

Mères et filles : de plus en plus fusionnelles

Mots clés : [RELATIONS MERES FILLES](#), [PSYCHOLOGIE](#)

Par  Pascale Senk

25/10/2010 | Mise à jour : 17:02 Réactions (3)

[S'ABONNER AU FIGARO.FR](#)

Cette relation est intensifiée par l'évolution socio-économique.

Évelyne a 49 ans et vit avec ses trois filles de 9, 15 et 22 ans. Une joyeuse tribu qu'on a du mal à séparer: quand elle est invitée chez des amis, Évelyne y va «avec les petites» et toutes les vacances sont consacrées avec elles à la rénovation d'une maison en Bretagne. «Depuis que leur père est parti, nous revivons», se félicite-t-elle.

Quant à Marie, 35 ans, documentaliste et maman de Margaux, 3 ans, elle avoue appeler sa mère tous les jours au téléphone pour lui demander de l'aide au quotidien: passer chercher la petite à l'école, lui préparer une recette de cuisine... «Elle vient souvent en week-end avec nous, précise la jeune femme. Comme ça, elle me déleste de tout ce qu'il y a à faire dans la maison et je peux me reposer de ma semaine.» Une organisation qui commence à agacer Bruno, son concubin, qui «n'en revient pas de découvrir à quel point Marie est collée à sa mère!».

Garde-robes interchangeables

Collées, ces génitrices et leurs filles? Plus qu'avant? Annik Houel, chercheuse en psychologie sociale à l'université Lumière Lyon-II et spécialiste des relations

féminines, notamment au travail, confirme: «Des études ont montré que les jeunes couples habitent plus près du domicile de la mère de la femme. Les mères sont mises au premier plan.»

Cette intensité du lien n'est pas nouvelle. Elle a même un fondement historique puisque au XIXe siècle, n'étant pas scolarisées, les filles étaient confinées au domicile parental auprès de leur mère, qui s'occupait de leur éducation. «Puis, quand les femmes ont pénétré le marché du travail, dans la seconde moitié du XXe siècle, il a souvent fallu qu'elles confient leurs petits à leur mère», observe Annick Houel. Jusque-là donc, rien que de très logique: des motivations d'accommodements éducatifs et économiques expliquent souvent que les deux générations de femmes se trouvent si proches.

Mais il y a eu la révolution des années 1970. «À ce moment-là, les filles n'ont eu qu'une envie: quitter leur père, leur mère et inventer d'autres manières de vivre une vie de femme, observe

Anasthasia Blanché, psychanalyste et cofondatrice de l'Institut de sociologie clinique. Aujourd'hui, les filles semblent en manque, reviennent dans le giron des mères pour renouer un lien dont elles semblent avoir à nouveau besoin.»

Les professionnels du marketing se sont évidemment emparés de cet air du temps et, voilà cinq ans notamment, que l'on parle du «syndrome du Comptoir des cotonniers» pour évoquer ces images de fusion renouée entre des femmes de la cinquantaine et leurs filles adolescentes, aux physiques et garde-robes semble-t-il interchangeables. Pour Annik Houel, la fascination des hommes de marketing pour cette complicité des femmes entre elles est viscérale... et ambivalente. «Ils en ont un peu peur, commente-t-elle. D'ailleurs, dans le monde du travail, ou de la politique, ils insistent davantage sur les rivalités féminines, une façon de diviser pour mieux régner.»

« Protection envahissante »

Isabelle Decoopman, enseignante-chercheuse en marketing à la Skema Business School de Lille, a mené différentes études sur les mécanismes inhérents aux comportements de coconsommation et d'échanges de vêtements au sein de la dyade mère-fille. Elle en a conclu que «la proximité fusionnelle était surtout recherchée par les mères, qui n'ont pas l'intention de passer le flambeau en renonçant à leur féminité. Près de 40% d'entre elles préconisent donc l'échange de vêtements avec leur fille». Mais un mouvement général de distanciation est déjà en marche: les professionnels travaillent désormais à «décoller» les images d'un lien trop fort entre mères et filles. «Ils ont entendu la levée de boucliers des psychanalystes, qui rappellent combien les filles ont besoin de se différencier de leurs mères», explique la chercheuse. Résultat: une nouvelle campagne des «Cotonniers» où mères et filles sont clairement présentées différemment, avec des couleurs en contraste, dans des espaces de vie distincts...

Pour les jeunes femmes d'aujourd'hui, le combat de l'émancipation hors du giron maternel est cependant loin d'être gagné: «Elles ont eu pour mères des babyboomeuses ou wonderwomen des années 1980. Des femmes fortes et fascinantes, qui se sont construites sans les hommes, analyse Anasthasia Blanché. Elles ont du mal à quitter la protection un peu envahissante de ces génitrices.»

Une difficulté à se séparer et donc à se construire d'autant plus intense que l'on demande aux jeunes femmes d'aujourd'hui un haut niveau d'excellence: être à la fois femme sexy, engagée dans sa vie professionnelle et mère parfaite. Et la psychanalyste de constater: «L'injonction actuelle, c'est "trois en une, parce que je le vauds bien", alors qu'avant c'était juste "tu seras une mère, ma fille"».



Pour Isabelle Decoopman, la proximité fusionnelle est surtout recherchée par les mères. (Crédits photo : AFP)