
Travail de fin d'études[BR]- Travail de fin d'études: "Description du public exerçant dans le commerce du sexe privé par internet en Belgique et analyse des expériences de victimisation selon le type exercé et le genre."[BR]- Séminaire d'accompagnement à l'écriture

Auteur : Harchies, Adeline

Promoteur(s) : André, Sophie

Faculté : Faculté de Droit, de Science Politique et de Criminologie

Diplôme : Master en criminologie, à finalité spécialisée

Année académique : 2023-2024

URI/URL : <http://hdl.handle.net/2268.2/20204>

Avertissement à l'attention des usagers :

Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.

Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.

**Description du public exerçant dans le commerce du sexe privé par internet en Belgique
et analyse des expériences de victimisation selon le type exercé et le genre.**

Adeline HARCHIES

Travail de fin d'études en vue de l'obtention du Master en Criminologie, à finalité spécialisée

Année académique 2023-2024

Promotrice : **Sophie ANDRE**

Table des matières

Abstract	1
I. Introduction théorique.....	1
1.Cadre juridique de la prostitution :	1
2.L'escorting.....	2
3.Profil des escortes.....	2
4.La victimisation du milieu prostitutionnel.	3
5.La victimisation dans le milieu de l'escorting.....	3
6.Les variables pouvant influencer la victimisation des personnes impliquées dans l'escorting.	5
7.Conclusion de la revue de la littérature	9
II. Méthodologie.....	10
1.Objectif de la recherche.....	10
2.L'échantillon.....	10
3.Procédure.....	10
4.Mesures	11
III. Résultats	17
1.Stratégie d'analyse	17
2.Description de l'échantillon	18
3.Expérience dans le commerce du sexe	19
4.Situation économique.....	19
5.Contexte d'entrée dans le commerce du sexe privé par internet.	19
6.Modalité d'exercice du commerce du sexe privé par internet.....	20
7.Vision de la relation avec le client dans le commerce du sexe privé par internet	20
8.Stratégie de prévention.....	21
9.Connaissance et fréquentation d'un service ressource	21
10.Santé et besoin.....	22
11.Variable dépendante : expérience de victimisation dans le cadre du commerce du sexe privé par internet.....	22
12.Corrélations	25
13.Tests de Wilcoxon pour échantillons pairés.	25
14.Croissement de la variable genre avec la victimisation.....	26
IV. Discussion :.....	26
1.Limites de l'étude et perspectives futures.	26
2.Description de l'échantillon	28
3.Expérience dans le commerce du sexe	28
4.Situation économique.....	29
5.Contexte d'entrée dans le commerce du sexe privé par internet.	29

6.Modalité d'exercice du commerce du sexe privé par internet.....	29
7.Vision de la relation avec le client dans le commerce du sexe privé par internet	30
8.Stratégie de prévention employée par les personnes exerçant dans le commerce du sexe privé par internet selon le type exercé	30
9.Connaissance et fréquentation d'un service ressource	31
10.Santé et besoin.....	32
11.Variable dépendante : expérience de victimisation dans le cadre du commerce du sexe privé par internet.....	32
V.Conclusion	34
Bibliographie	35
Annexes.....	39

Abstract

La prostitution sur internet est un commerce en pleine expansion grâce à l'essor des technologies et des moyens de communication. Aussi, dans la mesure où le mot prostitution est souvent associé à celui de violence et à un ensemble de stéréotypes, nous avons souhaité découvrir ce qu'il en était réellement pour le public internet en Belgique. Notre intention était de décrire le profil des personnes impliquées dans le commerce du sexe privé par internet et de déterminer quelles sont les variables en lien avec la victimisation présente dans ce milieu selon le type exercé (in-call/out-call) et le genre. Pour cela, nous avons mis en ligne un questionnaire quantitatif sur le site « quartier rouge ». 44 personnes y ont répondu. Après analyse et traitement des données, nous avons découvert deux relations significatives en lien avec la victimisation : l'expérience et la relation affectivo-sexuelle. En revanche, nous n'avons pas réussi à trouver de différence de victimisation entre les types exercés ni entre les genres dont la représentation était trop faible. Pourtant et malgré ses limites, cette étude permet d'avoir un regard plus nuancé sur le public de la prostitution internet et sa victimisation.

Mots-clés : commerce de sexe privé par internet, victimisation, in-call /out-call, genre.

I. Introduction théorique

1. Cadre juridique de la prostitution

La prostitution est classiquement définie selon trois modèles distincts : le prohibitionnisme l'interdit, le réglementarisme lui établit des règles (Nanteuil & Hausman ;2023) et l'abolitionnisme la considère comme une violence faite aux femmes, participant à l'inégalité de genre et condamnant non pas le fait de vendre son corps mais bien l'achat d'actes sexuels. (Cap International,2023 ; Comte,2015).

En Belgique, la prostitution fait partie de l'histoire et a connu divers systèmes politiques. Du réglementarisme de 1836 à l'abolitionnisme qui a suivi l'adoption de la loi du 21 août 1948 et qui a été appuyé par la ratification de l'Etat belge à la convention de 1965 des Nations-Unis contre la traite des êtres humains et l'exploitation de la prostitution d'autrui. Ces modèles se sont mis en place de manière hybride dans notre pays puisque l'idéologie abolitionniste s'est mélangée à une pratique réglementariste (Leroy & Maes ; 2016) voire prohibitionniste sous certains aspects. (André, 2017).

À titre d'exemples, nous pouvons citer, d'une part, la possibilité pour les communes d'adopter des règlements communaux afin de limiter la visibilité de la prostitution et, d'autre part, les interdictions de racolage et de publicité auxquelles ont dû faire face les travailleurs du sexe.

A l'heure actuelle, la réforme du nouveau code pénal sexuel appliqué depuis 1^{er} juin 2022, a fait sortir la Belgique de ce modèle tripartite de la prostitution, la rapprochant du modèle néo-zélandais plus moderne. La prostitution a été décriminalisée, elle n'est donc plus pénalisée mais n'est pas pour autant considérée comme légale (André et al.,2022).

En ce qui concerne l'escorting, forme de prostitution de plus en plus répandue aujourd'hui et qui est au centre de notre travail de fin d'études, cette pratique est visée comme une exception à l'article 433 quater/2 de la loi du 21 mars 2022 réformant le code pénal sexuel belge. Ce dernier prohibe le fait de promouvoir la prostitution d'un majeur à l'exception de ceux qui vendent leur propre service sur une plateforme internet ou sur d'autres supports dont c'est la finalité. (Nanteuil & Hausman ;2023).

Nous avons souhaité faire ce petit historique de la prostitution d'abord pour contextualiser notre objet d'étude avant de rentrer dans le vif du sujet et, ensuite afin de préciser que dans le cadre de notre travail, nous laisserons les considérations idéologiques de côté, ce travail n'ayant pas pour but de nous positionner par rapport à celles-ci.

2. *L'escorting*

Classiquement, la prostitution est divisée en deux catégories, outdoor et indoor. La prostitution outdoor fait référence à la prostitution de rue alors que la prostitution indoor reprend l'ensemble des lieux intérieurs dans lesquels la prostitution peut s'exercer tels que les bars à champagne, les vitrines, les hôtels, les cabarets ou autres salons de massage. C'est dans cette prostitution indoor qu'on retrouve l'escorting.

Celui-ci peut être défini comme « la vente de service sexuel contre rémunération via internet » (Bigot, 2009) et s'exerce de deux manières différentes mais complémentaires. D'une part, il y a la méthode in-call qui consiste, pour les travailleurs du sexe, à faire venir les clients jusqu'à eux. D'autre part, la méthode out-call, au contraire, vise le déplacement du professionnel jusqu'à son client. (Bungay & Guta ; 2018).

Cette définition met en évidence la caractéristique fondamentale de cette pratique, à savoir l'utilisation d'internet comme moyen de communication à la vente. Cette composante est en fait un atout essentiel sur deux plans. Sur le plan relationnel, celle-ci facilite la prise de contact, permet de rassurer les clients à venir et les escortes à s'engager. Sur le plan pratique, elle permet à l'escorte de gagner rapidement de l'argent sous le couvert de l'anonymat et lui donne également la possibilité d'exercer de manière indépendante et donc de gérer ses rendez-vous et ses clients selon sa propre volonté. (McLean, 2015).

La particularité de l'escorting, qui la différencie d'ailleurs grandement de la prostitution de rue, est le laps de temps qui s'écoule entre le premier contact et la première rencontre (Rubio, 2017). En effet, l'escorte exerçant par l'intermédiaire d'une voire de plusieurs plateformes digitales fait souvent face à une demande plus importante. (Leroy & Maes ; 2016). Ce critère n'est pas négligeable puisque ce délai en question permet à l'escorte de sélectionner de façon plus stricte, sur base de critères qui lui sont propres, ses futurs clients ce qui lui assure une meilleure sécurité. (Comte, 2015). Une spécificité non partagée par la prostitution de rue où le professionnel ne dispose que de quelques minutes pour déterminer s'il accepte la passe ou non.

La problématique liée à cette forme spécifique de prostitution est particulièrement pertinente dans les sociétés actuelles où l'amélioration, l'accessibilité et le développement des techniques de communication et de paiement lui procurent une expansion rapide. (Leroy & Maes, 2016 ; Rubio, 2017 ; Rubio, 2021). Ainsi, ces dernières années ont vu fleurir une multitude de sites internet dédiés à cette pratique créant une hiérarchie entre les différents sites web dont l'image *mode et glamour* attire un public plus large. (Leroy & Maes, 2016).

3. *Profil des escortes*

Selon notre revue de la littérature, les hommes qui vendent leurs services sexuels sur internet seraient des jeunes étudiants gays issus d'une famille avec un niveau socio-économique modeste ou élevé, bien intégrés au niveau familial et social. Ils exerceraient l'escorting essentiellement pour assurer leur train de vie (Rubio, 2017). En outre, Bigot (2014) nous permet d'établir que leur activité d'escorte s'arrêterait au début de la trentaine et serait généralement combinée avec une activité professionnelle parallèle. Les femmes, elles, commenceraient et s'arrêteraient bien plus tard et n'auraient pas d'autres activités rémunératrices. Par ailleurs, elles seraient souvent moins diplômées que leur homologue masculin. Concernant les personnes transgenres, bien que ce soit regrettable, nous ne possédons pas de données concernant leur représentation dans la pratique de l'escorting. Il serait néanmoins intéressant de savoir dans quelle proportion ils sont présents et quel est leur profil.

4. La victimisation du milieu prostitutionnel

La victimisation est un sujet central dès lors qu'on aborde le sujet de la prostitution. En effet, il semble que cette profession est intimement liée à un certain nombre de problèmes. Néanmoins, nous constatons que le degré de violence diverge selon que la prostitution s'exerce outdoor ou indoor.

La littérature scientifique semble unanime sur le caractère violent de la prostitution de rue multiple et répété (Matthews, 2015) s'exerçant dans un contexte social qui le rend possible et acceptable (Govers & Absil ; 2016). Dans le cadre de ce type de prostitution, appelé prostitution outdoor, le taux de violence expérimenté par les travailleurs du sexe oscillerait de 45% à 75% (Deering & al , 2014). En outre, ces risques de violence seraient influencés par différents facteurs socio-culturels tels que la politique, l'économie du pays, la stigmatisation du travail du sexe ou encore les relations de pouvoir entre les sexes (Bungay & Guta, 2018).

Du côté de la prostitution indoor, la littérature scientifique est plus nuancée. Par exemple, selon une étude réalisée en 2004 par Raphael et Shapiro auprès de 222 femmes exerçant la prostitution indoor et outdoor, la victimisation du milieu indoor diffère en intensité et en fréquence de la prostitution outdoor mais celle-ci est bien réelle et est exercée essentiellement par les clients, les partenaires intimes et les proxénètes. Par contre, selon des études effectuées en 2011 et 2016 respectivement par O'Doherty et Comte, les expériences de victimisation dans le milieu indoor seraient diversifiées et il serait possible d'exercer dans celui-ci sans subir de victimisation. Ainsi, l'exposition à la violence dépendrait du type de lieu, de son fonctionnement, du degré d'indépendance et du contrôle du travailleur du sexe sur ses conditions de travail (O 'Doherty).

Les résultats des études ne sont donc pas unanimes sur la question de la victimisation dans le milieu de la prostitution indoor. Les divergences observées peuvent notamment s'expliquer par la différence de population étudiée. L'enquête réalisée en 2004 par Raphael et Shapiro est ciblée sur une population outdoor et indoor alors que O'Doherty a visé un échantillon de filles « de luxe » afin de limiter la probabilité qu'elles aient connu la rue où la victimisation est plus importante et enfin, Comte a ciblé son étude sur une population de femmes offrant des services d'escorte au Québec, à l'aise pour discuter de sexualité et pour offrir ces services. Aussi, il est important de souligner que Raphael et Shapiro sont inscrits dans une optique abolitionniste où la prostitution est une violence faite aux femmes, ce qui a pu affecter de manière involontaire la création du questionnaire, leur manière de poser les questions mais aussi l'interprétation des résultats.

5. La victimisation dans le milieu de l'escorting

En 2007, Davies & Evans ont analysé deux forums utilisés par les escortes britanniques : l'un sur les clients à risque et l'autre sur les abus électroniques. Ils ont ainsi pu constater la violence physique, sexuelle et verbale dont sont victimes les escortes au quotidien et les conséquences émotionnelles qui en découlent tels que la détresse émotionnelle et le sentiment de terreur permanent. Face à ces violences, les escortes ont développé des stratégies de prévention pour s'en protéger. Malheureusement, le caractère virtuel d'internet a créé des abus électroniques dont il n'était pas possible de se prémunir à l'époque. Les femmes étaient fréquemment victimes de violence virtuelle pouvant aller jusqu'à l'obsession et au harcèlement criminel. Elles pouvaient recevoir des mails décrivant de manière précise et horrible des menaces de violences physiques qui mettaient bien en évidence le caractère incertain de leur activité et renforçaient leur sentiment de peur.

Aujourd'hui encore ces dérives existent, Leroy & Maes (2016) évoquent également dans leur rapport ces abus technologiques dont sont victimes les personnes exerçant une activité d'escorting. Il n'est pas rare qu'elles soient l'objet de notes et commentaires déplacés sur des forums dédiés aux clients, leur permettant de discuter des « filles » et de leurs prestations. Cette forme de violence peut être utilisée par les clients pour tenter de négocier les prix de l'escorte. En effet, les commentaires indiqués sur ces sites vont influencer la quantité des demandes qu'elles vont recevoir, ce qui constitue une forme de violence

financière étant donné que leur revenu en dépend. En outre, plus elles ont de propositions, plus elles peuvent sélectionner les clients et moins le risque de victimisation est important. (Comte,2015).

En 2009, Sylvie Bigot identifie, à partir du discours de clients, des escort-girls et des escort-boys, trois grandes conceptions de l'escorting dont la définition varie selon l'expérience, le parcours et les références culturelles de chacun des protagonistes. Dans la première de ces conceptions, nommée « Relation de domination ou quand le corps de la femme est perçu comme une marchandise », nous pouvons retrouver de la victimisation. Les hommes considérant les escortes comme des marchandises à leur disposition tentent par la violence de retrouver la domination sur les femmes, domination qu'ils ont perdue dans la société. Toutes les escortes rencontrent ce genre de clients, néanmoins il semble que les escortes en situation de vulnérabilité économique s'y retrouvent confrontées plus souvent. En revanche, les deux autres types de relation : « relation de service ou quand la sexualité devient un bien de consommation » et « l'escorting, une relation affectivo-sexuelle à durée déterminée où la sexualité est source d'épanouissement personnel » ne rapportent pas de victimisation et sont composés d'autres profils de femmes.

En 2011, O'Doherty a interrogé des femmes exerçant à domicile sur les victimisations qu'elles ont rencontrées dans cette forme particulière de prostitution. Les résultats ont montré que les indépendantes, qui ont plus de contrôle sur leurs conditions de travail, ont moins de risque de victimisation que les escortes (des agences) et les masseuses. Cependant, la victimisation n'est pas pour autant exclue de leur travail, les problèmes liés au port du préservatif et au paiement sont des formes de victimisation courante dans tous les milieux de la prostitution. De plus, cette forme particulière du travail à domicile les expose davantage au risque de harcèlement de leur voisin ou d'abus de la part de leur propriétaire.

En 2015, Comte interviewe 16 femmes travaillant comme escortes sur les expériences de la sexualité dans leur travail. Elle met en évidence que la violence serait davantage le fait de quelques clients plutôt que de la majorité qui se montre plus respectueuse envers les travailleuses du sexe. La majorité des escortes interrogées ont rencontré peu de clients désagréables et n'ont pas eu de gros problèmes dans leur travail. Cependant, il semble que les escortes socio-économiquement vulnérables ont plus souvent à faire à des clients déplaisants.

Enfin, dans l'étude de Bungay &Guta (2018), les participants identifient les clients et les propriétaires comme les auteurs de violences les plus fréquents. Bien qu'ils reconnaissent que tous les clients ne sont pas violents, ils considèrent que le risque de violence reste omniprésent. Le vol, le retrait du préservatif, le refus de payer le service et la violence physique sont les infractions les plus souvent perpétrées par les clients. Tandis que du côté des propriétaires et des voisins la violence réside dans la surveillance accrue dont sont victimes les escortes après la divulgation de leur activité et qui engendre perte de vie privée, stigmatisation et discrimination qui peut aller jusqu'à leur exclusion du logement, la perte de leur revenu voire l'intervention des forces de police, le tout pouvant causer des dommages psychologiques et des privations importantes.

À la lumière de ces articles, nous pouvons conclure que la victimisation fait bien partie du milieu de l'escorting. En plus des formes communes à tous les types de prostitution, l'escorting connaît des formes spécifiques à son milieu. À titre d'exemples, le risque de dénonciation engendrant la perte de vie privée, le risque d'exclusion de leur logement et le risque d'exploitation financière de leur propriétaire.

Nous pouvons également constater que le caractère virtuel inhérent à cette pratique expose ces personnes à des abus technologiques tels que des commentaires négatifs ou des messages de menace ayant un impact sur leur état émotionnel et leur possibilité de choix des clients. Nous devons toutefois noter d'une part que certaines études n'ont constaté qu'une victimisation faible voire une absence de celle-ci chez certaines participantes et d'autre part, que la majorité de ces études ne tiennent pas compte des hommes

et des personnes transgenres. Dès lors, nous nous demandons quels sont les variables qui influencent la victimisation dans le milieu de l'escorting ? Et qu'en est-il de la victimisation chez les hommes et les personnes transgenres de ce milieu ?

6. Les variables pouvant influencer la victimisation des personnes impliquées dans l'escorting

- Expérience antérieure dans le commerce du sexe :

Selon Davies & Evans (2007), plus une personne a de l'expérience dans le commerce du sexe moins sa victimisation est importante car le temps permet un apprentissage des règles officielles et officieuses du travail, ce qu'on appelle communément l'instinct. Ainsi plus une personne a de l'expérience, plus elle est capable d'anticiper les risques et de choisir un client correct. Or, nous savons que la capacité à bien choisir ses clients constitue, avec l'instinct, la meilleure protection dans ce milieu. (Comte, 2015 ; Bungay & Guta, 2018).

- La situation économique :

Nous avons vu, avec Bigot (2009), que les personnes qui avaient choisi de s'engager dans l'escorting pour des raisons socio-économiques se retrouvaient plus souvent face à des clients dominateurs. Cette relation, entre vulnérabilité économique et victimisation, est également mise en avant par Comte (2015). Ces femmes, peu confiantes en elles, intériorisent l'idée selon laquelle les clients sont rois et se sentent alors obligées de se soumettre au moindre désir du client, instrumentalisant leur corps afin de se détacher de toute implication personnelle dans le rapport, ce qui transforme la relation de service en un rapport serviciel (Bigot, 2009). Or, Comte (2015), nous informe que les personnes qui sont moins capables de faire respecter leurs limites se retrouvent plus souvent dans une situation victimaire.

Cette situation de vulnérabilité économique pourrait être un des facteurs de risque majeurs en matière de victimisation en raison de ce que Leroy & Maes (2016) appelle « les nouvelles venues », c'est-à-dire des femmes qui se retrouvent dans une situation précaire avec des enfants à charge suite à un divorce ou une séparation et qui se tournent vers la prostitution pour subvenir aux besoins de leur famille.

- Le contexte d'entrée dans le commerce du sexe privé par internet :

Nous avons vu que lorsque la raison d'entrée dans le commerce du sexe est économique, le risque de victimisation est plus important. Mais qu'en est-il lorsque la personne exerce son activité pour d'autres motifs et quels peuvent-ils être ?

L'utilisation d'internet pour la prostitution rend les choses plus faciles, anonymes et lucratives (McLean, 2015). Mais les motivations peuvent être très variées et pas uniquement financières. Certaines personnes y trouvent un moyen de reprendre confiance en elles, d'être en contact avec les gens, de découvrir leur sexualité ou encore apprécient le côté « humain » de la relation avec le client en répondant à leurs besoins affectifs, émotionnels et sexuels. (Comte, 2016).

Comte (2016) met en avant dans son étude sur 16 escortes québécoises que lorsque celles-ci ont fait le choix du commerce du sexe par vocation et non par obligation, elles ne rencontrent pas de problème particulier. Ces femmes ont les capacités scolaires et les compétences professionnelles antérieures pour choisir un autre métier mais choisissent le commerce du sexe, certes pour l'attrait du revenu mais également par intérêt pour ce qu'elles y accomplissent. Elles ont donc toutes les capacités pour choisir correctement leur client et faire respecter leurs limites, ce qui contribue à diminuer le risque de victimisation. (Comte, 2015).

- Modalité d'exercice du commerce du sexe privé par internet :

Dans quelle mesure la manière dont la personne exerce le commerce du sexe privé par internet influence son risque de victimisation ?

Dans cette introduction théorique, nous parlons à plusieurs reprises de Comte. Celle-ci a mis en évidence que le libre choix de l'exercice de l'escorting (Comte,2016), la capacité à choisir correctement ses clients et faire respecter ses limites (Comte,2015) permet de diminuer le risque de victimisation.

Le libre de choix de l'exercice de l'escorting dépend à la fois du profil de la personne et ses motivations à être dans le commerce du sexe privé par internet mais aussi de l'absence de contrainte financière ou autre dans ce choix d'activité.

La capacité à faire respecter ses limites est influencée par la vulnérabilité économique de la personne engagée dans l'escorting mais aussi par la consommation de celle-ci. Lorsqu'une escorte est sous l'influence de drogue ou d'alcool, sa capacité à faire respecter ses limites diminue et le risque de victimisation augmente. Nous n'interrogerons cependant pas la vulnérabilité de consommation dans le cadre de ce travail car les études antérieures à ce sujet montrent que la question se pose plus dans les lieux de prostitution indoor où la consommation est de rigueur tel que les bars de danseuses, bars à champagne et cabarets, ce qui ne relève pas de notre sujet d'étude. (Foldhàzi,2009 ; Comte,2016).

Finalement, qu'est-ce qui permet de choisir correctement un client ? Chaque escorte a ses critères d'exclusion allant du vocabulaire employé à une demande hors de ses prestations en passant par l'instinct. Chacune acceptera ou refusera un client pour des raisons qui lui seront personnelles. Ces différents critères de rejet peuvent être évalués par l'escorte dans le premier message d'un client ou lors de la négociation avec celui-ci et durant laquelle sont discutés les attentes de chacun, le lieu de rencontre, le prix et le moyen de paiement. (Rubio,2017).

- Vision de la relation dans le commerce du sexe privé par internet :

Nous avons vu ci-dessus que Bigot (2009) identifie trois conceptions de la relation de l'escorting. La 1^{ère} de ces relations « Une relation de domination ou quand le corps de la femme est perçu comme une marchandise » a déjà été développée précédemment. Nous avons déjà dit également que les deux autres types de relation identifiées par Bigot ne rapportent pas de victimisation.

Dans cette section, nous apporterons donc une nuance dans la relation intitulée relation de domination et nous développerons les deux autres types de relation afin de tenter de comprendre ce qui permet d'éviter ou de limiter les victimisations dans ces perceptions de la relation avec le client.

Nous avons vu que dans la relation de domination, le corps de la femme est vu comme une marchandise de la part du client dominateur qui tente de récupérer le contrôle qu'il a perdu sur les femmes dans la société, relation facilitée par le rapport à l'argent qui renforce ce sentiment de domination ressenti par ce type de client.

Toutefois, Bigot (2009) met en évidence que toutes les femmes ne ressentent pas ce sentiment de domination et même certaines d'entre-elles ont le sentiment inverse. Parce qu'elles exploitent le besoin du client qui paie pour un service qui normalement est gratuit dans la société, elles ont le sentiment de détenir le pouvoir. On retrouve particulièrement ce ressenti chez les femmes qui sélectionnent très activement leur client et qui ont connu une expérience de domination masculine par le passé. Cette pratique leur permet de faire payer les hommes.

La 2^{ème} relation s'appelle « « Une relation de service ou quand la sexualité devient un bien de consommation ». Ici l'escorte a choisi librement d'exercer ce métier et a souvent une expérience professionnelle antérieure dans le commerce voire a déjà eu sa propre entreprise. Elle se pose en prestataire de services vendant à la carte des services d'accompagnement et sexuels dont la rémunération est le reflet de la qualité proposée. L'escorting est considéré comme un travail ou une activité lucrative complémentaire à une profession principale dont les limites entre sphère marchande et sphère privée sont bien distinguées.

Notre dernière relation est « « L'escorting, une relation affectivo-sexuelle à durée déterminée où la sexualité est une source d'épanouissement personnel ». Dans ce type de relation, les escortes ont choisi librement de s'engager dans cette voie, généralement afin de vivre leur sexualité de manière libérée et assouvir leur fantasme dans le secret de la pratique de la prostitution ce qui leur évite le stigmate de putain dans la vie quotidienne, stigmate encore fort présent dans la société pour les femmes ayant une activité sexuelle développée et ce malgré l'évolution des mœurs. Dans ce type de relation, l'escorte ne sépare pas vie privée et vie professionnelle. Des sentiments peuvent même apparaître mais doivent absolument rester dans la durée déterminée à l'avance et garantie par l'argent qui permet de sceller le contrat.

Cet article de Bigot (2009) nous permet de mettre en évidence le fait que le profil de la femme qui a choisi d'exercer librement l'escorting est différent des femmes en situation de vulnérabilité économique. En effet, les escortes dont la perception de la relation de l'escorting est une relation de service sont définies par Bigot (2009) comme « entrepreneuriales » et les escortes de la 3^{ème} catégorie sont qualifiées « d'amatrices ». Ces 2 profils ayant des motivations différentes à exercer l'escorting, garde en commun leur liberté d'implication dans celui-ci et on peut supposer que ces femmes ont les capacités pour faire ce que Comte (2015) détermine comme la meilleure protection des escortes, c'est-à-dire, choisir leur client et faire respecter leurs limites.

- Stratégies de prévention employées par les personnes exerçant le commerce du sexe privé par internet :

Les escortes ont développé des stratégies de prévention de la violence efficaces et créatives (Bungay & Guta ;2018). Parmi les stratagèmes les plus répandus, nous pouvons retrouver en premier lieu l'instinct qui se trouve être un bon moyen de défense (Bungay & Guta ;2018). Il est défini par O'Doherty (2011) comme « la capacité d'évaluer le client tout au long du rendez-vous » et il peut également être interprété comme le résultat de l'expérience par l'intériorisation des règles licites et implicites du métier, ce qui peut expliquer le fait que les débutantes soient plus à risque de victimisation (Davies & Evans ;2007).

La présence de tiers est une autre variable qui semble faire l'unanimité concernant son importance dans la prévention de la victimisation. Les liens avec cette personne peuvent être privés : une amie ou un petit-ami à qui on envoie des SMS pour prévenir de l'heure de fin approximative du rendez-vous ou un colocataire qui se cacherait dans l'appartement durant le temps de celui-ci et qui apparaîtrait en cas de problème (Bungay & Guta ;2018). Mais ces liens peuvent également être externes comme un chauffeur lorsque la situation financière le permet (Bungay &Guta ;2018) ou encore l'agent de sécurité de l'immeuble (O'Doherty,2011) voire la femme de ménage de l'hôtel (Davies& Evans ;2007). Peu importe le lien avec cette personne, c'est sa présence qui compte et qui permet de diminuer le risque de victimisation (Raphael & Shapiro ;2004). Davies & Evans (2017) expliquent l'importance de ce tiers par la théorie de l'activité routinière de Cohen & Felson qui ont mis en évidence qu'il suffit de la rencontre d'un délinquant motivé avec une cible appropriée face à un manque de gardien pour que le passage à l'acte délinquant ait lieu. Cette théorie nous permet de mieux appréhender l'importance de

cette troisième personne dans les moyens de sécurité utilisés par les escortes pour se protéger (Davies & Evans ; 2007).

Une troisième et dernière mesure de prévention est évoquée dans plusieurs textes. Le screening. O'Doherty (2011) définit celui-ci comme la sélection active et consciente des clients par l'utilisation de techniques de filtrage telle que la confirmation des coordonnées du client (nom et adresse) avant la rencontre avec ce dernier. Davies & Evans (2007) parlent de leur côté de filtrage des clients au travers d'un coup de fil qui permet à l'escorte de confirmer l'identité du client et de vérifier son honnêteté et sa fiabilité avant d'accepter un rendez-vous.

Bien que ces trois techniques de sécurité soient celles qui sont les plus évoquées par les escortes dans les recherches, elles n'en sont pas pour autant exclusives.

Bungay & Guta (2018) identifient deux thèmes sous-jacents aux stratégies de prévention : la navigation entre les espaces physiques et la navigation dans les relations avec le client.

Naviguer dans les espaces physiques apporte aux escortes une protection contre les agressions, vols et démasquage par l'utilisation de la stratégie de prévention « présence d'un tiers » mais également par d'autres petites techniques :

- Cacher de la vue les armes potentielles tout en ayant sous la main un objet qui peut servir en cas d'agression (un talon, une lampe, ...).
- Négocier avec le voisin et le propriétaire afin de pallier le manque de réglementation qui les expose à l'insécurité financière et au risque d'expulsion du logement.
- En in-call : avoir des gens à proximité évite l'isolement et diminue le risque de victimisation tout comme la présence des éléments de sécurité de l'immeuble (caméras de surveillance, ...).
- L'out-call apporte des problèmes supplémentaires et il est vital pour l'escorte à la fois d'éviter le domicile du client et les hôtels bas de gamme mais aussi d'avoir un membre du personnel qui veille sur elle.

La navigation dans les relations avec le client est essentielle à la prévention de la violence mais aussi à l'atténuation des effets de celle-ci.

Pour ce faire, il est important que les interactions avec le client soient libres de conflit afin d'éviter que le client soit anxieux particulièrement lorsqu'il s'agit un nouveau client car l'anxiété fait augmenter les risques que cela tourne mal. Pour favoriser une ambiance détendue l'escorte doit :

- Passer du temps à discuter avec le client dès son arrivée pour le mettre à l'aise et s'en faire une idée.
- Instaurer un climat de confiance. Généralement, cela prend du temps mais permet d'avoir des clients réguliers ce qui diminue le stress d'une nouvelle attaque.
- Éviter les clients alcoolisés ou drogués en instaurant une clause de non-recevabilité en cas de présentation au rendez-vous dans cet état et en évitant de travailler tard.
- S'il n'y a pas moyen d'avoir un lieu séparé du domicile familial, cacher tout ce qui peut permettre une identification de la personne et celle de sa famille.
- Mettre les préservatifs en évidence et disponible immédiatement pour esquiver les négociations à ce sujet.

- Se faire payer au début de la rencontre pour éviter les problèmes.
- En in-call : instaurer une atmosphère relaxante grâce à l'utilisation de bougies et/ou en recourant à l'aromathérapie.

Une dernière stratégie de prévention est mise en évidence dans le texte « A virtual view of managing violence among British escorts ». Bien évidemment, les trois stratégies de prévention citées au début de cette section sont mentionnées par les escortes britanniques mais Davies & Evans relèvent également l'importance des interactions genrées dans le travail des escort-girls.

Plus précisément ils identifient deux sortes d'attitudes que les escortes mobilisent pour se protéger. Une attitude gentille et coopérative, stéréotypée, destinée à obtenir plus de collaboration de la part des clients en minimisant l'ambiguïté morale de la prostitution et la ramenant à une relation qui ressemble à une relation hétérosexuelle conventionnelle.

La seconde position adoptée par les escortes est affirmée. Elle a pour but de garder le contrôle de l'interaction en renvoyant une image de confiance en soi. Cette manière d'agir souhaite démanteler les techniques de neutralisations employées par les clients susceptibles d'attaquer en faisant retrouver à l'escorte son statut de femme à part entièrement afin d'inciter le client à se comporter selon les normes sociales en vigueur. Cependant, ce comportement autoritaire augmente les risques de violences pour la professionnelle si le client n'est pas réceptif au ton employé par celle-ci.

7. Conclusion de la revue de la littérature

La victimisation touche de manière différente tous les milieux de la prostitution et le commerce du sexe par internet ne fait pas exception. Celle-ci varie selon plusieurs variables et il serait intéressant de voir comment elles s'articulent dans cette forme particulière de prostitution pour le public belge, d'autant que l'utilisation d'internet comme moyen de prostitution est de plus en plus répandue et que nous n'avons pas trouvé d'étude sur la victimisation spécifique à ce public pour notre pays.

En outre, dans la mesure où O 'Doherty nous dit que la victimisation dépend du type de lieu et son fonctionnement, du degré d'indépendance et de contrôle de la travailleuse du sexe sur ses conditions de travail, il nous paraît intéressant d'examiner dans quelle mesure le fait d'exercer le commerce du sexe privé par internet en in-call ou en out-call influence la victimisation.

Finalement, en Belgique, nous avons un ensemble de structures dédiés à la problématique de la prostitution telles que Icar Wallonie, Espace P, Entre 2 ... Quelle connaissance les personnes impliquées dans le commerce du sexe privé par internet ont-elles de ces services ? Et dans quelle mesure la fréquentation d'un établissement de ce type peut-elle minimiser leur victimisation ? Et, par extension, la présence de tiers soutenant dans leur vie privée peut -elle avoir un impact ? Ces ASBL étant des relais de choix entre la société et le monde de la prostitution, elles seraient de bons alliés pour la mise en place de programmes de prévention. Étant donné que le risque de victimisation reste présent dans l'escorting, il serait intéressant de relever les besoins identifiés par cette population en termes de santé physique et mentale. Pouvoir répondre à ces besoins permettrait un bon angle d'approche pour créer un contact avant de faire de la prévention.

II. Méthodologie

1.Objectif de la recherche

La littérature scientifique a démontré l'existence de victimisation dans tous les milieux de la prostitution (Matthews,2015). Cependant celle-ci varie selon le type de prostitution et le profil de la personne qui l'exerce si bien qu'il existe une diversité d'expériences dans le commerce du sexe. (Comte,2016).

Pour notre étude, nous allons nous concentrer sur la victimisation des personnes exerçant dans le commerce du sexe privé par internet. Cette forme récente et en expansion de prostitution n'a pas encore fait l'objet de recherche quantitative en Belgique sur sa victimisation selon qu'elle soit exercée en in-call ou en out-call. Nous allons donc chercher à analyser celle-ci selon le type pratiqué.

En outre, le profil de la personne pouvant également influencer sa victimisation, nous allons tester plusieurs variables indépendantes afin de déterminer quels sont les variables qui influencent la victimisation dans le commerce du sexe privé via internet.

Nous nous retrouvons ainsi dans une étude à visée descriptive et corrélationnelle.

2.L'échantillon

Il est composé de personnes, tous genres confondus (femmes, hommes, transgenres), qui exercent une activité dans le commerce du sexe privé par internet. Nous avons décidé d'utiliser ce terme plutôt que celui d'escorte pour notre questionnaire car cela permet de se concentrer sur notre objet d'étude de manière plus précise à savoir les personnes qui vendent leurs services sexuels sur internet de manière indépendante soit en in-call, soit en out-call.

Celles-ci ont choisi librement de répondre à notre enquête en ligne via le site « quartier rouge » sur lequel nous avons eu une autorisation de diffusion pour une période unique s'étalant du 8 au 30 avril. Nous avons donc un échantillon non-probabiliste volontaire composé initialement de 44 personnes. Suite à l'analyse des données récoltées, nous avons décidé de supprimer deux des questionnaires. Dans le premier de ces questionnaires, la personne n'avait répondu qu'aux quatre premières questions quant au deuxième, il était composé de réponses incohérentes entre elles.

Sur les 42 participants restants, nous avons 68,3% de femmes, 17,1% d'hommes et 14,6% de personnes transgenres. Les participants étaient âgés de 22 à 65 ans dont 32,5% ont entre 33 et 40ans. 85,7% ont leur propre domicile et 57,6% d'entre eux ont une autre personne dans leur ménage et dans 21,6% il s'agit d'un ou plusieurs enfants. 65,7% de notre échantillon soit la majorité de celui-ci a grandi avec au moins un parent salarié et 69,4% d'entre eux n'ont pas continuer leur étude après le secondaire (général ou professionnel), seul 9,5% de notre échantillon est toujours aux études. 33,3% de nos participants sont en couple et dans la majorité des cas (91,7%) le partenaire est au courant de l'activité de notre répondant dans le commerce du sexe privé par internet.

Finalement, bien que notre enquête fût destinée au public belge, nous avons eu deux personnes qui nous ont dit être domiciliées en France et une en Roumanie. En raison de la petite taille de notre échantillon et dans la mesure où leur questionnaire a été rempli correctement, nous avons décidé de conserver leurs données.

3.Procédure

Nous avons utilisé une méthodologie quantitative premièrement pour obtenir un panel plus grand de répondants afin de favoriser la représentativité des expériences de victimisation pour les différents genres dans l'intention de les comparer dans nos analyses. Et deuxièmement en raison de la thématique de victimisation qui peut être un sujet sensible, plus facile à aborder sans avoir quelqu'un en face de soi.

Les répondants se sont auto-administrés le questionnaire de manière volontaire et ont été bien informés à la fois du caractère totalement anonyme de celui-ci mais également de son utilisation dans le cadre d'un travail de fin d'étude en criminologie.

4. Mesures

L'instrument de mesure a été construit pour les besoins de cette étude. Il est composé de 54 questions, majoritairement à choix multiples, réparties dans 10 catégories différentes afin de pouvoir mesurer quelles variables indépendantes relevant du profil des personnes interrogées influencent la victimisation dans le cadre du commerce du sexe privé par internet.

Ces 10 sections reprennent :

- Variable dépendante : expérience de victimisation dans le commerce du sexe privé par internet.
- Les données socio-démographiques des participants.
- Variable indépendante 1 : expérience dans le commerce du sexe
- Variable indépendante 2 : situation économique
- Variable indépendante 3 : contexte d'entrée dans le commerce du sexe privé par internet
- Variable indépendante 4 : modalité d'exercice du commerce du sexe privé par internet
- Variable indépendante 5 : Vision de la relation avec le client dans le commerce du sexe privé par internet
- Variable indépendante 6 : stratégie de prévention employée par les personnes exerçant dans le commerce du sexe privé par internet selon le lieu de rendez-vous.
- Variable indépendante 7 : connaissance d'un service ressource.
- Variable indépendante 8 : santé et besoins.

Afin de limiter le nombre de page et d'améliorer la clarté de ma méthodologie, le calcul des différents score totaux a été expliqué dans l'annexe 2 intitulé « Méthodologie : Calcul de mes scores totaux de variables ».

VD : Expérience de victimisation dans le cadre du commerce du sexe privé par internet

La revue de la littérature a permis d'identifier tout un ensemble de situations problématiques qui se produisent dans toutes les formes de prostitutions. Reprise sous le nom de victimisation celles-ci varient en formes, fréquences et intensités selon les types de prostitution (Raphael & Shapiro ; 2004). Aussi cette section a pour but de déterminer dans quelle mesure la victimisation est présente dans le commerce du sexe privé par internet. Quelle forme prend-t-elle ? Qui en sont ces auteurs ? Varie-t-elle en fonction du type exercé (in-call et/ou out-call) ?

Pour répondre à ces questions, nous avons élaboré 10 questions générales que l'on peut diviser en 3 parties.

Partie n°1 :

Celle-ci est composée de deux tableaux de fréquence pour lesquels nous demandons au participant de nous dire si la situation leur est déjà arrivée et auquel cas combien de fois approximativement au cours des 3 derniers mois.

Le 1^{er} tableau reprend une liste de 6 situations récurrentes qui se présentent avec les clients dans le commerce du sexe.

Le 2^{ème} tableau est plus spécifique au commerce du sexe par internet et propose 5 formes d'abus électroniques possibles.

Le codage de ses deux tableaux s'exécute comme suit :

Afin de déterminer la présence de victimisation :

- Non= 0
- Oui= 1

Afin de calculer la fréquence d'apparition de ces événements :

- Moins de 5fois =1
- Entre 6 et 10 fois=2
- Entre 11 et 15 fois =3
- Plus de 15 fois = 4

Nous analyserons ces deux tableaux afin de décrire dans quelle mesure ces différentes situations sont fréquentes dans le commerce du sexe privé par internet. En outre, le codage de la présence de victimisation pour chacun des 11 items nous permettra de les inclure dans le score de victimisation total.

Partie 2 :

Cette partie présente aux répondants une série de 9 infractions pour lesquelles on leur demande s'ils en ont été victimes au cours des 12 derniers mois. Pour chaque réponse affirmative, on leur demande de nous préciser quel(s) est/sont le(s) auteur(s) et dans quel(s) situation(s) cela s'est produit. Lorsqu'un répondant répond « non » à l'une des propositions, il passe directement à la suivante.

Nous procédons au codage des réponses comme suit :

Pour la présence de victimisation :

- Non =0
- Oui =1
- Ne souhaite pas répondre

Pour les auteurs :

- Client =1
- Propriétaire =2
- Voisin =3
- Autre= 4 (+ à préciser ultérieurement)
- Ne souhaite pas répondre

Cette section permettant de cocher plusieurs cases il est donc possible qu'il y ait plusieurs codes pour un même participant.

Pour les situations :

- Lorsque le client est venu jusqu'à vous (in-call) =1
- Lorsque vous avez rejoint votre client (outcall) =2
- Dans les deux situations=3

Cette section permettant de cocher plusieurs cases il est donc possible qu'il y ait plusieurs codes pour un même participant.

Partie 3 :

Cette dernière partie est composée de 7 questions. La première question est exactement la même que la précédente sauf que l'unité temporelle est supérieure à 12 mois. Le codage et les analyses statistiques se feront donc de la même manière.

Les 6 dernières questions (5 QCM et 1 QO) portent sur les risques de logement associés au commerce du sexe privé par internet, la violence du partenaire de vie, l'existence d'autres formes de victimisation que celles présentées dans ce questionnaire et la stigmatisation et discrimination associées à leur activité.

VI 1 : Expérience dans le commerce du sexe

Selon Davies & Evans (2007) plus une personne a de l'expérience dans le commerce du sexe moins son risque de victimisation est élevé en raison de l'apprentissage des règles officielles et officieuses du métier qui permettent une meilleure sélection des clients.

Cette section avait pour but de vérifier cette hypothèse seulement après la récolte des données, nous nous sommes rendus compte que nos questions : 1 QF sur l'âge d'entrée et 2 QCM concernant les types de lieux et formes exercés (dans le passé et dans le présent) ne nous permettent pas de répondre à cette question. Aussi j'utiliserai plutôt cette section pour mieux décrire le public cible en termes de variété d'expérience.

Heureusement, ma variable dépendant « victimisation dans le commerce de sexe privé par internet » calcule la victimisation endéans et antérieure aux 12 derniers mois, nous pourrions donc avoir une idée de la différence de victimisation.

VI2 : Situation économique

Dans cette variable, nous allons tester la relation entre vulnérabilité économique et victimisation dans le commerce du sexe privé par internet mis en avant par Bigot (2009) et Comte (2015) pour l'escorting.

Pour ce faire, nous avons recours à cinq questions évaluant la situation économique du participant. Plus le score est élevé, meilleure est sa situation financière et donc la vulnérabilité économique et la victimisation diminue.

Trois de ces questions sont à choix multiples et les deux autres sont des échelles d'évaluation. La première demande la perception de la situation économique de la personne sur une échelle allant de 1= très mauvaise à 5=très bonne et la deuxième demande aux participants dans quelle mesure ils ont déjà pensé à changer de voie sur une échelle allant de « Jamais » codé 4 à « Souvent » codé 0, l'idée étant que les personnes qui n'y ont jamais songé n'exercent pas pour des raisons économiques et donc ne sont pas en situation de vulnérabilité économique.

VI3 : Contexte d'entrée dans le commerce du sexe privé via internet.

Dans cette section, nous avons relevé dans la littérature scientifique les différentes raisons évoquées par les escortes pour pratiquer ce métier. Nous postulons l'hypothèse que plus les raisons sont nombreuses et pas uniquement économiques, moins la victimisation est importante sur base des articles de Comte (2015) mais aussi de Bigot (2009).

Cette variable est composée de 4 questions (1 QOC et 3 QCM) qui cherchent à répondre au quand, comment, pourquoi la personne est entrée dans le commerce du sexe privé par internet et a posteriori qu'en retire t'elle sur le plan personnel ?

Pour pouvoir vérifier cette hypothèse nous additionnerons les réponses sélectionnées sur les 2 QCM relevant des raisons d'entrée et de maintien dans le commerce du sexe privé par internet.

VI4 : Modalité d'exercice du commerce du sexe privé par internet.

Selon Comte (2015 & 2016), le libre exercice de l'escorting et la capacité à choisir correctement ses clients permettent de diminuer le risque de victimisation. Nous allons tester ces hypothèses au travers de 4 questions.

Les deux premières questions relèvent des critères de sélection des clients et sont composées d'un tableau de type Likert où il est demandé aux répondants d'évaluer sur une échelle allant de « Pas de tout important » codé 0 à « Très important » codé 4 dans quelle mesure chacun des 8 critères présentés comptent dans leur décision d'accepter le client. Finalement afin d'être le plus exhaustif possible, nous leur posons une question ouverte pour savoir s'ils utilisent d'autres critères de sélection avant d'accepter une première demande.

Les deux questions restantes portent sur l'exercice libre ou contraint du commerce du sexe privé par internet. La première est une échelle allant de 0 à 10 sur laquelle nous demandons aux répondants de se positionner sachant que 0 = tout à fait contraint et 10 = tout à fait libre. Nous terminons par une question ouverte permettant aux personnes concernées de pouvoir expliquer brièvement pour quelles raisons elles ressentent leur implication dans le commerce du sexe privé par internet comme contrainte.

VI5 : Vision de la relation avec le client dans le commerce du sexe privé par internet.

Bigot (2009) définit la prostitution sur internet, aussi connue sous le nom d'escorting, comme un mélange de prestation sexuelle et d'accompagnement dont les contours sont flous. Afin de comprendre ce qui s'échange dans une relation prostitutionnelle, elle a analysé les discours de clients, d'escort-girls et d'escort-boys et en a dégagé trois grandes conceptions de l'escorting : l'expression d'une domination, une relation de service et une relation affectivo-sexuelle à durée déterminée.

Dans cette section, nous allons tester la relation entre chacune des conceptions de la relation client avec la victimisation des participants dans le commerce du sexe privé par internet. Sur base de l'article de Bigot (2009) « La prostitution sur Internet : Entre marchandisation de la sexualité et contractualisation de relations affectives », nous avons postuler l'hypothèse à priori qu'on retrouvera de la victimisation dans la relation de domination due à la présence d'une part de clients dominateurs cherchant à dominer les femmes et, d'autre part, de femmes dont la vulnérabilité économique les rend plus sujettes à rencontrer ce genre d'individus.

C'est sur base de cet article que j'ai créé l'instrument de mesure destiné à évaluer dans quel type de conception se trouve chaque participant à l'aide d'une échelle de Likert allant de « pas du tout d'accord » codé 0 à « tout à fait d'accord » codé 4.

La première conception dénommée « Une relation de domination ou quand le corps de la femme est perçu comme une marchandise » se caractérise par la présence de clients ramenant le corps de la femme à une marchandise. L'argent, partie centrale de la transaction escorte-client, renforce leur sentiment de domination. Les escortes, de leur côté, tentent de limiter leur implication personnelle dans le rapport et laissent les clients instrumentaliser leur corps allant même jusqu'à intérioriser l'idée que comme il paie, « le client est roi ». Elles se sentent donc obligées de se soumettre à leur moindre désir.

Pour mettre en avant ce type de relation client-professionnel(le), 5 indicateurs ont été choisis avec pour chacun un item correspondant

Indicateur n°1 : Le corps marchandise.

Item « J'ai l'impression que les clients me voient uniquement comme une marchandise »

Indicateur n°2 : Le client roi.

Item « J'ai le sentiment que le fait de recevoir de l'argent pour un acte sexuel donne aux clients tous les droits »

Indicateur n°3 : Soumission aux désirs des clients.

Item « Lorsqu'un client met le prix, je me sens obligée de réaliser toutes ses demandes »

Indicateur n°4 : Limite de l'implication personnelle.

Item « Lors des rapports avec un client, j'essaie d'être le plus détaché(e) possible »

Indicateur n°5 : Domination

Item « Dans mes relations avec les clients, ce sont eux qui ont le contrôle de la situation et qui dominent la relation »

*Cet item n°5 fera également l'objet d'un score inversé afin de mesurer la relation de domination lorsque celle-ci est ressentie dans le chef de l'escorte, celles-ci prenant plaisir à remettre à sa place les clients qui cherchent à prendre le dessus. (Bigot,2009). Un score inférieur à 2 signifiera que le répondant considère la relation de domination entre les mains de l'escorte et non du client.

Le deuxième type de relation mis en avant par Bigot (2009) est intitulé « Une relation de service ou quand la sexualité devient un bien de consommation ».

Dans cette conception du commerce du sexe privé par internet, la sexualité est considérée comme un bien de consommation comme un autre. Client et professionnel(le) sont dans une relation de service basique où le principe commercial de l'offre et de la demande règne. L'escorte propose des services et le client paie pour une prestation de qualité. Ces services relèvent de la sphère marchande et sont distingués de la sphère privée par leur signification et leur contenu. En effet, les escortes qui sont dans cette optique de relation commerciale avec le client gardent des pratiques qu'elles réservent uniquement à leur vie privée.

3 indicateurs ont été retenus pour distinguer cette vision de la relation client des deux autres.

Indicateur n°1 : La sexualité comme bien de consommation.

Item « La sexualité est un bien de consommation comme un autre »

Indicateur n°2 : Une vision commerciale de l'échange.

Item « L'argent que me donne le client est la rémunération pour une prestation de qualité »

Indicateur n°3 : Séparation sphère marchande et sphère privée.

Item « Il y a des pratiques que je réserve pour ma vie privée et qui ne sont pas disponibles pour les clients »

Notre dernière conception de la relation client est « L'escorting, une relation affectivo-sexuelle à durée déterminée où la sexualité est une source d'épanouissement personnel ».

Dans cette relation, l'escorte considère son activité comme un type de relation dans lequel se mêle vie affective, sexuelle et argent plutôt que comme un travail à part entière ce qui rend les frontières entre vie privée et vie professionnelle floues. L'escorting est utilisé pour vivre une sexualité épanouie de manière discrète et réaliser ses fantasmes grâce à l'inhibition que procure l'argent.

3 indicateurs ont été sélectionnés pour déterminer si le participant s'inscrit dans cette conception de la relation client.

Indicateur n°1 : une sexualité épanouie et discrète

Item « Le commerce du sexe privé par internet me permet de vivre une sexualité épanouie de manière discrète »

Indicateur n°2 : L'argent permet de lever les inhibitions

Item « Dans ce type de relation, l'argent des clients me permet de lever mes inhibitions et de vivre mes fantasmes »

Indicateur n°3 : Un type de relation plus qu'un travail.

Item « Le commerce du sexe privé par internet est pour moi plus un type de relation à l'autre qu'un travail ».

VI6 : Stratégie de prévention employée par les personnes exerçant dans le commerce du sexe privé par internet selon le type exercé.

Dans la recherche de Davies & Evans (2007), les escort-girls ont mis en place des stratégies de préventions créatives et efficaces. Nous allons en conséquence tester l'hypothèse selon laquelle l'utilisation de stratégie de prévention permettrait de diminuer les victimisations dans le commerce du sexe privé par internet et ceux pour les deux types exercés (in-call et out-call) afin de tenir compte des différences de contrôle qu'ont les escortes sur leur environnement de travail et qui peuvent influencer les techniques de prévention mises en place.

Afin d'éviter que les personnes qui n'exercent qu'une seule forme de commerce du sexe privé par internet ne se retrouvent deux fois face au même tableau, nous avons fait un embranchement à l'aide d'une question de type oui-non pour chacun de ceux-ci afin que les participants non concernés par le type demandé puissent passer à la question suivante.

De cette manière, seules les personnes pratiquant les deux formes de commerce du sexe privé par internet remplissent deux fois le tableau qui est identique si ce n'est que la 1^{ère} fois nous demandons les stratégies employées lorsqu'ils font venir le client jusqu'à eux et la 2^{ème} fois concerne ces mêmes stratégies de prévention quand ils vont jusqu'au client.

Le tableau des stratégies de prévention demande aux participants dans quelle mesure ils les utilisent sur une échelle allant de « Jamais » à « Tout le temps »

Le codage de ce tableau se fait de la même manière pour les deux types de situation, les personnes répondant aux deux tableaux (in-call et out-call) auront donc un score pour chacune des situations pratiquées.

Le codage se fait comme suit :

- « Jamais » = 0
- « Parfois » = 1
- « Régulièrement » = 2
- « Souvent » = 3
- « Tout le temps » = 4

Avant chacun des tableaux, une question à choix multiples est posée au répondant afin de savoir dans quel lieu se déroule le plus souvent la rencontre selon qu'on soit en in-call ou en out-call.

Les deux dernières questions de cette partie sont une question fermée et une question ouverte pour demander aux participants s'ils utilisent d'autres stratégies de prévention que celles citées dans le tableau et dans ce cas de bien vouloir nous les expliciter.

VI7 : Connaissance et fréquentation d'un service ressource

Avec cette variable, nous cherchons à déterminer si la présence de tiers soutenant et de la fréquentation de services ressources affecte la victimisation des personnes engagées dans le commerce du sexe privé par internet.

Pour cela, nous avons posé 3 questions aux participants. La première est une question fermée sur la confiance de l'activité à quelqu'un de confiance (non=0, oui=1) et est suivie d'une question sur l'identification de la ou les personnes ressources (plusieurs réponses sont donc possibles, maximum 5). La troisième question est une question d'évaluation allant de « Jamais » codé 0 à « Souvent » codé 5 concernant la fréquentation d'un lieu social ou médical ressource en lien avec leur activité.

Les dernières questions portent sur l'asbl Icar Wallonie en particulier et ont été ajoutées dans le cadre de mon stage afin qu'ils puissent évaluer leur visibilité auprès de leur public cible.

VI8 : Santé et besoin

Nous voilà arrivés à la dernière partie. Cette section a été ajoutée à mon travail afin de permettre aux personnes exerçant le commerce du sexe privé par internet de pouvoir s'exprimer librement au travers de deux questions ouvertes sur les conséquences que cette activité a sur eux et les besoins qui en ressortent dans le but de pouvoir éclairer les institutions ressources sur la manière dont ils peuvent les aider à y faire face au quotidien et leur donner un angle d'approche du public avec lequel il tente de créer du lien et faire de la prévention.

III. Résultats

1.Stratégie d'analyse

Notre échantillon final compte 42 sujets. 17 d'entre eux, soit 40,5%, n'ont pas à la totalité de notre questionnaire. Dans la mesure où notre base de données est déjà restreinte, nous avons décidé de ne pas supprimer ces 17 personnes mais de leur accorder plutôt un traitement individuel. Ainsi, pour chaque section, lorsque la personne n'a pas répondu à suffisamment de questions pour pouvoir en analyser les réponses, nous l'avons retirée du score total. Par exemple, les sujets qui n'ont répondu qu'à une seule question voire à aucune sur une section entière soit en parce qu'ils ont coché l'option « ne souhaite pas répondre » soit parce qu'ils ont laissé du vide, ces sujets ont été soustraits des scores totaux. En revanche, une personne qui a répondu « ne souhaite pas répondre » ou a laissé vide une ou deux questions, selon la taille de la section, a été comptabilisée dans nos scores totaux.

Pour l'analyse de nos résultats, nous avons utilisé deux logiciels : Microsoft Excell pour recueillir et traiter nos données afin qu'elles soient prêtes pour le traitement statistique, ensuite, le logiciel Jamovi pour les analyses descriptives et inférentielles.

Pour pouvoir décrire nos données, nous avons calculé le nombre d'effectifs (N) et la fréquence pour chacune de nos variables qualitatives. Ensuite, nous avons procédé aux calculs des moyennes et des écarts-types de nos données quantitatives.

Avant de pouvoir croiser nos variables indépendantes avec la variable dépendante, nous avons effectué le test de Shapiro-Wilk afin de vérifier que les données étaient normalement distribuées. Les tests ont démontré qu'à l'exception de la variable *situation économique*, celles-ci ne remplissaient pas la

condition d'application de normalité des données. Nous avons donc utilisé le test de corrélation non paramétrique de Spearman pour déterminer quelles variables avaient une influence sur la victimisation.

Trois tests de Wilcoxon pour échantillon païré ont également été effectués. Le premier compare la victimisation antérieure à 12 mois à celle supérieure à 12 mois afin de tester si le temps a une influence sur la victimisation. Le deuxième compare les victimisations in-call et out-call et ce, dans l'intention de déterminer si le type de commerce du sexe privé par internet a un impact sur la victimisation. De la même manière, notre troisième comparaison s'intéresse aux stratégies de prévention in-call et out-call dans le but de découvrir si le type exercé a un effet sur les tactiques de sécurité mises en place. Nous avons opté pour ce test non-paramétrique en raison de la violation de la condition d'application normalité des données pour toutes nos variables à l'exception de *la victimisation in-call*.

En outre, dans le cadre de ce travail, nous souhaitions vérifier si le genre avait une influence sur la victimisation dans le commerce du sexe privé par internet. Cependant, le manque de sujets dans les catégories *homme et transgenre* nous empêchant de réaliser une analyse de variance, nous avons procédé, à titre indicatif, aux calculs de moyennes et d'écart-types sur la victimisation pour chacun des genres. Cependant leur faible représentativité dans notre échantillon nous empêche de pouvoir en tirer des conclusions fiables.

Pour terminer, les questions ouvertes ont fait l'objet d'une analyse de contenu et ont été recodées en catégorie dans notre fichier Excel.

2. Description de l'échantillon

Le tableau 1.1 (annexe 3) semble nous dépeindre les « escortes » belges comme des femmes ayant grandi avec un ou deux parents salariés et ayant arrêté leurs études après le secondaire général. Elles ont maintenant entre 33 et 40 ans et vivent seules avec un ou plusieurs enfants à charge.

En effet, les femmes sont largement représentées dans notre étude : 28 femmes, pour 7 hommes et 6 personnes transgenres, soit 68,3% de notre échantillon final.

Cette proportion de femmes est tout à fait comparable à la représentativité de celles-ci dans les études antérieures. C'est d'ailleurs sur base de celle-ci que nous avons décidé de croiser certaines variables avec le genre afin de dégager un profil des hommes et des personnes transgenres qui exercent cette activité et voir en quoi ces derniers se différencient des femmes.

Le tableau 3 (annexe 3) nous montre que, tout comme les femmes, les hommes et les personnes transgenres impliqués dans le commerce du sexe privé par internet sont en majorité âgés de 33 à 40 ans, ont grandi avec un ou deux parents salariés et ont arrêté leur scolarité après le secondaire général. Notons pour les personnes transgenres que le mode de la dernière année d'études réussie est le bachelier (n=2). Toutefois, comme cette différence ne tient qu'à une personne de notre échantillon, ce n'est peut-être pas significatif.

En revanche, d'autres données semblent différer selon le genre. En effet, alors que la majorité des femmes sont célibataires (n=18) et utilisent le travail du sexe par internet comme ressource financière principale (n=13), les hommes (n=5) et les personnes transgenres (n=5) considèrent ce travail comme une source de revenu occasionnel. De plus, quatre des 7 hommes de notre échantillon sont en couple.

Nous pouvons également remarquer que les raisons d'entrer dans le commerce du sexe privé par internet varient selon les genres. Alors que chez les femmes la raison principale est le besoin d'argent rapide (48,8 %), chez les hommes cette raison est « à égalité » avec l'envie de rencontrer de nouvelles

personnes (26,7%), tandis que pour les personnes transgenres les raisons principales sont l'exploration de la sexualité et l'envie de répondre aux besoins affectifs, émotionnels et sexuels des clients (33,3 %).

En conclusion, nous pouvons dire que les hommes et les personnes transgenres semblent partager, avec les femmes, leur âge et leur passé mais ne considèrent pas leur activité dans le commerce du sexe privé par internet de la même manière. De plus, comparé aux femmes et aux personnes transgenres, les hommes sont plus souvent en couple.

3. Expérience dans le commerce du sexe

Le tableau 1.2 (annexe 3) nous indique que la majorité de notre échantillon a commencé le travail du sexe entre 25 et 32ans. Les formes et les lieux qui ont été le plus couramment pratiqués sont les hôtels et les appartements en premier lieu (77,6%) suivi de la rue en deuxième position (26,6%). Généralement, un seul type de commerce du sexe est pratiqué à la fois (65,9%). Actuellement 77,8% de nos sujets exercent encore une ou plusieurs de ces formes de commerce du sexe en plus de leur pratique sur internet. La plupart pratiquent dans des hôtels et des appartements (78,6%). Les salons de massage arrivent en deuxième place avec 14,3% de la population étudiée et 85,7% des sujets n'exercent actuellement qu'une seule de ces autres formes de commerce du sexe.

4. Situation économique

Le tableau 1.3 (annexe 3) nous permet de dire que la plus grande partie de notre échantillon exerce le commerce du sexe privé par internet de manière occasionnelle (56,8%) et a un emploi comme ressource financière principale (43,8%), seule source de revenu en dehors de leur activité sur internet.

47,5% d'entre eux estiment leur situation financière comme n'étant ni bonne, ni mauvaise et arrêteraient cette pratique si leurs finances le leur permettaient (51,4%).

A noter qu'il y a tout de même 48,6% des participants pour lesquels l'arrêt de leur pratique n'est pas sous-tendu par leur contexte économique.

Il est intéressant de constater qu'à la question « Avez-vous déjà envisagé de changer d'orientation professionnelle ? » la courbe des réponses est l'inverse d'une courbe de Gauss : la majorité de la population se trouve aux deux extrémités de notre échelle avec 20% qui ont répondu « Jamais » et 20% qui ont répondu « Souvent » alors que notre proposition centrale « De temps en temps » n'a été choisie que par 12,5%, ce qui en fait la modalité de réponse la moins sélectionnée.

Au final, nous avons calculé que 42,5% de notre échantillon se classait dans une situation économique faible et 57,5% dans une situation économique modérée. Aucun sujet n'a pu être classé en situation économique élevée. Pour rappel, notre échelle allant de 0 à 22 points, il fallait obtenir un score supérieur à 14 pour pouvoir être classé dans la catégorie *situation économique élevée*. Or, le score maximum sur cette variable est de 12 avec une moyenne à 7,47 et un écart-type de 2,68. (tableau 4, annexe 3).

5. Contexte d'entrée dans le commerce du sexe privé par internet

Le tableau 1.4 (annexe 3) nous indique que la majorité de nos répondants a commencé le commerce du sexe privé par internet depuis moins de 5ans (47,4%) et ce, en raison d'un besoin d'argent rapide (67,8%). En outre, malgré la possibilité de pouvoir cocher plusieurs réponses parmi nos 5 propositions d'entrée, 51,4% d'entre eux n'en ont choisi qu'une seule.

La moitié (50%) nous dit avoir eu l'idée d'entrer dans la pratique de sexe privé par internet par eux-mêmes et 14,3% connaissaient quelqu'un dans ce domaine avant d'y entrer.

Pour la plus grande partie des répondants, le commerce du sexe privé par internet leur permet de répondre à leurs besoins primaires (55,2%). Toutefois, cette question comprenait 13 possibilités de réponses différentes qui peuvent s'additionner et bien que le mode au nombre de réponse sélectionné

soit de 1, il y a eu une pluralité de combinaisons effectuées pouvant aller jusqu'à plus de 10 options retenues pour 2 de nos sujets. De plus, nous pouvons remarquer que parmi ces 13 propositions de réponses en plus de la modalité de réponse « répondre à vos besoins primaires » 9 autres items ont été cochés par plus de 20% de nos sujets.

Le score total sur cette variable peut varier de 0 à 18 avec un score moyen de 6,05 et un écart-type de 3,86 ; 48,7% des sujets ont eu un score inférieur à 6 ce qui signifie qu'ils ont été classés comme n'ayant que quelques raisons, autre que l'aspect financier, pour avoir choisi cette voie (tableau 4, annexe3).

6.Modalité d'exercice du commerce du sexe privé par internet

Le tableau 1.5 (annexe 3) nous enseigne que la majorité de notre population exerce cette activité à une fréquence soit inférieure à 5 jours par mois (31%) soit supérieure à 15 jours par mois (31%).

73% de notre échantillon a été catégorisé comme ayant un nombre de critères de sélection de nouveaux clients très élevé, ce qui signifie que sur notre échelle allant de 0 à 32, ils ont obtenu un score supérieur à 24 et qu'ils font très attention aux clients qu'ils choisissent de rencontrer. Et, en effet, nous pouvons remarquer dans le tableau 4 (annexe 3) que le score moyen est de 25,45 pour un écart-type de 8,95. Pour terminer, on constate que 82,5% de notre échantillon a été classé comme exerçant cette activité de manière libre. Ils ont donc eu un score minimal de 7 sur 10 sur notre échelle allant de « tout à fait contraint » à « tout à fait à libre ». Ce que reflète notre moyenne de 8,32 avec son écart-type de 2,64. (tableau 4, annexe 3).

7.Vision de la relation avec le client dans le commerce du sexe privé par internet

Initialement, pour cette variable, nous avons le nombre de catégories correspondant aux trois différents types de relations identifiées dans le texte de Bigot (2009), à savoir, la relation de domination (dans le chef du client ou de l'escorte), la relation de service et la relation affectivo-sexuelle à durée déterminée. Après analyse des données, nous constatons, d'une part, que certains sujets ont des scores significatifs dans plus d'une conception de la relation et, d'autre part, que pour d'autres sujets, notre échelle ne permet pas de les classer dans une catégorie spécifique et ce, bien qu'ils aient répondu à tous nos items.

Le tableau 1.6 (annexe 3) nous donne une idée des différentes relations possibles avec le client dans le commerce du sexe privé par internet et le pourcentage de celles-ci au sein de ce commerce.

La relation de domination dans le chef du client varie sur une échelle de 0 à 20, avec un score moyen de 7,11 et un écart-type de 5,20 (tableau 4, annexe 3). Seul 1 sujet (2,6%) a pu être classé dans cette catégorie.

En outre, sur base de l'item n°5, nous avons pu identifier que 78,4% de nos participants ressentent la relation avec le client comme étant sous leur contrôle et non dans les mains de la personne qui paie.

La relation de service montre un score oscillant entre 0 et 12 avec une moyenne de 8,61 et un écart-type de 3,80 (tableau 4, annexe 3), seul 22,2% de notre échantillon a pu être classé uniquement dans cette vision de la relation avec le client.

Notre dernière vision, la relation affectivo-sexuelle à durée déterminée, fluctue sur une échelle de 0 à 12. Son score moyen est de 6,22 avec un écart-type de 4,26 (tableau 4, annexe 3). Seul 1 personne (2,6%) a pu être catégorisée comme étant exclusivement dans cette vision de la relation client.

Comme mentionné ci-dessus l'analyse des résultats a permis de mettre en avant que certains sujets ne s'inscrivent pas seulement dans une seule conception de la relation client mais dans plusieurs.

Selon notre tableau 1.5 (annexe 3), la plus grande partie de notre échantillon (33,3%) se situe dans une vision à la fois de service et affectivo-sexuelle avec les clients. 11,1% partage en même temps une position de domination (par le client) et une idée de la relation client comme étant de l'ordre de la relation de service. 13,9% ont eu un score significatif dans les trois types de relation client du commerce du sexe privé par internet. Enfin, pour 5 de nos sujets, soit 13,9%, notre échelle de mesure n'a pas été concluante.

Extrait du tableau 1.5, annexe 3.

Type de relation	N(%)
Relation de domination	1(2,8%)
Relation de service	9(25%)
Relation affectivo-sexuelle	1(2,8%)
Relation de service et affectivo-sexuelle	12(33,3%)
Relation de domination et de service	3(8,3%)
Trois relations	5(13,9%)
Non-concluant	5(13,9%)

8.Stratégie de prévention

Le tableau 1.7 (annexe 3) nous montre que la majorité de notre échantillon (73,8%) exerce en in-call dans le commerce du sexe privé par internet. Cela veut dire que la plupart de nos sujets font venir les clients jusqu'à eux pour la rencontre, qui se déroule le plus souvent à leur domicile personnel (54,5%).

Nous pouvons remarquer que nombre d'entre eux utilisent des stratégies de prévention de manière régulière (34,5%) et même importante (44,8%). Ce qui signifie que sur notre échelle allant de 0 à 76, 34,5% ont un score entre 39 et 57 et 44,8% un résultat supérieur à 57. Par ailleurs, la moyenne d'utilisation des stratégies de prévention étant de 52,93 avec un écart-type de 17,65, cela confirme notre analyse (tableau 4, annexe 3).

Finalement, seul 18 (43,9%) de nos participants exercent en out-call dont 9 qui pratiquent également l'in-call. La rencontre a généralement lieu au domicile du client (61,1%) et la fréquence d'utilisation des stratégies de prévention est également régulière, 35,3% et même importante pour 41,2% des sujets.

Le score moyen et l'écart-type sont assez semblables à ceux de l'in-call avec un résultat de 53,40 pour la moyenne et de 17,67 pour l'écart-type (tableau 4, annexe 3).

9.Connaissance et fréquentation d'un service ressource

Le tableau 1.8 (annexe 3) nous renseigne sur les ressources de nos sujets dans leur pratique du commerce du sexe privé par internet .81,6% d'entre eux nous répondent avoir quelqu'un de confiance qui connaît leur activité. Pour la majorité (59,5%) il s'agit d'une seule personne à qui ils peuvent faire appel en cas de besoin et dans 22% des cas, il s'agit d'un ami ou d'une connaissance mais pour 19,5% de notre population, il s'agit d'un membre de leur famille.

Le tableau 1.8 (annexe 3) nous permet aussi de voir que la plupart de nos sujets (36,6%) ne vont jamais dans un service social ou médical en lien avec leur activité dans le commerce du sexe.

Au total, le score des sujets pour notre variable ressource varie de 0 à 12, avec une moyenne de 3 et un écart-type de 2,9 (tableau 4, annexe 3). Une grande partie d'entre eux (62,5%) n'ont que peu voire pas de personne ressource en cas de problème en lien avec leur implication dans le commerce du sexe privé par internet.

10. Santé et besoin

Le tableau 1.9 (annexe 3) nous permet de voir que 68,6% de nos participants estiment que leur implication dans le commerce du sexe privé par internet n'a eu aucune conséquence ou uniquement des conséquences positives sur leur santé physique et mentale.

Parmi les conséquences positives évoquées par nos répondants, nous trouvons les réponses suivantes : davantage de confiance en soi, un épanouissement dans tous les domaines de leur vie, soin de la dépression, règlement des problèmes financiers, rencontre avec de belles personnes, un sentiment de contrôle sur les hommes et même être devenu quelqu'un de plus fort.

Malgré tout, 31,4% de nos répondants nous rapportent des conséquences négatives : absence de désir dans leur vie privée, une misanthropie des hommes, addictions, angoisses et de dépression, ce qui nous montre à quel point cette activité peut laisser des traces lorsqu'elle devient une contrainte et non plus un choix.

Nous terminons cette section par les besoins identifiés par notre population en rapport avec les conséquences physiques et mentales que leur activité a laissées. Le tableau 1.9 (annexe 3) nous indique que la majorité des répondants n'en ont aucun (65,5%). Cependant, pour les 34,5% restant, nous pouvons relever essentiellement des besoins d'ordre médicaux et thérapeutiques ainsi que de déconnexion.

11. Variable dépendante : expérience de victimisation dans le cadre du commerce du sexe privé par internet

Le tableau 2.1 (annexe 3) nous donne les fréquences des victimisations dans des situations qui sont récurrentes dans le commerce du sexe et celles des abus électroniques, caractéristiques des formes de prostitutions qui utilisent internet. Comme nous pouvons le voir, pour notre échantillon, les fréquences d'apparition sont faibles puisque 80,6% de notre population a un score inférieur à 8 sur une échelle de 0 à 24 dont le score moyen est de 4,72 et 5,15 d'écart-type pour les situations récurrentes (tableau 4, annexe 3). De même pour les abus électroniques : 73,5% des sujets ont un score inférieur à 7 sur une échelle de 0 à 20 dont la moyenne est de 4,12 et l'écart-type de 3,72 (tableau 4, annexe 3).

Pour le reste de la victimisation, le tableau 2.5 (annexe 3), repris ci-dessous, nous donne un aperçu global des résultats. Le taux de victimisation principal est faible pour nos deux périodes temporelles bien que pour la période supérieure à 12 mois, le pourcentage de victimisation élevée soit plus de deux fois plus grand (12,5%) que dans les 12 derniers mois (5%). Les auteurs les plus représentés sont les clients avec des fréquences dépassant les 70% dans les deux cas et ces problèmes surviennent en majorité lorsque la personne fait venir le client chez elle. Toutefois, il est à noter que le pourcentage de victimisation en out-call est de 10 % plus élevé pour la période de temps supérieure à 12 mois.

Pour davantage de précision, voir les tableaux 2.2, 2.3 ,2.4 ainsi que le tableau 4 de l'annexe 3.

Tableau 2.5 : Tableau récapitulatif de ma variable dépendante (annexe3)

Victimisation	%	Victimisation	%	Victimisation	%
Fréquence situation récurrente		Lieu (12 mois)		Problème pour trouver un logement	
Faible	80,6%	In-call	41,2%	Oui	19%
Moyenne	16,7%	Out-call	14,8%	Non	76,2%
Elevée	2,8%	Les deux	15,1%		
Fréquence abus électronique		Victimisation au-delà des 12 derniers mois		Violence de la part du partenaire	
Faible	73,5%	Faible	57,5%	Oui	20,5%
Moyenne	23,5%	Modérée	30%	Non	79,5%
Elevée	2,9%	Elevée	12,5%		
Victimisation dans les 12 derniers mois		Auteur (+ de 12 mois)		Autres formes de victimisations	
Faible	65%	Client	70,1%	Oui	14,3%
Modérée	30%	Propriétaire	8,9%	Non	76,2%
Elevée	5%	Voisin	8,8%		
Auteur (12 mois)		Lieu (+ de 12 mois)		Discrimination - stigmatisation	
Client	73,07%	In-call	43,4%	Oui	46,6%
Propriétaire	6,25%	Out-call	23%	Non	48,8%
Voisin	4,5%	Les deux	13%		
		Expulser du logement		Victimisation totale	
		Oui	14,3%	Faible	53,7%
		Non	81%	Modérée	36,6%
				Elevée	7,3%

Tableau 5 : tableau récapitulatif des scores totaux sur nos variables à l'étude (annexe 3)

Variables	N (%)	Variables	N (%)
Âge		Utilisation des stratégies de prévention en in-call	
17-24	3(7,5%)	Faible	1(3,4%)
25-32	5(12,5%)	Modérée	5(17,2%)
33-40	13(32,5%)	Régulière	10(34,5%)
41-48	9(22,5%)	Importante	13(44,8%)
49-56	5(12,5%)		
57-65	5(12,5%)	Utilisation des stratégies de prévention en out-call	
Genre		Faible	3(17,6%)
Homme	7(17,1%)	Modérée	1(5,9%)
Femme	28(68,3%)	Régulière	6(35,3%)
Transgenre	6(14,6%)	Importante	7(41,2%)
Ne souhaite pas répondre	1(2,4%)		
Situation économique		Ressource(s)	
Faible	17(42,5%)	Peu de ressource(s) de soutien	25(62,5%)
Modérée	23(57,5%)	Présence de ressource(s) de soutien	15(37,5%)
Elevée	0(0%)	Beaucoup de ressource(s) de soutien	0(0%)
Contexte d'entrée		Santé	
Quelques raisons	19(48,7%)	Aucune conséquence	12(34,3%)
Plusieurs raisons	18(46,2%)	Conséquence(s) positive(s)	12(34,3%)
Nombreuses raisons	2(5,1%)	Conséquence(s) négative(s)	11(31,4%)
Nombre de critère(s) de sélection des clients	2(5,4%)	Besoin	
Faible	1(2,7%)	Aucun	19(65,5%)
Modérée	7(18,9%)	Autre	10(34,5%)
Elevée	27(73%)		
Très élevée		Victimisation totale	
Exercice libre < Contraint	3(7,5%)	Faible	22(53,7%)
Contraint	4(10%)	Modérée	15(36,6%)
Neutre	33(82,5%)	Elevée	3(7,3%)
Libre			
Type de relation client			
Relation de domination	1(2,8%)		
Relation de service	8(22,2%)		
Relation affectivo-sexuelle	1(2,8%)		
Relation de service et affectivo-sexuelle	12(33,3%)		
Relation de domination et de service	4(11,1%)		
Trois relations	5(13,9%)		
Non-concluant	5(13,9%)		

12. Corrélations

Afin de mesurer l'influence de nos variables indépendantes sur la variable dépendante, expérience de victimisation dans le cadre du commerce de sexe privé par internet, nous avons procédé à des corrélations de Spearman pour chacune d'entre-elles sur base du score total de victimisation. Pour connaître les détails de celui-ci, je vous renvoie à l'annexe 2 : VD : expérience de victimisation dans le cadre du commerce du sexe privé par internet – Calcul du score total de victimisation.

Le tableau 6 (annexe 3) repris également ci-dessous rassemble l'ensemble de ces mesures de corrélation. Comme nous pouvons le voir, la seule corrélation significative a à voir avec la relation affectivo-sexuelle. Cela signifie que, pour nos données sur cet échantillon spécifique, nous n'avons pas pu trouver d'autres liens entre les variables indépendantes et la variable dépendante ce qui est confirmé par les test statistique dont les P valeurs sont supérieures à 0,05.

Notre seule corrélation significative est donc entre le type de relation affectivo-sexuelle et la variable dépendante victimisation. Celle-ci ayant un coefficient rho de -0,343, la relation entre les deux variables est une faible relation négative ce qui signifie que lorsque le score de l'une augmente, celui de l'autre descend. Ce résultat est confirmé par le test statistique (Pvaleur 0,041).

Tableau 6 : Corrélation avec la variable dépendante victimisation sur base de son score total (annexe3)

Variable	Coefficient de corrélation	P valeur
Situation économique	-0,154	0,349
Contexte d'entrée	-0,156	0,350
Critère de sélection	0,024	0,890
Liberté <Contraint	-0,288	0,075
Relation de domination	0,245	0,150
*Relation de domination	0,285	0,087
Relation de service	-0,125	0,466
Relation affectivo-sexuelle	-0,343	0,041
Stratégie de prévention in-call	0,093	0,0619
Stratégie de prévention out-call	-0,208	0,457
Ressource	0,171	0,292

13. Tests de Wilcoxon pour échantillons pairés

Comme explicité dans la stratégie d'analyse, nous avons également réalisé trois tests de Wilcoxon dont les résultats se retrouvent ci-dessous.

Nous avons commencé par tester l'hypothèse selon laquelle la victimisation des 12 derniers mois était inférieurs à celle de l'année précédente, ce que le test de Wilcoxon pour échantillon apparié a mis en évidence avec une P valeur (0.049) inférieure à 0,05.

Tableau 7 : tests de Wilcoxon pour échantillons appariés (annexe 3)

Variable	Statistique	P valeur
Victimisation dans les 12 mois est inférieure à la victimisation antérieure à 12 mois	68,0	0,049
La victimisation in-call est différente de la victimisation out-call	28,0	0,552
Les stratégies de prévention in-call et out-call employées sont différentes	12,0	0,800

En revanche pour nos 2^{ième} et 3^{ième} comparaisons des moyennes entre la victimisation et les stratégies de prévention in-call et out-call, les tests W n'ont pas montré de relations significatives avec des Pvaleurs respectives de (0,552) et (0,800) supérieure à 0,05.

14. Croisement de la variable genre avec la victimisation

Comme précisé dans notre stratégie d'analyse, le tableau ci-dessous n'est qu'à titre indicatif en raison du manque de sujets pour pouvoir effectuer des analyses probantes. Toutefois, nous pouvons remarquer que les moyennes et écart-types ne sont pas très éloignés les uns des autres si ce n'est l'écart-type des personnes transgenres. Cela laisserait à penser que le genre n'a pas d'effet sur la victimisation mais que la distribution des scores autour de la moyenne pour les personnes transgenres est moins étendue. Ces informations sont à prendre à titre indicatives et demandent à être vérifiées par une étude à plus large échelle comprenant un plus grand nombre d'individus de chaque genre.

Tableau 8 : Croisement de ma variable genre avec la victimisation (annexe 3)

Statistiques descriptives (tableau réalisé dans le logiciel statistique Jamovi)

	Genre	N	Manquants	Moyenne	Ecart-type	Minimum	Maximum
Victimisation totale	0	7	0	9.71	8.88	0	25
	1	26	2	10.58	7.55	0	27
	2	6	0	8.33	5.68	2	16

IV. Discussion

L'objectif de notre étude était de décrire le profil des personnes impliquées dans le commerce du sexe privé par internet et d'analyser leur victimisation selon le type exercé et le genre. Dans cette partie, nous tenterons de répondre à cette question en discutant de nos résultats au regard des différentes limites que contient cette enquête.

1. Limites de l'étude et perspectives futures

La principale limite de cette recherche est sans aucun doute l'absence d'un test standardisé. En effet, notre objectif en utilisant du quantitatif était, d'une part, de faciliter la parole sur un sujet qui peut être sensible pour notre public cible et, d'autre part, de maximiser le nombre de réponses afin d'avoir la meilleure représentation possible de notre population tous genres confondus. Malheureusement, notre revue de la littérature est composée principalement d'études qualitatives et ethnographiques ne nous

permettant pas d'utiliser de matériaux quantitatifs adéquat. En conséquence, nous avons créé ce questionnaire sur base des articles lus pour cibler les thèmes à aborder et être dans les temps impartis pour notre travail de fin d'études.

Cette décision implique un ensemble de biais dont nous allons devoir tenir compte dans notre interprétation des résultats. A commencer par les problèmes de validité interne auxquels notre questionnaire ne semble pas avoir échappé. De fait notre section « Expérience dans le commerce du sexe » ne mesure pas ce qu'elle avait pour vocation d'évaluer. En outre, nous nous demandons s'il n'y a pas un souci de compréhension de la part des participants concernant le fait de ne pas tenir compte de leur implication dans le commerce du sexe privé par internet pour répondre à cette section et qui expliquerait le taux important de réponse à la proposition « Hôtels et appartement » pour les lieux et formes de commerce du sexe exercés. D'autres soucis de précision ont été mis en évidence par certains participants notamment pour la question 27 où l'un d'entre eux a précisé dans la question du dessous ne pas être sûre d'avoir bien compris la question, qu'il n'était pas contraint à quoi que ce soit par les clients, en revanche il n'est plus dans ce domaine par plaisir mais par besoin.

Une autre limite à notre travail est l'absence de contrôle de la fidélité de notre instrument de mesure. En effet, dans la mesure où il s'agit de notre première passation de test nous n'avons pas eu l'occasion de contrôler celle-ci. Dès lors, une solution serait de considérer cette première expérience comme le pré-test d'une prochaine recherche qui permettrait de pallier les soucis de validité interne mais aussi de clarté et de précision du questionnaire, et, dans un deuxième temps de tester et re-tester le nouveau questionnaire sur le même échantillon afin de vérifier la stabilité de nos mesures au cours du temps et contrôler la fidélité de l'instrument.

Notre enquête rencontre aussi un certain nombre d'erreurs d'échantillonnage dont la principale est la petite taille de l'échantillon. Effectivement et bien que l'intention fût d'obtenir le maximum de représentativité de notre population, cet objectif n'a pas pu être réalisé dans les temps consacrés à ce travail en raison du temps limité que nous avons eu pour diffuser notre questionnaire. Celui-ci n'a pu être publié sur le site quartier rouge que pour une période limitée du 8 au 30 avril, laps de temps durant lequel 44 personnes y ont répondu. Après traitement, il ne nous restait plus que 42 sujets dont 40, 5% n'ont pas répondu à la totalité du questionnaire, ce qui a pu également altérer les résultats dans la mesure où nous avons dû nous adapter afin de pouvoir réaliser nos analyses statistiques.

De plus, les petits échantillons peuvent altérer la normalité de la distribution des données comme cela a été prouvé sur la majorité de nos variables via le test de Shapiro-Wilk.

Afin de résoudre ce problème de représentativité de l'échantillon pour une prochaine étude, il pourrait être intéressant non seulement de diffuser le questionnaire plus longtemps dans le but d'augmenter le nombre de participants mais également de varier les lieux de publication. Toutefois, on peut se demander si on aurait obtenu plus de résultats en laissant le questionnaire plus longtemps. En effet, dans la mesure où notre enquête était sur base volontaire, on peut supposer d'une part que les personnes intéressées y avaient déjà répondu et, d'autre part, que nous pouvons nous questionner sur les raisons qui ont poussé les participants à répondre. Quelles étaient leurs motivations ? Avaient-ils quelque chose à prouver ?

Au vu des réponses de nos participants et de l'utilisation de la section « autre » par certains d'entre eux pour s'exprimer, nous avons pu remarquer deux profils de personnes qui sortaient du lot : le premier, la majorité, sont des gens à l'aise avec l'activité qu'ils exercent avec plaisir ou tout du moins sans contrainte ni souffrance alors que le deuxième met en évidence une optique de revendications, de dénonciations de la violence de la société et de cette pratique, exercée par manque d'alternative pour subvenir à leurs besoins.

Les résultats de notre étude ne sont évidemment pas généralisables en raison de l'utilisation d'un échantillon non-probabiliste volontaire. En revanche, nous pouvons supposer que le fait d'avoir utilisé internet et garanti l'anonymat à notre population, déjà considérée par la société comme étant en dehors des normes, a permis de diminuer les risques du biais de désirabilité sociale.

En conclusion, nous pouvons dire que cette enquête comporte plusieurs biais dont nous devons tenir compte pour l'interprétation des résultats compte tenu des différentes limites évoquées ci-dessus. Ceux-ci doivent faire l'objet de nouvelles études dont le test standardisé permettrait de résoudre les problèmes de validité interne et de clarté des questions qui nous font défaut ici. De plus, un échantillon plus grand et plus varié serait nécessaire afin de pallier les erreurs d'échantillonnage.

En attendant, nous nous devons d'interpréter les résultats de cette étude avec prudence en gardant à l'esprit que ceux-ci ne sont valables que pour cet échantillon testé avec notre questionnaire et toutes les limites que nous venons d'évoquer. Gardons cela en tête pour passer à la discussion de nos résultats.

2. Description de l'échantillon

La littérature scientifique identifie les hommes impliqués dans le commerce du sexe privé par internet comme de jeunes étudiants gays issus d'un milieu familial modeste ou élevé, totalement intégrés socialement. Ils exercent pour assurer leur train de vie (Rubio, 2017) et s'arrêtent au début de la trentaine après avoir trouvé un emploi en guise d'activité principale (Bigot, 2014). Alors que, selon Bigot (2014), les femmes de tout âge sont présentes dans ce commerce, qu'elles exercent à titre d'activité principale et elles seraient moins diplômées que leur homologue masculin. Toutefois, elle apporte de la nuance puisque, dans son texte sur les conceptions de la relation client dans la prostitution internet, elle décrit les femmes de la relation de service comme des femmes indépendantes ayant eu une activité professionnelle antérieure voire leur propre entreprise. Ces femmes ont décidé de s'engager dans l'escorting librement et elles l'exercent sans contrainte économique, en parallèle d'un emploi principal.

Notre échantillon ne correspond pas totalement à cette description puisque l'âge et les niveaux scolaires de tous nos participants sont semblables. En revanche, nous retrouvons bien dans notre échantillon cette dichotomie entre l'exercice du commerce du sexe privé par internet de manière occasionnelle pour les hommes et les personnes transgenres alors que les femmes y sont impliquées à titre d'activité principale motivées notamment par un besoin d'argent rapide alors que chez les hommes cette activité va de pair avec l'envie de rencontrer de nouvelles personnes.

Cette étude nous permet aussi d'avoir une base de profil pour les personnes transgenres qui exercent. Celui-ci ressemble fort à celui des hommes si ce n'est que les personnes transgenres de notre échantillon ont plus souvent rapporté l'envie d'explorer leur sexualité et de répondre aux besoins des clients comme raisons d'entrer dans cette pratique. En outre, il semblerait que, comparé aux hommes, ils soient moins en couple puisque seul 2 des 6 personnes transgenres de notre échantillon sont en couple contre 4 pour 7 hommes, ce qui les rapprochent des femmes dont seulement 7 des 25 ayant répondu à la question sont en couple.

3. Expérience dans le commerce du sexe

Cette section avait pour vocation de tester l'hypothèse selon laquelle l'expérience permet une diminution du risque de victimisation grâce à l'apprentissage des règles officielles et officieuses du métier, apprentissage qui demande du temps (Davies & Evans ;2007). Cependant, nous avons rencontré un problème de validité interne qui nous empêche d'utiliser les réponses fournies par nos participants. Heureusement, dans notre variable dépendante, nous avons interrogé les sujets sur leur expérience de victimisation non seulement au cours des 12 derniers mois mais également pour la période de temps ultérieure. Ceci nous a permis de réaliser le test de Wilcoxon pour échantillon apparié sur la victimisation entre ces deux périodes de temps, test qui a confirmé notre hypothèse avec une P-valeur (0,049) inférieure à 0,05.

4. Situation économique

Notre hypothèse de départ était qu'une situation économique défavorable augmentait les risques de victimisation. Cette idée part de la constatation de Bigot (2009) sur le fait que les femmes en situation de vulnérabilité économique rencontrent plus souvent des clients dominateurs auxquels elles se sentent obligées de se soumettre au détriment de leur propre limite. Or, nous savons par Comte (2015) que la capacité à faire respecter ses limites constituent un facteur de protection contre la victimisation.

Dans notre étude, nous n'avons pas pu démontrer notre hypothèse. La corrélation entre notre variable économique et la variable dépendante étant de $-0,154$, il n'y a pas de lien entre les deux, ce qui est confirmé par le test statistique dont la P-valeur ($0,349$) est supérieure à $0,05$.

Nous nous demandons si en dehors des limites inhérentes à notre étude, notre variable situation économique ne serait pas médiée par notre variable contexte d'entrée sur sa victimisation.

En effet, les personnes en situation de vulnérabilité économique sont plus à risque de victimisation car le besoin d'argent rapide les pousse à accepter des demandes contre leur volonté. Si cette nécessité financière constitue l'une des raisons d'entrer dans le commerce du sexe privé par internet pour $67,5\%$ de notre échantillon, $48,6\%$ d'entre eux ont sélectionnées plus d'une raison d'entrer. En outre, bien que l'argent ait été choisi comme raison de maintien dans cette activité par $55,7\%$ de nos sujets, $79,5\%$ d'entre eux, ont indiqué plus d'une motivation pour rester dans ce commerce.

Dès lors, ne serait-il pas possible que la vulnérabilité induite par une situation économique défavorable soit contrebalancée par les autres intérêts que la personne a pu trouver à sa pratique.

5. Contexte d'entrée dans le commerce du sexe privé par internet

Le postulat de départ de cette partie était que plus une personne a de raisons de pratiquer cette activité et moins le risque de victimisation est présent. En effet, dans la mesure où la vulnérabilité économique est un facteur de risque de victimisation (Bigot, 2009 & Comte, 2015), nous supposons que plus la personne a de motivation autre qu'économique pour exercer le commerce du sexe privé par internet moins sa victimisation est importante vu que la vulnérabilité induite par celle-ci est supplantée par les intérêts personnels qu'elle y trouve. Elle n'est donc plus dans des conditions où la capacité à faire respecter ses limites est altérée (Comte, 2016).

Dans notre échantillon, $51,3\%$ de nos sujets sont catégorisés comme ayant plusieurs voire de nombreuses raisons d'exercer cette activité et $53,7\%$ de nos sujets ont un score de victimisation faible. Pourtant notre hypothèse n'a pas pu être vérifiée dans notre travail. En effet, le coefficient de corrélation (ρ) entre nos deux variables étant de $-0,156$, il n'y a pas de lien, ce qui est confirmé par le test statistique dont la P-valeur ($0,350$) est supérieure à $0,05$.

Une piste d'exploration possible serait de mesurer l'intensité des différentes motivations à pratiquer le commerce du sexe privé par internet plutôt que d'en évaluer leurs nombres afin de mieux discriminer le rôle de chacune d'entre elles dans la victimisation propre à cette pratique.

Une nouvelle hypothèse pourrait être qu'une situation économique défavorable augmente les risques de victimisation. Mais cette relation est médiée quand la personne en situation de besoin arrive à trouver d'autres raisons d'exercer, à condition que l'importance de ces motivations supplante la nécessité financière.

6. Modalité d'exercice du commerce du sexe privé par internet

Sur cette variable, nous avons émis les hypothèses que le libre exercice du commerce du sexe privé par internet mais également la capacité de ces personnes à choisir leurs clients correctement diminueraient leur victimisation. (Comte 2015, 2016).

Dans la mesure où la majeure partie de notre échantillon sélectionne prudemment ses clients et exerce librement cette activité, nous nous attendions à un score de victimisation faible. Bien que nos données semblaient confirmer cette relation, la corrélation de Spearman entre nos deux variables ne s'est pas avérée significative avec des Pvaleurs (0,075 et 0,890) supérieures à 0,05. Notre hypothèse n'a donc pu être confirmée.

Ces résultats sont à interpréter au regard des différentes limites de notre étude.

7. Vision de la relation avec le client dans le commerce du sexe privé par internet

L'hypothèse a priori pour cette section était que parmi les trois conceptions établies par Bigot (2009) de la relation avec le client dans la prostitution sur internet, les personnes qui s'inscrivaient dans une relation de domination étaient confrontées à de la victimisation dans leur activité en raison de la présence de clients dominateurs et violents face à des femmes dont la vulnérabilité économique rend plus susceptible de se laisser faire.

Nous avons rencontré des problèmes lors de l'analyse des données puisque bien que l'intention de départ était de classer chaque personne dans une conception de la relation client spécifique, notre test n'a pas été assez discriminatoire pour pouvoir y arriver avec tous nos sujets. Nous nous retrouvons donc non pas avec trois types de relations clients possibles mais six sans compter les sujets que nous n'avons pas pu placer dans une catégorie spécifique. Dès lors, il serait pertinent de refaire un test plus sévère pour pouvoir tester notre hypothèse.

Pour l'heure, nous n'avons pas pu démontrer de lien entre la relation de domination et la victimisation dont le coefficient de corrélation (ρ) est de 0,245 et qui est confirmé par le test statistique dont la P valeur (0,150) est supérieure à 0,05.

Outre les limites évoquées ci-dessus, deux facteurs peuvent avoir impacté ces résultats. Premièrement, la majorité de nos sujets (78,4%) estiment être au contrôle de la relation avec le client, deuxièmement, sur les 9 sujets ayant un score suffisant pour être classés dans ce type de relation, seul 1 est exclusivement dans une relation de domination.

En revanche, à défaut d'avoir trouvé un lien entre la relation de domination et la victimisation, nous avons eu une légère corrélation négative significative entre la variable dépendante et la relation affectivo-sexuelle ce qui tend à faire penser que, sur notre échantillon, lorsque la personne est engagée dans le commerce du sexe privé par internet dans le but d'explorer sa sexualité et envisage cette activité comme une manière de rencontre à l'autre plutôt que comme un travail, la victimisation diminue.

8. Stratégie de prévention employée par les personnes exerçant dans le commerce du sexe privé par internet selon le type exercé

Notre hypothèse de départ était que l'utilisation de stratégies de prévention permettait de diminuer la victimisation des personnes engagées dans le commerce du sexe privé par internet. Afin de tenir compte des différences de contrôle qu'ont nos sujets en fonction du type exercés, nous avons non seulement décidé de tester le lien avec la victimisation pour les deux formes exercées mais aussi de regarder si l'utilisation des stratégies de prévention variaient selon le type.

Pour rappel, nous avons identifié dans la littérature scientifique un ensemble de stratagème utilisés par les escortes parmi lesquels l'instinct, la présence de tiers et le screening étaient les plus répandus. Bungay & Guta (2018) en ont découvert plusieurs autres qu'ils ont séparé en deux thèmes sous-jacents : naviguer entre les espaces physiques et naviguer dans les relations clients. Et Davies & Evans (2007), dans leur étude sur les escortes britanniques, avaient relevé l'importance des interactions genrées dans ce travail.

Dans notre recherche, nous avons pu voir que notre échantillon utilise la totalité de ces stratégies de prévention de manière récurrente voire très fréquente. En plus de l'utilisation de nos trois stratégies de

prévention les plus populaires, l'utilisation d'attitudes stéréotypées (Davies & Evans ;2007) ainsi que l'instauration d'un climat de confiance et la mise en avant des préservatifs, lesquels font partie des stratagèmes relevant de la navigation dans les relations clients (Bungay & Guta, 2018), semblent être les plus utilisées par nos sujets aussi bien en in-call qu'en out-call. Précisons toutefois que les personnes exerçant en out-call indiquent plus souvent utiliser également dans ces stratégies le rappel des conditions, prestations et tarifs convenus à l'avance et exiger le paiement avant de faire quoi que ce soit. Pour revenir sur les techniques qui font partie de la navigation entre les espaces physiques, nous avons pu remarquer dans nos résultats que bien qu'ils soient également utilisés par nos participants, ils le sont dans une plus faible proportion.

L'utilisation de l'ensemble des moyens de prévention étant importante, nous nous attendions à ce que la victimisation totale de notre échantillon soit faible. Ce que nos données semblaient confirmer vu que 53,7% de notre échantillon a été classé dans cette catégorie sur base de son score de victimisation.

Pourtant nous n'avons pas pu démontrer le lien entre stratégie de prévention et victimisation tant en in-call qu'en out-call. En effet, les coefficients de corrélation (ρ) sont respectivement de 0,093 et -0,208 avec des Pvaleur (0,0619 et 0,457) supérieures à 0,05. Notre hypothèse selon laquelle l'utilisation de stratégies de prévention permet de diminuer la victimisation n'a pas pu être vérifiée pour notre échantillon.

Enfin, le test de Wilcoxon ne nous permet pas d'affirmer que les stratégies de prévention employées varient selon le type de commerce du sexe privé par internet puisque la Pvaleur du test statistique (0,800) est supérieure au seuil de rejet de 0,05.

Comme pour tous nos résultats, celui-ci est à interpréter au regard des différentes limites de notre travail. Cependant, une piste d'explication alternative tiendrait au fait que la majorité des mesures de prévention employées par nos sujets relevant de la navigation avec le client, celles-ci ne sont pas influencées par les changements de lieux contrairement aux stratégies de prévention de l'ordre de la navigation physique.

9. Connaissance et fréquentation d'un service ressource

Avec cette section, nous souhaitons découvrir si le fait d'avoir un bagage de soutien que ce soit personnel au travers de la famille, des amis, ... ou par les services sociaux et médicaux en lien avec le commerce du sexe pouvait affecter la victimisation des personnes impliquées dans le commerce du sexe privé par internet.

Nos résultats ont surtout montré que beaucoup ont une personne de confiance à qui parler mais peu vont dans les services sociaux ou médicaux en lien avec leur activité. Il est à noter que parmi les problèmes de validité interne susmentionnés, nous nous devons d'y ajouter l'absence de question concernant la connaissance des différents services ressources en lien avec leur activité. Cette omission peut expliquer le manque de fréquentation de ces services par notre public cible dans la mesure où la méconnaissance de ceux-ci en empêche leur usage.

Une autre explication pourrait être l'inexistence de services dédiés uniquement au public internet, difficile d'atteinte et souvent moins demandeur. Ou tout simplement être que la majorité de nos sujets n'en ressentent ni le besoin ni l'utilité comme semble le suggérer les résultats de la section suivante.

En tout cas, pour notre échantillon nous n'avons pas pu démontrer de lien entre la fréquentation d'un service ressource et la présence de pair soutenant avec la victimisation, le coefficient de corrélation étant de 0,171 pour une puissance statistique inférieure à 0,05 (Pvaleur 0,292).

10.Santé et besoin

Cette partie avait pour vocation de laisser libre cours à la parole des personnes impliquées dans le commerce du sexe privé par internet afin d'identifier les besoins qu'elles peuvent avoir en rapport avec les conséquences mentales et physiques que cette activité a pu leur laisser. Ceci dans le but d'avoir un angle d'approche pour les institutions ressources qui viennent en aide à ce public et qui peuvent leur servir de ressource en cas de problèmes avec un client ou en cas de besoin médicaux, les dépistages par exemple, en lien avec les risques de cette activité.

Davies& Evans avaient identifié, en 2007, chez les escortes britanniques, des sentiments de détresse émotionnelle et de terreur à la suite de violences physiques, sexuelles et verbales vécues ainsi que de la peur résultant du harcèlement criminel en ligne.

Force est de constater que, pour notre échantillon, la majorité n'a soit pas identifié de conséquences et de besoins particuliers, soit ne nous a cité que des effets positifs. Seul un tiers de notre échantillon nous a fait part de conséquences négatives et de besoins y afférents.

Ces résultats se rapprochent de ceux de O'Doherty (2011) qui a démontré un risque de victimisation moins grand chez les indépendantes mais aussi de Comte (2015) dont la population de référence, consciente du risque omniprésent de la violence, l'attribue davantage à quelques-uns plutôt qu'à la majorité des clients.

Cette différence peut être due au fait que l'étude de Davies& Evans date mais est aussi lié à notre échantillon sur lequel la victimisation est faible et donc la présence des violences évoquée par ces derniers ne s'y retrouve que dans une moindre mesure et rapproche notre population de celle de O'Doherty et Comte, moins victimisée.

Nous nous devons de tenir compte également des différents biais liés à notre étude. En effet, le fait de partir sur un échantillon volontaire nous a amené un profil particulier de répondants qui ont peut-être aussi envie de déconstruire l'idée qu'on se fait d'une activité qu'ils exercent par envie et dont ils regrettent le fait que les enquêtes tournent autour des problèmes rencontrés. De plus, le biais de désirabilité sociale peut affecter les réponses des sujets qui n'ont peut-être pas envie d'être vus ni de se sentir victimes et qui préfèrent mettre en avant le côté positif.

11.Variable dépendante : expérience de victimisation dans le cadre du commerce du sexe privé par internet

Si nous devons résumer la littérature scientifique, nous pourrions dire que bien que la victimisation soit présente dans le milieu du commerce du sexe privé par internet, celle-ci y est moins importante que dans les autres formes de prostitution. Une des explications à ces résultats est l'augmentation du contrôle des travailleurs du sexe sur leur condition de travail grâce à l'utilisation d'internet qui leur permet d'être complètement indépendants. (O'Doherty,2011 & Mclean,2015).

Les formes de victimisation qui ont été identifiées par O'Doherty (2011) ainsi que par Bungay& Guta (2018) dans cette population sont celles communes à toutes les formes de prostitutions perpétrées par les clients tels que les problèmes liés au port du préservatif ou au paiement de la prestation.

Mais le commerce du sexe privé par internet comporte également des formes de victimisation spécifiques à ce milieu. En 2007, Davies & Evans ou plus récemment Leroy & Maes (2016) ont mis en évidence les problèmes d'abus électroniques dont sont victimes les personnes exerçant cette activité : des commentaires déplacés, des notes ou encore du harcèlement...sont des excès récurrents dont le caractère virtuel rend difficile la prévention.

En outre, les clients ne sont pas les seuls auteurs identifiés de la victimisation à l'encontre des personnes exerçant dans le commerce du sexe privé par internet. En 2011, O'Doherty distingue sur son échantillon de 28 indépendantes exerçant dans leur domicile, deux formes de victimisation propre à cette forme de commerce du sexe, à savoir le harcèlement des voisins et les abus de la part de leur propriétaire suite à la divulgation de leur activité. Ces résultats sont appuyés par Bungay & Guta en 2018 dont la population de référence a fait part de problèmes similaires ainsi que de difficultés de logements associés à la stigmatisation de leur pratique.

Sur notre échantillon, 53,7% des répondants ont une expérience de victimisation au sein du commerce du sexe privé par internet faible ce qui semble correspondre à ce qu'en dit notre revue de la littérature. En revanche, lorsque nous regardons sur les tableaux de fréquences des situations récurrentes et des abus électroniques que la littérature scientifique a identifiés comme courants, nous remarquons que pour nos participants ces situations se sont déroulées moins de 5 fois au cours des 3 derniers mois, ce qui est contradictoire avec ce que nous venons de voir. Cela peut être dû aux limites de notre étude citées en début de section ou pourrait être dû à une particularité de notre échantillon. Dans tous les cas, ces résultats demandent à être vérifiés.

Lorsque nous nous concentrons sur les victimisations engendrées par les voisins et les propriétaires soit la surveillance, la divulgation, la violence financière et les problèmes de logement, les conclusions sont similaires. En effet, bien que ceux-ci soient plus représentés dans ces formes spécifiques de victimisation, les clients en restent les principaux auteurs. Une nuance est toutefois à apporter sur la question de logement dont la majorité ne semble pas avoir rencontré de problème. De fait, certains de nos sujets y ont été confrontés tout de même à l'instar d'une de nos participantes dont le propriétaire lui a donné un avis d'expulsion suite à la découverte de son implication dans le commerce du sexe privé par internet et qui peine à trouver un nouveau logement en raison d'absence de fiche de paie pour justifier ses revenus. De plus, la moitié de nos répondants nous disent également avoir déjà ressenti la discrimination attachée à leur pratique dans le commerce du sexe privé par internet

Dans notre étude, nous avons souhaité mettre en avant le fait que le commerce du sexe pouvait s'exercer de deux manières différentes et complémentaires, à savoir en in-call et en out-call. C'est pour cela que nous avons interrogé les participants sur leurs lieux de rencontre et de victimisation afin de déterminer si la victimisation et les stratégies de prévention associés variaient selon le type pratiqué. Nous avons vu dans la partie sur les stratégies de prévention que nous n'avions pas pu établir qu'il existe une différence significative selon le type de commerce du sexe pratiqué. De la même façon, le test de Wilcoxon n'a pas pu démontrer de différences significatives entre la victimisation in-call et out-call dont la P-valeur (0,552) est supérieure à 0,05. Ces résultats sont toutefois à interpréter avec prudence dans la mesure où les scores totaux de victimisations ont été calculés avec des sujets qui parfois ont pu ne pas répondre à une ou deux questions, ce qui explique que le total des sous-scores de victimisation ne correspond pas au score total de victimisation pour certains de nos sujets

Nous terminerons notre discussion en précisant que les différences de résultats entre notre étude et la littérature scientifique peuvent résulter du fait que les contextes sont différents. En effet, les lois sur la prostitution diffèrent d'un pays à l'autre et affectent les personnes concernées de manière différente. Ainsi, alors qu'en Belgique, nous sommes dans un système où la prostitution n'est plus pénalisée (André et al., 2022), d'autres pays continuent de la criminaliser comme c'est le cas au Canada. Or, un certain nombre d'études de notre revue ont été réalisées là-bas comme celle de Bungay & Guta (2018) dont nous avons discuté ci-dessus et qui peut expliquer pourquoi cette étude met en avant des problèmes de logement que nous retrouvons dans une moindre mesure pour notre échantillon

V. Conclusion

Notre enquête avait pour but de décrire le profil des personnes impliquées dans le commerce du sexe privé par internet en Belgique et d'analyser la victimisation qu'elles rencontrent dans le cadre de leur travail en fonction du type exercé (in-call /out-call) et du genre.

De notre échantillon, nous pouvons dire que la majorité des répondants ont entre 33 et 40 ans. Ils ont commencé dans le commerce du sexe entre 25 et 32 ans. Actuellement leur situation économique est modérée pour la plupart. L'argent est une des raisons les plus importantes de leur implication dans ce domaine sans être la seule. Entrer dans le commerce du sexe privé par internet depuis moins de 5ans, ils exercent en toute liberté et en sélectionnant prudemment leurs clients, à une fréquence soit inférieure à moins de 5 jours/mois soit plus de 15 jours/ mois. La majorité envisagent leur relation avec les clients comme une relation de service où l'argent est le reflet de la qualité de la prestation proposée et distinguent leur pratique commerciale de leur vie privé. Pour d'autres, le fait de pouvoir rencontrer des nouvelles personnes et répondre à leurs besoins sont des aspects appréciés de leur pratique qui leur permet également d'explorer leur sexualité.

Les stratégies de prévention sont utilisées de manière très importante aussi bien en in-call qu'en out-call et peu d'entre eux fréquentent un service ressource en lien avec leur activité. Par ailleurs, la majorité n'ayant qu'une personne de confiance au courant de leur pratique et vers qui ils peuvent se tourner en cas de besoin, on peut se demander si l'implication dans le commerce du sexe privé par internet ne provoque pas l'isolement. En revanche, sur la question des conséquences et des besoins la majorité de notre échantillon n'a rien exprimé ou seulement les côtés positifs.

La victimisation de notre population est faible ce qui concorde avec ce qu'en dit la revue de la littérature, ce qui pourrait s'expliquer dans notre étude par le fait que nos sujets ont de l'expérience dans le commerce du sexe qu'il pratique de manière libre et prudente en sélectionnant précautionneusement leurs clients et en utilisant nombre de stratégies de prévention. Cependant, seules deux de ces relations sont significatives et ont pu être mises en lien avec la victimisation dans notre étude. A savoir, une relation faiblement négative avec la relation affectivo-sexuelle : les personnes qui envisagent leur activité comme un moyen de rencontre avec les gens, moyen grâce auquel ils vont pouvoir s'épanouir sexuellement et réaliser leur fantasme, ces personnes ont moins de risque de victimisation. La deuxième relation trouvée met en évidence l'importance de l'expérience pour se prémunir des dangers associés au commerce du sexe privé par internet : ainsi plus une personne a de l'expérience moins son risque de victimisation est élevé et ce, grâce à l'apprentissage des règles licites et illicites du métier qui ont été acquises.

Finalement malgré notre intention de déterminer les différences de victimisations selon le type de commerce du sexe privé via internet et de genre, nous n'avons pas pu établir de différence pour notre population. En effet, le test de Wilcoxon, qui compare la victimisation in-call et out-call, ne s'est pas avéré significatif. Nous ne pouvons donc pas affirmer qu'il existe une différence entre les deux sur base de notre échantillon. De plus, nous n'avons pu effectuer de test statistique adéquat pour le genre en raison de notre trop petit nombre d'hommes et de personnes transgenres au sein de notre étude.

Ces résultats sont à interpréter aux regards des différentes limites de notre recherche et demandent à être répliqués avec un test standardisé afin d'en augmenter la fiabilité. Toutefois, cette étude nous permet d'avoir une idée plus précise du public belge impliqué dans le commerce du sexe privé par internet et nous donne des pistes de recherches possibles. En effet, notre faible corrélation négative entre la relation affectivo-sexuelle et la victimisation, nous laisse à penser qu'il serait intéressant d'approfondir le lien entre la victimisation et ces différentes conceptions de la relation d'escorting. De plus, il semblerait pertinent de mener une nouvelle recherche sur le rôle de la situation économique dans la victimisation du commerce du sexe privé par internet en tenant compte des différentes raisons d'entrée dans celui-ci mais peut-être plus encore de leur importance face au besoin financier.

Bibliographie

- André, S. (2017). Ceci n'est pas de l'abolitionnisme. Le régime juridique de la prostitution : un surréalisme à la belge? *Revue de la Faculté de Droit de l'Université de Liège*
- André, S. (2020). Victime ou délinquant : De l'inopérance d'une classification binaire à la prévalence de l'overlap : le cas de la prostitution liégeoise. *La Revue Nouvelle*, 7, 69-79. <https://doi.org/10.3917/rn.207.0069>
- André, S., Damhuis, L. & Maisin, C. (2022). La Belgique décriminalise le travail du sexe. *La Revue Nouvelle*, 5, 2-3. <https://doi.org/10.3917/rn.223.0002>
- Bigot S. (2009), « La prostitution sur Internet : entre marchandisation de la sexualité et contractualisation de relations affectives », *Genre, sexualité & société*, 2, [en ligne].
URL : <http://journals.openedition.org/gss/1139> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/gss.1139>
- Bigot, S. (2014). Les escort(e)s, leurs clients et les effets de la construction d'une communication par Internet. Dans Monjaret, A., & Pugeault, C. (dirs.), *Le sexe de l'enquête : Approches sociologiques et anthropologiques*. ENS Éditions. DOI : [:10.4000/books.enseditions.3989](https://doi.org/10.4000/books.enseditions.3989)
- Bungay, V., & Guta, A. (2018). Strategies and Challenges in Preventing Violence Against Canadian Indoor Sex Workers. *American journal of public health*, 108(3), 393–398. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2017.304241>
- CAP International. (2023). *Le Parlement européen appelle les États membres à adopter toutes les composantes du modèle abolitionniste de la prostitution !* <https://www.cap-international.org/fr/activity/le-parlement-europeen-appelle-les-etats-membres-a-adopter-toutes-les-composantes-du-modele-abolitionniste-de-la-prostitution/>
- Comte, J. (2015). Les clients des services d'escorte tels que perçus par des femmes offrant ces services. *Canadian Graduate Journal of Sociology and Criminology*, 4(1), 27-41. <https://doi.org/10.15353/cgjsc.v4i1.3746>
- Comte, J. (2016). Parcours de travailleuses du sexe offrant des services d'escorte au Québec. *Déviance et Société*, 40, 201-226. <https://doi.org/10.3917/ds.402.0201>
- Davies, K., & Evans, L. (2007). A Virtual View of Managing Violence among British Escorts. *Deviant Behavior*, 28(6), 525–551. <https://doi.org/10.1080/01639620701316830>
- Deering, K. N., Amin, A., Shoveller, J., Nesbitt, A., Garcia-Moreno, C., Duff, P., Argento, E., & Shannon, K. (2014). A systematic review of the correlates of violence against sex workers. *American journal of public health*, 104(5), e42–e54. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2014.301909>
- Dresler, A. (2022). Le vécu des femmes trans* à Yser. *La Revue Nouvelle*, 7, 75-83. <https://doi.org/10.3917/rn.225.0075>
- Farley, M., & Barkan, H. (1998). Prostitution, violence, and posttraumatic stress disorder. *Women & health*, (27) 3, 37-49. <http://doi.org/10.1300/J013v27n03>
- Földhàzi, À. « Activités prostitutionnelles et gestion des violences : « les risques du métier » », *Genre, sexualité & société*, n°2, 2009 [en ligne]. URL : <http://gss.revues.org/1020>; DOI : [10.4000/gss.1020](https://doi.org/10.4000/gss.1020)

Govers,P., & Absil,G. (2016). *Enquête exploratoire sur la prostitution en Fédération Wallonie-Bruxelles*. Fédération Wallonie -Bruxelles.

http://www.egalite.cfwb.be/index.php?eID=tx_nawsecu-redl&u=0&g=0&hash=6274196f0ccabd311731555456882b976b92c0bb&file=uploads/tx_cfw-bitemsddec/Enquete_exploratoire_sur_la_prostitution_en_FWB_version_finale_.pdf

Lavergne, T. (2023). 'Le travail est le même, mais c'est différent...'. Stratégies face aux stigmates de putain et de victime chez les escort-boys en France au prisme du genre et des sexualités. *Gazeta de Antropologia*, 39 (2).

<https://hdl.handle.net/10481/84761>

Leroij,C., & Maes,R.(2016). *Etude relative aux nouvelles formes de prostitution à Bruxelles, et visant l'obtention de données comparatives à l'égard de la prostitution et de la traite des êtres humains à des fins d'exploitation sexuelle au sein de 3 villes européennes*.

Collectif Formation Société.

<https://ds.static.rtf.be/article/attachment/10770370/9/1/2/1c3c653fc0f4d833853c7f5900a41a7a.pdf>

McLean, A. (2015). 'You can do it from your sofa': The increasing popularity of the internet as a working site among male sex workers in Melbourne. *Journal of Sociology*, 51(4), 887-902.

<https://doi.org/10.1177/1440783313480416>

Manning, E., & Bungay, V. (2017). 'Business before pleasure': the golden rule of sex work, payment schedules and gendered experiences of violence. *Culture, health & sexuality*, 19(3), 338–351.

<https://doi.org/10.1080/13691058.2016.1219767>

Mariotti,F.(2022, 25 novembre). « *Du continuum des violences sexuelles* » (Colloque). Journée internationale de lutte contre les violences faites aux femmes.

<https://amicaledunid.org/wp-content/uploads/2023/02/du-continuum-des-violences-sexuelles-2202-vf.pdf>

Mathieu, L. (2002). Quand « la peur devient une existence » : Sur la place de la violence dans le monde de la prostitution. *L'Homme & la Société*, 143-144, 47-63.

<https://doi.org/10.3917/lhs.143.0047>

Matthews, R. (2015). Female prostitution and victimization: A realist analysis. *International Review of Victimology*, 21(1), 85-100. <https://doi.org/10.1177/0269758014547994>

Nanteuil,M., & Hausman,J. (2023).Réforme du droit pénal sexuel et prostitution des personnes majeures : simple effet d'annonce ou véritable avancée sociétale ? *Revue de Droit Pénal et de Criminologie*, 10 (9), 911-953. https://www.stradalex.com/fr/sl_rev_utu/toc/rdpc_2023_9-fr/doc/rdpc2023_9p911

O'Doherty, T. (2011). Victimization in off-street sex industry work. *Violence against women*, 17(7), 944–963. <https://doi.org/10.1177/1077801211412917>

Pruitt, M.V. (2018). “Just a Gigolo”: Differences in Advertisements of Male-for-Female and Male-for-Male Online Escorts. *Deviant Behavior*, 39, 64 - 79. <http://dx.doi.org/10.1080/01639625.2016.1260384>

Raphael, J., & Shapiro, D. L. (2004). Violence in Indoor and Outdoor Prostitution Venues. *Violence Against Women*, 10(2), 126-139.

<https://doi.org/10.1177/1077801203260529>

Ros, J. (2021). Les conditions de travail du sexe. Pour une approche environnementale des risques. *Sciences & Actions Sociales*, 15, 133-153. <https://doi.org/10.3917/sas.015.0133>

Rubio, V. (2017). Le « temps en plus » de l'escorting. Temporalité, communication et prostitution. *Hermès, La Revue*, 78, 213-221. <https://doi.org/10.3917/herm.078.0213>

Rubio, V. (2021). Ethnographier la prostitution sur internet: Un apprentissage par inadvertance. *Journal des anthropologues*, 166-167, 165-175. <https://doi.org/10.4000/jda.11292>

Truchon, J-F. (2012). *La prostitution masculine dans la rue : isolement, dissonances, vicissitudes et mécanismes de survie* (Mémoire de master, Université du Québec à Montréal). Archipel UQAM. <https://archipel.uqam.ca/5096/1/M12578.pdf>

Site Web :

Costa-Kostritsky, V. (2013, 30 décembre). *Il aurait fallu réfléchir à deux fois avant de faire de la prostitution à la suédoise un modèle*. SlateFr. Consulté le 16 novembre 2023 sur <https://www.slate.fr/story/81497/prostitution-suede-modele-pas-vraiment>

Fédération Wallonie-Bruxelles. (n.d.). *Egalité Filles-Garçons*. Consulté le 6 novembre 2023 sur <http://www.egalitefillesgarcons.cfwb.be/genre-par-theme/violences/la-prostitution/>

Fondation scelles. (n.d.) *L'escorting, une évolution marketing de la prostitution*. Consulté le 6 novembre 2023 sur <https://infos.fondationscelles.org/archives/108-l-escorting-une-evolution-marketing-de-la-prostitution-n8>

Goldschmidt, S., & Salmona, M. (2013, 14 octobre). *Abolition de la prostitution : pourquoi la Suède est un bon modèle*. SlateFr. Consulté le 16 novembre 2023 sur <https://www.slate.fr/tribune/78774/abolition-prostitution-suede-modele>

Isala. (n.d.) *18 mythes sur la prostitution*. Consulté le 6 novembre 2023 sur <https://www.isalaasbl.be/18-mythes-sur-la-prostitution/>

Isala. (n.d.) *Journée de mobilisation pour une Europe sans prostitution : « On n'achète pas le consentement »*. Consulté le 6 novembre 2023 sur <https://www.isalaasbl.be/journee-de-mobilisation-pe/>

Isala. (n.d.) *La prostitution en Belgique*. Consulté le 6 novembre 2023 sur <https://www.isalaasbl.be/la-prostitution-en-belgique/>

Isala. (n.d.) *Last Girl First : la prostitution est raciste, sexiste et classiste !*
Consulté le 6 novembre 2023 sur <https://www.isalaasbl.be/last-girl-first/>

Isala. (n.d.) *Le modèle abolitionniste*. Consulté le 6 novembre 2023 sur <https://www.isalaasbl.be/le-modele-abolitionniste/>

Isala. (n.d.) *Réforme du Code pénal sur les infractions sexuelles : ce qui change sur la prostitution*. Consulté le 6 novembre 2023 sur <https://www.isalaasbl.be/reforme-du-code-penal-sur-les-infractions-sexuelles-ce-qui-change-sur-la-prostitution/>

Isala. (n.d.) *Une deuxième résolution abolitionniste adoptée par le Parlement européen !*
Consulté le 6 novembre 2023 sur <https://www.isalaasbl.be/parlement-europeen-2023/>

Isala. (n.d.) *Une réforme « historique » du code pénal sexuel ? Ce qu'en pensent les associations féministes.* Consulté le 6 novembre 2023 sur <https://www.isalaasbl.be/une-reforme-historique-du-code-penal-sexuel-ce-qu-en-pensent-les-associations-feministes/>

Mouvement du Nid. (2015, 2 novembre). *Retour sur le mythe de l'« échec du modèle suédois » en matière de prostitution.* Mouvement du Nid France. Consulté le 16 novembre 2023 sur <https://mouvementdu-nid.org/prostitution-societe/dossiers/article-retour-sur-le-mythe-de-l-echec-du-modele-suedois-en-matiere-de-prostitution/>

Annexe 1 : Questionnaire.

Enquête sur le commerce du sexe privé par internet.

Bonjour à tous,

Dans le cadre de mon travail de fin d'étude en criminologie, je suis à la recherche de personnes qui exercent dans le commerce du sexe privé (à domicile et/ou en extérieur) via internet (contact client) pour répondre à mon questionnaire.

Celui-ci est subdivisé en 10 parties qui questionnent votre expérience personnelle dans le commerce du sexe privé par internet, votre perception de la relation client mais également votre situation, la manière et les raisons qui vous ont amené vers cette activité. Nous terminons par deux questions ouvertes pour vous permettre de vous exprimer sur les éventuelles conséquences que cette activité a pu laisser sur votre santé et vos besoins par rapport à celles-ci. En outre, l'étude réalisée cherche à identifier les risques professionnels liés au commerce du sexe via internet. Au total la passation du questionnaire ne devrait pas durer plus de 30 minutes.

Il est complètement anonyme et je serai la seule à avoir accès à vos réponses personnelles. Celles-ci seront encodées dans un fichier Excel crypté sur le serveur OneDrive de l'université de Liège. Je serai la seule avec ma promotrice, en cas de nécessité, à y avoir accès. Toutefois, une copie de l'ensemble des données encodées seront transmises à l'asbl Icar Wallonie, un service d'accompagnement aux personnes exerçant une activité prostitutionnelle ainsi qu'aux femmes précarisées, afin de les aider dans leur mission.

J'insiste sur le fait que je serai la seule à avoir accès à vos réponses personnelles qui sont complètement anonymes. Je n'ai aucun moyen d'identifier les personnes qui répondront à ce questionnaire et si jamais vous changez d'avis en cours de route vous pouvez quitter le questionnaire et vos données ne seront pas prises en compte pour mon travail de fin d'étude.

En acceptant de répondre à ce questionnaire, vous acceptez que je transmette l'ensemble des données qui seront encodées à Icar Wallonie et que j'utilise ces données à des fins d'analyse dont les résultats seront présentés dans mon travail de fin d'étude en criminologie qui sera défendu devant un jury et publié sur la plateforme Matheo, un portail d'accès en ligne sécurisé pour l'accès aux mémoires de master de l'université de Liège.

Il n'y a aucune compensation financière pour votre participation à cette étude, celle-ci est tout à fait volontaire et comme dit précédemment vous avez le droit d'arrêter à tout moment sans avoir à donner d'explication ou à craindre des répercussions.

Si vous souhaitez être tenu(e) informé(e) des résultats de cette étude, vous pourrez me laisser votre mail à la fin du questionnaire.

Si vous avez des questions concernant l'utilisation ou le traitement de vos données personnelles vous pouvez me contacter à l'adresse mail : A.Harchies@student.uliege.be ou ma promotrice à l'adresse suivante : sophie.andre@uliege.be

Vous pouvez également utiliser ces adresses mails si la passation du questionnaire vous a occasionné de la gêne ou des difficultés en raison de l'un des thèmes abordés dans cette étude.

Je vous remercie tous pour votre attention et le temps accordé à la passation de ce questionnaire.

Nous allons commencer par quelques questions personnelles relatives à votre situation socio-démographique.

- 1) Quel âge avez-vous ?
- 2) Quelle catégorie ci-dessous vous identifie le mieux ?
 - Femme
 - Homme
 - Transgenre
 - Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
 - Ne souhaite pas répondre
- 3) Qu'elle est la dernière année scolaire que vous avez réussie ?
- 4) Actuellement, faites-vous des études ?
 - Oui
 - Non
 - Ne souhaite pas répondre
- 5) Quelle profession exerçait la ou les personnes qui s'occupaient de vous durant votre enfance ?
- 6) Dans quelle ville se trouve votre adresse officielle ? (Celle que vous utilisez pour vos papiers administratifs)
- 7) Votre résidence officielle est :
 - Votre domicile
 - Le logement d'un de vos amis / connaissances
 - Celle d'un membre de votre famille
 - Une institution (lieu d'accueil, ...)
 - Autre (Pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?) :
 - Ne souhaite pas répondre.
- 8) Actuellement quelles sont les personnes qui font parties de votre ménage ? (Vous pouvez cocher plusieurs cases)
 - Partenaire
 - Enfant(s)
 - Famille
 - Belle-famille
 - Ami(e)(s)/ connaissance(s)
 - Collègue(s)

- Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?) :
- Ne souhaite pas répondre

9) Etes-vous en couple ?(*question avec embranchement*)

- Oui
- Non
- Ne souhaite pas répondre.

10) Si oui, votre partenaire est-il au courant de vos activités dans le commerce du sexe privé via internet ?

- Oui
- Non
- Ne souhaite pas répondre.

Les questions qui suivent abordent le sujet de l'expérience que vous avez ou avez pu avoir dans le commerce du sexe en général. Si en dehors de l'activité du sexe privé par internet vous n'en avez pas, vous pouvez passer à la section suivante.

11) A quel âge avez-vous commencé à travailler dans le commerce du sexe ?

12) Parmi les propositions suivantes, pouvez-vous cocher les lieux et formes de travail du sexe que vous avez déjà exercé ?

- En rue
- En vitrine
- Salon de massage
- Bar ou bar à champagne
- Hôtels / appartements
- Aucun
- Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
- Ne souhaite pas répondre.

13) Actuellement exercez-vous toujours un ou plusieurs de ces types de commerce du sexe ?

- Oui
- Non
- Ne souhaite pas répondre

14) Si oui, pouvez-vous cocher ceux que vous exercez en ce moment ?

- En rue
- En vitrine
- Salon de massage
- Bar et bar à champagne
- Hôtels / appartements
- Aucun
- Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
- Ne souhaite pas répondre.

Nous allons maintenant aborder le sujet de vos ressources financières et de votre perception sur votre situation économique.

15) Votre implication dans le commerce du sexe privé via internet est-elle votre source financière :

- Principale
- Occasionnelle
- Ne souhaite pas répondre

16) Avez-vous d'autres ressources financières ? (Vous pouvez cocher plusieurs cases).

- Emploi
- Job étudiant
- Mendicité
- Allocations sociales (CPAS, mutuelle, chômage)
- Revenu du conjoint
- Aide de la famille
- Vierge noire
- Pension veuve
- Aucune
- Autre
- Ne souhaite pas répondre.

17) Sur une échelle de 1 à 5, comment percevez-vous votre situation financière ?

1=très mauvaise 2=mauvaise 3 = ni bonne ,ni mauvaise 4 = bonne 5 = très bonne

18) Avez-vous déjà envisagé de changer d'orientation professionnelle ?

- Jamais
- Parfois
- De temps en temps
- Régulièrement
- Souvent
- Ne souhaite pas répondre

19) Arrêteriez-vous si votre situation financière le permettait ?

- Oui
- Non
- Ne souhaite pas répondre.

Ci-dessous vous trouverez 4 questions sur votre entrée dans le commerce du sexe privé via internet.

20) Depuis combien d'années êtes-vous dans le commerce du sexe privé par internet ?

21) Qu'est-ce qui vous a amené à commencer cette pratique ? (Vous pouvez cocher plusieurs cases)

- Le besoin d'argent rapide
- Le désir d'explorer votre sexualité
- L'envie de rencontrer de nouvelle personne
- L'envie de répondre aux besoins affectifs, émotionnels et sexuels des clients.
- Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
- Ne souhaite pas répondre

22) Comment êtes-vous rentré dans le commerce du sexe privé via internet ?

- Je connais un(e) ami(e)/connaissance qui exerce.
- J'en ai entendu parler dans les médias
- Je suis tombé sur la publicité d'un site web
- Je suis tombé sur la publicité d'un ou d'une travailleuse du sexe par internet
- J'en ai eu l'idée par moi-même
- Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
- Ne souhaite pas répondre.

23) Direz-vous que cette activité vous permet (vous pouvez cocher plusieurs cases)

- De répondre à vos besoins primaires (nourriture, facture, ...)
- D'assurer votre train de vie
- De mettre de l'argent de côté
- De prendre une revanche sur les hommes
- D'explorer les rapports sociaux de genre
- D'avoir confiance en vous
- De vous sentir attirant(e)
- De vous sentir compétent(e) sexuellement
- De vivre vos fantasmes
- D'avoir le sentiment d'être « le cadeau de Noël »
- De répondre aux besoins des clients
- De rencontrer de nouvelles personnes
- Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
- Ne souhaite pas répondre.

Nous poursuivons avec des questions sur la manière dont vous exercez votre activité dans le commerce du sexe privé par internet.

24) En moyenne, combien de jour exercez-vous cette activité sur un mois ?

- < 5 jours /mois
- Entre 5 et 9 jours/mois
- Entre 10 et 14 jours /mois
- 15 jours ou plus / mois

25) Pouvez-vous me dire à quel point les critères suivants comptent dans votre décision d'accepter la 1^{ère} demande d'un nouveau client.

	Pas du tout important	Pas vraiment important	Aucune importance	Quelque peu important	Très important
Le vocabulaire employé					
Les fautes d'orthographe					
Le ton général du message					
Le contenu général du message					
Une demande hors de vos prestations					
Négociation sur le tarif dès le départ					
Négociation sur le port du préservatif					
L'instinct					

26) Y -a-t-il un autre critère que vous prenez en compte avant de décider d'accepter un nouveau client ?

27) Sur une échelle allant de tout à fait contrainte à tout à fait libre, comment qualifieriez-vous votre implication dans le commerce du sexe privé par internet :

Tout à fait contrainte 0 1 2 3 4 5 6 4 8 9 10 Tout à fait libre

28) Dans le cas où vous avez l'impression que votre implication est contrainte, pourriez-vous nous expliquer brièvement pourquoi ?

Dans cette section, nous allons évoquer une diversité de situations qu'il est possible de rencontrer dans la pratique du commerce du sexe privé par internet et nous vous demandons dans quelle mesure celles-ci vous sont familières. Si celles-ci vous sont arrivées ? Qui en a été l'auteur ? Et dans quel scénario cela s'est-il produit ?

29) Avez-vous déjà rencontré l'une de ces situations avec un client ? Si oui, combien de fois cela vous est-il arrivé approximativement au cours des 3 derniers mois ?

Problème	Non	Oui			
		Moins de 5	Entre 6 et 10	Entre 11 et 15	Plus de 15
Refus de payer la prestation					
Refus d'utiliser le préservatif					
Retrait du préservatif pendant le rapport.					
Renégociation du contrat avant le rapport					
Renégociation du contrat après le rapport					
Tentative de vous forcer à une pratique non désirée et non convenue.					

30) Parmi les abus électroniques cités ci-dessous, lesquels avez-vous vécus et combien de fois environ cela vous est-il arrivé au cours des 3 derniers mois ?

Abus électronique	Non	Oui			
		<5	entre 6 et 10	entre 11 et 15	plus de 15
Cyberharcèlement					
Violence virtuelle (mail, message menaçant, ...)					
Notation de vos prestation					
Commentaire négative					
Visionnage de vos photos sans prise de contact.					

31) Au cours de l'année écoulée (les 12 derniers mois), avez-vous vécu une ou plusieurs de ces situations dans votre activité privée par internet ?

Pour cette question et la suivante, la présentation des différentes victimisations sont des questions à embranchement. Lorsque la personne répond « non » elle passe directement à la victimisation suivante. En revanche il est obligatoire de répondre à chacune des propositions par l'une des trois réponses possibles.

Violence physique Non Oui Ne souhaite pas répondre

- Si oui, par : (vous pouvez cocher plusieurs cases)
 - Client
 - Propriétaire
 - Voisin
 - Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
 - Ne souhaite pas répondre

- Si oui, ces événements ont-ils eu lieu :
 - Lorsque le client est venu jusqu'à vous
 - Lorsque vous avez rejoint votre client
 - Dans les deux situations
 - Ne souhaite pas répondre

Violence sexuelle Non Oui Ne souhaite pas répondre

- Si oui, par : (vous pouvez cocher plusieurs cases)
 - Client
 - Propriétaire
 - Voisin
 - Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
 - Ne souhaite pas répondre

- Si oui, ces événements ont eu lieu :
 - Lorsque le client est venu jusqu'à vous
 - Lorsque vous avez rejoint votre client
 - Dans les deux situations
 - Ne souhaite pas répondre

Violence verbale (insulte, menace avec ou sans arme,...) Non Oui Ne souhaite pas répondre

- Si oui, par : (vous pouvez cocher plusieurs cases)
 - Client
 - Propriétaire
 - Voisin
 - Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
 - Ne souhaite pas répondre

- Si oui, ces événements ont eu lieu :
- Lorsque le client est venu jusqu'à vous
 - Lorsque vous avez rejoint votre client
 - Dans les deux situations
 - Ne souhaite pas répondre

Violence financière (vol, chantage, extorsion,...) Non Oui Ne souhaite pas répondre

- Si oui, par : (vous pouvez cocher plusieurs cases)
- Client
 - Propriétaire
 - Voisin
 - Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
 - Ne souhaite pas répondre

- Si oui, ces événements ont eu lieu :
- Lorsque le client est venu jusqu'à vous
 - Lorsque vous avez rejoint votre client
 - Dans les deux situations
 - Ne souhaite pas répondre

Enlèvement-séquestration Non Oui Ne souhaite pas répondre

- Si oui, par : (vous pouvez cocher plusieurs cases)
- Client
 - Propriétaire
 - Voisin
 - Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
 - Ne souhaite pas répondre

- Si oui, ces événements ont eu lieu :
- Lorsque le client est venu jusqu'à vous
 - Lorsque vous avez rejoint votre client
 - Dans les deux situations
 - Ne souhaite pas répondre

Harcèlement Non Oui Ne souhaite pas répondre

- Si oui, par : (vous pouvez cocher plusieurs cases)
 - Client
 - Propriétaire
 - Voisin
 - Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
 - Ne souhaite pas répondre

- Si oui, ces événements ont eu lieu :
 - Lorsque le client est venu jusqu'à vous
 - Lorsque vous avez rejoint votre client
 - Dans les deux situations
 - Ne souhaite pas répondre

Filmé à votre insu Non Oui Ne souhaite pas répondre

- Si oui, par : (vous pouvez cocher plusieurs cases)
 - Client
 - Propriétaire
 - Voisin
 - Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
 - Ne souhaite pas répondre

- Si oui, ces événements ont eu lieu :
 - Lorsque le client est venu jusqu'à vous
 - Lorsque vous avez rejoint votre client
 - Dans les deux situations
 - Ne souhaite pas répondre

Surveillance Non Oui Ne souhaite pas répondre

- Si oui, par : (vous pouvez cocher plusieurs cases)
 - Client
 - Propriétaire
 - Voisin
 - Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
 - Ne souhaite pas répondre

- Si oui, ces événements ont eu lieu :
 - Lorsque le client est venu jusqu'à vous
 - Lorsque vous avez rejoint votre client
 - Dans les deux situations
 - Ne souhaite pas répondre

Divulgateion de votre activité o Non o Oui o Ne souhaite pas répondre

➤ Si oui, par : (vous pouvez cocher plusieurs cases)

- Client
- Propriétaire
- Voisin
- Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
- Ne souhaite pas répondre

➤ Si oui, ces événements ont eu lieu :

- Lorsque le client est venu jusqu'à vous
- Lorsque vous avez rejoint votre client
- Dans les deux situations
- Ne souhaite pas répondre

32) Dans un passé plus lointain (supérieur à 12mois) , avez-vous connu une ou plusieurs de ces situations dans le cadre de votre activité privé par internet ?

Violence physique Non Oui Ne souhaite pas répondre

- Si oui, par : (vous pouvez cocher plusieurs cases)
 - Client
 - Propriétaire
 - Voisin
 - Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
 - Ne souhaite pas répondre

- Si oui, ces événements ont eu lieu :
 - Lorsque le client est venu jusqu'à vous
 - Lorsque vous avez rejoint votre client
 - Dans les deux situations
 - Ne souhaite pas répondre

Violence sexuelle Non Oui Ne souhaite pas répondre

- Si oui, par : (vous pouvez cocher plusieurs cases)
 - Client
 - Propriétaire
 - Voisin
 - Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
 - Ne souhaite pas répondre

- Si oui, ces événements ont eu lieu :
 - Lorsque le client est venu jusqu'à vous
 - Lorsque vous avez rejoint votre client
 - Dans les deux situations
 - Ne souhaite pas répondre

Violence verbale (insulte, menace avec ou sans arme,...) Non Oui Ne souhaite pas répondre

- Si oui, par : (vous pouvez cocher plusieurs cases)
 - Client
 - Propriétaire
 - Voisin
 - Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
 - Ne souhaite pas répondre

- Si oui, ces événements ont eu lieu :
 - Lorsque le client est venu jusqu'à vous
 - Lorsque vous avez rejoint votre client
 - Dans les deux situations
 - Ne souhaite pas répondre

Violence financière (vol, chantage, extorsion,...) Non Oui Ne souhaite pas répondre

➤ Si oui, par : (vous pouvez cocher plusieurs cases)

- Client
- Propriétaire
- Voisin
- Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
- Ne souhaite pas répondre

➤ Si oui, ces événements ont eu lieu :

- Lorsque le client est venu jusqu'à vous
- Lorsque vous avez rejoint votre client
- Dans les deux situations
- Ne souhaite pas répondre

Enlèvement-séquestration Non Oui Ne souhaite pas répondre

➤ Si oui, par : (vous pouvez cocher plusieurs cases)

- Client
- Propriétaire
- Voisin
- Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
- Ne souhaite pas répondre

➤ Si oui, ces événements ont eu lieu :

- Lorsque le client est venu jusqu'à vous
- Lorsque vous avez rejoint votre client
- Dans les deux situations
- Ne souhaite pas répondre

Harcèlement Non Oui Ne souhaite pas répondre

➤ Si oui, par : (vous pouvez cocher plusieurs cases)

- Client
- Propriétaire
- Voisin
- Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
- Ne souhaite pas répondre

➤ Si oui, ces événements ont eu lieu :

- Lorsque le client est venu jusqu'à vous
- Lorsque vous avez rejoint votre client
- Dans les deux situations
- Ne souhaite pas répondre

Filmé à votre insu Non Oui Ne souhaite pas répondre

➤ Si oui, par : (vous pouvez cocher plusieurs cases)

- Client
- Propriétaire
- Voisin
- Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
- Ne souhaite pas répondre

➤ Si oui, ces événements ont eu lieu :

- Lorsque le client est venu jusqu'à vous
- Lorsque vous avez rejoint votre client
- Dans les deux situations
- Ne souhaite pas répondre

Surveillance Non Oui Ne souhaite pas répondre

➤ Si oui, par : (vous pouvez cocher plusieurs cases)

- Client
- Propriétaire
- Voisin
- Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
- Ne souhaite pas répondre

➤ Si oui, ces événements ont eu lieu :

- Lorsque le client est venu jusqu'à vous
- Lorsque vous avez rejoint votre client
- Dans les deux situations
- Ne souhaite pas répondre

Divulgence de votre activité Non Oui Ne souhaite pas répondre

➤ Si oui, par : (vous pouvez cocher plusieurs cases)

- Client
- Propriétaire
- Voisin
- Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
- Ne souhaite pas répondre

➤ Si oui, ces événements ont eu lieu :

- Lorsque le client est venu jusqu'à vous
- Lorsque vous avez rejoint votre client
- Dans les deux situations
- Ne souhaite pas répondre

33) Vous êtes-vous déjà fait expulser de votre logement en raison de votre activité dans le commerce du sexe privé par internet ?

- Oui
- Non
- Ne souhaite pas répondre

34) Celle-ci vous a-t-elle déjà posé des problèmes pour trouver un logement ?

- Oui
- Non
- Ne souhaite pas répondre

35) Le fait d'être dans le commerce du sexe privé par internet, a-t-il déjà été la source de violence de la part d'un de vos partenaires de vie ?

- Oui
- Non
- Ne souhaite pas répondre

36) Dans le cadre de votre pratique privé par internet, avez-vous vécu d'autres formes de victimisation que celles reprises dans ce questionnaire ?

- Oui
- Non
- Ne souhaite pas répondre

37) Si oui, pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?

38) Vous êtes-vous déjà senti(e) discriminé(e) ou stigmatisé(e) en raison de votre implication dans cette forme de commerce du sexe ?

- Oui
- Non
- Ne souhaite pas répondre.

Dans le tableau ci-dessous vous allez trouver des affirmations. Pour chacune d'entre elles, je vous demande de vous positionner sur une échelle allant de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord ».

39) Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Neutre	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
« J'ai le sentiment que le fait de recevoir de l'argent pour un acte sexuel donne aux clients tous les droits »					
« Lorsqu'un client met le prix, je me sens obligée de réaliser toutes ses demandes »					
« Lors des rapports avec un client, j'essaie d'être le plus détaché(e) possible »					
« J'ai l'impression que les clients me voient uniquement comme une marchandise »					
*« Dans mes relations avec les clients, se sont eux qui ont le contrôle de la situation et qui domine la relation »					
« La sexualité est un bien de consommation comme un autre »					
« L'argent que me donne le client est la rémunération pour une prestation de qualité »					
« Il y a des pratiques que je réserve pour ma vie privée et qui ne sont pas disponibles pour les clients »					
« Le commerce du sexe privé par internet me permet de vivre une sexualité épanouie de manière discrète »					
« Dans ce type de relation, l'argent des clients me permet de lever mes inhibitions et de vivre mes fantasmes »					

« Le commerce du sexe privé par internet est pour moi plus un type de relation à l'autre qu'un travail ».					

Dans les prochaines questions nous vous demandons dans quels lieux se déroulent vos rencontres et quels sont les stratégies de sécurité que vous utilisez dans votre pratique du sexe privé par internet

40) Dans le cadre de votre activité dans le commerce du sexe privé par internet : faites-vous venir le client jusqu'à vous ? (*question à embranchement*)

- Oui
- Non
- Ne souhaite pas répondre

41) Lorsque vous faites venir le client jusqu'à vous, dans quel lieu se déroule généralement la rencontre ?

- A votre domicile personnel
- Dans un lieu que vous louez expressément pour cette activité (appartement, airbnb,...)
- Dans un hôtel de votre choix
- Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
- Ne souhaite pas répondre

42) Dans le cadre de votre pratique dans le commerce du sexe privée par internet, pouvez- vous me dire dans quelle mesure vous utilisez ces stratégies de prévention ci-dessous lorsque vous faites venir le client jusqu'à vous?

	Jamais	Parfois	Régulièrement	Souvent	Tout le temps
Utilisation d'un pseudo					
L'instinct					
La présence de tiers					
Sélection active et prudente des clients					
Cacher ce qui pourrait servir d'arme au client					
Garder à proximité de quoi vous défendre					
Présence d'élément de sécurité extérieur					

(caméra de surveillance , concierge,...)					
Discuter avec le client dès l'arrivé					
Instaurer un climat de confiance					
Instaurer une atmosphère relaxante (bougie,..)					
Cacher tout ce qui peut servir à vous identifier					
Mise en avant des préservatifs, garder à portée de mains					
Refuser les clients alcoolisés					
Refuser les clients drogués					
Eviter de travailler tard le soir					
Se faire payer au début de la rencontre					
Rappel des conditions, prestations attendues et tarifs					
Utilisation d'une attitude stéréotypée gentille et coopérative					

Utilisation d'une attitude affirmée					
-------------------------------------	--	--	--	--	--

43) Dans le cadre de votre activité dans le commerce du sexe privé par internet : vous déplacez vous jusqu'au client ? (*question à embranchement*)

- Oui
- Non
- Ne souhaite pas répondre

44) Lorsque c'est vous qui rejoignez le client, dans quel lieu se déroule généralement la rencontre ?

- A son domicile personnel
- Dans un lieu qu'il loue expressément pour cette activité (appartement, airbnb,...)
- Dans l'hôtel de son choix
- Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?)
- Ne souhaite pas répondre

45) Dans le cadre de votre pratique dans le commerce du sexe privée par internet, pouvez- vous me dire dans quelle mesure vous utilisez ces stratégies de prévention ci-dessous lorsque vous rejoignez votre client ?

	Jamais	Parfois	Régulièrement	Souvent	Tout le temps
Utilisation d'un pseudo					
L'instinct					
La présence de tiers					
Sélection active et prudente des clients					
Cacher ce qui pourrait servir d'arme au client					
Garder à proximité de quoi vous défendre					
Présence d'élément de					

sécurité ex- térieur (caméra de surveillance , con- cierge,...)					
Discuter avec le client dès l'arrivé					
Instaurer un climat de confiance					
Instaurer une atmosphère relaxante (bougie,..)					
Cacher tout ce qui peut servir à vous identifier					
Mise en avant des préservatifs, garder à por- tée de mains					
Refuser les clients al- coolisés					
Refuser les clients dro- gués					
Eviter de tra- vailler tard le soir					
Se faire payer au dé- but de la rencontre					
Rappel des conditions, prestations attendues et tarifs					
Utilisation d'une atti-					

tude stéréotypée gentille et coopérative					
Utilisation d'une attitude affirmée					

46) Utilisez-vous d'autres techniques de prévention que celles citées ci-dessus ?

- Oui
- Non
- Ne souhaite pas répondre

47) Si oui, pouvez-vous préciser lesquelles s'il vous plaît ?

De quelle ressource disposez-vous lorsque vous recherchez un soutien :

48) Avez-vous quelqu'un de confiance qui connaît votre activité dans le commerce du sexe privé par internet ?

- Oui
- Non
- Ne souhaite pas répondre

49) A qui faites-vous appel lorsque vous avez besoin d'être soutenu(e) dans le cadre de votre activité ? (Vous pouvez cocher plusieurs case).

- Famille
- Ami/connaissance
- Collège
- Travailleur social ou médical
- Autre (pouvez-vous préciser s'il vous plaît ?) :
- Personne
- Ne souhaite pas répondre

50) Fréquentez-vous un service social ou médical ressource qui est en lien avec votre activité ?

- Jamais
- Parfois
- Pas en ce moment
- De temps en temps
- Régulièrement
- Souvent
- Ne souhaite pas répondre

51) Connaissez-vous Icar Wallonie ? (*question à embranchement*)

- Oui
- Non
- Ne souhaite pas répondre

• Si oui, vous y êtes-vous déjà rendu ?

- Oui
- Non
- Ne souhaite pas répondre

➤ Si non, Pouvez-vous brièvement nous dire pourquoi s'il vous plaît ?

52) Comment Icar Wallonie pourrait vous aider ?

Nous terminons ce questionnaire par deux questions ouvertes sur les conséquences éventuelles que votre implication dans le commerce du sexe privé par internet a pu laisser sur votre santé mentale et/ou physique et la dernière sur vos besoins par rapports à celles-ci.

53) Quelles conséquences cette activité a eues sur votre santé physique et mentale ?

54) Quel besoin avez-vous par rapport à ces différentes conséquences de la pratique du commerce du sexe privé par internet a eues sur votre santé et votre vie en générale ?

Pour terminer, si vous souhaitez être tenu(e) informé(e) des résultats de l'étude vous pouvez me laisser votre adresse mail ci-dessous.

Un grand merci à tous pour votre participation !

Annexe 3 : tableaux des résultats

Tableau 1 : tableaux descriptifs de mes variables qualitatives

1.1 Données socio-démographiques

Données socio-démographiques	N (%)	Données socio-démographiques	N(%)
Âge		Résidence officielle	
17-24	3(7,5%)	Votre domicile	36(85,7%)
25-32	5(12,5%)	Ami(s)/connaissance(s)	1(2,4%)
33-40	13(32,5%)	Famille	2(4,8%)
41-48	9(22,5%)	Institution	0(0%)
49-56	5(12,5%)	Autre	0(0%)
57-65	5(12,5%)	Ne souhaite pas répondre	3(7,1%)
Genre		Membre(s) du ménage	
Homme	7(17,1%)	Partenaire	9(24,3%)
Femme	28(68,3%)	Enfant(s)	12(32,4%)
Transgenre	6(14,6%)	Famille	4(10,8%)
Ne souhaite pas répondre	1(2,4%)	Belle-famille	0(0%)
Dernière année réussie		Ami(e)(s)/connaissance(s)	3(8,1%)
Primaire	1(2,8%)	Collègue(s)	2(5,4%)
Secondaire professionnel	9(25%)	Autre (seul)	9(24,3%)
Secondaire général	15(41,7%)	Ne souhaite pas répondre	4(10,8%)
Bachelier	9(25%)	Nombre de membre(s) du ménage (sans le sujet)	
Master	2(5,6%)	0	9(27,3%)
Étude		1	19(57,1%)
Oui	4(9,5%)	2	4(12,1%)
Non	36(87,5%)	3	1(3%)
Ne souhaite pas répondre	2(4,8%)	Couple	
Profession des parents		Oui	13(33,3%)
Sans emploi	5(14,3%)	Non	26(66,7%)
Salarié	23(65,7%)	Partenaire au courant	
Indépendant	7(20%)	Oui	11(91,7%)
Adresse		Non	1(8,3%)
Province de Liège	11(28,2%)		
Province du Hainaut	11(28,2%)		
Province du Brabant wallon	9(23,1%)		
Province de Namur	2(5,1%)		
Province Flamande	3(7,7%)		
Hors Belgique	3(7,7%)		

1.2 Expérience dans le commerce du sexe

Expérience dans le commerce du sexe	N (%)	Expérience dans le commerce du sexe	N (%)
Âge d'entrée		Actuellement	
17-24	10(26,3%)	Oui	28(77,8%)
25-32	13(34,2%)	Non	8(22,2%)
33-40	8(21,1%)	Lieux et formes du présent	
41-48	6(15,8%)	En rue	3(10,8%)
49-56	1(2,6%)	En vitrine	0(0%)
57-65	0(0%)	Salon de massage	4(14,3%)
Lieux et formes		Bar ou bar à champagne	2(7,1%)
En rue	11(26,6%)	Hôtels/appartements	23(78,6%)
En vitrine	3 (7,2%)	Aucun	0(0%)
Salon de massage	9(19,4%)	Autre	1(3,6%)
Bar ou bar à champagne	9(19,4%)	Ne souhaite pas répondre	0(0%)
Hôtels/appartements	32(77,6%)	Nombre de lieux et formes au présent	
Aucun	0(0%)	1	24(85,7%)
Autre	0(0%)	2	3(10,7%)
Ne souhaite pas répondre	0(0%)	3	1(3,6%)
Nombre de lieux et formes différents			
1	27(65,9%)		
2	7(17,1%)		
3	5(12,2%)		
4	2(4,9%)		

1.3 Situation économique

Situation économique	N (%)	Situation économique	N (%)
Occupation		Perception de la situation financière	
Principale	16(43,2%)	Très mauvaise	2(5%)
Occasionnelle	21(56,8%)	Mauvaise	7(17,5%)
Ressources financières		Ni bonne, ni mauvaise	19(47,5%)
Emploi	18(43,8%)	Bonne	8(20%)
Job étudiant	0(0%)	Très bonne	4(10%)
Mendicité	0(0%)	Changement d'orientation	
Allocations sociales	4(9,8%)	Jamais	8(20%)
Revenu du conjoint	1(2,4%)	Parfois	7(17,5%)
Aide de la famille	2(4,9%)	De temps en temps	5(12,5%)
Vierge noire	0(0%)	Régulièrement	7(17,5%)
Pension de veuve	2(4,9%)	Souvent	8(20%)
Aucune	7(17,1%)	Arrêt	
Autre (pension indépendante)	1(2,4%)	Oui	19(51,4%)
Ne souhaite pas répondre	8(19,5%)	Non	18(48,6%)
Nombre de ressources financières		Situation économique totale	
0	7(21,2%)	Faible	17(42,5%)
1	24(72,7%)	Modérée	23(57,5%)
2	2(6,1%)	Elevée	0(0%)

1.4 Contexte d'entrée dans le commerce du sexe privé par internet

Contexte d'entrée	N (%)	Contexte d'entrée	N (%)
Nombre d'année(s) dans « l'escorting »		Raison du maintien	
Inférieur à 5 ans	18(47,4%)	Répondre à vos besoins primaires	23(55,2%)
Entre 5 et 10 ans	12(31,6%)	Assurer votre train de vie	16(38,4%)
Entre 11 et 15 ans	5(13,2%)	Mettre de l'argent de côté	11(26,4%)
Supérieur à 15 ans	3(7,9%)	Prendre une revanche sur les hommes	8(19,2%)
Raison d'entrée		Explorer les rapports sociaux de genre	11(26,4%)
Le besoin d'argent rapide	28(67,8%)	Avoir confiance en vous	14(33,6%)
Le désir d'explorer votre sexualité	15(36,1%)	Vous sentir attirant(e)	19(45,6%)
Rencontrer de nouvelles personnes	15(36,1%)	Vous sentir compétent(e) sexuellement	14(33,6%)
Répondre aux besoins affectifs, émotionnels et sexuels des clients.	11(26,4%)	Vivre vos fantasmes	13(31,2%)
Autre	5(12%)	Être « le cadeau de Noël »	7(16,8%)
Ne souhaite pas répondre	4(9,8%)	Répondre aux besoins des clients	17(40,8%)
		Rencontrer de nouvelles personnes	14(33,6%)
		Autre	3(7,1%)
		Ne souhaite pas répondre.	3(7,1%)
Nombre de raison(s) d'entrée		Nombre de raison(s) du maintien	
1	19(51,4%)	1	8(20,5%)
2	8(21,6%)	2	3(7,7%)
3	3(8,1%)	3	5(12,8%)
4	6(16,2%)	4	6(15,4%)
5	0(0%)	5	6(15,4%)
6	1(2,7%)	6	4(10,3%)
Comment		7	2(5,1%)
Par un(e) ami(e)/connaissance	6(14,3%)	8	2(5,1%)
J'en ai entendu parler dans les médias	3(7,1%)	9	1(2,6%)
Publicité d'un site web	4(9,5%)	10	0(0%)
Publicité d'un ou d'une « escorte »	1(2,4%)	11	1(2,6%)
J'en ai eu l'idée par moi-même	21(50%)	12	1(2,6%)
Autre	4 (9,6%)	Contexte d'entrée total	
Ne souhaite pas répondre	3(7,1%)	Quelques raisons	19(48,7%)
		Plusieurs raisons	18(46,2%)
		Nombreuses raisons	2(5,1%)

1.5 Modalité d'exercice du commerce du sexe privé par internet

Modalité d'exercice	N(%)
Fréquence d'activité sur le mois	
Inférieur à 5 jours	13(31%)
Entre 5 et 9 jours	8(19%)
Entre 10 et 14 jours	8(19%)
15 jours ou plus	13(31%)
Catégorisation nbr de critère(s) de sélection	
Faible	2(5,4%)
Modérée	1(2,7%)
Elevée	7(18,9%)
Très élevée	27(73%)
Autre(s) critère(s)	
Respect	8(29,6%)
Hygiène	8(29,6%)
Physique	5(18,5%)
Âge	5(18,5%)
Origine	1(3,7%)
Distance	1(3,7%)
Addiction	2(7,4%)
Autre	2(7,4%)
Libre < Contraint	
Contraint	3(7,5%)
Neutre	4(10%)
Libre	33(82,5%)

1.6 Vision de la relation avec le client dans le commerce du sexe privé par internet

Type de relation	N(%)
Relation de domination	1(2,8%)
Relation de service	9(25%)
Relation affectivo-sexuelle	1(2,8%)
Relation de service et affectivo-sexuelle	12(33,3%)
Relation de domination et de service	3(8,3%)
Trois relations	5(13,9%)
Non-concluant	5(13,9%)
Catégorisation *item5	
Pas de domination par l'escorte	8(21,6%)
Domination de l'escorte	29 (78,4%)

1.7 Stratégie(s) de prévention

Stratégie(s) de prévention	N (%)	Stratégie(s) de prévention	N (%)
In-call		Out-call	
Oui	31(73,8%)	Oui	18(43,9%)
Non	9(21,4%)	Non	22(53,7%)
Lieu de la rencontre		Lieu de la rencontre	
À votre domicile personnel	18(54,5%)	À son domicile personnel	11(61,1%)
Dans un lieu que vous louez exprès	6(18,2%)	Dans un lieu qu'il loue exprès	1(5,6%)
Dans un hôtel de votre choix	5(15,2%)	Dans l'hôtel de son choix	2(11,1%)
Autre	0(0%)	Autre	0(0%)
Ne souhaite pas répondre	4(12,1%)	Ne souhaite pas répondre	4(22,2%)
Utilisation des stratégies de prévention en in-call		Utilisation des stratégies de prévention en out-call	
Faible	1(3,4%)	Faible	3(17,6%)
Modérée	5(17,2%)	Modérée	1(5,9%)
Régulière	10(34,5%)	Régulière	6(35,3%)
Importante	13(44,8%)	Importante	7(41,2%)
		Autre(s) stratégie(s) de prévention	
		Oui	9(25,7%)
		Non	26(74,3%)

1.8 Connaissance et fréquentation d'un service ressource(s)

Ressources	N (%)	Ressources	N (%)
Personne de confiance		Fréquentation d'un service social ou médical	
Oui	31(81,6%)	Jamais	15(36,6%)
Non	7(18,4%)	Parfois	5(12,2%)
Personne de soutien type		Pas en ce moment	4(9,8%)
Famille	8(19,5%)	De temps en temps	3(7,3%)
Ami/connaissance	9(22%)	Régulièrement	8(19,5%)
Collège	4(9,8%)	Souvent	2(4,9%)
Travailleur social ou médical	3(7,3%)	Ne souhaite pas répondre.	4(9,8%)
Autre	2(4,8%)	Ressource(s) totale(s)	
Personne	11(26,8%)	Peu de ressource(s) de soutien	25(62,5%)
Ne souhaite pas répondre	4(9,8%)	Présence de ressource(s) de soutien	15(37,5%)
Nombre de personne(s) de soutien		Beaucoup de ressource(s) de soutien	0(0%)
0	17(40,5%)		
1	25(59,5%)		

1.9 Santé et besoin

Santé et besoin	N(%)
Santé	
Aucune conséquence	12(34,3%)
Conséquence(s) positive(s)	12(34,3%)
Conséquence(s) négative(s)	11(31,4%)
Besoin	
Aucun	19(65,5%)
Autre	10(34,5%)

Tableau 2 : tableaux descriptifs de ma variable dépendante : Expérience de victimisation dans le commerce du sexe privé par internet.

2.1 Tableau des fréquences

Fréquence des situations récurrentes	N (%)	Fréquence des abus électronique(s)	N (%)
Fréquence situations récurrentes		Fréquence abus électronique(s)	
Faible	29(80,6%)	Faible	25 (73,5%)
Moyenne	6(16,7%)	Moyenne	8(23,5%)
Elevée	1(2,8%)	Elevée	1(2,9%)

2.2 Tableau de la victimisation au cours des 12 derniers mois

Victimisation des 12 derniers mois	N (%)	Victimisation des 12 derniers mois	N (%)
Violence physique	4(9,5%)	Enlèvement-séquestration	5(11,9%)
Auteur		Auteur	
Client	4(66,7%)	Client	4(66,7%)
Propriétaire	1(16,7%)	Propriétaire	0(0%)
Voisin	0(0%)	Voisin	1(16,7%)
Lieu		Lieu	
In-call	3(50%)	In-call	2(33,3%)
Out-call	1(16,7%)	Out-call	2(33,3%)
Les deux	0(0%)	Les deux	0(0%)
Violence sexuelle	6(15,0%)	Harcèlement	10(23,8%)
Auteur		Auteur	
Client	6(75%)	Client	10(83,3%)
Propriétaire	0(0%)	Propriétaire	0(0%)
Voisin	0(0%)	Voisin	0(0%)
Lieu		Lieu	
In-call	5(62,5%)	In-call	5(41,7%)
Out-call	1(12,5%)	Out-call	0(0%)
Les deux	0(0%)	Les deux	3(25%)
Violence verbale	17(41,5%)	Filmé à votre insu	10(23,8%)
Auteur		Auteur	
Client	16(88,9%)	Client	9 (75%)
Propriétaire	1(11,1%)	Propriétaire	0(0%)
Voisin	0(0%)	Voisin	0(0%)
Lieu		Lieu	
In-call	9(52,9%)	In-call	4(33,3%)
Out-call	1(5,9%)	Out-call	5(41,7%)
Les deux	2(11,8%)	Les deux	1(8,3%)
Violence financière	13(31,0%)	Surveillance	6 (15,8%)
Auteur		Auteur	
Client	12(85,6%)	Client	6 (60%)
Propriétaire	2(14,2%)	Propriétaire	1(10%)
Voisin	1(7,1%)	Voisin	2(20%)
Lieu		Lieu	
In-call	4(28,6%)	In-call	5(50%)
Out-call	2(14,3%)	Out-call	0(0%)
Les deux	6(42,6%)	Les deux	3(30%)
		Divulgateion	15(35,7%)
		Auteur	
		Client	13(56,4%)
		Propriétaire	1(4,3%)
		Voisin	3 (12,9%)
		Lieu	
		In-call	4(18,2%)
		Out-call	2(9,1%)
		Les deux	4(18,2%)

2.3 Tableau de la victimisation antérieure aux 12 derniers mois

Victimisation antérieure aux 12 derniers mois	N (%)	Victimisation antérieure aux 12 derniers mois	N (%)
Violence physique	9(22,5%)	Enlèvement-séquestration	7(16,7%)
Auteur		Auteur	
Client	9(81,8%)	Client	6(60%)
Propriétaire	0(0%)	Propriétaire	1(10%)
Voisin	1(9,1%)	Voisin	0(0%)
Lieu		Lieu	
In-call	4(36,4%)	In-call	3(33,3%)
Out-call	4(36,4%)	Out-call	3(33,3%)
Les deux	1(9,1%)	Les deux	0(0%)
Violence sexuelle	13 (31%)	Harcèlement	11(26,2%)
Auteur		Auteur	
Client	12(80%)	Client	10(71,4%)
Propriétaire	1 (6,7%)	Propriétaire	2(14,2%)
Voisin		Voisin	1(7,1%)
Lieu		Lieu	
In-call	7(46,7%)	In-call	7(50%)
Out-call	6(40%)	Out-call	1(7,1%)
Les deux	1(6,7%)	Les deux	3(21,4%)
Violence verbale	18(41,9%)	Filmé à votre insu	10(23,8%)
Auteur		Auteur	
Client	17(80,9%)	Client	10(76,9%)
Propriétaire	2(9,5%)	Propriétaire	0(0%)
Voisin	2(9,5%)	Voisin	0(0%)
Lieu		Lieu	
In-call	9(47,4%)	In-call	7(53,8%)
Out-call	5(26,3%)	Out-call	3(21,3%)
Les deux	2(10,5%)	Les deux	1(7,7%)
Violence financière	16(43,2%)	Surveillance	7(19,4%)
Auteur		Auteur	
Client	13(65%)	Client	5(41,7%)
Propriétaire	2(10%)	Propriétaire	2(16,6%)
Voisin	2(10%)	Voisin	2(16,6%)
Lieu		Lieu	
In-call	11(52,4%)	In-call	5(41,7%)
Out-call	1(4,8%)	Out-call	2(16,7%)
Les deux	5(23,8%)	Les deux	2(16,7%)
		Divulgation	13(31%)
		Auteur	
		Client	11(73,5%)
		Propriétaire	2(13,4%)
		Voisin	3 (20,1%)
		Lieu	
		In-call	4(28,6%)
		Out-call	3(21,4%)
		Les deux	3(21,4%)

2.4 Tableau de la victimisation propre au commerce du sexe privé par internet

Victimisation	N (%)	Victimisation	N (%)
Expulsé(e) du logement		Autres formes de victimisation	
Oui	6(14,3%)	Oui	6(14,3%)
Non	34(81%)	Non	32(76,2%)
Problème(s) pour trouver un logement		Discrimination - stigmatisation	
Oui	8(19%)	Oui	19(46,6%)
Non	32(76,2%)	Non	20(48,8%)
Violence de la part du partenaire		Victimisation totale	
Oui	8(20,5%)	Faible	22(53,7%)
Non	31(79,5%)	Modérée	15(36,6%)
		Elevée	3(7,3%)

2.5 Tableau récapitulatif de la variable dépendante

Victimisation	%	Victimisation	%
Fréquence situation récurrente		Auteur (+ de 12 mois)	
Faible	80,6%	Client	70,1%
Moyenne	16,7%	Propriétaire	8,9%
Elevée	2,8%	Voisin	8,8%
Fréquence abus électronique(s)		Lieu (+ de 12 mois)	
Faible	73,5%	In-call	43,4%
Moyenne	23,5%	Out-call	23%
Elevée	2,9%	Les deux	13%
Victimisation dans les 12 derniers mois		Expulsé(e) du logement	
Faible	65%	Oui	14,3%
Modérée	30%	Non	81%
Elevée	5%	Problème(s) pour trouver un logement	
Auteur (des 12 derniers mois)		Oui	19%
Client	73,07%	Non	76,2%
Propriétaire	6,25%	Violence de la part du partenaire	
Voisin	4,5%	Oui	20,5%
Lieu (des 12 derniers mois)		Non	79,5%
In-call	41,2%	Autres formes de victimisation	
Out-call	14,8%	Oui	14,3%
Les deux	15,1%	Non	76,2%
Victimisation au-delà des 12 derniers mois		Discrimination - stigmatisation	
Faible	57,5%	Oui	46,6%
Modérée	30%	Non	48,8%
Elevée	12,5%	Victimisation totale	
		Faible	53,7%
		Modérée	36,6%
		Elevée	7,3%

Tableau 3 : les données socio-démographiques selon le genre

Variable	Homme (N/%)	Femme (N/%)	Transgenre (N/%)
Âge			
17-24	1 (14,3%)	2 (7,1%)	0 (0%)
25-32	1 (14,3%)	2(7,1%)	1(16,7%)
33-40	2(28,6%)	9(32,1%)	2(33,3%)
41-48	0(0%)	9(32,1%)	0(0%)
49-56	1(14,3%)	3(10,7%)	1(16,7%)
57-65	1(14,3%)	2(7,1%)	2(33,3%)
N manquant	1 (14,3%)	1(3,6%)	0(0%)
Dernière année réussie			
Primaire	0(0%)	1(3,6%)	0(0%)
Secondaire professionnel	2(28,6%)	6(21,4%)	1(16,7%)
Secondaire général	3(42,8%)	11(39,3%)	1(16,7%)
Bachelier	0(0%)	7(25,0%)	2(33,3%)
Master	0(0%)	1(3,6%)	1(16,7%)
N manquant	2(28,6%)	2(7,1%)	1(16,7%)
Étude			
Oui	0(0%)	4(14,3%)	0(0%)
Non	6 (85,7%)	23(82,1%)	6(100%)
Ne souhaite pas répondre	1(14,3%)	1(3,6%)	0(0%)
N manquant	0(%)	0(%)	0(0%)
Profession des parents			
Sans emploi	1(14,3%)	4(14,3%)	0(0%)
Salarié	3(42,8%)	15(53,5%)	4(66,6%)
Indépendant	0(0%)	5(17,8%)	2(33,3%)
N manquant	3(42,8%)	4(14,3%)	0(0%)
Couple			
Oui	4(57,1%)	7(25%)	2(33,3%)
Non	3(42,8%)	18(64,3%)	4(66,6%)
N manquant	0(0%)	3(10,7%)	0(0%)
*1 Partenaire au courant			
Oui	3(75%)	7(100%)	1(50%)
Non	1(25%)	0(0%)	0(0%)
N manquant	0(0%)	0(0%)	1(50%)
*2 Raison d'entrée			
Besoin d'argent rapide	4(26,7%)	21(48,8%)	2(22,2%)
Explorer votre sexualité	3(20%)	7(16,2%)	3(33,3%)
Rencontrer de nouvelle(s) personne(s)	4(26,7%)	5(11,6%)	1(11,1%)
Répondre aux besoins affectifs, émotionnels et sexuels des clients	3(20%)	4(9,3%)	3(33,3%)
Autre	0(0%)	4(9,3%)	1(11,1%)
Ne souhaite pas répondre	1(6,7%)	2(4,6%)	1(11,1%)

Occupation			
Principale	1(14,3%)	13(46,4%)	1(16,5%)
Occasionnelle	5(71,4%)	11(39,2%)	5(83,3%)
N manquant	1(14,3%)	4(14,3%)	0(0%)

*1 Le pourcentage de cette donnée se calcule sur base des réponses affirmatives à la question précédente (question à embranchement).

*2N= aux nombres d'occurrences et non aux nombres de sujets.

Tableau 4 : tableau descriptif de mes variables quantitatives

Statistiques descriptives (tableau réalisé avec le logiciel Jamovi)

	N	Man- quants	Moyenne	Somme	Ecart- type	Mini- mum	Maxi- mum
Âge actuel	40	3	40.88	1635	10.82	22	65
Âge d'entrée	38	5	31.45	1195	9.54	17	50
Situation économique	40	3	7.47	299	2.68	2	12
Contexte d'entrée	40	3	6.05	242	3.86	0	18
Critère(s) de sélection	38	5	25.45	967	8.95	0	32
Liberté	40	3	8.32	333	2.64	0	10
Fréquence - situations ré- currentes	36	7	4.72	170	5.15	0	24
Fréquence abus électro- nique(s)	34	9	4.12	140	3.72	0	16
Victimisation dans les 12 derniers mois	40	3	2.05	82	2.23	0	8
Victimisation supérieure à 12 mois	40	3	2.60	104	2.78	0	9
Victimisation totale	40	3	9.97	399	7.31	0	27
Victimisation totale out-call	13	30	3.15	41	2.27	1	8
Victimisation totale in-call	21	22	4.81	101	3.60	1	14
Relation de domination	36	7	7.11	256	5.20	0	19
Relation de service	36	7	8.61	310	3.80	0	12
Relation affectivo-sexuelle	36	7	6.22	224	4.26	0	12
Stratégie de prévention in- call	30	13	52.93	1588	17.65	0	74
Stratégie de prévention out-call	15	28	53.40	801	17.67	0	76
Stratégie de prévention to- tale	39	4	61.26	2389	38.64	0	142
Ressource(s)	40	3	3.00	120	2.09	0	7

Tableau 5 : tableau récapitulatif des scores totaux sur nos variables à l'étude.

Variabiles	N (%)	Variabiles	N (%)
Âge		Utilisation des stratégies de prévention en in-call	
17-24	3(7,5%)	Faible	1(3,4%)
25-32	5(12,5%)	Modérée	5(17,2%)
33-40	13(32,5%)	Régulière	10(34,5%)
41-48	9(22,5%)	Importante	13(44,8%)
49-56	5(12,5%)		
57-65	5(12,5%)	Utilisation des stratégies de prévention en out-call	
Genre		Faible	3(17,6%)
Homme	7(17,1%)	Modérée	1(5,9%)
Femme	28(68,3%)	Régulière	6(35,3%)
Transgenre	6(14,6%)	Importante	7(41,2%)
Ne souhaite pas répondre	1(2,4%)		
Situation économique		Ressource(s)	
Faible	17(42,5%)	Peu de ressource(s) de soutien	25(62,5%)
Modérée	23(57,5%)	Présence de ressource(s) de soutien	15(37,5%)
Elevée	0(0%)	Beaucoup de ressource(s) de soutien	0(0%)
Contexte d'entrée		Santé	
Quelques raisons	19(48,7%)	Aucune conséquence	12(34,3%)
Plusieurs raisons	18(46,2%)	Conséquence(s) positive(s)	12(34,3%)
Nombreuses raisons	2(5,1%)	Conséquence(s) négative(s)	11(31,4%)
Nombre de critère(s) de sélection des clients	2(5,4%)	Besoin	
Faible	1(2,7%)	Aucun	19(65,5%)
Modérée	7(18,9%)	Autre	10(34,5%)
Elevée	27(73%)		
Très élevée		Victimisation totale	
Exercice libre < Contraint	3(7,5%)	Faible	22(53,7%)
Contraint	4(10%)	Modérée	15(36,6%)
Neutre	33(82,5%)	Elevée	3(7,3%)
Libre			
Type de relation client			
Relation de domination	1(2,8%)		
Relation de service	8(22,2%)		
Relation affectivo-sexuelle	1(2,8%)		
Relation de service et affectivo-sexuelle	12(33,3%)		
Relation de domination et de service	4(11,1%)		
Trois relations	5(13,9%)		
Non-concluant	5(13,9%)		

Tableau 6 : corrélation avec la variable dépendante victimisation sur base de son score total

Variable	Coefficient de corrélation	P valeur
Situation économique	-0,154	0,349
Contexte d'entrée	-0,156	0,350
Critère(s) de sélection	0,024	0,890
Liberté < Contrainte	-0,288	0,075
Relation de domination	0,245	0,150
*Relation de domination	0,285	0,087
Relation de service	-0,125	0,466
Relation affectivo-sexuelle	-0,343	0,041
Stratégie(s) de prévention in-call	0,093	0,0619
Stratégie(s) de prévention out-call	-0,208	0,457
Ressource(s)	0,171	0,292

Tableau 7 : tests de Wilcoxon pour échantillons appariés

Variable	Statistique	P valeur
Victimisation dans les 12 mois est inférieure à la victimisation antérieure à 12 mois	68,0	0,049
La victimisation in-call est différente de la victimisation out-call	28,0	0,552
Les stratégies de prévention in-call et out-call employées sont différentes	12,0	0,800

Tableau 8 : croisement de ma variable genre avec la victimisation

Statistiques descriptives (tableau réalisé dans le logiciel statistique Jamovi)

	Genre	N	Manquants	Moyenne	Ecart-type	Minimum	Maximum
Victimisation totale	0	7	0	9.71	8.88	0	25
	1	26	2	10.58	7.55	0	27
	2	6	0	8.33	5.68	2	16