Les stars n'ont plus de complexe à poser

Autor(en): **Jollien-Fardel, Sarah**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Générations plus : bien vivre son âge**

Band (Jahr): **- (2015)**

Heft 65

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-831011

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Les stars n'ont plus de complexe à poser

Qu'importe l'âge! A 50, 60 ou 70 ans, voire plus, des stars comme Madonna ou Tilda Swinton s'affichent désormais sur des publicités ou des photos de mode. Vieillir est dans l'air du temps et le marché des seniors est en pleine expansion.

Des femmes. Conquérantes et fières. Aussi belles et sublimes que le sont toujours les mannequins des pages des magazines. A la différence près que les plis au coin des yeux, le sillon entre les yeux ou les quelques ridules aux commissures des lèvres ne sont souvent plus gommés. Les années semblent glisser sur elles comme l'eau sur les plumes d'un canard.

Vieillir, même pas mal! Si la sénescence est inéluctable, elle ne se subit plus fatalement. Les avancées médicales, les techniques de chirurgie esthétique ou encore les recherches scientifiques en cosmétique ralentissent considérablement les affres du temps. Et les entreprises de ce dernier secteur ont bien assimilé la réalité démographique. A la fin 2013, les 40-64 ans représentaient 35.4 % de la population suisse. Ces baby-boomers, au pouvoir d'achat fort, débarrassés des contraintes familiales et avec une carrière professionnelle installée, sont des consommateurs à séduire.

En 2008, en pleine flambée des blogs de streetstyle, Ari Seth Cohen photographie des femmes croisées au hasard de ses pérégrinations new-yorkaises. Les quinquas passeraient presque pour des gamines sur son blog, *Advanced Style*. Elles ont de l'allure, du style. Mais ses modèles à lui portent beau leur soixante ans et plus. Une révolution dans l'industrie de la mode. Rides et cheveux blancs deviennent des démonstrations de la beauté.

Lanvin, Louis Vuitton, American Apparel, Versace avec Madonna, Lauren Hutton pour J. Crew, Jessica Lange pour Marc Jacobs ou encore la marque helvétique Rolex avec le top-model Carmen Dell Orefice (84 ans) misent sur des femmes d'un âge avancé. Attachée de presse pour Clarins en Suisse, Carine Delorme raconte: «Notre ligne Multi Intensive pour femmes dès 50 ans a été lancée en 2003 et dès ce moment là nous avons fait appel à une femme représentant cette génération. Depuis l'année passée, le slogan "Fifty & Fabulous" *(50 et fabuleuse)* est décliné sur toute notre communication.»

Sur son site, Géraldine Dormoy-Tungate, rédactrice en chef de *L'Express Style* s'exprime sur ce sujet: «Ce courant senior s'adresse avant tout à des filles comme moi, de 30 ou 40 ans. Des filles qui en ont ras le bol du jeunisme, des femmes-objets et de la banalisation du Botox. Des filles en quête de modèles charismatiques qui leur inspireront une retraite plus glam' que ce qu'elles ont vu jusque-là.»

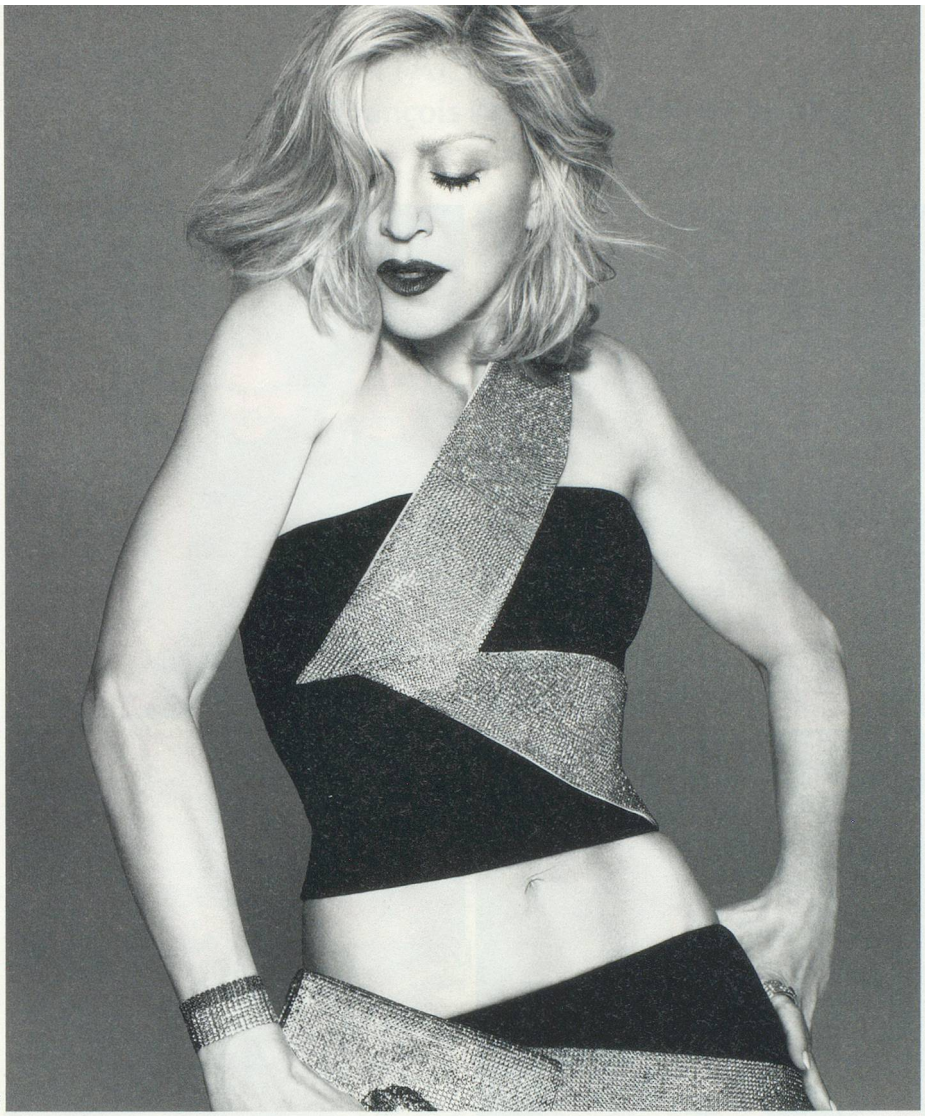
Et si Simone de Beauvoir disait vrai – «Vivre, c'est vieillir, rien de plus.» Rien de moins. Il était temps de cesser de camoufler cette réalité et d'enfin oser l'afficher au grand jour.

Sarah Jollien-Fardel

DR

IRIS APFEL

Elle se surnomme malicieusement, «starlette gériatrique». Iris Apfel, 94 ans, ex-décoratrice d'intérieur est une icône adulée dans le milieu de la mode. Son style, c'est sa signature – lunettes XXL, bijoux en surabondance, tissus chamarrés, silhouette gracile. Son visage comme une toile vierge a été mis en scène dans une campagne pour les cosmétiques MAC en 2011. Bouche et ongles flamboyants ou chevelure blanche contredisent le dicton «Si jeunesse savait, si vieillesse pouvait». Oui, l'âge peut se permettre des audaces. Toutes, du moment qu'elles ne trahissent pas ses propres idées.



DR

MADONNA
Pour la quatrième fois, Madonna (57 ans), la richissime chanteuse joue les modèles pour Versace. Passé la stupeur de la ressemblance troublante avec Courtney Love (51 ans – veuve de Kurt Cobain) et quelques pensées peu chrétiennes sur sa propension à user de la chirurgie esthétique, il faut reconnaître que le travail des photographes Mert & Marcus est artistique et esthétiquement sans faille. Il faudrait être fou pour ne pas reconnaître que bosser ses abdos et suer porte ses fruits. C'est ça aussi vieillir, accepter toutes les manières de la vivre.

DR

TILDA SWINTON
Beauté étrange, évanescente, cérébrale, Tilda Swinton (55 ans), l'actrice écossaise pose pour Nars, société de cosmétique. Le cheveu peroxydé est chic sur elle, teint diaphane, la nouvelle campagne printemps/été 2015 prône la pureté soignée. Juste avant elle, la maison Nars jetait son dévolu sur Charlotte Rampling (née en 1946).

DR

INES DE LA FRESSANGE
Erigée en symbole du chic français, Inès de la Fressange (58 ans) liane aux jambes interminables, respire toujours la joie de vivre. Depuis 2011, elle complète la liste de belles plantes de L'Oréal. Celle qui défilait pour Karl Lagerfeld affirmait en décembre dernier: «Je vois le verre à moitié vide et j'en conclus avec joie que c'est moi qui ai bu l'autre moitié!» Rester jeune, un état d'esprit avant tout!