



Nous autres

FEMMES

aimons avec nos

OREILLES

Oscar Wilde
Le portrait de Dorian Gray

Pourquoi votre père répond-il au téléphone debout et votre mère préfère-t-elle s'asseoir ?

Si vous observez autour de vous, vous constaterez que les hommes ont tendance à se mettre debout pour téléphoner, et les femmes à s'asseoir. C'est une tendance et il y a bien sûr de nombreux contre-exemples. Mais fermez les yeux et imaginez. Vous appelez vos parents. Ne visualisez-vous pas votre père debout à côté de l'appareil ? N'imaginez-vous pas votre mère assise ? Pourquoi ?

Souvent, la même explication revient : les femmes passent plus de temps au téléphone que les hommes. Explication dans laquelle on sent poindre un jugement de valeur : les femmes seraient plus bavardes. Mais en y réfléchissant, cette hypothèse n'explique rien, puisqu'on peut reposer la question : pourquoi les femmes passent-elles plus de temps au téléphone que les hommes ? Sans compter que certaines études montrent que les

hommes sont plus bavards que les femmes quand ils sont « en société ».

Ce qui est en jeu, c'est le rapport au téléphone. Pour les hommes, le téléphone est d'abord un outil pour transmettre de l'information. Pour les femmes, c'est aussi un moyen pour maintenir les liens. C'est ce qui explique que quand vous appelez vos parents et que vous tombez sur votre père, il y a toutes les chances qu'il vous dise assez rapidement « je te passe ta mère ». Phrase qu'on pourrait décoder en : « Si tu appelles pour échanger, et non pour informer, je te passe la bonne personne. »

Cette tendance féminine à valoriser les liens explique aussi que dans les couples ce sont en général les femmes qui pensent à envoyer les cartes postales. D'où le fameux : « Une carte postale, mais je n'ai rien à lui dire... », qu'on entend souvent dans la bouche des hommes. Le contenu informatif des cartes postales est faible, car leur vraie utilité est de maintenir les liens. Au final, toutes les femmes vous le diront, peu importe ce qui est écrit, ce qui compte est que vous ayez fait l'effort d'écrire, parce que c'est un signe d'affection pour la personne à laquelle vous écrivez.

Et si une partie des incompréhensions entre hommes et femmes reposait sur le fait qu'ils se parlent en utilisant les mêmes mots,

mais avec des objectifs différents ? Pour les hommes, une bonne conversation est une discussion. Pour les femmes, c'est un échange. Du point de vue masculin, une bonne discussion est une confrontation d'opinions et d'informations qui permet d'aboutir à une conclusion. Une fois la conclusion atteinte, eh bien... il n'y a plus à discuter. Du point de vue féminin, une bonne conversation est un échange. Elle s'évalue aussi au bien-être qu'on ressent d'avoir échangé émotions et confidences.

On a tous vécu, ou vu dans des films, une longue conversation entre femmes. Une jeune fille allongée sur son lit, les pieds en l'air, téléphonant à sa meilleure amie (avec son père passant devant la porte, jetant un regard désapprobateur devant cette interminable conversation). Une femme passant des heures au téléphone avec sa sœur ou sa mère, partageant les menus détails de sa semaine.

Ce qui peut mener à des « mal-entendus », au sens premier du terme. De nombreuses femmes pensent que les hommes ne les écoutent pas assez et cherchent toujours à avoir le dernier mot ; tandis que la plupart des hommes comprennent parfois mal le besoin des femmes de partager leurs émotions négatives pour s'en libérer. Il y a bien sûr des exceptions à cette généralisation, en particulier ma femme, qui est parfaite.

Cette incompréhension entre hommes et femmes n'est évidemment pas une fatalité. Mais plutôt que de renvoyer le lecteur aux guides évoquant les rapports hommes-femmes, nous préférons lui raconter une histoire vraie. En 1990, alors que le marché des télécoms était en voie de libéralisation, British Telecom a réalisé qu'avec un quasi-monopole, il avait tout à perdre si les Anglais ne se mettaient pas à téléphoner plus longtemps.

Mais comment les y inciter ? Comment en particulier changer les attitudes des hommes, qui étaient à la fois ceux qui téléphonaient le moins et ceux qui payaient en râlant les factures (dont le montant était d'autant plus lourd que les communications avaient été longues).

British Telecom (et son agence) décidèrent donc d'apprendre aux hommes à téléphoner comme les femmes, en leur faisant réaliser la valeur des liens que le téléphone permet d'entretenir. Pour aider à maintenir ces liens, le rôle de BT n'était pas de vendre des minutes de téléphone mais « d'encourager le partage de confidences avec les proches ». Son slogan résume à la perfection cette philosophie : *It's good to talk* (C'est bien de se parler).

La campagne fut un succès gigantesque. Elle rapporta plus de six milliards d'euros de

chiffre d'affaires additionnel à British Telecom en cinq ans.

On comprend mieux pourquoi aujourd'hui les marques de télécom et de technologie, de Orange à Google en passant par Facebook, valorisent les valeurs « féminines » de partage, de tolérance et de communication : valoriser le lien leur rapporte plus que de valoriser le contenu. Ceci explique aussi pourquoi les jeunes hommes d'aujourd'hui utilisent le téléphone plus comme leur mère que comme leur père.