

Yvonnick
Denoël



Sexus Economicus

Le grand tabou des affaires

nouveau monde
éditions

Extrait de la publication

SEXUS ECONOMICUS

Corrections : Catherine Garnier

Suivi éditorial et mise en pages : Marie-Mérodie Delgado

© Nouveau Monde éditions, 2010

24, rue des Grands-Augustins - 75006 Paris

ISBN : 978-2-84736-485-9

Dépôt légal : mars 2010

Yvonnick DENOËL

SEXUS ECONOMICUS

LE GRAND TABOU DES AFFAIRES

NOUVEAU MONDE ÉDITIONS

*Le pouvoir, surtout dans ses formes traditionnelles,
est impensable sans référence à la sexualité.¹*

Georges Balandier

¹ « Le Politique des anthropologues », dans Madeleine Grawitz, Jean Leca (dir.), *Traité de science politique*, tome 1, PUF, 1985.

INTRODUCTION

LE GRAND TABOU

« PARIS - Un haut dirigeant de TF1 a été mis en examen samedi à Paris pour « homicide involontaire » et « infraction à la législation sur les stupéfiants » après la découverte jeudi d'un cadavre à son domicile, a-t-on appris de source judiciaire. Il a été laissé libre sous contrôle judiciaire.

Président de TF1 International, une filiale spécialisée dans la production et la distribution de longs métrages, Patrick B., 55 ans, avait été interpellé jeudi matin à son domicile du 11^e arrondissement de Paris en compagnie d'un autre homme. Les policiers découvraient alors le corps de Fabrice L., 40 ans, chef du bureau du cabinet du ministre de la Culture. Selon l'autopsie, l'homme aurait succombé à une overdose de drogues.

Lors de leur garde à vue dans les locaux de la 2^e Division de police judiciaire (DPJ), les suspects expliquaient avoir participé à une soirée en compagnie d'autres hommes.

De la cocaïne et du GHB, drogue dite du « violeur » en raison de ses fonctions désinhibitrices, y auraient été consommés en quantité. Ce mélange aurait notamment provoqué la mort du fonctionnaire du ministère de la Culture.

Deux autres protagonistes de cette soirée spéciale ont été également interrogés et remis en liberté. »

Associated Press, 19 avril 2008.

Si vous regardez assidûment les journaux télévisés de TF1, vous avez peut-être raté cette information... qui a d'ailleurs été reprise avec parcimonie par la presse écrite¹. D'ordinaire, ce genre d'affaires mettant en cause des personnalités haut placées ne sortent pas, ou bien elles sont instrumentalisées à des fins politiques. « Des scandales potentiels, petits ou gros, touchant la vie sexuelle des grands patrons, des hauts fonctionnaires, des hommes politiques, on en voit passer plusieurs par semaine, mais la maison est bien tenue ! », s'amuse un policier en retraite. La préfecture de police de Paris est habituée à traiter ce genre de dossiers « sensibles » avec la discrétion requise². Quel serait l'intérêt de dévoiler des « turpitudes » strictement privées ? Aucun en effet, sauf que l'on n'applique pas forcément le même souci de discrétion à des faits divers impliquant monsieur ou madame tout-le-monde.

Comme tout un chacun, les grands patrons ont droit au respect de leur vie privée. La presse française écorne parfois ce principe pour les stars du showbiz, voire les politiques qui jouent un peu trop la corde « people ». Mais pour les élites économiques qui s'évertuent à donner une image de compétence et de sérieux au service exclusif de leurs actionnaires, la prudence reste de rigueur. Il faut une mort violente pour lever le silence, comme dans l'affaire Stern, ce banquier abattu par sa maîtresse lors de jeux sado-maso³.

¹ À notre connaissance, seuls *Le Parisien* et *Le Figaro* en ont fait mention.

² Jean-Michel Décugis, Christophe Labbé et Olivia Recasens, *Place Beauvau*, Laffont, 2006.

³ Voir le chapitre 8 : « Les financiers ».

La presse a plus de coups à prendre dans ce genre d'histoires que de ventes à gagner : les grands groupes du CAC 40 sont aussi d'importants annonceurs publicitaires pour un secteur durement éprouvé par la crise et les nouveaux médias. Peut-on se permettre de s'en aliéner, ne serait-ce que quelques-uns ? Et puis, ces grands patrons peuvent s'offrir les meilleurs avocats de la place et mener sans souci des batailles judiciaires de plusieurs années... Pour qu'un sujet touchant à la vie intime des dirigeants ait une légitimité journalistique, il faut démontrer qu'il a des conséquences tangibles sur la vie des affaires. Or les infos glanées en la matière relèvent le plus souvent de la rumeur, par essence difficile à vérifier. Les journalistes économiques qui couvrent l'actualité des grands patrons recueillent souvent dans les entourages quelques secrets d'alcôves croustillants. Ils voient parfois les stars du CAC 40 s'afficher avec de très jeunes femmes (ou jeunes hommes) qui ne figurent dans l'organigramme d'aucune société. Mais cette tranquille ostentation ne constitue pas en soi matière à publication dans un pays comme la France, où l'on a toujours considéré l'hyperactivité sexuelle des gouvernants comme un signe de saine vitalité.

Et pourtant... l'enquête qui va suivre, laissant de côté toute position morale, et se limitant aux seuls cas dans lesquels l'interférence entre affaires et vie privée est avérée, aboutit à des découvertes qui dépassent nos interrogations initiales. Oui, le sexe est le grand tabou des affaires. Il explique la réussite ou l'échec de certains *deals*, la faveur ou la défaveur de tel dirigeant... Il obsède une proportion étonnante de cadres de haut niveau, et même jusqu'aux plus grands « gourous » de l'économie.

Prenez Warren Buffet. À 80 ans passés, le fondateur du fonds Berkshire Hathaway est décrit par la presse économique comme le vieux sage de la finance, menant une vie d'ascète, et ayant toujours su rester à l'écart des spéculations malsaines qui ont plongé le monde dans la crise en 2008-2009. Chaque année, des milliers de petits porteurs viennent religieusement consulter ses oracles lors de l'assemblée annuelle de son fonds. Un site satirique américain a pourtant réuni un florilège de ses déclarations récentes, qui détonnent dans un tel tableau. En voici quelques extraits :

« C'est bien d'avoir beaucoup d'argent, mais vous savez, vous ne voulez pas le conserver pour toujours. Je préfère acheter des choses. Autrement, c'est un peu comme économiser le sexe jusqu'à ses vieux jours. »

À propos de la diversification des placements en Bourse :

« Si vous avez un harem de quarante femmes, vous n'arriverez jamais à en connaître une très bien. »

« Accorder le nom d'investisseurs à des institutions qui font du trading actif est comme appeler quelqu'un qui multiplie les aventures d'un soir un "grand romantique". »

À propos du plan de relance économique de l'administration Obama :

« Vous ne pouvez pas faire un enfant en un mois en mettant neuf femmes enceintes, ça ne marche pas comme ça. »

« Les produits dérivés sont comme le sexe, la question n'est pas avec qui nous avons couché, c'est avec qui ils ont couché qui est le problème⁴. »

⁴ « Warren Buffet on Sex », sur le site de Motley Fool.

Comme quoi le bon sens financier n'est pas incompatible avec un humour de potache. En vingt-quatre heures, le florilège intégral a fait le tour du monde des forums financiers et boursiers sur Internet. « Papy Warren » a été reçu cinq sur cinq par son jeune public...

Et pour cause, certains domaines professionnels comme la finance, mais aussi l'armement, l'aviation, le BTP, le pétrole, et quelques autres, ne sauraient fonctionner sans la prostitution de luxe. À tort ou à raison, celle-ci est considérée comme un ingrédient indispensable de la relation client, et parfois comme une arme dans la guerre économique. Les entreprises constituent une des plus grosses clientèles de certaines call-girls. Un phénomène méconnu car peu ou pas étudié... sauf aux États-Unis, où quelques chercheurs et journalistes se sont intéressés à ce sujet « tabou ».

Le sexe et les affaires : une hypocrisie qui a la vie dure

La première étude sur l'usage clandestin du sexe par les acteurs économiques date de la fin des années 1950. Un documentaire radiophonique d'Edward Murrow fait scandale aux États-Unis. Murrow est ce journaliste incarné par David Strathairn dans le film *Good Night and Good Luck* (2005) de George Clooney. Il fut l'une des rares vedettes des médias à combattre ouvertement le maccarthysme. Son enquête, « The Business of Sex », est, à notre connaissance, la première à mettre l'accent sur les liens étroits entre les affaires « respectables » et la

prostitution. On y entend par exemple un cadre supérieur décrire les activités d'une « Madam » (proxénète de haut vol) : « Cette femme travaille seulement avec les plus gros poissons. Vous savez, quand de grandes entreprises organisent une fête, elles contactent cette femme. Elle leur fait un prix forfaitaire – mettons 3 000 dollars ou 5 000 dollars selon le nombre de filles demandées – et elle leur envoie un catalogue pour que les clients choisissent les filles. Les plus grandes multinationales travaillent avec elle. » Un courtier en acier explique encore comment il l'a emporté sur six concurrents et gagné 60 000 dollars grâce à deux filles recrutées pour séduire les deux hommes clés du marché...

Hélas pour la bonne réputation des hommes d'affaires, un livre enfonce le clou en 1960, *They Sell Sex, the Call Girl and Big Business*⁵. Cette fois, il s'agit d'un travail d'enquête mené par une sociologue reconnue de la prostitution, Sara Harris, avec des témoignages anonymes, trop détaillés et précis pour être entièrement inventés. L'ouvrage connaît de nombreuses rééditions. Mais il ne sera pas traduit en français, comme si ces témoignages concernaient une réalité purement américaine. Ils ont pourtant valeur universelle, telles ces observations de « Maurice Keim », 42 ans, président de société à New York : « Eh bien, si un homme d'affaires désire trouver de la compagnie pour ses relations d'affaires en visite dans sa ville, il y a plusieurs moyens que tout le monde connaît, c'est en quelque sorte l'ABC des affaires. Vous pouvez d'abord appeler un certain numéro et demander une fille,

⁵ Sara Harris, *They Sell Sex. The Call Girl and Big Business*, Fawcett Books, 1960. Traduction de l'auteur.

ce qui est la façon la plus courante. Vous n'aurez jamais la fille elle-même en direct au bout du fil. Le numéro se transmet de bouche à oreille. Par exemple, je fréquente un club de gym... si vous avez un besoin urgent, il y a des types là-bas qui peuvent vous dépanner et vous filer un numéro de téléphone. Pas besoin de publicité... Les numéros changent souvent, à peu près une fois par an. Au bout du fil, ils vous demandent votre nom, votre société et un numéro pour vous rappeler. Ils ont bien sûr les moyens de vérifier qu'il n'y a pas d'entourloupe avant de vous rappeler. [...] Les filles dans ce cas ne reçoivent pas chez elles mais visitent le client à son hôtel uniquement.

» Le deuxième cas de figure, c'est la fille indépendante qui reçoit chez elle, comme une petite amie normale. Elle sait recevoir un client, le mettre à son aise, lui servir à boire et bavarder avec lui pour commencer, ce qui donne à l'affaire un parfum d'aventure. J'ai eu un client qui venait de New York pour quelques jours et un de mes concurrents lui avait arrangé le coup avec une fille comme ça. Il m'a confié avoir passé une soirée formidable et comme j'avais la semaine suivante deux autres clients à recevoir, je lui ai demandé les coordonnées de la fille. Je suis allé la rencontrer, dans un bel appartement. C'est une jolie fille, pas Marilyn Monroe mais agréable à regarder, bien éduquée. L'appartement est joliment décoré, avec une très belle bibliothèque. Je ne sais pas si c'est vrai mais elle m'a dit qu'elle allait suivre des cours à Columbia. À l'évidence, elle a un enfant. Elle ne vit pas dans cet appartement, elle y travaille de 14 heures à 23 heures ou minuit. Elle m'a annoncé ses tarifs, qui sont très élevés. Elle prend 50 dollars [de 1960] par personne

pour une soirée. Elle peut recevoir deux personnes pour 75 dollars et au maximum trois pour 100 dollars. Elle a un bar bien fourni et ils peuvent rester plusieurs heures. Elle ne presse personne. Elle m'explique, "Supposons que vous emmeniez dîner trois clients. Cela va vous prendre toute la soirée et le repas dans un bon restaurant vous reviendra déjà à 60 ou 70 dollars. Ensuite si vous les emmenez au spectacle, il faut ajouter le prix des tickets, c'est-à-dire une fortune. Grâce à moi, vous avez votre soirée de libre, vous pouvez la passer en famille. Je m'occupe de divertir ces messieurs et, croyez-moi, ils vont passer un bon moment. Vous pouvez même leur dire qu'ils ont droit à une deuxième fois. La plupart des hommes pensent qu'ils peuvent le faire plusieurs fois de suite, mais la plupart en sont incapables ! [...]" »

Bien entendu, les chefs d'entreprise qui acceptent de témoigner anonymement jurent tous, la main sur le cœur, qu'ils n'ont eux-mêmes jamais « consommé » ce genre de divertissement réservé à leurs clients de passage ! Une version difficile à croire quand on connaît la personnalité et la vie des « grands patrons »...

« *Je ne connais pas de dirigeants normaux* »

*Profil sexuel des hommes de pouvoir*⁶ est le titre d'une autre enquête pionnière, réalisée dans les années 1970, et basée sur des centaines d'heures d'entretiens avec quatre-vingts call-girls de Washington. On y lève l'hypocrisie

⁶ Sam Janus, Barbara Bess, Carol Saltus, *A Sexual Profile of Men in Power*, Prentice Hall, 1977.

selon laquelle le « big business » aurait bien recours à la prostitution, mais de façon pragmatique, juste pour rester dans la course face à la concurrence. Un moindre mal en quelque sorte. Ce n'est pas la faute des entreprises si les clients ont parfois des exigences indécentes ! Cette version occulte une réalité beaucoup plus gênante : les magnats sont souvent eux-mêmes de grands obsédés !

Selon les témoignages recueillis par l'étude, une écrasante majorité des clients de ces prostituées sont des hommes de pouvoir, économique ou politique. On établit pour la première fois de façon scientifique que les « hommes de pouvoir » sont bien plus actifs sexuellement que la moyenne, et ce jusqu'à un âge avancé. Ils sont aussi plus nombreux à fréquenter des prostituées, et le font plus souvent, y consacrant des sommes beaucoup plus élevées. Un fort pourcentage de leurs demandes concerne des pratiques sexuelles hors du commun : fétichisme, voyeurisme, et particulièrement sado-masochisme.

Cette hyperactivité est avant tout une manifestation de leur narcissisme, elle leur donne un sentiment de toute-puissance justifié par leur importance extraordinaire. Le narcissisme est une dimension souvent occultée dans la littérature sur le management, sauf dans les cas de débordements les plus visibles. Pourtant, les chercheurs commencent à s'y intéresser. La psychologue Bénédicte Haubold a récemment étudié les plus grands dirigeants français à travers ce prisme⁷. Elle cite un associé du second cabinet mondial de chasseur de têtes : « De toute évidence, je ne connais pas de dirigeants normaux, c'est-à-dire de

⁷ Bénédicte Haubold, *Vertiges du miroir. Le narcissisme des dirigeants*, Lignes de pères, 2006.

monsieur tout-le-monde. Je pense qu'ils ont tous quelque chose de spécifique, de très particulier et surtout de hors du commun. Cela peut aller de traits de personnalité extrêmement forts, tels qu'une haute créativité, une très forte empathie, ou bien même une vision, qui ne sera pas nécessairement stratégique du reste, jusqu'à la maladie mentale comportant des troubles psychotiques. Le narcissisme est un des plus intéressants phénomènes, à cause de sa place, de sa visibilité. Le narcissisme est lié au pouvoir, au sexe, à l'argent, au plaisir, au désir⁸. »

D'autres motivations entrent en ligne de compte. Les dirigeants de haut niveau sont continuellement soumis à des tensions professionnelles qui les maintiennent sous pression. Le sexe est un moyen d'évacuer cette pression. Ils doivent aussi apparaître comme des êtres totalement rationnels, s'imposant une discipline de fer. Il n'y a pas ou peu de place dans leur monde pour l'intuition, la fantaisie ou le trivial. Ce qui revient à nier que certaines décisions de gestion, parmi les plus importantes, sont parfois prises sous la coup de la colère, de la jalousie, ou de l'orgueil. Chacun a besoin d'une évasion de son carcan quotidien, y compris les hommes de pouvoir. À la différence du commun des mortels, ces derniers ont les moyens de vivre leurs fantasmes, et pas seulement de les imaginer : il leur suffit de payer. Sans compter que les privilèges et les tentations font partie de leur vie quotidienne. Et, même si l'on ne vient pas d'un milieu social privilégié, on s'habitue vite à vivre au sommet de l'échelle !

Les hommes arrivés au pouvoir en viennent à considérer l'accès facile à des femmes qui le sont tout

⁸ *Ibid.*

autant comme un avantage de leur fonction. Leur vie sociale et professionnelle est scandée par des interventions en public, des réceptions officielles (déjeuners de travail, cocktails, etc.), pendant lesquelles il est valorisant d'être vu en compagnie de jolies femmes : cela flatte leur ego. Il peut s'agir de collaboratrices, de prestataires diverses ou même de call-girls. Toute occasion de paraître, de briller, de convaincre un auditoire. Selon le mot attribué à Henry Kissinger, « le pouvoir est le meilleur des aphrodisiaques ». Mais si, de surcroît, il est exercé par une personnalité charismatique, presque rien ne lui est interdit. La soif de pouvoir et la soif de sexe finissent par se confondre. Les lobbyistes et intermédiaires de toutes sortes recherchant leur contact savent que le sexe est une des meilleures façons de créer et d'entretenir de bonnes relations d'affaires.

Le monde des grandes entreprises et de la haute administration ressemble à la politique : il est rempli d'intrigues, de complots, de renversements d'alliances, d'affrontements sans merci entre clans. Autant d'occasions de provoquer de fortes frustrations que le sexe permet de calmer provisoirement. Le recours bien plus fréquent que la moyenne aux pratiques sado-maso est typique de personnalités dominées par la quête du pouvoir. Pour conserver leur équilibre intérieur, elles ont besoin de subir à leur tour des actes violents ou humiliants qui leur permettent d'atteindre l'orgasme et le repos.

Une majorité d'hommes de pouvoir sont mus par un sentiment d'invincibilité qui les autorise à se mettre dans des situations scabreuses sans crainte d'être découverts. La loi des simples mortels ne s'applique pas à eux. Et dans une majorité de cas, cette confiance se révèle justifiée.

La courtisane

Bien sûr, le sexe en entreprise ne se limite pas à la prostitution. On l'a vu, les hommes de pouvoir sont aussi sollicités, de façon plus ou moins intéressée, par de jeunes et ambitieuses collaboratrices. Du moins, il y a peu de sociétés dans lesquelles on ne l'affirme pas en chuchotant.

Dans les grandes entreprises, la courtisane est un mythe omniprésent, sans doute fondé sur une part de réalité, mais aussi de fantasme. Les magazines en raffolent, témoin ce récent dossier sur « l'irrésistible ascension des courtisanes⁹ », qui sévissent en politique mais n'épargnent pas le secteur privé : « Quand une nouvelle équipe se met en place, explique le DRH d'un groupe de communication, ce qui est de plus en plus fréquent avec les mouvements de fusion-acquisition, on cherche à mettre des gens à soi. Or, quoi de plus sûr qu'une ancienne maîtresse ? » On pourrait objecter, quoi de plus dangereux aussi ! En cas de contre-performance, « l'ex » peut devenir difficile à recaser, encore plus à contrôler si elle a le sentiment que son mentor l'a laissée tomber pour une autre... Le mythe de la courtisane est parfois une simple variante de la dénonciation du « jeunisme » qui frappe notamment les industries du luxe et de la communication, au détriment des hommes et surtout des femmes d'expérience : « À 45, 50 ans, on te place une minette de dix ans de moins au-dessus, pour que tu plies l'échine ou que tu te casses », constatent deux journalistes économiques d'un grand quotidien du matin. Mais le soupçon de la promotion canapé, rarement fondé sur des faits vérifiables, devient

⁹ *Marianne*, 7 novembre 2009.

Achevé d'imprimer en France par Jouve

Sexus Economicus

Le grand tabou des affaires

C'est le dernier tabou des affaires. Rares sont les grands contrats qui se concluent sans d'agréables « à-côtés » pour les décideurs et les intermédiaires. Et nombreux sont les grands patrons du CAC 40 dont la vitalité sexuelle n'a rien à envier à celle des politiques. Une tradition que l'intérêt supérieur des entreprises ou des États commande de passer sous silence.

Mais c'est aussi un danger potentiel. Dans la guerre économique mondiale, on n'hésite plus à recueillir des secrets stratégiques « sur l'oreiller » ou à entraîner les dirigeants dans des traquenards.

Pour la première fois, les dessous – plus ou moins chics – des affaires sont ici dévoilés : BTP, automobile, armement, pétrole, médias, finance, etc., font largement appel à la prostitution de luxe. Ce document éclaire la dimension sexuelle de scandales marquants, comme la mort violente du financier Édouard Stern, l'éviction de Jean-Marie Messier de la direction de Vivendi, ou encore les secrets inavouables du prince Albert de Monaco, piégé par son ancien espion.

Il livre des scoops comme l'implication de Dick Cheney, ancien P-DG d'Halliburton, dans une affaire de call-girls ; les « voyages d'études » offerts à nos élus municipaux par un grand groupe de l'eau ; ou encore le rôle récent de belles espionnes chinoises dans la déstabilisation d'industriels français de l'armement.

Mettant fin à plusieurs décennies d'hypocrisie, cet ouvrage jette une lumière crue sur la place et les dangers du sexe dans l'économie, en particulier chez des dirigeants sous pression, qui en ont fait leur drogue.

Yvonnick Denoël, spécialiste du renseignement, a déjà publié, chez Nouveau Monde éditions, le best-seller Le Livre noir de la CIA (2007), ainsi que Comment devient-on espion ? (2009).

15 €
ISBN : 978-2-84736-545-0

 NU80605



Conception graphique : Elisabeth Chardin

Extrait de la publication

nouveau monde
éditions
www.nouveau-monde.net