

IT BOY

Le retour de l'homme-objet sur les podiums témoigne d'une masculinité décomplexée et d'une désirabilité retrouvée.

Par LAURENT DOMBROWICZ



ON n'a jamais vraiment cru que les créations (et les créatures) arpentant les podiums devaient faire l'objet d'une classification en fonction de leur réalisme. Ce qui se porte et ce qui ne se porte pas, au fond, n'a guère d'importance. L'impact des images *runway* est autre, dans ce qu'elles disent sur l'époque, sur la mode à un instant T et de leur possible écho sociétal. La question du genre, ou plutôt des genres, n'a cessé d'occuper les conversations dans les studios de création comme dans les états-majors des grandes maisons. L'homme qu'il s'agit de célébrer, au moins esthétiquement, se définit-il encore par les vieilles normes et qualités supposées du sexe dit fort ? La conscience queer, après avoir ouvert bien des portes et fait tomber de nombreux tabous, n'est-elle pas en train d'imposer une forme de bien-pensance ? Le corps masculin qui se montre et parfois s'expose est au cœur du sujet, bien avant qu'il se (re) couvre de quelque création textile. Si les années 80 sont régulièrement citées dans ce questionnement, c'est parce qu'elles coïncident avec une sacralisation du corps dans la mode. Les dieux, demi-dieux et mauvais garçons tatoués de Gianni Versace et de Jean Paul Gaultier pourraient à eux seuls définir la virilité *eighties* : musclée et parfumée. L'illustrateur Thierry Perez, collaborateur des deux grands designers susnommés, a su, grâce à son trait, synthétiser cette décennie en quelques croquis : pecs saillants et fesses rebondies, le mâle en question ne devait son statut qu'aux heures passées en salle et sous les rayons UV. Quarante ans plus tard,

ce stéréotype n'est pas mort, loin de là, mais est devenu tellement minoritaire qu'il en devient quasi *underground*, à l'image de l'Australien Tyrone Dylan Susman, protégé et assistant du créateur Rick Owens, croisé à moitié nu sur les réseaux sociaux et dans les événements mondains. L'homme-objet, tel que le proposent les créateurs de mode en 2022, est autant un physique qu'une attitude. Celle qui consiste, avant tout, à être regardé, désiré, voire consommé. À chaque physique ses *afficionado-a-s*, et à chaque pot son couvercle. Très souvent *twink* (très jeune, très mince et très disponible), sa fragilité est organisée, son asexualité mise en scène. Un modèle presque unique chez les mannequins, qui a ses héros à Hollywood, comme l'acteur Timothée Chalamet ou le chanteur Troye Sivan. Le créateur français Ludovic de Saint Sernin est le chantre de cette masculinité fragile, qu'il souligne d'un voile de soie noire ou d'une cascade de cristaux Swarovski. L'homme-objet est, par définition, un corps qu'on habille ou déshabille comme une poupée qui ne fait jamais non. Le vêtement n'est donc plus une proposition de garde-robe à adopter dans la vie réelle, mais une panoplie avec laquelle il est possible de jouer pour faire passer un message sur son humeur ou son identité. Façon *club kid* comme le propose le brillant Vincent Pressiat pour son label éponyme Pressiat ou en total look latex selon Arthur Avellano, qui s'est fait une spécialité de ce matériau très connoté. Une fétichisation qui a connu un *climax* absolu lors du dernier défilé de l'Anglais

1. Ludovic de Saint Sernin

2. Pressiat

3. Avellano

4. Louis Gabriel Nouchi

5. Loewe

6. Dion Lee

L'HOMME-OBJET EST AUTANT UN PHYSIQUE QU'UNE ATTITUDE QUI CONSISTE, AVANT TOUT, À ÊTRE REGARDÉ, DÉSIRÉ, VOIRE CONSOMMÉ

Richard Quinn, où la drag queen burlesque Violet Chachki promenait un garçon en laisse, tous deux vêtus de combinaisons intégrales en vinyl noir. D'autres font des choix sensiblement moins théâtraux mais plus testostéronés, comme Louis Gabriel Nouchi, nouveau héros du calendrier de la mode masculine parisienne. Mais à l'inverse des castings Versace, ses garçons ne semblent pas sortir d'une Olympe ou d'un Walhalla quelconque mais de la salle de boxe du bout de la rue. De vrais *boys next door* qui auraient eu la bonne idée de s'entretenir, mais pas trop. Il y a de la chair, du poil au visage, aux jambes et partout entre les deux. Pour être à la mode, l'homme doit-il choisir entre le rien et le tout ? Pas de place pour une identification moins drastique ? Si, tout en nuances et en apparentes contradictions, comme l'est indiscutablement notre époque. Chez Loewe, où Jonathan Anderson fait un travail de création et de direction artistique absolument bluffant, le *normcore* a laissé des traces que l'Irlandais prend plaisir à pervertir. La masculinité qu'il propose est *low tech* et cynique, snobant le tout digital pour se draper d'une attitude plus cérébrale que physique. Le garçon Loewe est sec et dessiné, tour à tour premier de la classe et voyou, gendre idéal et psychopathe, au point de porter sur le visage une image imprimée du sien, si l'occasion se présente. L'idéal pour une génération blasée à outrance et avide de nouvelles émotions. Dans cette collection Loewe automne-hiver 2022/2023, où selon son auteur "le corps est le point de départ et d'arrivée de tout", la nudité montrée ou suggérée n'est qu'un élément de ce nouveau lexique émotionnel ■

