

cyberpresse.ca

LE SOLEIL

[Accueil](#) » [Le Soleil](#) » Texte complet


Obtenez une mise à niveau gratuite de l'écran plat à l'achat de certains PC Dell. À partir de 499\$

DELL

se termine 16/2

[MAGASINEZ MAINTENANT](#)

NOUVELLES LES PLUS LUES

[Dernier jour](#)
[Dernière semaine](#)

LIRE AUSSI

[Céline à Québec en cinq reportages](#)
[Bijoux pour lui](#)
[Vive les übersexuels !](#)
[La peintre Simone Aubry Beaulieu est décédée](#)

Le mardi 07 février 2006

DRAGUE ET CELLULAIRE

L'homme, cet animal comme les autres

Geneviève Bouchard

Le Soleil

Québec

Dans la panoplie d'attraits mis de l'avant pour séduire l'être convoité, les téléphones portables seraient devenus des accessoires de choix. Et les fournisseurs n'iront pas s'en plaindre.

Une étude effectuée en Angleterre il y a quelques années concluait que le cellulaire était pour plusieurs hommes un outil de séduction. Les chercheurs John Lycett et Robin Dunbar, de l'Université de Liverpool, ont observé certaines différences entre la manière dont les clients d'un pub utilisaient leur cellulaire. Alors que les femmes avaient tendance à garder leur appareil dans leur sac à main, la gent masculine était plus encline à le sortir d'une poche ou d'une valise pour l'exhiber sur le bar.

Au contraire des dames qui prenaient leur téléphone uniquement lorsqu'elles avaient besoin de l'utiliser, les messieurs, eux, semblaient éprouver plus de difficulté à délaissier leur précieux jouet, le déplaçant ici et là et vérifiant l'état de la pile, les messages, etc. Plusieurs clients avaient même été surpris à trimballer un faux téléphone...

TORINO 2006
LES RÉSULTATS EN DIRECT

OLYMPIQUE	TURIN 2006	SKI ALPIN
TURIN EN DIRECT	SUPER G - MESSIEURS	
	1. BALDINI (ITA)	
	2. KEFLEZIGHI (USA)	
	3. DE LIMA (BRA)	

©2006 AFP CLIQUER POUR TOUT SAVOIR SUR LES JEUX

Vivez les Jeux sur cyberpresse !

RECHERCHE

[Archives payantes](#) - [Recherche par date](#)

[Imprimez](#)

[Envoyer à un ami](#)



Pour le psychologue et sexologue Yvon Dallaire, ce comportement n'a rien de surprenant. « Que ce soit avec un cellulaire ou un autre gadget, l'homme cherche à séduire en démontrant son statut social. Il fait le coq ! » lance-t-il sans hésiter.

Donc, si un cavalier laisse bien en vue sur la table un modèle de téléphone portable dernier cri, on pourrait déduire qu'il cherche à impressionner la personne qui est assise devant lui.

« Et c'est encore plus vrai s'il est bien adossé à sa chaise et qu'il porte ses mains derrière sa tête, ajoute le psychologue. L'homme essaie de se grandir. Les mâles des autres espèces animales le font et l'humain demeure un animal ! »

D'après l'auteur du livre *Moi aussi... moi non plus, 1001 différences homme-femme*, ces astuces ne seraient d'ailleurs pas destinées aux femmes en premier lieu. Instinctivement, ce sont ses compatriotes masculins que l'homo sapiens tenterait d'abord d'impressionner.

« Quand ils étalent leurs fortune, leurs richesses et leurs prouesses, ce sont les autres hommes qu'ils épatent. Et c'est ce qui attire les femmes, qui sont des êtres plus relationnels. On l'a souvent dit, le meilleur aphrodisiaque, c'est le pouvoir ! Dans la nature, les femelles compétitionnent pour le mâle le plus fort. »

Quant aux descendantes d'Ève, elles, ne s'embarrasseraient pas trop des accessoires matériels, misant plus sur des valeurs que le psychologue définit comme sexuelles et érotiques. « Comme dans les annonces de shampoing, elle vont faire bouger leur chevelure, elles vont aussi baisser le regard. Pas dans une attitude de soumission, mais pour dire "tu peux t'approcher, je ne te mordrai pas". » illustre M. Dallaire.

Saisir l'opportunité

Conscients de l'attrait que leurs produits suscitent chez les consommateurs, les compagnies de communication mobile ne se font pas prier pour aider leurs clients dans leurs démarches de flirt.

Entre les nouvelles fonctions des téléphones et les forfaits rigolos qui peuvent être ajoutés aux services de base — le fournisseur Mobile2win s'est même associé aux fragrances masculines Axe pour donner des conseils de drague à ses membres, par l'entremise de messages textes (SMS) —, la séduction sur cellulaire s'avère un marché des plus lucratifs.

La compagnie Nokia poussera, d'ici quelques semaines, la note un peu plus loin en lançant la collection L'Amour. Dotés d'un design résolument romantique - clavier sans touches, clapet de cuir, effets miroir, motifs floraux gravés, etc. — les modèles 7370 et 7380 seront vendus chez Holt Renfrew, pour un prix qui oscille entre 599 et 775 \$. Ils visent plus que jamais une clientèle « soucieuse de son image », considérant le cellulaire comme un complément à la tenue vestimentaire.

« Pour moi, ç'a toujours été comme ça !, lance la directrice du marketing de Nokia Canada, Grace Belmonte. C'est une idée qui commence à se répandre un peu plus. Les gens se servent de plus en plus de leur téléphone comme d'un accessoire de mode. »

Selon Mme Belmonte, de nombreux consommateurs choisissent même de s'acheter un second appareil, afin que leur cellulaire suive la même transition que leur look en passant du bureau au cinq à sept.

« Les gens apprécient l'opportunité d'avoir plus qu'un téléphone : l'un pour le jour, configuré pour le travail, avec les fonctions de courriels et d'agenda, l'autre pour la soirée, plus joli, le genre de téléphone qu'on peut déposer sur la table pour susciter une réaction. »

Et les bonnes manières ?

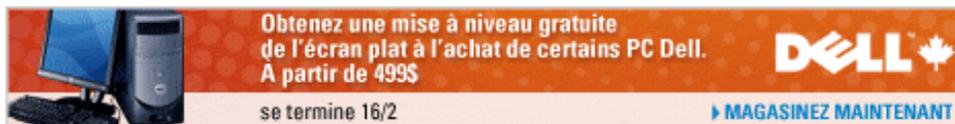
Conférencière et conseillère en étiquette, Danièle Parent voit d'un œil peu favorable l'influence que peuvent avoir les nouveaux moyens de communication sur les relations humaines. Selon elle, mettre son cellulaire en évidence dans un bar ou lors d'un rendez-vous galant est un affront aux bonnes manières.

« Les gens ont l'air de penser que ça fait hot, que c'est une manière de dire "regardez, je réussis !" indique-t-elle. Pour moi, quand quelqu'un exhibe son cellulaire dans une soirée, c'est comme s'il rentrait dans le bar avec sa voiture, pour montrer qu'il a une Porsche. Il y a d'autres façons d'approcher quelqu'un qu'en lui montrant ce qu'on possède. »

Quant à ceux qui seraient tentés d'utiliser courriels et messages textes pour inviter la personne convoitée à sortir, l'auteure du guide Pour bien vivre... il faut du savoir vivre se fait claire : les relations amoureuses, on les entretient de vive voix et les yeux dans les yeux.

« Surtout quand on sait que presque 60 % des hommes utilisent leur Blackberry aux toilettes..., laisse tomber Danièle Parent. Quand je reçois un SMS et que je visualise où se trouve l'expéditeur, je ne trouve pas ça très galant. C'est même un turn off total ! »

« [Retour](#) » [Haut](#)



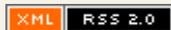
Obtenez une mise à niveau gratuite de l'écran plat à l'achat de certains PC Dell. A partir de 499\$ se termine 16/2 **DELL**  [MAGASINEZ MAINTENANT](#)

[Accueil](#) | [Actualités](#) | [Torino 2006](#) | [Monde](#) | [Arts & Spectacles](#) | [Sports](#) | [Lapresse](#) | [affaires.com](#) | [Technaute.com](#)

[Montoit.ca](#) | [Monvolant.ca](#) | [Actual](#) | [Santé](#) | [Cinéma](#) | [Voyages](#) | [Sciences](#) | [Opinions](#) | [Blogues](#) | [Rencontres](#) | [Plan du site](#)

[Abonnez-vous à l'Info Courriel Cyberpresse](#) | [Modifiez votre profil](#) | [Foire aux questions](#)

[Cyberpresse en page d'accueil](#) | [Politique de confidentialité](#) | [Annoncez sur Cyberpresse](#) | [Contactez-nous](#)



Copyright © 2000-2006 Cyberpresse Inc., une filiale de Gesca. Tous droits réservés.

Ce site a été optimisé pour les fureteurs Microsoft Internet Explorer, version 5.0 et ultérieures, Netscape, version 7.0 et ultérieures, Mozilla, version 1.3 et ultérieures et Firefox, version 1.0 et ultérieures.