, une psychanalyste qui défendait leur existence.

Aujourd'hui, le débat est bien moins sérieux et emploie l'humour pour promouvoir les droits des femmes en France. Causette en est un exemple. La Barbe, un groupe dont les membres s'affublent de fausses barbes et font irruption dans les institutions dominées par les hommes comme la Cour de cassation, en est un autre.

Le mouvement est moins ségrégationniste, ajoute Françoise Picq, historienne. Il y a 40 ans, les hommes étaient exclus, explique-t-elle. Maintenant, « la domination masculine a été suffisamment secouée pour rendre la participation à cette lutte possible à certains hommes ».

En d'autres mots, Lassus-Debat pourrait être un nouveau type d'homme français : un homme qui accepte que les femmes ne doivent pas toutes ressembler à Brigitte Bardot dans Et Dieu créa la femme, son grand succès de 1956.

« Les hommes sont des bêtes, et même les bêtes ne se comportent pas comme ils le font », a-t-elle déjà dit. Peut-être y a-t-il encore lieu d'espérer.