

## Mode masculine : « les gays ont brisé des tabous »

INTERVIEW. La Fashion Week a lieu cette semaine à Paris. L'occasion de faire le point sur l'histoire de la mode masculine, qui a pris son essor en réaction au mouvement de libération des femmes. Les hommes, eux aussi, ont revendiqué une liberté vestimentaire totale. Et dans ce mouvement, les gays ont joué un rôle de précurseurs, explique le publicitaire **Gérald Cohen**, auteur de *La Mode comme observatoire du monde qui change*.



**Gérald Cohen** (DR)

**On a vu ces dernières années les hommes s'approprier de plus en plus leur mode. Comment ce mouvement est-il apparu ?**

**Gérald Cohen** : Cela a démarré progressivement à partir de la fin des années 1960, au moment où les femmes ont commencé leur mouvement de libération. Les hommes ont eu alors des revendications concernant leur apparence, leur sensibilité. Dans cette évolution, les gays ont joué un rôle de précurseurs. Ils ont initié le processus en banalisant ce qui était mal accepté, voire tabou pour les garçons. Ils se sont mis à porter dans la rue des shorts, des bermudas, des sandales, le célèbre « Marcel », autant de vêtements ringards dans les années 1970 et 80 et qui sont aujourd'hui devenus tendance pour tous les hommes, quelle que soit leur orientation sexuelle. Puis, le reste de la garde-robe masculine a suivi.

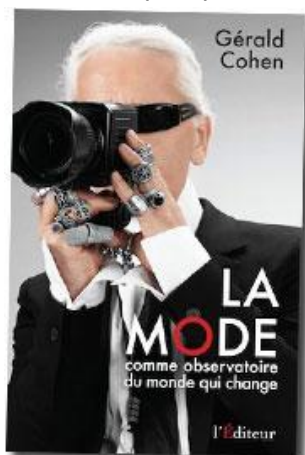
**L'une des manifestations de ce mouvement, ces dernières années, a été l'émergence des blogs de mode tenus par les hommes. Quelle est leur influence réelle ?**

Cette nouvelle ère de libéralisation de la mode masculine, qui coïncide aussi avec la montée en puissance d'internet, a logiquement permis à des internautes de communiquer librement leur façon de voir la mode, via les blogs. Le pionnier en la matière a sans doute été The Sartorialist, tenu à partir de 2005 par le new-yorkais Scott Schuman. Il présentait des vêtements non plus vus dans les magazines spécialisés ou les défilés mais des photos de personnes choisies directement dans la rue. Les blogs masculins sont arrivés en France quelques années après et rivalisent en nombre et en qualité avec les blogs féminins. Les meilleurs, qui comptent parfois des dizaines de milliers de lecteurs, peuvent rapporter beaucoup d'argent à leurs auteurs. Mais leur rôle le plus important, selon moi, est lié aux moteurs de recherche, Google en tête. Les marques se sont aperçues que ces blogs avaient de plus en plus d'audience, notamment auprès d'un public jeune, et que, de ce fait, ils leur permettaient un meilleur

référencement sur internet. En clair, plus vous êtes cités sur ces blogs et plus vous générez de commerce en ligne sur votre marque.

### **Du coup, les défilés sont-ils toujours aussi pertinents ?**

Avec cette accélération liée à internet, on a pensé, un temps, que les défilés étaient dépassés. En effet, n'importe qui peut aujourd'hui photographier des modèles lors du défilé d'une grande enseigne et les mettre en ligne instantanément. Avec le risque pour cette marque de voir ses formes, ses matières ou ses couleurs copiées, en quelques semaines, par des marques plus modestes. Les professionnels du secteur ont même envisagé, il y a



quelques années, de réglementer sévèrement l'accès des photographes aux défilés mais sans succès car la vague internet a été plus forte. Les défilés doivent donc s'adapter à cette nouvelle donne. Sans doute vont-ils, de plus en plus, devenir à l'avenir des shows destinés à créer le buzz autour d'une marque via des milliers d'images dupliquées à l'infini par les médias.

Gérald Cohen, *La mode comme observatoire du monde qui change*, parution le 22 janvier 2015 (L'Éditeur).