

Mœurs

«Dans notre société, la sexualité nous bombarde»

En cinquante ans, le Planning familial s'est adapté aux mutations des comportements

Sophie Davaris

Le Planning familial genevois célèbre ses 50 ans. Voici un demi-siècle que ce service public, gratuit et confidentiel offre des consultations en matière de sexualité. Née d'un vœu politique précis - diminuer le nombre d'avortements - la structure répond aujourd'hui à une mission plus vaste: «la promotion de la santé sexuelle». De l'éducation sexuelle au conseil conjugal, en passant par la prévention de la violence et des abus, les activités se sont adaptées, reflétant les mutations de la société.

«En cinquante ans, le monde a complètement changé», résume Lorenza Bettoli Musy, responsable de l'Unité de santé sexuelle et planning familial. A commencer par la vision du Planning familial lui-même. Pionnier en Suisse, le centre genevois est vu, en 1965, «comme un lieu d'incitation à la débauche, un centre de dévergondage». Aujourd'hui intégré au sein des Hôpitaux universitaires, il a assis sa légitimité. «Même si, régulièrement, des voix s'élèvent pour dire que les gens sont assez bien informés et que le Planning pourrait fermer...»

Tourisme gynécologique

A ses débuts, le Planning familial doit répondre à la grande préoccupation de l'époque: l'avortement. «On estime qu'il y en avait environ 50 000 en Suisse en 1965. Jusqu'en 2012, la loi n'autorisait l'interruption de grossesse que si la santé de la mère était en danger», rappelle Lorenza Bettoli Musy. Canton plutôt libéral en la matière, Genève attire «un tourisme gynécologique» français - avant la Loi Veil - comme suisse, d'autres cantons appliquant la loi de manière bien plus restrictive.

La mission première du Planning consiste donc à informer sur la contraception - la pilule est mise sur le marché en 1961 - afin d'aider les femmes à ne pas se retrouver enceintes contre leur volonté.

Eclatement de la famille

Dès les années 70, le modèle familial traditionnel, sans s'effondrer, s'érode, laissant la place «à toutes sortes de familles»: monoparentales, recomposées, homoparentales. Le Planning familial est le témoin de ces bouleversements. Il accueille des femmes qui désor-



Lorenza Bettoli Musy, responsable de l'Unité de santé sexuelle et planning familial. OLIVIER VOGELSANG

Plus de 7600 entretiens par an

En 2014, l'Unité de santé sexuelle et planning familial a assuré 3414 consultations (contre 2272 en 2000) et répondu à 4200 autres sollicitations, soit un total de 7614 entretiens. Un entretien est possible avec ou sans rendez-vous. La moitié des consultations concerne des jeunes de moins de 20 ans. Dans 40% des cas, la consulta-

tion concerne une demande de pilule du lendemain. Le Planning familial offre aussi une consultation conjugale. Alors qu'on estimait à 50 000 le nombre d'interruptions de grossesse dans les années 60, l'Office fédéral des statistiques en comptait 10 444 en 2013. En 2015, le Planning familial vise à s'ouvrir davantage aux hommes. **S.D.**

mais assument une grossesse hors mariage et voit peu à peu les hommes s'impliquer davantage auprès de leur partenaire. «Aujourd'hui, ils nous consultent plus volontiers. Ils sont aussi plus souvent désorientés face à des situations qu'ils ne maîtrisent pas, si la femme désire garder un enfant qu'ils n'ont pas voulu ou, à l'inverse, si elle veut avorter alors qu'ils souhaiteraient devenir père», indique Geneviève Sandoz, conseillère en santé sexuelle et psychologue. La notion de «désir» de paternité, ou de maternité, éclôt dans ces années-là, avec la disjonction de la sexualité et de la reproduction. «Auparavant, on ne se posait pas la question.»

Individualisme exacerbé

La libération des mœurs génère de nouvelles contraintes. «L'individualisme exacerbé a fait de l'épanouissement personnel une sorte d'obligation. On doit s'épanouir dans la maternité. On veut être heureux dans son couple. On

doit avoir une sexualité réussie, et avoir des rapports si l'on est handicapé, si l'on est vieux», énumère Geneviève Sandoz.

Sexualité omniprésente

«Nous vivons dans une société où la sexualité nous bombarde», poursuit la psychologue. La banalisation de l'accès à la pornographie influence le comportement des jeunes gens. «Des pratiques comme la sodomie ou le sexe oral se sont répandues. Mais ces changements comportementaux ne veulent pas dire que tout va de soi sur le plan psychologique. Les attentes affectives, relationnelles demeurent intactes.» Aujourd'hui, selon Geneviève Sandoz, certaines jeunes filles se sentent obligées d'accomplir certains actes sexuels par peur de décevoir les garçons qui, eux aussi, souffrent de ces pressions.

Les conseillères du Planning familial évoquent des jeunes filles qui ont honte d'être vierges à 18 ans. Des parents catastrophés

et désespérés face à leur fille de 12 ans qui a déjà entamé sa vie sexuelle...

Dans d'autres cas, le service accueille des jeunes gens «pris dans un conflit de loyauté entre un milieu familial conservateur et une société libérée. Affirmer son homosexualité, avoir une relation sexuelle sans être mariée reste fort mal vu, voire impossible, dans certains milieux. Dans tous les cas, notre objectif est le bien-être de la jeune fille ou du jeune homme. On essaie de les accompagner, sans les juger.»

Arrivée des réseaux sociaux

Gare à l'image! prévient Lorenza Bettoli Musy. «Les jeunes gens doivent faire attention lorsqu'ils se font prendre en photo, des images relevant de la sphère intime se retrouvant souvent rapidement sur les réseaux sociaux.» Autre effet pervers de ces technologies: elles facilitent le contrôle du partenaire, ce qui modifie les relations amoureuses.

Le couple toujours valorisé

Dans ce grand chambardement, le couple reste extrêmement valorisé, même plus qu'avant, selon Geneviève Sandoz: «Dans un monde agressif, il est devenu une valeur refuge.» Le Planning propose une consultation conjugale aux couples qui traversent une crise. Elle est particulièrement prisée par les 31-40 ans.

Unité de santé sexuelle et planning familial: 47, bd de la Cluse. 022 372 55 00. Du lu au ve (sauf mardi matin) de 9 h à 12 h 30 et de 14 h à 18 h 30 (ve 18 h).



La Cave de Genève a dévoilé hier sa nouvelle identité visuelle et sa nouvelle gamme de vins nommée «Trésor». PIERRE ABENSUR

La Cave de Genève dévoile son nouveau look

La coopérative affronte la concurrence européenne avec un visuel épuré et une nouvelle gamme de vins

La Cave de Genève a dévoilé hier sa nouvelle identité visuelle et sa nouvelle gamme de vins. La coopérative, renommée La Cave Genève (sans «de»), arbore toujours son logo associant l'aigle des armoiries genevoises à une feuille de vigne, mais dans un graphisme plus épuré qui se décline désormais en bleu pétrole et doré.

En parallèle, une nouvelle gamme de vins est lancée. Nommée «Trésor», elle se compose de six vins sous AOC Genève: un chasselas vieilles vignes, un sauvignon blanc, un sauvignon gris, un rosé de gamaret, un gamay vieilles vignes et un assemblage gamaret-syrah. Ces crus, qui visent le segment haut de gamme, sont issus d'un élevage classique en cuves, et non en barriques. Ils étaient jusque-là commercialisés sous d'autres appellations. Regroupés dans la gamme «Trésor», ils ont aussi eu droit à un relookage. A l'instar du logo, le style des étiquettes a été rafraîchi et épuré par une agence milanaise spécialisée dans ce domaine. Les nouvelles étiquettes se veulent «plus élégantes, pour mettre en

valeur la qualité des vins». Les noms des cépages y sont mis en évidence.

Avec cette opération de marketing opportunément lancée à la veille du week-end Caves ouvertes, la coopérative - qui regroupe 80 vigneron exploitant 30% du vignoble genevois - entend faire face à la concurrence accrue des

«Les vins européens sont très demandés par les distributeurs»

Didier Fischer
Président de la Cave de Genève

vins étrangers, en particulier ceux des pays de l'Union européenne (UE). Celle-ci développe une stratégie toujours plus agressive pour faire la promotion de ses vins hors de ses frontières, notamment en Suisse. «Le budget de l'UE pour le soutien à la viticulture va doubler d'ici à 2018, souligne Didier Fischer, président de la Cave de Genève. Même si la viticulture suisse baisse ses marges pour rester compétitive malgré le franc fort, les vins européens sont très demandés par les distributeurs.» Antoine Grosjean

Arrestation
Un éducateur filmait les ados sous la douche

C'est lors d'un tournoi de foot dans l'Hérault ce week-end que des adolescents haut-savoyards ont découvert un dispositif d'enregistrement dans un mobile-home. Selon *Le Messager*, un éducateur sportif du club de Thyez, âgé de 50 ans, les films étaient sous leur douche. Lors des perquisitions, les gendarmes ont retrouvé à son domicile des images téléchargées sur Internet à caractère pédopornographique. Arrêté lundi, il a été placé en détention provisoire. **M.P.**

Fête des voisins

500

Le nombre approximatif de personnes qui ont participé au questionnaire-concours lancé par la Ville de Genève à l'occasion de la 12e édition de la Fête des voisins, qui a lieu aujourd'hui. La lauréate de l'opération, réalisée en partenariat avec Migros Genève et Yes FM, a reçu un bon de 200 fr., des bouteilles de vin et un kit d'organisation pour la fête de ce jour. La Ville rappelle qu'elle met à disposition des habitants du matériel promotionnel pour organiser cette fête. **X.L.**

Ventes et coup de pub assurent la rentabilité des Caves ouvertes

Les vigneron présentent samedi leur millésime au grand public. Événement incontournable

Samedi, le vin va couler à flots dans la campagne genevoise. Les vigneron ouvrent caves et flacons afin de présenter leur millésime. Mise en bouteilles du nectar, décoration ou recherche de personnel sont quelques-uns des préparatifs pour le rendez-vous annuel. Ce dernier est appelé à se répéter indéfiniment, puisque professionnels et

amateurs de crus y trouvent leur compte. Cinq vigneron racontent les bénéfices de cette journée.

«Nous recevons entre 700 et 800 personnes», lâche David Sossauer, du Domaine des Pendus, à Satigny. Son bénéfice de 25 000 francs grâce aux Caves ouvertes compense largement la dépense de 5000 francs en location d'infrastructures. Ce gain équivalait «à trois mois de ventes», en moyenne, calcule-t-il. «Le commerce est très différent selon la période de l'année. On achète du vin au printemps et en automne. Pres-

que rien en janvier et février, après les Fêtes», constate encore le Genevois. Au Domaine des Balisiers, pas loin de là, on souligne les pertes à cause des bouteilles ouvertes. Mais ici aussi, le gain dépasse l'investissement. «Et puis, c'est une fête. L'échange avec le client est agréable. C'est l'une des plus belles journées de l'année», déclare-t-on sur les terres de Christophe Pillon.

Les Caves ouvertes représentent avant tout une carte de visite pour de nombreux professionnels. A la Cave des Oulaines, petite gestion familiale, on constate que

«certains clients reviennent plus tard pour faire leurs achats». Les propriétaires évaluent à au moins 20% la part des ventes lors de cette journée. «L'achat direct n'est pas automatique. Mais on marque les esprits. Les visiteurs se souviennent de nous», renchérit Didier Cornut, œnologue au Domaine du Paradis, à Satigny. Avantage indéniable: la promotion de l'événement pour découvrir les vins de la région est soutenue par le Canton.

Les dépenses ne sont souvent pas exorbitantes pour les vigneron. Ceux-ci trouvent le moyen de

faire des économies. D'une part, amis et famille se portent bénévoles. D'autre part, certains domaines sont équipés en bancs, parasols et tables longues pour accueillir les visiteurs, évitant ainsi la location de matériel.

Le vendredi, il s'agit de préparer et décorer les caves. Le nectar, lui, a déjà été mis en bouteilles, il y a un mois au moins. «Le vin est vivant. Il doit s'habituer au verre et se remettre de son changement d'état», expliquent les vigneron, en chœur.

Jean-Daniel Ramu, propriétaire

du Domaine des Alouettes, à Satigny, reçoit majoritairement des trentenaires «suisse ou internationaux». Des Genevois, bien sûr, mais aussi des Vaudois et des Fribourgeois. Français, Allemands, Italiens, Espagnols et Britanniques répondent souvent à l'appel. Une clientèle bien différente: «Les Espagnols sont des connaisseurs. Alors que les Anglo-Saxons veulent simplement du vin», note le spécialiste. **Ana Dias**

Lire aussi notre supplément «Tribune du Terroir»