

Ce que le procès Falzone raconte de la masculinité (toxique)

Pourquoi les hommes sont-ils si nombreux parmi les victimes et responsables d'accidents graves ? Au-delà du moyen de transport, la voiture est un symbole de puissance, de statut et de domination, nourri par des décennies de représentations virilistes.

LORRAINE KIHIL

Avoir une grosse voiture, une qui coûte cher, rouler trop vite, braver le danger, dépasser les autres pour dominer et le faire savoir. Recommencer parce que la vidéo n'est pas assez bonne pour ses réseaux sociaux et ses...

100 followers. Pour quoi ? Montrer qu'on est un mec, un vrai ? Et si le drame de Strépy-Bracquegnies devait nous interroger sur les racines des comportements à risque et de leur valorisation ? Et si le drame de Strépy-Bracquegnies devait nous interroger sur les injonctions de masculinité, les clichés de virilité ?

C'est connu : les hommes sont surreprésentés dans les accidents de la route. Selon les données de Statbel, ils représentent 77 % des tués. Ils sont davantage responsables des accidents, ont des comportements nettement plus à risque, quel que soit le moyen de transport, qu'il s'agisse d'excès de vitesse, de feux rouges et priorités grillés ou de conduite sous emprise (voir ci-contre). Des tendances qui se vérifient dans toute l'Europe avec, en Belgique, une spécificité plus marquée sur l'alcool. C'est tout le paradoxe de l'expression « femme au volant, mort au tournant », qui ne correspond à aucune réalité objective et en même temps dit beaucoup sur ce qui provoque ces accidents : la conviction d'une compétence masculine innée en matière de conduite (et de voiture en général).

Marie-Axelle Granié, directrice de recherche en psychologie sociale, à l'uni-

versité Gustave-Eiffel, a dédié une partie de ses travaux au fait de comprendre ces différences de comportement en matière de sécurité routière. La réponse se trouve dans notre conditionnement social, notamment de genre, qui détermine notre comportement sur la route et notre rapport au risque.

Cette compétence présumée pour la conduite, elle se prouve à travers la prise de risques, il s'agit de montrer qu'on maîtrise son véhicule et au travers de cela, son environnement

Marie-Axelle Granié
Directrice de recherche en psychologie sociale à l'université Gustave-Eiffel

”

Ses recherches ont ainsi identifié que dès l'âge de 11 ans, les enfants avaient intégré l'idée que les garçons seraient naturellement compétents pour conduire et les filles naturellement incompetentes. Une conviction qui se traduit plus tard dans l'accès au permis de conduire, avec des filles qui sous-performent à l'examen pratique. Ce qui s'explique à la fois par leur propre conviction d'être incapables, par le biais des examinateurs et par le fait que les garçons arrivent beaucoup plus familiarisés avec les voitures. Une conviction qui se double d'un rapport au risque très différent. « Les parents ont tendance à penser que la prise de risque chez les garçons est naturelle et signe de virilité, ils vont donc laisser faire, voire encourager ce comportement », expliquait la chercheuse dans le podcast *Les Couilles sur la table*. « Mais ils vont plutôt apprendre aux filles à éviter tout comportement à risque, à déceler et éviter tout moment de danger. C'est l'idée que les garçons sont invulnérables et les filles fragiles. » Un rapport au risque qui peut aboutir à des comportements dangereux. « Cette compétence présumée pour la conduite, elle se prouve à travers la prise de risque, il s'agit de montrer qu'on maîtrise son véhicule et au travers de cela,

Paolo Falzone a été reconnu coupable de sept meurtres et de 79 tentatives de meurtre et condamné à 27 ans de prison. © BELGA

son environnement. » L'excès de vitesse, notamment, va être une expression de domination de l'autre, celui qu'on dépasse, « une démonstration de puissance ».

« Je n'aime pas qu'on me dépasse »

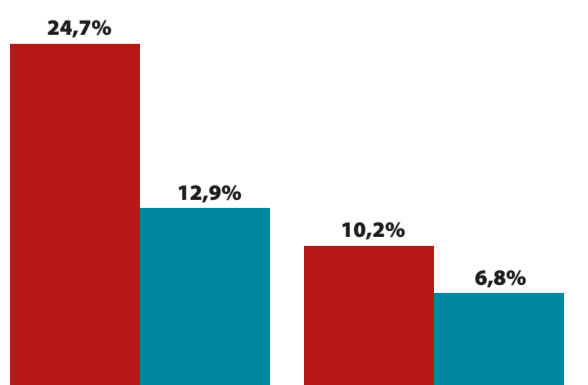
Paolo Falzone ne dit d'ailleurs pas autre chose, tel que cité dans le rapport d'expertise psychologique : « Je recherche dans cette puissance supplémentaire un sentiment d'être au-dessus des autres, de ne pas me laisser dépasser. Lorsque je suis à un feu rouge et que quelqu'un veut passer devant moi, il faut que je puisse passer devant lui. Je n'aime pas qu'on me dépasse. J'aime la vitesse. J'aime la puissance et l'esthétique. » L'expertise parlait d'un profil d'« autophile », expliquant que le prévenu entretenait une relation passionnelle avec sa voiture, constitutive de son identité.

Pour Marie-Axelle Granié, la vitesse au volant et plus globalement les infractions au code de la route peuvent être une façon de répondre facilement et rapidement aux attentes sociales qui pèsent sur les hommes : être courageux, ne pas avoir peur, s'affranchir des règles...

« Il faut comprendre qu'il n'y a pas un modèle de masculinité, mais plein de modèles qui sont en compétition les uns avec les autres », souligne Renaud Maes, sociologue, professeur à l'université de Mons qui travaille sur les masculinités. « Le modèle qui suscite le plus d'adhésions est celui qui est dans les canons les plus virilistes, dans lesquels on est bai-

Avez-vous, lors des 30 derniers jours...

■ Hommes ■ Femmes



Source : Étude ESRA, 2023

Il faut comprendre qu'il n'y a pas un modèle de masculinité, mais plein de modèles qui sont en compétition les uns avec les autres

Renaud Maes

Sociologue et professeur à l'université de Mons

”

gné depuis notre plus tendre enfance. » Et qui s'articule autour de trois grands principes : « L'idée que les hommes ont moins peur du risque car ils sont plus forts, donc ils peuvent encaisser les conséquences, si nécessaire. L'idée que les hommes affrontent le danger, sans se détourner, ils sont courageux. Et l'idée que les hommes ont un rapport naturel, instinctif à la technique, à la machine. »

La virilité comme moyen de distinction

Un imaginaire de « l'homme qui fusionne avec la voiture » profondément ancré et notamment alimenté par la publicité automobile, dès le milieu du siècle. C'est James Bond et son triptyque danger - voiture de luxe - conquêtes ; c'est James Dean, « modèle ultime de virilité et de séduction », figé par sa mort précoce (au volant, à toute vitesse) ; c'est ce vieux slogan d'Audi : « Il a l'argent, il a le pouvoir, il a une Audi, il aura la femme. » « Ce besoin d'incarner cette masculinité - toxique, hégémonique - va souvent se manifester davantage chez des personnes qui ont besoin de reconnaissance. *A fortiori* quand on est issu de milieux pas très favorisés - sans accès à de hautes études ou de hauts revenus -, s'affirmer dans ce schéma de masculinité est un moyen de distinction. Cela ouvre une forme de reconnaissance sociale. Les réseaux sociaux, à ce titre, jouent un rôle : on filme sa performance - ici sa vitesse -, on montre qu'on a les codes et on poste. »

Une relation homme voiture qui a aussi beaucoup à voir avec les femmes. Un peu dans la logique de la publicité Audi (l'argent, le pouvoir, la voiture, donc la femme), Marie Serisier, doctorante à l'ULB, spécialiste des communautés masculinistes, voit dans cette démonstration de puissance de la voiture à plus de 350 chevaux, un moyen de se donner de la valeur sur le « marché des relations sexuelles ». Une analyse qui fait écho à de nombreux témoignages d'ex-compagnes et proches de Paolo Falzone, lors des audiences et dans le dossier d'instruction.

Une passagère témoignait ainsi de sa terreur à bord de la voiture du prévenu alors qu'il pousse sa voiture à des pointes à plus de 200 km/h. Réaction de l'intéressé : « C'est une clocharde, elle n'a pas un franc devant elle. Elle roule avec une Opel de 1900, je ne sais pas combien. (...) C'est une jalouse, elle voyait que j'avais des choses, elle n'aimait pas... » Une ex-compagne dit de lui qu'il ne vit pas dans la « vraie vie » : « Il rabaisait les autres. Je l'ai fait entrer dans l'entreprise où je travaillais, il arrivait avec sa Mercedes, une fausse veste Gucci. » Pourtant « toujours très attentionné » avec la fille de cette autre ex, il « pète un câble » lorsque la petite est malade en voiture, risquant de salir sa BMW. Décrit comme possessif, il supporte mal les rejets, comme le relate un témoin qui a refusé ses avances : « La personne que j'avais en face de moi n'était plus la même que celle des messages. J'ai reçu des menaces, des insultes. Il a dit qu'il viendrait à mon travail, qu'il pisserait sur ma voiture. J'ai fini par le bloquer. »

Marie Serisier conclut : « Cette vision des relations, c'est une façon de déshumaniser les femmes qui est assez typique de la manosphère (l'ensemble des communautés en ligne antiféministes et misogynes, NDLR), où les discussions sur l'argent et le statut social sont prédominants. C'est le capitalisme poussé à son paroxysme et transposé aux relations humaines, l'idée que les relations répondent à une logique d'offre et de demande, que le fait d'augmenter sa valeur - via la voiture ou d'autres signes extérieurs de réussite - permet d'accéder aux femmes. On domine la vitesse, on domine le risque, pour dominer les corps aussi. »