

# VENDRE UNE INTIMITÉ SINCÈRE : LE PARADOXE DU *SUGAR DATING*

par Catherine Lavoie Mongrain

Doctorante au département de sociologie de l'Université du Québec à Montréal et membre-étudiante au PRFM

L'argent peut être source de malaise lorsqu'il s'invite à la table des échanges amicaux, amoureux et sexuels. Ceci, parce qu'une croyance culturelle répandue considère que l'intime et l'économique appartiennent à deux univers séparés ne devant pas se chevaucher. Selon l'experte en sociologie économique Viviana Zelizer, ces univers sont fréquemment considérés dans les sociétés occidentales comme des « mondes hostiles » dont la pureté est à protéger (2005). Dans cette approche, ce qui est intime ne doit pas être entaché par l'économique et vice-versa, signifiant non seulement que l'intimité ne doit pas être vendue, mais qu'elle ne peut être vendue. Pourtant, il existe de nombreuses formes d'arrangements entre deux personnes où sont échangés des performances affectives et sexuelles contre des avantages matériels qui se revendiquent aussi d'être significatives sur le plan intime. C'est le cas du *sugar dating*, un « nouveau » mode de fréquentation où des *sugar daddies* (généralement des hommes plus âgés) font profiter leurs *sugar babies* (généralement des jeunes femmes) de leurs ressources

symboliques et matérielles en échange de leur compagnie. Propulsé en 2006 par le lancement de la plateforme numérique de rencontre

Seeking Arrangement, le *sugar dating* cherche à combiner les mondes culturellement antagonistes que sont l'intime et l'économique en promouvant des relations qui sont à la fois transactionnelles et significatives. Comme nous le verrons au cours des prochaines lignes, cette transgression des impératifs moraux et culturels niant que la réelle intimité puisse être vendue porte de nombreux enjeux pour la réalisation et la négociation de ces arrangements.

Les résultats présentés ici proviennent de dix entretiens individuels que j'ai effectués auprès de huit *sugar babies* et de deux *sugar daddies*<sup>1</sup> entre juin 2019 et novembre 2020. J'ai de plus mené une analyse critique du discours sur des textes visant à encadrer les représentations et la pratique du *sugar dating* en décrétant ses normes, codes de conduite, intentions légitimes, attitudes appropriées et bien plus. Je référerai dorénavant à ces textes comme des discours prescriptifs. L'échantillon se compose de

trente-trois textes et transcriptions tirés du site web, du blogue et de la chaîne YouTube de Seeking Arrangement, ainsi que d'un forum Reddit dédié au *sugar dating*.

1. Les entretiens ont été menés auprès de *sugar daddies* s'identifiant comme homme et de *sugar babies* s'identifiant comme femme pour explorer le caractère genré de ce type d'arrangement et la construction de la compagnie des femmes comme objet d'échange.

## VENDRE UNE INTIMITÉ SINCÈRE

---

Dans ce court texte, je présente certains des résultats principaux concernant un paradoxe central au *sugar dating* dans un contexte culturel imprégné par l'approche en « mondes hostiles » : celui de la vente d'une intimité sincère. Je discute d'abord des performances des *sugar babies* visant à accomplir leur part du marché dans l'arrangement, puis des efforts déployés pour rendre ce dernier chaleureux et humain (par opposition à froid et transactionnel) et, finalement, des implications de ce paradoxe pour le retour sous forme de gratification financière attendu par les femmes.

### FABRIQUER UNE INTIMITÉ SINCÈRE

Le *sugar dating* consiste en une relation « donnant-donnant » où ce qui est échangé peut varier d'un arrangement à l'autre. Dans les normes, les échanges correspondent surtout à l'offre de compagnie intime (incluant, à défaut d'être spécifiquement exclus, un accès sexuel) contre des sorties toute dépense payée et une compensation financière sous forme d'allocation périodique ou de paiement ponctuel. La « compagnie » est une expression qui peut sembler anodine, mais qui couvre en réalité toute une panoplie d'efforts, d'investissements et de soins. L'offre de compagnie ne se résume pas simplement à faire acte de présence lors de rencontres planifiées ni à acquiescer aux demandes sexuelles des hommes; le travail des *sugar babies* repose en effet sur une méticuleuse gestion des impressions visant à faire apparaître le mirage d'une intimité et d'un attachement sincère. Cela ne signifie pas que les performances d'affection soient forcément inauthentiques. Plusieurs des répondant-es témoignent, par exemple, de l'évolution d'une réelle appréciation mutuelle au fil des rencontres. Or, ces performances sont centrales aux arrangements, puisque le rôle de *sugar babies* vise à faire en sorte que leur *sugar daddy* se sente d'une certaine façon : désiré, apprécié, utile, important, masculin, etc. Leur part du marché consiste à fournir une expérience affective d'intimité authentique (du moins, en apparence).

Pour produire cette expérience, les *sugar babies* performant le rôle idéalisé, comme l'illustre une des répondantes, de la « petite femme parfaite ». Les discours prescriptifs décrivent la *sugar baby* comme une jeune femme intelligente, ambitieuse, motivée, qui étudie ou qui souhaite étudier à l'université, polie, courtoise, raffinée, cultivée, humble et qui traite les autres avec respect, et ce, même lorsque les autres lui manquent de respect. D'abord, l'apparence doit être conforme aux standards de féminité respectable, c'est-à-dire sensuelle sans être sexualisée et modeste sans être prude. Les apparences surfaites ou mettant de l'avant de manière trop ostentatoire les atouts érotiques paraissent non seulement de mauvais goût, mais envoient le message que le type de relation recherché en est un prioritairement transactionnel. La présentation de soi importe, car l'apparence jugée sursexualisée échoue à différencier le *sugar dating* de la « prostitution », généralement conçue comme froide, impersonnelle et illégitime, et, ce faisant, nuit à l'expérience affective des *sugar daddies*. Ensuite, le rôle de *sugar baby* implique de se montrer plaisante, au sens de légère et simple, mais aussi de drôle, joviale et divertissante. Notamment, il incombe aux femmes d'assurer la fluidité des conversations et de contrôler ces dernières de sorte qu'elles permettent aux hommes de se mettre en valeur. Le plaisir des hommes est aussi assuré par la disponibilité sexuelle. Bien que, en théorie, les arrangements de *sugar dating* n'impliquent pas nécessairement de relation sexuelle, il est clair que la présence et la possibilité de sexualité au sein des arrangements constituent une des normes les plus fortement ancrées dans ce type de fréquentation (Palomeque Recio, 2021). La compatibilité sexuelle importe aux yeux des femmes, mais aussi aux yeux des hommes pour qui la réciprocité du plaisir érotique contribue à l'expérience d'intimité sincère recherchée. Enfin, en plus de paraître d'une certaine façon, de se montrer plaisantes et d'être disponibles sexuellement, les *sugar babies* cultivent l'apparence d'intimité par des petites attentions visant à produire une impression de proximité. Sont inclus dans

ces attentions les messages envoyés entre les rencontres pour prendre des nouvelles, les petits cadeaux à valeur essentiellement symbolique, les démonstrations affectives en public, etc. L'ensemble de ces performances, en partie réfléchies sur la base de stéréotypes de genre, laisse à plusieurs l'impression d'incarner un personnage puisque, de toute évidence, bien peu de femmes correspondent à l'état brut au fantasme masculin de la *sugar baby*.

### VENDRE SA COMPAGNIE

La conversion des performances et efforts des femmes en compensations financières est compliquée par le paradoxe du *sugar dating* mentionné en introduction. Le *sugar dating* implique en effet de vendre une relation intime sincère en contexte où une intimité vendue est a priori considérée comme inauthentique dans les croyances culturelles dominantes. En plus de ce paradoxe, la vente d'intimité est encadrée dans plusieurs pays par des lois criminelles. Au Canada, les rapports sexuels entre adultes consentants impliquant un paiement ne sont pas, en principe, illégaux, mais ils sont largement compliqués par la loi. Il est, par exemple, interdit de communiquer aux fins d'établir une transaction et de faire la promotion de tels échanges. La situation est semblable chez nos voisins du Sud, domicile de l'organisation Seeking Arrangement, où une majorité d'états criminalisent la vente de services sexuels. Cet élément contextuel est aussi important pour saisir les marges de manœuvre des acteurs pour conclure une entente et la frilosité des discours prescriptifs lorsqu'il est question d'encadrer les transactions.

Pour rendre les arrangements significatifs et conserver l'illusion d'intimité sincère, les demandes de compensation par les femmes doivent se conformer à un code de conduite très strict et souvent contradictoire. Les réactions des hommes à ces demandes, pouvant aller du désintérêt à l'hostilité, laissent l'impression à une répondante de n'être « jamais gagnante, peu importe comment [elle aborde] le sujet ». D'abord, un certain *timing* pour toucher l'aspect monétaire doit être respecté. Aborder

trop rapidement le sujet envoie le message au partenaire que l'intention principale est de recevoir une gratification financière et non d'apprendre à le connaître et à bâtir une relation intime. Le moment opportun est décrit dans les discours et par plusieurs répondantes comme la fin du premier rendez-vous en personne. Discuter d'un arrangement en face à face plutôt que via une interface numérique est perçu comme plus humain et moins transactionnel. Ensuite, beaucoup préfèrent laisser aux hommes le soin d'entamer cette conversation. L'argent prend en effet des connotations complètement différentes selon le contexte dans lequel on l'évoque. Dans la bouche des femmes, il est froid et clinique. Dans la bouche et les mains des hommes, il constitue une démonstration d'affection, un geste de sollicitude. En ce qui a trait à la fréquence des discussions sur l'argent, elle devrait être réduite au minimum. Une fois une première entente établie, nul besoin de revisiter ce sujet inconfortable. Les codes, métaphores et euphémismes sont également à privilégier dans les conversations. L'évocation trop directe et sans enjolivement des aspects contentieux de la relation, en particulier sa nature transactionnelle, les paiements en argent et, dans une moindre mesure, la sexualité, contrevient aux normes de respectabilité. Par exemple, certaines répondantes rencontrées manifestaient leur désir d'être compensées financièrement en affirmant rechercher un partenaire qui prenne soin d'elles, qui les soutienne durant leurs études, etc. Enfin, l'argent, en soi, est préférablement voilé. La transaction de main à main de billets d'argent rappelle trop brusquement la nature conditionnelle et transactionnelle de la relation. Les transferts électroniques et la dissipation de l'argent dans une enveloppe ou une carte de souhaits permettent de contourner ces malaises.

Bien que fondamentalement transactionnelles, les relations de *sugar dating* sont fréquemment construites par opposition aux arrangements « trop » transactionnels, illicites et criminalisés, compris dans leur ensemble comme la « prostitution » ou le travail du sexe. Le *sugar dating* doit permettre aux hommes

## VENDRE UNE INTIMITÉ SINCÈRE

---

d'incarner le rôle d'un bienfaiteur partageant ses richesses avec sa partenaire moins privilégiée et non celui d'un client qui rémunère une prestataire de services. L'évacuation des aspects transactionnels qui « tuent la magie » dans des arrangements conditionnels est vantée comme la plus-value du *sugar dating* dans ses discours prescriptifs, puisqu'elle contribue à l'expérience affective d'intimité sincère recherchée. Le respect des normes pour édulcorer les transactions est donc plus qu'un travail à performer par les femmes, il représente une condition sine qua non des échanges.

## NÉGOCIER LA VALEUR DE SA COMPAGNIE

Ces codes de conduite et normes entrent fréquemment en tension avec les intérêts des femmes, en particulier celui d'être rémunérée et d'avoir l'assurance que le travail investi sera compensé. Bien qu'il existe une multitude de raisons pour pratiquer le *sugar dating*, le principal incitatif des *sugar babies* semble généralement être le retour sous forme financière (voir aussi Palomeque Recio, 2022; Scull, 2022). Étonnamment, en dépit de cette préférence commune, les discours prescriptifs du *sugar dating* rendent les contributions en argent des hommes facultatives et laissent libre cours à la négociation individuelle. Plus encore, ces discours délégitiment le gain financier comme motivation pour pratiquer le *sugar dating*. Ils affranchissent ainsi les hommes de leur obligation de paiement, pourvu qu'ils se montrent « généreux » envers leur partenaire.

Au moment des entretiens, j'ai pu observer des écarts significatifs (de l'ordre de plusieurs milliers de dollars) entre les revenus mensuels de *sugar dating* rapportés par les femmes interrogées, qui semblaient pourtant offrir un service similaire aux hommes qu'elles fréquentaient. Les rémunérations ne répondent en effet pas à des paramètres clairs et mesurables comme la quantité de temps partagé ensemble, ou encore le type d'activité ou de pratique sexuelle performée. Au contraire, l'absence de chronométrage des rencontres et la flexibilité sur le plan de la compagnie offerte participent

à l'expérience affective d'intimité sincère. De même, il n'existe pas non plus de prix universel, si ce n'est une moyenne approximative de la valeur des paiements à la rencontre basée sur des facteurs géographiques. Les éléments qui semblent le plus influencer la valeur des montants remis sont plutôt, en ordre d'importance, les ressources financières des hommes (et leur volonté à les partager) et les besoins économiques des femmes. Les revenus des hommes constituent un des critères les plus déterminants dans l'évaluation de ce qui constitue un arrangement juste du point de vue financier, puisque les normes tendent à leur laisser la discrétion d'évaluer par eux-mêmes la valeur de leur arrangement. En règle générale, plus les hommes sont riches, plus les arrangements risquent d'être profitables. Du côté des *sugar babies*, plusieurs des répondantes interrogées établissent un montant minimum en deçà duquel elles ne souhaitent pas conclure une entente. Ce montant correspond pour la plupart à un manque à combler pour maintenir un style de vie jugé acceptable. Leurs besoins ponctuels peuvent aussi générer des dons supplémentaires, en particulier dans des relations long terme. Par exemple, les ruptures dans leur principale source de revenus peuvent être compensées temporairement par un soutien accru de la part de leur *sugar daddy*.

Fonder la valeur des montants remis sur les revenus des hommes et les besoins des femmes contribue à l'expérience d'une intimité sincère et, pour les hommes, à marquer leurs dons comme des actes de générosité. Cette façon de faire participe encore une fois à l'interprétation de la relation comme prioritairement intime et accessoirement transactionnelle.

## CONCLUSION

Bien que les discours prescriptifs du *sugar dating* le représentent comme un échange « donnant-donnant », le paradoxe induit par l'approche en « mondes hostiles » - rendant impensable la vente d'une intimité sincère - fait émerger à quel point ce principe directeur est vague et facilement tordu. Les conditions posées par ce paradoxe - et par les enjeux

légaux – compliquent grandement le retrait par les femmes des bénéfices attendus dans ce type de relation. La nécessité de produire une expérience affective d'intimité sincère, qui est essentielle à la mise en place et au maintien d'un arrangement, restreint directement leurs marges de manœuvre pour obtenir et s'assurer d'obtenir un retour financier à la hauteur des efforts déployés. En poussant à l'avant-plan l'authenticité des relations, c'est finalement l'aspect transactionnel qui est affaibli.

### RÉFÉRENCES

- Palomeque Recio, R. (2021). « Blurred lines: Technologies of heterosexual coercion in “sugar dating” », *Feminism & Psychology*, vol. 32, n°1, p. 44-61.
- Palomeque Recio, R. (2022). « 'I have bills to pay!' Sugar dating in British higher education institutions », *Gender and Education*, vol. 34, n° 5, p. 545-560.
- Scull, M.T. (2022). « From Seeking Financialships to Satisfying Curiosity: Women's Motivations for Entering Sugar Relationships », *Sexuality & Culture*, vol. 26, n° 1, p. 222-248.
- Zelizer, V. (2005). *The Purchase of Intimacy*, Princeton University Press, Princeton, 368p.