

# IEM Michel Ghougassian

Michel Ghougassian est le patron d'IEM, la boutique du sexe qui a définitivement démodé le concept de sex-shop. Il est aussi un des meilleurs connaisseurs de l'industrie du porno gay américain.

## **IEM est le distributeur de Falcon en France : comment expliquer leur succès ?**

Falcon, c'est une équipe très performante dans la production depuis très longtemps. Ils sont installés dans un très bel immeuble à San Francisco, et s'ils dominent le marché, c'est tout simplement parce qu'ils sont les meilleurs. Les clients achètent les cassettes les yeux fermés.

## **Cette explosion Falcon date vraiment des premiers catalogues IEM, qui mettent les films très en avant ?**

Oui, IEM n'a pas développé la vidéo dès le départ. Falcon, Catalina, et toutes les maisons américaines ont des contrats d'exclusivité pour l'Europe avec Scala, à Amsterdam. Mais la France est très importante pour eux, parce que l'Allemagne et l'Angleterre sont des marchés légalement limités.

## **Comment êtes-vous arrivé chez IEM ?**

IEM a commencé en 1980, je ne suis arrivé qu'un an après. À l'origine, c'était une boutique de sous-vêtements pour homme, passage du Désir. De mon côté, j'ai commencé à voyager aux États-Unis en 1976, à dix-huit ans. J'étais émerveillé par tous les trucs de cul gay qu'on trouvait là-bas. Alors qu'en France, en 1981, une boutique comme IEM pouvait être fermée par la police très facilement.

## **Comment en êtes-vous arrivé à votre position actuelle de quasi monopole ?**

IEM n'est pas un sex-shop : c'est une boutique gay. On essaye de vendre les produits que nous-mêmes avons envie d'utiliser. On sait bien qu'on a eu longtemps la réputation d'être cher. Mais ici, les gens peuvent revenir s'ils ne sont pas contents, les rapports sont très différents d'un sex-shop ordinaire.

## **Comment analysez-vous l'évolution des films porno gay ?**

Il y a dix ans, il y avait quatre titres par mois, maintenant il y en a quatre par semaine. Je crois à la fois que le sida a "boosté" la clientèle de la vidéo, entre autres, et que les bonnes maisons ont affiné leurs films. En plus, les grands classiques d'il y a huit ou dix ans restent de très bonnes ventes, peut-être parce qu'ils datent d'avant le safe sex. Ce n'est évidemment pas ce qu'il faut faire, mais cela reste pour moi plus excitant. C'est une question de génération.

## **Pourquoi les stars Falcon ont-elles des carrières de plus en plus courtes ?**

Les mecs viennent à San Francisco de tous les coins des États-Unis. Ils ont envie de faire du porno pour l'argent – mais ce ne sont pas de très grosses sommes – et surtout parce qu'ils ont un côté exhibitionniste et que cela leur plaît. Les contrats sont d'un an pour quatre films ; exceptionnellement, ils sont exclusifs. Après, les mecs sont libres : ils travaillent pour d'autres, font du gogo-dancing, etc. et cela s'équilibre comme ça.

## **Est-ce que les clients d'IEM ont des exigences de fans : voir tout Aiden Shaw, seulement Catalina, etc. ?**

Oui, vraiment. C'est une des raisons de nos efforts sur les catalogues. Les gens viennent en boutique avec leur petite liste, et ils font leur marché, en location ou à l'achat. Si un mec se pointe et nous dit : *Je voudrais les références de tous les films de Ken Ryker*, on peut les lui sortir immédiatement.

## **À quel moment un film est-il un succès ?**

Au-delà de cinq cents cassettes vendues, c'est un succès exceptionnel. Des titres comme « The Conflict » ou « Flashpoint » sont à ce niveau-là.

## **Avez-vous des projets de production ?**

On a toujours sous le coude l'idée de réaliser des films. Le problème, en France, c'est de trouver les mecs. On y travaille depuis quelques mois avec une nouvelle boîte de production allemande. Mais on ne se lancera pas à la légère.

IEM : 208, rue St-Maur, 75010. Tél. : 01 42 41 21 41  
3615 IEMC

nant leur personnalité grâce à des petits livrets publicitaires qui vantent tout autant leur physique que les vidéos dans lesquelles ils jouent. Très vite, le sens de l'entreprise de Chuck Holmes va devenir un modèle pour l'industrie californienne porno gay qui va bénéficier, pendant les années Reagan, de la démocratisation des premiers magnétoscopes. *The Legend begins*, annonce Falcon au moment de la sortie du premier « Falcon Video Pac » en 1981 (FVP# 1 pour les intimes) : « The Other Side Of Aspen » est effectivement un pur chef-d'œuvre dont on ne saurait dire s'il est un film porno ou une simple succession situationniste de sourires échangés pour et par la grâce du sexe. En un seul film, Falcon impose deux icônes inégalables : Dick Fisk, brun, sec, légèrement poilu avec une moustache parfaitement équilibrée entièrement dédiée à la grâce d'un visage perpétuellement attachant, et le célèbre Al Parker dont le corps semble murmurer constamment que le sexe n'aura pas de fin. Mais « Aspen » est un moyen métrage d'une heure, et ne représente pas exactement le concept du "pac" : en fait, il s'agit simplement de mettre bout à bout sur une même cassette vidéo plusieurs films tournés par Falcon dans les années 70 sans qu'ils aient le moindre rapport scénaristique entre eux. Chacun de ces courts-métrages a un titre propre (« I Want Something Big! » par exemple et au hasard, est un des films de FVP#11) et ne comporte qu'une seule scène d'un quart d'heure environ. Le génie de Falcon, c'est de constituer une véritable collection de vidéos aux jaquettes

« *The Legend begins*, annonce Falcon à la sortie du premier « Falcon Video Pac » en 1981. »

sublimes que l'on range dans l'ordre des numéros au-dessus de son magnéto. Le porno gay retrouve, près d'un siècle après les frères Lumières et Georges Méliès, les émerveillements de l'enfance du cinéma. « L'Entrée du train en gare de La Ciotat » (1896) et « Le Voyage dans la Lune » (1903) inspirent et annoncent les meilleures scènes des premiers FVP, aux titres dignes de Marvin Gaye : « A Gift I Made Myself », « OK, But Don't Hurt Me » ou « Come'n Take It, If Ya Can! ». En hiver 1995, Falcon a passé le cap du FVP# 100 avec « The Other Side Of Aspen IV » : le succès est définitif. Entre-temps, à