

École Nationale Supérieure Louis-Lumière



Mémoire de MASTER 2

Le portrait de mode

Entre personnage et personnalité médiatique

Chloé Romeyer-Jacomo
Spécialité Photographie - Promotion 2016

Sous la direction de Claire Bras, Professeure agrégée d'arts appliqués à l'E.N.S.
Louis-Lumière et à l'Université Paris I
et de Nadège Abadie, Photographe et enseignante à l'E.N.S Louis-Lumière

Membres du jury

Véronique Figini, Enseignante-chercheure à l'ENS Louis-Lumière

Pascal Martin, Maître de conférence HDR

Claire Bras, Professeure agrégée d'arts appliqués à l'E.N.S. Louis-Lumière et à l'Université Paris I,

Nadège Abadie, Photographe et enseignante à l'E.N.S Louis-Lumière

Quentin Caffier, Photographe

École Nationale Supérieure Louis-Lumière



Mémoire de MASTER 2

Le portrait de mode

Entre personnage et personnalité médiatique

Chloé Romeyer-Jacommo
Spécialité Photographie - Promotion 2016

*Sous la direction de Claire Bras, Professeure agrégée d'arts appliqués à l'E.N.S.
Louis-Lumière et à l'Université Paris I
et de Nadège Abadie, Photographe et enseignante à l'E.N.S Louis-Lumière*

Membres du jury

Véronique Figini, Enseignante-chercheure à l'ENS Louis-Lumière

Pascal Martin, Maître de conférence HDR

Nadège Abadie, Photographe et enseignante à l'E.N.S Louis-Lumière, Claire Bras,
Professeure agrégée d'arts appliqués a l'E.N.S. Louis-Lumière et à l'Université Paris I,
Quentin Caffier, Photographe

Remerciements

Je remercie l'ensemble du jury, Véronique Figini et Pascal Martin pour leur lecture attentive. Je remercie tout particulièrement mes directrices de mémoire Nadège Abadie et Claire Bras, pour leur accompagnement, leur patience et leur nombreux conseils qui m'ont permis d'achever ce mémoire.

Merci à Quentin Caffier, avec qui j'ai pu apprendre, travailler et partager depuis bientôt une année, d'avoir également pris part à mon jury.

Je tiens également à remercier Benjamin Guillonnet pour son rôle dans la réalisation de ma partie pratique et le temps qu'il m'a accordé afin de répondre à mes questions.

Merci à Ed Alcock et Nicolas Valois d'avoir trouvé le temps de partager leur connaissance lors d'entretiens. D'avoir également pris le temps de discuter avec moi du milieu professionnel et des mes propres appréhensions.

Merci à Christophe Caudroy, Florent Fajole, Pascale Fulghesu et Franck Maindon pour leur présence, leur soutien et leurs conseils. Je remercie également Liza Bodt et Mathilde Galis pour leur aide et leur disponibilité.

Un grand merci à Tina PETERS, Yanis Sahraoui, Stéphanie Vaillant pour leur participation à mon interprétation d'*Une heure bleue avec Yanis*. Merci également à Lucile Casanova qui m'a assisté sur cette prise de vue et sur bien plus pendant et avant le mémoire.

Je tiens à remercier mon père, ma soeur et ma très chère amie Adèle Salas Rossenbach d'avoir pris le temps de corriger mes inattentions. Je remercie également chaleureusement mon ami Dylan Bobineau, *designer junior* chez Chloé qui a pris le temps de répondre à mes interrogations sur la mode et les tendances.

Et enfin merci à ma mère, Charline Desbois, Elena Erhel, Anna Fouquere, Alice Mignon et Coline Sentennac pour nos discussions, séances de travail et soutien tout au long de cette aventure.

Résumé

Portrait et photographie de mode sont des genres axés sur des facteurs différents. Le portrait est centré sur l'individu et sa représentation ressemblante et objective. Cependant, il fait souvent l'objet d'une vision idéalisée ou codifiée d'un être qui porte déjà le poids d'un masque social ou fantasmagorique. La photographie de mode, quant à elle, est centrée sur le vêtement. Le mannequin est là pour le sublimer en s'adaptant à l'univers qu'il dégage et ainsi interpréter un personnage. Le corps de mode est un corps normé qui se pare au gré des tendances et des annonceurs des magazines dans lesquels il s'expose. Ce mémoire a pour objectif de questionner la porosité de ces deux genres photographiques en commençant par déterminer les enjeux intrinsèque à chacun. Ceci afin de saisir comment ces exigences différentes peuvent s'accorder dans la réalisation d'un troisième type d'image nommé ici le portrait de mode. Il s'agit de comprendre si le portrait de mode est dans l'expression d'un personnage ou d'une personnalité, mais également de comprendre pourquoi ces photographies ont envahi les magazines spécialisés et les conséquences que l'utilisation de célébrités engendre dans les images réalisées.

Mots clés pour le référencement internet

Portrait, mode, personnalité, personnage, éditorial, vêtement, corps, visage, identité, masque

Abstract

Portrait and fashion photography are types axed on different factors. The portrait is about an individual and its likeness and objective representation. However, it is often the object of an idealized or codified vision of a person, who is already carrying the weight of a social or phantasmagorical mask. The fashion photography is, as for it, about the clothes. The model is here to sublime by adapting to its universe and so interpretate a character. The fashion body is a standardized body, which is adorned at the discretion of the trends and magazines' advertisers in which it is exposed. This thesis has for goal to question porosity of both those photography's types beginning by determinate the challenges inherent in each. This to grasp how the different requirements can accord in the realisation of a third type of image, here named the fashion portrait. The aim is to understand if the fashion portrait is the expression of a character or of a personnality but also to understand why those photographs had overruled the specialized magazines and the consequences that the use of celebrities is generating in the pictures.

Key words for internet referencing

Portrait, fashion, personality, character, editorial, clothes, body, face, identity, mask

Tables des matières

Remerciements.....	2
Résumé et mots clés.....	3
Abstract and key words.....	4
Tables des matières.....	5
Introduction	8
I/ Le portrait et la célébration de l'individu.....	10
Ia. Ambivalence de l'identité et introduction au portrait.....	10
- <i>Persona</i> et <i>prosôpon</i>	10
- La mystification de l'âme et le leurre de l'identité.....	12
- <i>Mimêsis</i> ou la nécessité de "ressemblance" dans le portrait.....	13
Ib. Portrait : du réel à l'idéal.....	14
- Icônes divines et mythologiques.....	14
- Le portrait d'apparat.....	17
- La figure de fantaisie.....	19
Ic. Le portrait photographique	21
- Portrait d'apparat et fiction.....	22
- Les nouvelles "icônes".....	25
- Du cadre du studio au cadrage.....	27
II/ Le corps porteur de tendance.....	29
IIa. Le corps social.....	29
- Le corps identité sociale.....	29
- Le corps-instrument.....	30
- L'interchangeabilité des corps.....	33
IIb. Individus et métier.....	35
- Anonymes et tendances.....	35
- L'incarnation d'un personnage.....	40

IIC. La statut du modèle dans un éditorial de mode.....	42
- Autour de lui : lumière et environnement.....	42
- Sur lui : stylisme et enjeux économiques derrière l'image.....	45
- Le personnage : pose, coiffure et maquillage.....	47
- Le phénomène de <i>starification</i> ou le changement de statut.....	50
III/ Enjeux divergents à la croisée des genres.....	53
IIIa. Le portrait de mode.....	53
- Vers une définition.....	54
- Origine et omniprésence.....	56
- Enjeux économiques.....	58
IIIb. Enjeux pour le photographe.....	60
- Conséquences dans l'image.....	60
- Des corps "hors-normes".....	61
- Gestion de l'individu.....	63
IIIc. Rencontre d'enjeux divergents.....	65
- De personnage à personnalité médiatique.....	65
- De personnalité médiatique à personnage.....	67
Conclusion.....	73
Bibliographie.....	75
Table des illustrations.....	81
Présentation de la partie pratique.....	83

Les annexes font l'objet d'un volume différencié

“La tentation la plus dangereuse : ne ressembler à rien.”

Albert Camus, *Carnets I*, 1935-1942

Introduction

La crise de la presse n'a pas épargné les magazines de mode et comme les autres périodiques ils ont dû trouver des solutions pour y pallier. La multiplication de couvertures présentant des personnalités médiatiques dans la presse spécialisée est-elle liée à cette crise? Et la réalisation de ce type d'image à la frontière des genres ne pose-t-elle pas la question de l'association d'enjeux divergents? En effet, nous verrons que le portrait et la photographie de mode ont des exigences différentes qui peuvent parfois s'opposer.

Pour ce qui est du portrait, nous entreprendrons de montrer qu'il s'intéresse à l'individu, qu'il pose la question du *mimêsis* et de la justesse de représentation. Cependant nous pourrions observer que portraiturer quelqu'un n'est pas toujours faire preuve d'objectivité et que souvent le portrait est plus proche de l'interprétation et de l'idéalisation que de la reproduction littérale et de la re-présentation. La question du masque et de la représentation sociale peut interroger sur ce qui est de l'ordre du réel ou du fantasme chez l'individu lui même.

Nous verrons que la photographie de mode, contrairement au portrait, n'est pas centrée sur l'identité ou l'individualité mais sur la création d'un personnage qui sert le vêtement en appuyant l'univers que celui-ci véhicule. Elle met en avant une beauté idéalisée et normée aussi bien dans les corps que dans les visages.

Le portrait de mode se place à la croisée du portrait et de la photographie de mode et installe une confusion dans l'appréhension de ces images. Une personnalité publique ne se plie pas aux normes de la mode et lorsqu'elle se fait photographier elle désire être en accord avec son image publique. Ce n'est pas son métier d'interpréter un autre dans le cadre d'une photographie de sa personne.

Mais alors comment le portrait de mode fait-il se rencontrer portrait et personnage? Re-présentation et interprétation? Une personnalité médiatique

n'est-elle pas déjà un personnage social construit pour répondre à une image fantasmagorique? Les représentations à la frontière entre personnage, support idéal de création et individu reconnaissable sont-elles une invention contemporaine? Et le portrait et la photographie de mode sont-ils si antagonistes?

Notre réflexion portera sur l'ambivalence entre personnage et personnalité qui s'exprime dans le portrait de mode. Nous constaterons également que cette porosité est déjà présente dans le portrait et la photographie de mode.

I/ Le portrait et la célébration de l'individu

Le portrait est cette représentation de l'humain passant par une focalisation sur le visage. Célébration d'un individu unique dont la représentation lui survivra, le portrait cherche à appréhender au delà des caractéristiques physiques un for intérieur qui serait le reflet d'une âme supposée. Nous entreprendrons ici l'analyse de plusieurs notions grecques et latines à l'origine des questionnements sur la personne, l'âme, le visage et le masque. Ces questionnements étant autant ceux de l'être que du portrait qui a pour mission de l'immortaliser. Nous verrons que le portrait est parfois plus proche de l'idéal que du réel et comment entre *mimêsis* et fantasme, le portrait est en constante hésitation entre représentation juste du sujet et recherche d'idéal.

Ia. Ambivalence de l'identité et introduction au portrait

Nous nous intéresserons ici à plusieurs notions grecque et latine qui par leur étymologie questionnent la personne et le personnage, le visage et le masque, l'âme et sa représentation mais également le principe d'imitation. Ces notions, souvent porteuses de double sens, réapparaîtrons dans toutes les étapes de notre réflexion.

- *Persona* et *prosôpon*

Le mot visage est fixé dans la langue française au XIIème siècle. Le dictionnaire *Furetière* le définira alors comme "cette partie de l'homme qui est découverte du front jusqu'au menton". Avant cela, les termes utilisés pour parler du visage portaient des sens multiples.

En grec ancien, c'est le terme *prosôpon* qui sert à définir le visage. Étymologiquement, *prosôpon* signifie "devant les yeux d'autrui" soit ce que l'on offre au regard de l'autre. Son sens évoluera ensuite en ce qui permet de voir et d'être vu.

Cependant ce n'est pas seulement le visage que signifie le terme grec, celui-ci englobe à la fois la notion de visage et de masque. Ainsi, le masque de l'acteur du théâtre antique est nommé de la même manière que ce qu'il dissimule. Le *prosôpon* du personnage, du héros de la tragédie vient alors recouvrir le *prosôpon* de l'acteur.

Les grecs ne dissociaient pas l'être et le paraître, pour eux les deux ne formaient qu'un tout sans faux semblants comme l'exprime Dominique Baqué dans son texte sur les visages : "Pour un Grec, le visible donne à voir, il ne recèle aucun secret, aucun for intérieur dont il conviendrait de déchiffrer les signes"¹.

Le masque de l'acteur grec exprimait un sentiment unique et reconnaissable, et si le visible donne à voir tout simplement, le visage de l'humain est alors comparable à un masque qui se déforme pour exprimer ce qu'il ressent. Au sens du visage, l'ambiguïté du terme grec montre l'ambiguïté de l'identité toujours présente de nos jours. Si on porte le *prosôpon* au théâtre pour incarner un être, le *prosôpon* permet l'incarnation de soi, celui qui voit et est vu. De ce principe d'incarnation découle le dernier sens du terme *prosôpon* qui apparaît assez tard, II^e siècle, la notion de personne et de personnage. La personne étant ce porteur de visage et par extension cet individu. Avant que le mot *prosôpon* prenne cette signification il n'y avait dans la langue grecque aucun terme portant la notion de personne au sens d'être singulier, il n'existait alors que des termes signifiant un être humain dans son sens biologique.

L'équivalent latin du grec *prosôpon* est *persona*. Il renvoie également au masque mais il ne recouvre pas la même symbolique puisqu'il provient du verbe *personare* soit "parler à travers". En effet ce n'est plus à la vue que renvoie ce terme mais à la voix. Là où les grecs s'attachent au visible, à l'apparat, la culture latine s'attache à la voix et donc au langage. Ainsi le *persona* permet à l'acteur d'incarner son personnage mais également à faire porter sa voix (dispositif technique de porte voix) pour qu'elle soit intelligible par l'audience. Contrairement au grec, le latin distingue le masque du visage (*vultus* ou *facies*). Le masque est alors une surface opaque qui se présente au monde et permet l'expression de la voix. Le mot *persona* prendra plus tard le sens de personne fictive stéréotypée, se rapprochant alors du

¹ BAQUÉ Dominique, *Visages : Du masque grec à la greffe du visage*, Editions du Regard, 2007, p27

mot *prosôpon* dans son sens personnage. Et tout comme le mot grec, le mot latin finira par acquérir la signification de personne au sens contemporain.

Cette tension étymologique du mot *personne* fait écho à la question actuelle du masque social. Ce masque que l'on porte pour s'afficher sur la scène est proche de ce masque social que l'on affiche en société. Cette idée est d'ailleurs développée par Carl-Gustav Jung en 1920 qui reprend le terme de *persona* pour désigner une instance psychique d'adaptation de l'être humain singulier aux normes sociales².

- La mystification de l'âme et le leurre de l'identité

Bien avant l'existence de la notion de personne singulière dans le vocabulaire grec, le terme grec *psyché* renvoie lui déjà à l'idée de l'âme. L'âme serait donc une invention humaine qui précède le concept d'individu. La *psyché* peut se traduire par "âme" mais également par "souffle de vie", on peut la définir comme ce souffle qui anime le corps. On est encore loin du sens moraliste que prend ce terme avec le christianisme mais la *psyché* est déjà à l'époque d'Homère ce souffle qui, quittant le corps mortel, va rejoindre Hadès au Royaume des morts. On a donc déjà cet espoir de survivre à son corps par une forme différente et métaphysique pendant l'Antiquité. La *psyché* est également un terme qui renvoie au miroir. Le miroir, tout comme le reflet qui le précède, renvoie par l'observation de soi à la notion de *memento mori*. Le possibilité de regarder son propre visage jour après jour est une preuve de vanité mais c'est aussi une confrontation à sa propre image qui change, et donc à cette mort certaine qui arrive.

En latin, c'est *l'imago* qui reprend ces idées. *L'imago* désigne à la fois un masque de cire qui sert d'empreinte du visage des morts et l'ombre des morts, l'esprit, la forme fantomatique. Il est à la fois *psyché* et *prosôpon*, image et âme.

L'âme a toujours eu une connotation religieuse, mais c'est avec les grandes religions monothéistes que dualisme entre l'âme et le corps, qui n'est qu'une

² DELAUNAY Alain, « PERSONA », *Encyclopædia Universalis*

enveloppe physique habitée par l'esprit du vivant pendant son passage sur terre, se renforce et se confirme. La *psyché* porte en elle par ses deux sens notre âme immortelle et la certitude de notre mort physique.

- *Mimêsis* ou la nécessité de "ressemblance" dans le portrait

C'est à travers la mystification de l'âme que naît le mythe du portrait idéal. En effet, si l'âme n'était pas dissociée du corps comme l'impose l'espoir d'une vie après la mort, le portrait ne dissocierait pas lui même la notion de *mimêsis* et de *psyché*. Ainsi, s'il n'y avait pas de dualisme du corps et de l'âme, et que le corps était notre seule vérité, sa représentation stricte suffirait sans aller à la recherche d'une quelconque réalité interne au sujet. Le portrait met en avant le visage car comme le dit Sylvie Courtine-Denamy :

"Un visage, c'est une identité reconnaissable, quand bien même un individu en aurait-il de multiple au cours de sa vie, du visage de l'enfance à celui de la vieillesse."³

Le visage c'est ce *prosôpon*, dans le sens de ce que l'on présente aux yeux d'autrui et donc ce qui nous rend reconnaissable. De plus, c'est également symboliquement ce qui porte notre *psyché* puisqu'il est commun de dire que les yeux sont le miroir de l'âme.

Le portrait questionne la notion de *mimêsis*, c'est à dire d'imitation car il est un *souvenir léal*⁴, pour la postérité, qui a une valeur de substitut. Le portrait est la mémoire du visage et par extension de la personne toute entière en tant qu'être singulier. On retrouve par cette importance du visage dans le portrait toute l'ambiguïté du terme *prosôpon* d'abord masque et visage puis personne au sens contemporain. La *mimêsis* laisse croire que cette image est si semblable au vivant qu'elle pourrait presque parler à travers. La confusion s'installe par ce jeu d'illusion.

Ce portrait qui se veut l'expression prospère d'une personne réelle est confronté à une autre question déjà soulevée avec le terme *persona* : l'individu

³ COURTINE-DENAMY Sylvie, *Le visage en question : de l'image à l'éthique*, Editions de la Différence, 2004, p.12

⁴ *Ibid*, p.92

représenté n'est-il pas déjà plus personnage que personne réelle par la préexistante consciente ou inconsciente du masque social?

La notion de masque social apparaît avec la distinction de l'être et du paraître. L'emploi de ce verbe est lui aussi porteur d'un double sens désignant des actions propre à l'individu ou au personnage. Paraître désigne ce que l'on laisse voir, ce que l'on met en évidence, cette manière d'être vu sous un certain aspect. Mais lorsque le sujet de ce verbe est l'acteur ou le personnage, paraître c'est se présenter sur scène, jouer un rôle. Alors, à partir du moment où l'individu ne se contente plus d'être mais paraît, le portrait ne peut être qu'une expression fragmentaire de son sujet.

Ainsi, une représentation ne sera toujours qu'une vérité partielle de celui qu'elle exhibe puisqu'elle est attachée à l'image que le sujet souhaite donner de lui au moment de la construction de cette reproduction.

Le portrait représente-t-il vraiment une personne réelle ou se positionne t-il plutôt du côté du fantasme?

Ib. Portrait : du réel à l'idéal

Entre représentation objective et idéalisation du sujet, cette partie s'articule sur l'ambiguïté du portrait. Nous pourrions voir des représentations humaines qui questionnent déjà la porosité des genres.

- Icônes divines et mythologiques

Les premières représentation de type portrait sont celles d'icônes divines ou mythologiques. Ces personnages sont par essence du domaine de l'imaginaire. Si le portrait s'appuie sur la *mimêsis*, comment fait-on le portrait d'un être mythologique ou divin? La Vierge, Vénus ou Ariane sont des personnages dont les seules descriptions se font par le biais oral ou littéraire, il n'y a pas d'image réelle et objective les représentant.



Figure 1 (gauche) et 2 (droite): Buste d'Ariane de Faléries, daté du IIIème siècle av. J.C., Louvre / Tête de type "Aphrodite de Cnide" dite "Tête Kaufmann", daté du V ou IVème siècle av. J.C., Louvre

Dans la statuaire grecque, les visages sont archétypaux. Les visages sont créés à partir de modèles choisis pour leur beauté dont tous signes caractéristiques sont gommés. Ainsi les représentations de ces personnages mythologiques sont de l'ordre de l'invention, ce qui induit le développement d'un idéal. Dans ce buste d'Ariane et cette tête d'Aphrodite on retrouve les même type de visage : yeux proche du nez, bouche étroite dépassant à peine des ailes du nez, forme d'ovale du visage, cheveux légèrement ondulés. Même si le nez du buste d'Ariane est cassé on peut admettre qu'il a du être droit comme dans l'ensemble de la statuaire d'époque hellénistique. Les personnages féminins et masculins de cette période partagent des traits très semblables, un visage masculin aura une mâchoire légèrement plus carrée. Ce sont les corps liés aux fonctions de ces divinités mythologiques qui diffèrent le plus : Héra, gardienne de la fécondité sera souvent représentée plus robuste qu'Aphrodite, déesse de l'amour. Mais ce qui permet réellement de savoir qu'elle est le personnage représenté par une statue grecque ce sont sa tenue et les accessoires : Aphrodite est souvent vêtue de tenue légère et seins découverts tandis qu'Athéna sera en armure avec un casque et des armes. Les corps, très codifiés, ne sont pas ce qui singularisent les êtres représentés. Le personnage se distingue par un jeu de codifications qui

repose sur ses attributs, la théâtralité de sa pose, l'environnement et tous les éléments symboliques qui l'entoure. Par là, la statuaire grecque se rapproche de la photographie de mode contemporaine, comme nous le verrons plus tard.

Ces personnages sont représentés par des traits idéalisés qui répondent à un imaginaire de perfection, de séduction ou de pouvoir.

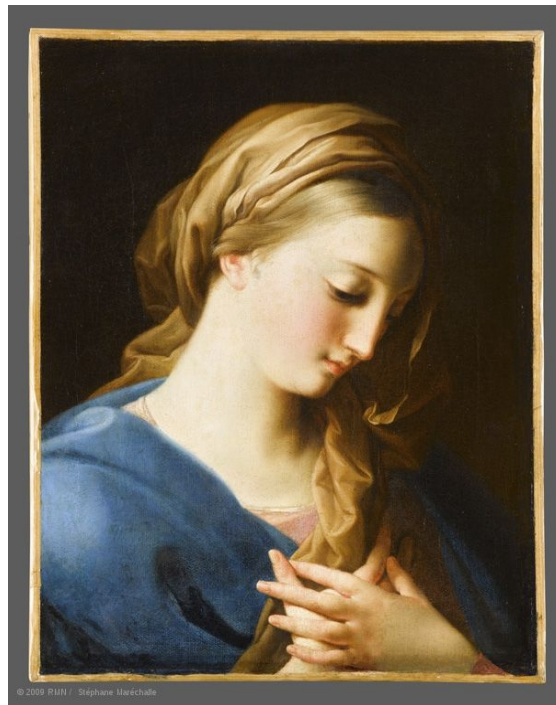


Figure 3 : BATONI Pompeo, *La Vierge de l'Annonciation*,
49cm x 39cm, vers 1741-1742, Louvre

Dans la peinture classique de personnages d'ordre divin ou mythologique on retrouve ces même visages idéaux. Sur ce portrait de la Vierge de Pompeo Batoni, le nez est droit (dit nez grec), des doigts longs, des cheveux blonds rappelant ceux de l'imaginaire des anges, et une bouche étroite et fine comme nous avons pu en voir sur les images de statues grecques, quand à sa peau laiteuse, elle symbolise la pureté. Ici aussi la tenue est importante. Ce bleu de type lapis-lazuli est réservé à la représentation de personnages divins ou historiques. Ce colorant étant à l'époque rare et donc luxueux. La Vierge est une femme décrite comme humble, le voile qu'elle porte sur sa chevelure et la simple robe qui la couvre la rendent simple, ce n'est pas

une femme de haute naissance portant bijoux, broderies et étoles richement décorées.

Si ces personnages d'ordre divin qui sont représentées après leur mort présumé ou qui ne sont pas supposés vivre avec le commun des mortels jouissent d'une représentation idéale, c'est qu'ils appartiennent à un monde tout aussi idéal mais aussi parce qu'ils ne peuvent être reproduit par imitation mais seulement par supposition. Qu'en est-il alors des portraits d'apparat de la haute société? La représentation de l'individu y est-elle toujours objective?

- Le portrait d'apparat

Le portrait d'apparat prend une place significative dans l'art avec l'humanisme de la Renaissance aux alentours du XV^{ème} siècle. L'histoire de ce genre est étroitement liée à l'essor de la conscience individuelle. Le portrait jusqu'à l'essor de la photographie et surtout du petit format est essentiellement réservé aux classes élevées de la population. Il faut avoir du temps et de l'argent pour se faire portraiturer, il s'agit de montrer son pouvoir et sa richesse mais également de laisser un portrait pour la postérité. Se faire représenter pour la postérité, c'est aussi une manière de défier le temps et de s'inscrire symboliquement aux côtés des divinités et personnages mythologiques.

Un portrait pour un artiste c'est un travail de commande et donc une manière de gagner sa vie. Puisque cette image est peinte à la main, l'artiste peut faire des choix d'interprétation. Lorsque l'on réalise une représentation d'un roi, d'une reine ou de la haute noblesse, on fait face à des gens qui ont de leur côté le pouvoir et l'argent. Alors le portrait d'apparat est-il vraiment dans une imitation stricte des traits de celui qu'on portraiture? Un bon portrait doit ressembler à son commanditaire et être si proche du réel que le sujet doit sembler vivant, avec cette lueur dans les yeux qui reflète sa *psyché* mais il doit surtout plaire à celui qui le paye. Il s'agit donc de réaliser une image où le commanditaire se reconnaît, et pour cela il faut flatter son ego. Le portrait, même d'apparat fait appel au fantasme et à l'idéal. Les traits vieillissants du visage seront lissés, les défauts masqués. Napoléon I^{er} est réputé comme étant de petite taille, pourtant dans les portraits dont il a fait la commande il semble toujours

grand par la taille. Pour mériter sa place au panthéon des divinités, atteignant par la prospérité du portrait un accès à une vie éternelle, ne doit-on pas être idéal?



Figure 4 : DUCREUX Joseph, Pastel de Marie-Antoinette, 64,8 x 49,5 cm, 1769, Château de Versailles. Réalisé à l'intention du Dauphin afin qu'il puisse faire connaissance avec sa future épouse.

Le portrait d'apparat est également un outil politique. Dans le cadre des mariages organisés, on envoyait des portraits de la jeune fille à marier. Marie-Antoinette était réputée pour sa beauté, mais sur ce tableau à part le bleu des yeux il y a assez peu de signes distinctifs. Un visage ovale, un nez droit, une bouche fine et des yeux à grandes paupières et aux sourcils fins, ce visage est assez proche des visages de perfection de la statuaire grecque. Ce que montre ce pastel de Joseph Ducreux c'est surtout le statut social de la future reine : des broderies, une matière brillante qui pourrait être de la soie, des perles, un teint laiteux et des joues poudrées, une perruque coiffée de manière sophistiquée et même un drapé bleu lapis-lazuli dans le fond de l'image. Déjà très signifiant à l'époque hellénistique, le

costume traduit l'opulence du personnage dont la *distinction* procède d'avantage par son apparence que par la singularité de ses traits.

- La figure de fantaisie

Il existe dans la peinture des représentations inclassables, elles n'appartiennent ni au genre portrait, ni aux allégories, ni aux représentations divines ou mythologiques. Ces représentations présentent des personnages séduisants dans une pose qui pourrait les rendre assimilable à des portraits sans pour autant qu'il soit directement identifié. Même si on sait généralement qui a posé, le titre ne les présente pas. Ces images qui mettent en avant attitudes et vêtements ont été très populaires dans l'Europe du XVI au XVIIIème siècle.



Figure 5 : FRAGONARD Jean-Honoré, *Figure de fantaisie*, 82 x 65cm , vers 1769, Louvre,
Figure de fantaisie représentant Marie Madeleine Guimard

Ces représentations qui précèdent l'invention de la mode comme système présentent des personnages aux costumes riches et détaillés. Ce tableau entre dans

une série qui s'appelle “figure de fantaisie” réalisée par Jean-Honoré Fragonard. Cette peinture représentant l'actrice et danseuse très en vue de la société libertine, Marie Madeleine Guimard qui joue ici à être la *figure* que l'artiste souhaite pour sa série sans pour autant être totalement anonyme. Ce ne sont pas les détails de son visage et la véracité du *mîmesis* qui semblent au centre de cette image mais l'attitude, l'émotion qui se dégage de l'actrice. Et pourtant Fragonard n'a pas choisi une modèle neutre pour incarner cette figure mais bien une comédienne qui préserve ce statut et sa notoriété publique. Nous retrouverons cette même ambiguïté dans le portrait de mode actuel que nous traiterons ultérieurement. Son regard sur le côté qui semble se perdre dans le vide et le léger sourire qu'elle esquisse lui donne un air doux et espiègle. Cette image permet de mettre en avant par la pose toute la grâce de la danseuse et par le visage tout son pouvoir de séduction. Le plan américain permet une plus grande visibilité du corps et donc de la pose et de la richesse des détails du vêtement.



Figure 6 : PIERSON Pierre Louis, *Countess di Castiglione*, 18,7 x 12,5 cm, vers 1863-66

Ce jeu de mise en scène et de séduction présent dans la peinture de Fragonard se retrouve dans cette photographie de la comtesse de Castiglione. Le cadre qui vient masquer le visage pour ne dévoiler qu'un oeil permet d'appuyer ce regard mystérieux et séducteur. La manière dont la main se positionne pour tenir le cadre met en avant la grâce de cette femme du monde. Le voile richement brodé qui découvre une épaule nue dévoile une grande sensualité et fait preuve de beaucoup d'impertinence pour l'époque. Ce que montre cette image encore une fois ce n'est pas la véracité du visage de la comtesse mais plutôt sa personnalité assez décalée par rapport à la norme sociale qu'elle entend assumer. Cette représentation de beauté et de séduction qui laisse apparaître de la peau nue est plutôt osée dans le contexte de son époque. La comtesse étant considéré comme l'une des plus belles femmes du XIXème siècle et connue pour ses aventures avec de grands noms, elle peut être vue comme la Vénus de son siècle. C'est sur cet aspect là que Pierre Louis Pierson joue, mettant en scène la comtesse comme une icône plutôt qu'une femme.

Dans ces représentations, on observe que la mise en scène théâtrale prend le pas sur la présentation de l'identité. On peut supposer que le statut de ces personnes publiques, femmes mondaines, artistes et séductrices, les autorise à incarner un personnage à la limite entre fiction et réalité sociale, libérant leur image des contraintes académiques du genre du portrait hiératique et figé dans le face à face. Ces images pourraient aujourd'hui aussi bien être des images de mode que des portraits. Il y a déjà ici un glissement de genre qui rend la classification confuse. La photographie a très vite joué sur les limites des genres et notamment par la mise en scène y compris dans le portrait.

Ic. Le portrait photographique

Le portrait photographique réinterprète les codes classiques du genre tout en élargissant la pratique à un plus grand public. Il apporte également une nouvelle ambiguïté par son objectivité supposée et sa puissance fictionnelle.

- Portrait d'apparat et fiction

Le portrait photographique commence à être très demandé par l'aristocratie, le pouvoir et la haute bourgeoisie dans les années 1840. Les premiers grands ateliers se regroupaient à Paris autour du Palais Royal. En 1851, la mise au point du collodion humide est considéré comme une "révolution des affaires". Cette technique réduisant considérablement le temps de pose permet également d'augmenter très fortement la diffusion. L'invention d'Eugène Disdéri en 1854 du portrait carte de visite va développer le portrait mais il reste réservé à une certaine bourgeoisie. Il faudra attendre le développement de procédé comme le ferrotypé pour que le portrait touche un public plus large, mais c'est l'invention du petit format qui va réellement répandre la pratique.

La photographie pose différemment de la peinture la question du *mimêsis* et de la conformité à l'original. Ce n'est plus la main qui interprète mais la technique qui fixe l'image. Le portrait redevient *imago* dans son sens d'*index*, de même manière que les masques de cire fixaient les traits des Romains, la photographie fixe sur le papier les traits de la personne qui se fait portraiturer. La photographie est souvent considérée comme un outil objectif, comme si elle était dénuée de toute subjectivité et qu'elle était une capture de la réalité.

Cependant un portrait reste une interprétation par un artiste de la réalité : la lumière, la tenue, l'angle de prise de vue et la pose participent à la création d'une image qui n'est pas effectivement objective. De plus l'image obtenue dépend de ce que le sujet souhaite dégager, de cette identité sociale qu'il s'est créée et donc de ce *prosôpon* social qu'il affiche quotidiennement.

La photographie plus que d'enregistrer une réalité permet la création d'une nouvelle réalité. Ainsi, très vite les photographes se sont rendus compte de son pouvoir fictionnel.



Figure 7 : HUBERT DE MOLARD Adolphe, *Louis Dodier en prisonnier*,
11,5 x 15,5 cm, daguerréotype, 1847, Musée d'Orsay

Dans ce portrait fictif est mis en exergue l'importance de la pose et des accessoires dans la transmission du récit par l'image. Cette photographie datée de 1847 s'inscrit dans un contexte de crise qui précède de peu la troisième révolution française. Le baron Louis Adolphe Humbert de Molard réalise alors cette image mettant en scène son employé Louis Dodier en insurgé. Les chaînes que le jeune portent aux poignets le placent dans un contexte de prisonnier. Les vêtements sales et détériorés traduisent et le contexte de combat et une position d'ouvrier. Le regard dur vers l'objectif traduit de l'impertinence et une non capitulation.

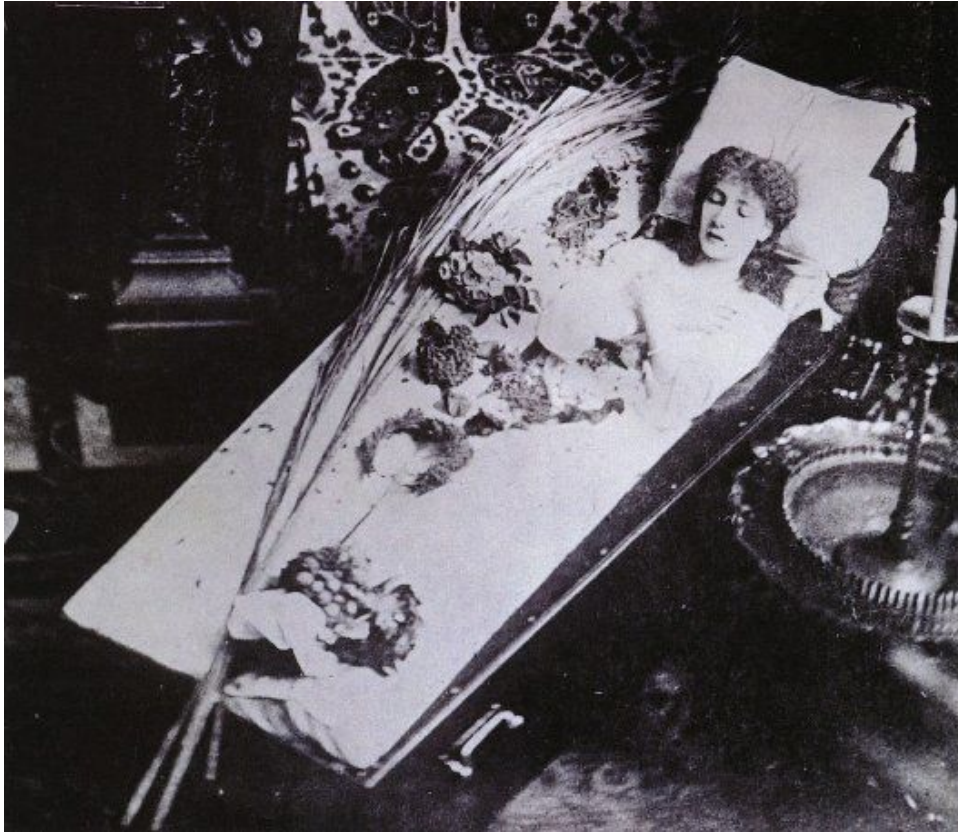


Figure 8 : MELANDRI Achille, *Sarah Bernhardt dans son cercueil*

Dans cette photographie d'Achille Melandri de Sarah Bernhardt, l'environnement, la pose et les accessoires sont également d'une importance non négligeable dans la création de sens. Sarah Bernhardt pose ici dans son cercueil, bras croisés et yeux clos comme le serait un cadavre lors d'une cérémonie funèbre. Des couronnes et autres compositions florales sont posées sur et à côté du corps de la jeune femme. Dans cette photographie, par sa pose et les accessoires, Sarah Bernhardt met en scène ses obsèques. Elle joue ici le rôle de son propre cadavre.

Une fiction a toujours pour but de véhiculer du sens. Ce dernier peut être poétique, fantasmatique, politique... Un visage, une pose, une tenue, cet ensemble raconte facilement une histoire. Tout comme dans le théâtre, il est simple pour le modèle d'être *persona* et de se placer comme héros d'une scène picturale.

Le portrait a donc un fort pouvoir fictionnel. Il a également une grande capacité de sacralisation par la création de personnalité iconique. A l'ère médiatique,

ce n'est plus les mythologies et les divinités qui incarnent le rêve, la puissance et le fantasme, mais les célébrités.

- Les nouvelles "icônes"

Une icône étymologiquement, est une représentation d'une divinité ou de sujets à caractère religieux. Les icônes sont des images détachées de la réalité physique, des personnes auxquelles elles se réfèrent, et ces images se substituent à cette réalité pour acquérir une existence en propre. Dans le langage courant, une icône est une personne à qui l'on peut se référer, que l'on estime comme exemple dans son domaine. Ce terme est souvent utilisé pour parler d'icône culturelle, politique ou mode. Le sens classique de ce terme pose la question de son utilisation au sujet d'acteurs, chanteurs ou modèles. Il n'est pas anodin d'utiliser un mot qui se réfère au divin pour décrire des personnalités médiatiques. Ces personnes incarnent les fantasmes de beauté, richesse et succès. Les métiers qui ont une part importante de représentations publiques jouissent d'un imaginaire fantasque et utopiste.

Ces portraits des nouvelles icônes d'une société occidentale contemporaine sont bien souvent idéalisés. Toutes les photographies de célébrités ne sont pas des icônes mais chacune tente d'en utiliser les codes.

De la même manière que la peinture flattait le physique des aristocrates désireux de s'inscrire dans le panthéon des divinités, la photographie encense les personnalités médiatiques avec des portraits qui les rendent souvent d'une irréalité perfection que la lumière divinise. Une personnalité médiatique a une idée de ce qu'elle veut représenter. Le photographe Ed Alcock décrit la réalisation de portraits de célébrités comme une confrontation entre ce qu'elles désirent vous montrer et ce que vous désirez photographier. Il confie que ces personnes veulent vous montrer une image d'eux qu'ils ont construit et qu'ils ne souhaitent pas que vous photographiez autre chose que ce qu'ils veulent montrer. Cette représentation de leur individu social est leur image publique, cela permet de les imaginer d'une certaine manière. Cela fonctionne de la même manière que les êtres mythologiques mais par processus inversé : la mythologie invente des personnages qui appartiennent à

l'imaginaire collectif et qui sont traduits par les artistes de manière picturale à partir de leur caractère supposé, alors que pour les personnalités médiatiques c'est l'image qui est à l'origine du caractère que l'on suppose.



Figure 9 : STUCIN Frédéric, Portrait d'Alice Isaaz

Sur cette photographie de Frédéric Stucin, le visage de l'actrice Alice Isaaz est comme une apparition angélique. La peau blanche de la jeune femme s'éclaircit encore par la lumière dirigée et le contraste avec le fond noir. Les ondulations blondes presque dorées qui tombent en cascade sur des épaules habillées de noir qui se perdent dans le fond lui donnent une image de nymphe magique et sublime qui transpercerait l'obscurité. En plaçant Alice Isaaz dans la lumière sur un fond uni et sombre, Frédéric Stucin en fait un portrait classique qui nous présente un idéal visant la pérennité.

Le cadre du studio permet au photographe de décontextualiser la personne photographiée. Cela permet de renforcer l'attention sur le visage et le regard du portraituré.

- Du cadre du studio au cadrage

Si le portrait s'est d'abord établi en studio c'est par souci technique. Les temps de pause étant très longs, le cadre du studio permettait l'ajout de lumière afin de diminuer ceux-ci. De plus, les appareils photographiques, les procédés de prise de vue et de développement étaient très lourds. De nos jours, le studio est un choix d'interprétation. Les avancées technologiques aident à transporter le matériel permettant la création d'installation de type studio à peu près partout. Le studio apporte une liberté dans la construction de la lumière et de l'ambiance. Ainsi, un fond uni mettra en avant la présence du personnage alors qu'un décor construit intégrera la personne dans un univers.



Figure 10: AGUADO Olympe, *Jean Massol dans le rôle de Fernand Cortez*, vers 1854,
Musée d'art moderne et contemporain de Strasbourg

Dans cette photographie d'Olympe Aguado, Jean Massol interprète le rôle de Fernand Cortez, héros de l'Opéra en trois actes *La conquête du Mexique* de Gaspard Spontini. Afin d'accentuer l'univers du personnage le studio a été recouvert d'accessoires et de décors en lien avec la thématique. Scène de bataille dans le fond de l'image, tonneau en bois et plumes immenses, sol sali, tissus multiples et morceaux de bois, le studio a permis la création d'un lieu unique invitant le spectateur à se laisser emporter par l'histoire contée. Le cadre de cet espace de prise de vue peut donc servir à isoler l'individu afin d'intensifier sa présence et prestance comme vu plus tôt avec le portrait Alice Isaaz par Frédéric Stucin. Ou bien, comme dans cette dernière image, insérer le personnage dans un univers qui renforce une histoire fictive.

Un portrait c'est aussi un cadre de prise de vue. Cadrer en photographie c'est définir l'importance d'un élément et une proximité au sujet. Dans un portrait, plus le cadre sera serré plus on se concentrera sur le regard, et plus la personne photographiée semblera accessible et proche de nous. Cadrer c'est centrer mais c'est également exclure afin d'intensifier la scène en limitant l'interférence d'éléments inutiles à la compréhension du sujet. Lorsqu'on parle de portrait on pense souvent à une image qui s'arrête aux épaules ou à la limite au plan américain. Le cadre du portrait dépend de ce que l'on cherche à raconter. Ainsi un portrait en pied peut se justifier aussi bien qu'un portrait cadré épaule. Le portrait en pied peut servir à contextualiser le personnage, à l'intégrer dans une réalité plutôt que de l'en exclure par l'utilisation d'un fond.

Le portrait se focalise sur la représentation d'une personne réelle en essayant de traduire ce qu'elle est non seulement physiquement mais aussi intérieurement. Cependant une image reste une image. Elle ne porte en elle que ce qu'elle montre et ne peut pas réellement traduire toute la complexité d'une personne réelle. Il est la représentation picturale d'un individu en représentation, mis en scène par un artiste possédant sa propre idée de ce que devrait montrer l'image. Le corps et la tenue ne sont pas le cœur idéologique du portrait et pourtant ils ont leur importance dans la manière dont le spectateur abordera le visuel. La mode et le portrait sont-ils réellement des genres si différents?

II/ Le corps porteur de tendance

Alors que les expressions du paraître viennent se mouvoir sur le visage, les tendances s'expriment sur les corps. Nous verrons ici que le corps de mode est un idéal normé, comme l'étaient les corps au temps hellénistique, afin d'incarner un modèle de référence. L'identité et la singularité ne sont pas des questions pertinentes dans la photographie de mode, car le corps de mode est celui d'une personne dans l'exercice de son métier, où la personne s'efface au profit d'un être fictif. Le modèle est cet acteur aux nombreuses facettes, qui vient se fondre dans un personnage pour répondre à la demande. Dans cette partie nous nous concentrerons sur le personnage, la question de l'individu ne s'exprimant qu'à travers l'égérie dans la photographie de mode.

IIa. Le corps social

Le corps est l'instrument de nos interactions sociales. Il est à la fois outil et support de communication, porteur d'identité et sujet à la normalisation. Comment ce corps est-il considéré par l'industrie de la mode?

- Le corps identité sociale

“il permet [le corps] l'affirmation de la différence individuelle que le visage couronne”⁵

Cette citation de David Le Breton positionne le corps comme l'outil de notre individuation. Le corps est cette frontière de notre identité personnelle en tant qu'être unique au sein de la société. Si le visage couronne cette affirmation de la différence individuelle c'est parce qu'il est *prosôpon*, il permet à l'être humain de voir et d'être vu, il est donc à l'origine de notre capacité à reconnaître l'autre. Le corps dans sa totalité est l'objet de notre existence sociale. Il est, comme le précise Christine Détrez, “Mis en jeu dans l'activité quotidienne, le corps est la médiation de

⁵ LE BRETON David, *Des visages : essai d'anthropologie*, Éditions Métailié, 2003, p.27

l'individu face au monde qui l'entoure"⁶. Il permet donc l'existence en tant qu'individu mais également en tant que société par sa capacité d'interaction avec les autres. Il est cette médiation entre le *je* et les autres, entre la pensée et l'action. Le corps permet la représentation sociale par la pose et le port du vêtement. Son apparence et ses réactions spontanées exposent ce qui est de l'ordre de l'être et non du paraître : froid, malaise, faim, âge, conditions de travail, etc.

Le corps est à la fois support de notre identité et outil de notre vie quotidienne, ainsi dans le cadre du travail il est ce corps-instrument. Autant outil que matière première dans le cadre du métier, il se module et s'adapte à son mode de vie.

- Le corps-instrument

Le travail est l'une des plus importantes cause de modulation du corps. Que ce soit involontaire, comme dans le cas de l'ouvrier d'usine où la répétition machinale de la même tâche quotidienne va structurer le corps, ou au contraire totalement contrôlé dans le cas du sportif de haut niveau qui par son entraînement cherche à atteindre un corps idéal répondant aux nécessités de son sport.

“Le corps s'adapte aux exigences et aux contraintes, et se déforme au fur et à mesure qu'il s'exerce par sa mise en jeu. Cela est vrai aussi dans le corps au travail que dans le domaine par excellence de l'entraînement, le sport. Dans les deux cas également, des limites sont dépassées, des performances atteintes”⁷

Comme le corps du sportif, le corps du mannequin est un corps de performance et de frustration. C'est un corps-instrument, il est l'outil de travail.

“Chaque sport, chaque art a ainsi sa norme corporelle, posée à la fois comme fin et comme moyen”⁸

Ainsi, pour répondre aux besoins de son activité, le corps doit être façonné. Le corps-instrument suppose les principes d'interchangeabilité et de malléabilité. En

⁶ DÉTREZ Christine, *La construction sociale du corps*, Éditions du Seuil, 2002, p.75

⁷ *Ibid*, p86

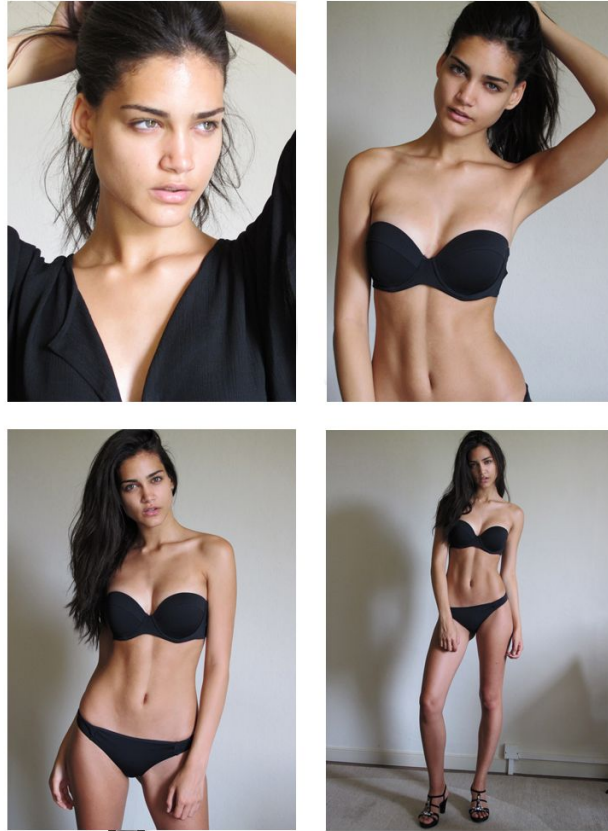
⁸ *Ibid*, p88

effet si il se doit de répondre à des exigences précises il est forcément normé et tous les corps de mode sont donc analogues.

Comme tout autre outil de travail, le mannequin a sa fiche technique, il s'agit des *polas*. A l'origine ils étaient réalisés à l'aide de polaroid, d'où ils tirent leur nom, ce qui certifiait l'absence de modification sur l'image. Avec l'ère numérique, il est plus difficile d'être certain qu'aucune retouche n'a été effectuée, mais il n'est pas dans l'intérêt des agences d'intervenir sur ces images s'ils veulent s'assurer d'être pris au sérieux. Ces visuels présentent traditionnellement le modèle dépourvu de maquillage et en sous vêtements afin de bien appréhender les formes et les caractéristiques du visage. En effet puisqu'une série de mode tend à métamorphoser le modèle, il est important d'avoir des images qui le dénaturent le moins possible.

SIGHT

MANAGEMENT STUDIO



EVELYN YAÑEZ

ALTURA 180 PECHO 83 CINTURA 57 CADERA 91 ZAPATO 41 OJOS VERDES PELO CASTAÑO
HEIGHT 5'10 BUST 32 WAIST 22 HIPS 35 SHOE 10.5 EYES GREEN HAIR BROWN

T +34 93 272 24 34 | F +34 93 487 25 51 | PASEO DE GRACIA 37 2º 2ª 08007 BARCELONA | WWW.SIGHT-MANAGEMENT.COM

Figure 11 : Exemple de *polas* présentés en agence, SIGHT management studio, Barcelone

Ces *polas* sont composés de plusieurs images présentant généralement au moins un portrait en pied, un portrait serré et un plan américain. Ils sont accompagnés du nom et des mensurations exactes du mannequin et précisent tous les signes particuliers. Ils sont également toujours accompagnés des coordonnées de l'agence qui les représente afin de faciliter le contact. Lorsqu'on cherche un mannequin, on précise un type de fille ou de garçon à l'agence car même si les corps sont normés il existe une diversité de physique.

- L'interchangeabilité des corps

La normalisation du corps suppose des mensurations standardisées. Ils doivent répondre à des critères précis de poids, de taille et d'allure générale. En conséquence, les conventions imposées par la mode tend à les uniformiser en un corps unique, générique. Un mannequin lambda est remplaçable par un autre car ses mensurations seront proches. Pourquoi? Pour ne pas déformer ce qu'il est important de mettre en valeur : le vêtement. Cette affirmation est d'autant plus vrai dans la réalité des défilés.

Le corps, cet objet social de *l'affirmation de la différence individuelle* est noyé dans un principe sériel. Un corps de mode est semblable et de même *fonction* qu'un autre corps de mode, c'est au vue de ces considérations que l'on peut le définir comme interchangeable. Ces corps de mode sont désindividualisés, ce sont les similarités qui prennent le dessus sur les différences.

Dans le film *Qui êtes-vous, Polly Maggoo?* de William Klein, photographe et notamment pour la mode, réalisé en 1966, cette question de corps interchangeable dans le domaine de la mode est déjà posée. L'auteur nous offre à travers ce film une critique de la mode. Le film nous situe dans un Paris de 1966 où le mannequin Polly Maggoo est le visage du moment. Un journaliste est engagé pour réaliser son portrait télévisé.

L'un des personnages déclare "fétichisme, mutilation, souffrance, c'est toute l'histoire de la mode". A travers cette phrase, William Klein dénonce une glorification du futile et la fétichisation de la mode, mais également l'exigence excessive imposée aux corps des mannequins afin d'être conformes aux critères de beauté. Ces derniers sont en outre déshumanisés, comparés à des objets; ainsi Boris Vian écrivait en 1957 dans sa *Valse des mannequins* :

"Tu as beau être femme; Ta vie te condamne; A n'être jamais qu'un objet; Tu as beau être belle; Toutes tes dentelles, C'est pour d'autres que tu les mets"⁹

⁹ VIAN Boris, *Valse des Mannequins*, 1957

Par ces mots Boris Vian met en avant cette déshumanisation du mannequin. Le corps de mode est comme nous l'avons vu fonction et non plus individu. En effet, dans l'image de mode, il est un outil de travail au même titre que celui du sportif.



Figure 12 : Image extraite de KLEIN William, *Qui êtes vous, Polly Magoo?*, 1966

Ce visuel issu de *Qui êtes-vous, Polly Magoo?* est une parfaite illustration de cet écrêtage des singularités physiques qu'engendre la mode. Même si la critique pousse à une exagération des traits, la notion d'interchangeabilité des corps est ici évidente. Les coiffures et maquillages identiques liés à ces corps assimilables les uns aux autres donnent un effet de démultiplication d'un même personnage. Appuyant ce sentiment d'anonymat, les modèles sont vêtues de tenues comparables les unes aux autres et sont également assimilées au fond devant lequel elles posent. Ainsi cette image présente un enchaînement de ligne noire et blanche appréhendé aussi bien par l'environnement que par les visages et l'habillement où il est difficile de discerner un être unique; étant donné que tout est fait pour rendre tous les éléments uniformes. Comme le rappelle Frédéric Monneyron¹⁰, c'est Charles Frederick Worth qui, en même temps que la haute couture, invente la profession de mannequin, ces derniers étaient alors appelés "sosies". Ce mot chargé de sens s'applique parfaitement à

¹⁰ MONNEYRON Frédéric, *La photographie de mode, un art souverain*, Presses universitaires de France, 2010, p.106

l'image du film de Klein. Ici, même si celle-ci est fermement appuyée par des éléments non intrinsèque aux modèles, elle provoque tout de même l'illusion d'un même individu multiplié.

Le système de la mode applique aux mannequins un principe de corps interchangeables par un ensemble de normes transformant caractéristiques personnelles en attributs génériques. Les conventions ne s'arrêtant pas aux corps mais s'appliquant également aux visages dans ce domaine, car eux aussi dépendent de *la mode*, les mannequins n'en sont que plus anonymes.

IIb. Individus et métier

Entre anonymat de célébrités d'un instant et corps génériques, la mode pose la question de l'identité par l'absence de celle-ci. En effet : maquillage, coiffure, stylisme, lumière et environnement, un même modèle se transforme à l'infini selon les séries. Le mot modèle lui même définit une chose qui, grâce à ses caractéristiques, peut servir de référence à l'imitation ou à la reproduction.

- Anonymes et tendances

Un des organes les plus importants du domaine de la mode est aussi un des plus méconnus. Il s'agit des bureaux de style. Ces organismes discrets dont l'origine remontent aux années 1950 créent chaque années ce que l'on nomme les *cahiers de tendances*.



Figure 13 : Extrait d'un cahier de tendance, PECLERS Paris, Printemps-Ete 2017

Ces dossiers imposants, onéreux et bien nommés regroupent les tendances pressenties pour l'année à venir. Plus de 2000€ la saison, 4500€ l'année, voilà le prix d'une bible pour créatifs. Les cahiers de tendance regroupent idées fortes, croquis, nuanciers Pantone, textes, échantillons de matière, motifs et même images d'ambiance. Ils sont surtout destinés aux fabricants de prêt-à-porter diffusé à grande échelle. Les *maisons* de haute couture et *créateurs* haut de gamme influencent les carnets de tendances en s'inspirant eux-même des inclinations de la société, des phénomènes culturels et de l'Histoire. Voilà pourquoi on ne peut aborder la mode sans usage du mot tendance. Les "grands noms" du textile exposent la direction à suivre, les carnets de tendance les condensent et en retirent les idées fortes permettant à toute l'industrie de *tendre vers* ce qui est au goût actuel.

Nous définirons ici une tendance comme une impulsion nouvelle et passagère dans le domaine de la mode. En effet, dans ce dernier ce qui *est tendance* s'oppose à ce qui est *classique*. La mode est faite de pièces dites *incontournables*; c'est à dire qu'elles ont atteint le statut de *classique* et sont donc paradoxalement *toujours à la mode*, elles sont d'ailleurs désignées comme étant des *intemporelles de la mode*; et de pièces *dans l'air du temps* qui sont, elles, par essence destinées à finir par être

passées de mode. Ce phénomène ne se réduit pas aux vêtements mais s'étend à la photographie de mode et aux physiques des modèles. Nous l'avons vu, les corps des mannequins répondent à des normes qui les uniformisent, mais cette notion de tendance, elle, va jusqu'à s'appliquer aux visages et donc à ce qui est supposé nous rendre unique.



Figure 14, à gauche : Photographie de défilé, Prada printemps été 2015, crédit AMO,

Figure 15, centre : Photographie de défilé, Prada automne hiver 2012, crédit AMO

Figure 16, à droite : Lookbook Diesel Gold, Pré-fall 2016, crédit Kevin SINCLAIR

Ces trois images recadrées sur les visages des modèles sont issues de photographies de défilé et de *lookbook*. Ces trois jeunes hommes ont le visage anguleux mais surtout les oreilles décollées. Ce qui peut être classiquement vu comme un défaut physique; en démontre l'opération de chirurgie esthétique nommée "otoplastie", soit usuellement "se faire recoller les oreilles"; est devenu récemment une tendance dans la mode masculine.

En plus des tendances strictement physiques, il existe également des tendances d'expression. Le domaine de la mode aime les mines boudeuses, aussi bien chez les femmes que chez les hommes. Regards froids, dents serrés et bouches pincées, ces trois jeunes hommes semblent en total accord émotionnel. Cet air est si commun chez les modèles qu'il en est paradoxalement devenu le symbole universel de la non expression et du conformisme de la photographie de mode.

C'est d'ailleurs assez tôt dans l'existence de la profession que cette absence d'expression trouve ses origines. Alors que les années 1940 apportent aux mannequins une respectabilité qu'ils ne possédaient pas, Christian Dior :

“rend ses mannequins moins austères dans leur manière de défiler en les autorisant à sourire”¹¹

Mais là où le sourire en défilé peut être vu comme une tendance éphémère, c'est bel et bien l'expression de gravité des premiers temps qui est une attitude incontournable comme le confirme les photographies des défilés de la *Fashion week* de mars 2016 - et des décennies précédentes.

Là où le portrait appuie sur l'identité, sur une représentation qui se veut *juste et fidèle* du sujet et qui cherche à mettre en avant son unicité et à faire transparaître le caractère à travers le visage, la photographie de mode tend à la création d'un personnage unique à chaque série photographique. Ces mannequins aux corps et aux visages interchangeables qui répondent aux critères d'une tendance correspondent à une identité générique les rendant malléables à l'incarnation d'un rôle. Afin de montrer l'ascendance du corps sur le visage dans le système de la mode, observons ces images issues de la ligne artistique de Prada en 2009.



Figure 17, à gauche : Lookbook Prada Printemps 2009 produit par Rem KOOLHAAS

Figure 18, à droite : Lookbook Prada automne/hiver 2009, *Real Fantaisies*, photographié par Philip MEECH, produit par AMO

¹¹ *Ibid*, p.111

Sur les images de gauche réalisées lors du défilé de la marque, les visages des mannequins ont été remplacés par des visages de statues antiques. Il est intéressant de relever que ces visages antiques étaient ceux d'une beauté parfaite et idéalisée. Ces sculptures étaient ainsi réalisées sur ce même principe du *modèle*, c'est à dire que les détails particuliers des individus qui posaient pour l'artiste étaient neutralisés pour tendre vers une représentation de la perfection, du modèle idéal de beauté.

Maria Giulia Dondero y voit une manifestation de *la force immuable de la mode, l'expression du classique dans l'éphémère*¹². Mais le point prépondérant de ces visuels n'est-il pas surtout cette incarnation du rôle par le port du masque qui nous rappelle le *prosôpon* des comédiens grecs? Le corps portant le vêtement est ainsi conservé comme support, comme modèle au sens premier c'est à dire comme exemple d'aspect ou, expression très utilisée dans le domaine de la mode, comme *porte manteau*. Dans les deux dernières images, l'idée est similaire. Néanmoins au lieu d'utiliser toujours le même type de masque comme dans le look book de 2009, ici on utilise des détails du vêtements pour la conception du masquage. Ainsi sur l'image de gauche où la tenue est grise et duveteuse on utilise une tête de loup, sur l'image de droite on va directement réutiliser le motif de la robe pour créer ce masque.

Dans cette ligne artistique Prada nous offre une facilité de projection dans son univers fantasmatique par l'utilisation du masque qui dénature le vivant. Le mannequin n'est plus lui même, son corps est au service d'un projet artistique comme le serait un comédien.

Un modèle n'est pas dans une représentation sociale de lui même lorsqu'il pose pour un créateur ou un photographe de la mode, il se trouve dans un cadre de travail proche de celui de l'acteur puisqu'il s'agit d'incarner un rôle spécifique et différent à chaque nouvelle représentation.

¹² DONDERO Maria Giulia «Les aventures du corps et de l'identité dans la photographie de mode», *ACTES SÉMIOTIQUES* [En ligne]. 2014, n° 117.

- L'incarnation d'un personnage

Dans un portrait, il y a une nécessité de reconnaissance de la personne photographiée. Il s'agit de montrer à travers une image des caractéristiques fortes de la personnalité sociale de l'individu.

Dans une photographie de mode, ces enjeux n'ont pas de place. Il ne s'agit pas de représenter une personne réelle et ce qu'elle est supposée être mais une personne fictive. Le mannequinat est un métier où le modèle, tout comme un acteur, incarne un personnage. C'est d'ailleurs ce que réaffirmera l'égérie de Coco Chanel Marie Louise Pierson, devenue psychanalyste, lors du Colloque de 1979 sur *La Séduction*:

“Le travail premier que l'on exigera d'un *model* photographique est un travail de gommage. Non seulement gommage de sa personne, mais celui de tout signes de la vie sur son corps”¹³

Le modèle photographique est l'interprète d'un personnage fantasmé et irréel et c'est pour cela qu'il se doit avant tout de gommer ses traits de caractères singuliers en tant qu'individu réel. Il est *persona*, c'est à dire une personne fictive stéréotypée qui tire son nom du mot latin qui désignait originellement le masque que portaient les comédiens romains au théâtre.

“Quand on fait une série mode, la mannequin est important parce qu'on a besoin d'avoir des filles qui savent poser, qui savent s'imposer, qui donnent de leur personnalité mais en même temps pas trop non plus. On cherche des gens qui peuvent passer d'un personnage à un autre selon les séries. [...]un mannequin, son rôle c'est ça, c'est une actrice, on la transforme de part la coiffure, le *make-up*. On peut voir la même fille d'une série à une autre et voir des personnalités complètement différentes. Il y en a plein qui n'imagineraient même pas que c'est la même fille.”¹⁴

¹³ PIERSON Marie Louise, “Le model”, in OLENDER M., SOJCHER J., *La Séduction - Colloque de Bruxelles 1979*, Paris, Aubier Montaigne, 1992, p210

¹⁴ VALOIS Nicolas, entretien du 21 mars 2016, annexe 1, p.2



Figure 19, à gauche : Photographie extraite de “Arsenic Blues” par VALOIS Nicolas, *The Wild*, mars 2014 / **Figure 20, à droite** : Photographie extraite de “Another Country” par POOLE Mason, *Elle*, octobre 2012

Un éditorial de mode est fréquemment nommé une *story*. Ce terme anglais est utilisé car chaque série de mode raconte quelque chose et propose sa thématique, son univers, son personnage. Le mannequin est donc métamorphosé pour chaque nouvelle image. Sur ces deux visuels Codie Young est méconnaissable de l'une à l'autre, passant aisément d'une femme dont le corps évoque la froideur et l'érotisme conjugué, mis en scène à la manière d'une peinture classique, à une jeune fille contemporaine et décontractée dans un univers champêtre. Elle se métamorphose par le biais de la lumière, du maquillage, de la coiffure et du style¹⁵ bien sûr, mais aussi par son attitude et ses poses. Sur l'image de Nicolas Valois, ses cheveux plaqués retracent l'ovale de son visage et marque la présence des ses oreilles, il n'y a pas un cheveu récalcitrant, tandis que dans celle de Mason Poole ses longueurs s'expriment dans un désordre qui sous entend la marche, le vent. Le personnage de Mason Poole est beaucoup plus vivant et proche de notre réalité, Codie Young les mains dans les poches arrières a une pose classique de jeune femme tandis que dans l'histoire de

¹⁵ Ensemble de traits esthétiques qui caractérisent une manière de s'habiller

Nicolas Valois la pose est plus inhabituelle avec cette main contorsionnée presque torturée. Il émane de cette image un silence puissant et glaçant alors que dans l'image champêtre on pourrait presque entendre le bruit du vent. Codie Young interprète ici comme une actrice un rôle précis qui s'inscrit dans un contexte suggéré et qui possède son propre caractère.

Mais quel est donc le statut de ce modèle qui se métamorphose?

IIc. La statut du modèle dans un éditorial de mode

Pour Frédéric Monneyron, la photographie de mode est une création artistique reposant sur un trio d'égale importance initiale dirigé par la main du photographe : le vêtement, le mannequin et le décor.¹⁶ Il définit le vêtement comme un prétexte à créer. La photographie de mode met en jeu de nombreux acteurs afin de réaliser une scène unique.

- Autour de lui : lumière et environnement

Un éditorial de mode, c'est une histoire. Il est donc composé d'un décor, d'un personnage et d'un stylisme qui sont tous en adéquation avec une volonté de transmettre un univers.

Dans ce contexte, le modèle a un statut de héros dans son sens littéraire c'est à dire qu'il est le principal personnage d'une oeuvre artistique. En fonction de l'histoire à raconter et de l'imaginaire du photographe, le décor peut-être plus ou moins présent et imposant et il en est donc de même pour le personnage par causalité .

¹⁶ MONNEYRON Frédéric, *La photographie de mode, un art souverain*, op. cit., p.79



Figure 21 : Photographie extraite de “Wild Thing” par POOLE Mason, *L’Officiel Netherlands*, septembre 2013

Le titre de l’éditorial a également son importance dans sa manière de faire sens. Ainsi dans cette série de Mason Poole pour *l’Officiel néerlandais*, le titre “Wild Thing” soit littéralement “Chose sauvage” oriente l’esprit du lecteur vers un univers qui lui serait exotique. Cet éditorial s’ouvre sur cette double page présentant le modèle comme enlacé par un éléphant ce qui tend à affirmer l’énoncé du titre. De plus, même en l’absence de cet animal, les photographies présentent une terre inhabitée qui situe la scène dans une contrée sauvage (cf. série complète en annexe 4, p.14) Le choix du modèle ainsi que sa coiffure et le stylisme pose les bases d’un personnage farouche et solitaire. L’héroïne elle même se présente comme sauvage.

Même si l’appuie d’un décor précis facilite le transfert de l’imaginaire, il est possible de narrer une scénette par la seule représentation d’un personnage fort sur un fond plus sobre. On appuiera alors sur le titre et la lumière pour conduire le spectateur à la compréhension de ce récit fictif.



Figure 22 : Photographies extraites de “The Others” par VALOIS Nicolas, *The Wild*, septembre 2014

Dans cette série de Nicolas Valois pour *The Wild*, le titre est “The Others” soit littéralement “Les autres”. (cf. série complète en annexe 5, p.18)

Les lumières placées latéralement créent dans le regard du modèle des reflets qui couvrent intégralement son iris ce qui provoque une sensation de vide et donc d'étrangeté. Ce sentiment est appuyé par les regards caméras très fixe et les poses inhabituelles, rappelant la marionnette articulée. La lumière provoque également une aura autour du personnage et ce type de lumière latérale nous sort de nos habitudes de visualisation puisque dans notre quotidien nous sommes habitués à ce que la lumière vienne plutôt d'en haut et soit moins focalisée. S'ajoutant à cela, le traitement de peau en ton sur ton d'un gris taupe bleuté présente encore une fois un fait inhabituel. Le stylisme quant à lui joue sur des matières brillantes, du vinyl, du cuir et sur une alternance de pièces très moulantes et de grosses pièces englobantes. On peut y voir des références au film *E-T* (capuche et pèlerine blanche se nouant au cou sur l'image 9) ou aux uniformes de voyageurs interstellaires. Les chats sphynx au ton gris bleuté viennent appuyer encore une fois ce sentiment d'étrangeté. Le choix de la race n'est pas anodin puisque les sphynx sont souvent considérés comme

hors-normes, étranges et décrits comme des animaux ressemblant à des aliens. La brillance de leur peau rappelle les matières du stylisme et le maquillage brillant de la peau du modèle.

Tout ces éléments réunis, y compris le titre même de la série, crée un personnage étrange, presque inhumain pouvant s'assimiler à un être extraterrestre. Pour la composition de cet univers, le photographe a choisi d'utiliser un décor dépouillé par opposition aux images de Mason Poole présentées plus haut où le décor influe grandement sur l'univers.

Le décor et la lumière viennent appuyer le stylisme et le travail de l'équipe beauté dans la création de l'héroïne de cette oeuvre artistique qu'est un éditorial de mode. Ce n'est cependant pas l'unique statut que le modèle possède au sein de ce type d'image.

- Sur lui : stylisme et enjeux économiques derrière l'image

Le statut du modèle est également celui de *modèle* au sens étymologique, c'est à dire modèle de référence à l'imitation ou à la reproduction. Il est un idéal de présentation car son rôle premier est d'être objet de convoitise et d'envie et ainsi de provoquer une vente.

“La fonction première de la mode est celle, économique, de faire vendre, ou de mieux faire vendre, en tout cas de contribuer à faire vendre, un vêtement.”¹⁷

En effet, même si la photographie de mode et la mode elle-même appartiennent au monde de l'Art et donnent lieu à des expositions jusque dans les plus grands musées (Fashion Forward aux Musées des Arts Décoratifs, rétrospective de Tim Walker au Design Museum de Londres), la mode et sa photographie appartiennent tout de même à un système économique qui repose sur la vente et donc la création de besoins.

La publicité est ce qui fait vivre les magazines de mode mais pas ce qui fait qu'on les achète. La vente du magazine en kiosque dépend de la qualité de ses visuels et de ses articles et de sa capacité à nous faire rêver. Le stylisme des éditoriaux doit

¹⁷ *Ibid*, p.79

répondre à des impératifs liés aux annonceurs principaux du magazine qui font vivre celui-ci, mais également à la notoriété des marques et de leur aptitude à attirer le regard. Le modèle est cet instrument du désir qui nous montre les subtilités d'un vêtement tout en sachant parfois rester en retrait.

“une photographie de mode, c'est avant tout une photographie qui va mettre en avant un vêtement ou un produit. A travers une esthétique, mais ça reste *de la campagne où on se permet des choses un peu plus osées*. Mais l'enjeu reste de vendre un vêtement et de mettre en valeur celui-ci ainsi que les matières, les détails etc. Si le visage du mannequin est recadré et qu'il n'est plus apparent ce n'est pas très important.”¹⁸



Figure 23 : Photographie extraite de “Bianca L’essentielle” par Thomas Nutzl,
L’Officiel Latvia, octobre 2011

Sur l’image de Thomas Nutzl, le visage de Bianca Balti est masqué par une capeline.

¹⁸ GUILLONNEAU Benjamin, entretien du 24 mars, annexe 2, p.7

Masquer le visage permet d'attirer le spectateur vers d'autres points de l'image comme les détails du vêtement. Ici, le regard est capté par la main qui se détache de l'ensemble noir sur lequel elle est posée. Cette main nous amène à observer la jarretière des bas de chausse ou à nous concentrer sur le détail en velours du revers de la manche. On sera toutefois attiré par le rouge de la bouche, qui appuie la sensualité du modèle.

De plus, l'absence de visage, qu'elle soit partielle ou totale, permet une projection du spectateur à la place de ce modèle référent. Cela l'incite donc à s'imaginer porter le vêtement et donc à se projeter à la place de cet idéal de beauté inaccessible. Inaccessible car irréel, en effet au delà même de ce corps contraint, le jeu de la lumière et le travail de post-production pousse la perfection à un niveau qui ne fait plus partie de l'ordre du réel. Tout comme les courbes de *la Grande Odalisque* d'Ingres ne pouvait être que fabriquées par des biais illusoires, ces corps de mode, déjà normés pour atteindre un standard de beauté, sont retravaillés pour atteindre une beauté chimérique.

- Le personnage : pose, coiffure et maquillage

Héros, idéal, le mannequin est tout d'abord interprète.

“Je pense que la personnalité de la fille ne devrait jamais intervenir, [je pense] que le mannequin en tant que personne réelle n'a aucun intérêt”¹⁹

Par ces mots Irving Penn ne dénigre pas le modèle mais met en avant ce point essentiel du travail du modèle qu'est son rôle d'interprète. Ce n'est pas à la personne réelle que l'on s'intéresse mais à sa capacité à se transformer et à s'adapter à un personnage. C'est par la pose que le modèle rentre dans un jeu d'acteur.

¹⁹ citation d'Irving Penn in Quick Harriett, *Catwalking: A History of the Fashion Model*, Book Sales, 1999, p.85



Figure 24 : Photographies extraites d'une série sans titre par SADLI Karim, *M Le Magazine*, décembre 2015

Le modèle n'est donc plus un individu mais un porteur de masque, il est *persona*. Comme nous l'avons vu, le travail du modèle est de se fondre dans son personnage, d'être un autre le temps d'une série, soit d'être cet acteur de l'image fixe. Dans ces photographies de Karim Sadli, le modèle Rianne Van Rompaey incarne la solitude et l'attente. Dans l'image de gauche, Karim Sadli nous présente une jeune femme assise devant une fenêtre ouverte, les genoux entre les bras, le regard fixe. A travers sa position on peut sentir de la vulnérabilité. Son regard fixe nous emmène vers le questionnement et la solitude. La position du mannequin traduit l'ennui et l'isolement. Le stylisme appuie un esprit *cocooning*²⁰ : un pull large à l'apparence douce, un pantalon en matière fluide et des baskets à l'esprit pantoufle, cette tenue est une tenue d'intérieur. La deuxième image vient s'intégrer comme une autre vision de l'attente et l'expression d'une certaine lassitude. On y ressent la sensation du froid, le vent qui souffle comme l'on peut l'apercevoir dans le mouvement des cheveux. Rianne Van Rompaey s'appuie sur cet arbre dans un mouvement qui traduit la fragilité, cette main posée semble chercher la matière, une accroche de réalité. La

²⁰ terme qui renvoie à des matières chaleureuses et douces.

période de publication, soit décembre 2015, vient renforcer cette impression de froid et de solitude. La pose, l'expression et le décor viennent créer une histoire complète à travers seulement deux images. Ce n'est pas un mannequin que l'on voit mais un personnage à part entière. La pose du corps et les expressions du visages ne sont pas les seuls éléments permettant au mannequin d'intégrer son rôle. Le maquillage et la coiffure tendent à masquer les traits de l'individu afin d'aider le mannequin à devenir personnage.



Figure 25 : Photographie extraite de la série “AMANDA, ASHLEIGH, GRACIE, BINX, SABRINA, OLA & OTHERS” par VANDERPERRE Willy, *Another Magazine*, printemps été 2014

Cette image de Kristine Froseth est issue d'un éditorial de Willy Vanderperre pour *Another Magazine*. Ici, on est plus dans une dimension plastique, alors que les images de Karim Sadli étaient dans un esprit plus épuré avec une forte dimension psychologique. Le maquillage insère le mannequin dans l'image par un certain mimétisme de l'esprit du vêtement. Réutilisant la géométrie, la préciosité et venant

contrasté les codes colorés du manteau et du pull, ce maquillage qui vient effacer la personne au profit du rôle se présente comme un masque éphémère. De la même manière que les acteurs grecs et romains se couvraient le visage avec le *prosôpon* ou le *persona*, le mannequin utilise ce camouflage à même la peau pour modifier ses traits. Ici, très imposant il peut se faire plus discret.

Le modèle par son rôle d'acteur a une position délicate qui le place à la fois dans l'ombre et dans la lumière, au devant et à l'arrière de la scène. Modèle de référence, héros ou interprète, certains élus du système de la mode obtiennent un nouveau statut : celui de personnalité médiatique.

- Le phénomène de *starification* ou le changement de statut

Enfin, après avoir inscrit les mannequins dans une dynamique de beauté normalisée, après avoir lissé les visages et unifié les corps, la mode choisit ses favoris et les hisse à un nouveau statut : celui de personnalité médiatique. Kate Moss, Barbara Palvin, Cara Delavigne sont les égéries d'un système, les identités d'une maison, les *visages de la mode*. Cette *starification* de la *cover-girl*²¹ est un point également abordé par William Klein dans son film. Déjà en 1966, très peu de mannequins était connus par leur nom en dehors de celles qui étaient également actrices ou chanteuses. Un mannequin n'a pas, à priori, d'identité médiatique mais il peut l'acquérir.

Le visage d'un mannequin lambda répondant à des critères de beauté standardisés, ne déclenche pas de mécanisme de reconnaissance contrairement à ce qui est requis par le portrait. Le regard s'arrête ainsi assez peu sur ce visage *banal*, dans le sens qui ne présente aucun élément singulier, qui est conforme à des normes adaptées par opposition à l'unique, terme que l'on prête plus habituellement au visage. En normalisant ses modèles, la mode succède à la peinture et la statuaire mythologique et religieuse dont l'extrême codification avait déjà rendu commun l'incomparable.

²¹ terme issu de KLEIN William, *Qui êtes-vous Polly Maggoo?*, 1966

Or, on s'attarde plus sur une image avec un modèle dont le visage nous est familier que sur un visuel présentant un inconnu.

“[...] durant les deux dernières décennies, sous le fait d'un certain nombre de circonstances qui restent à analyser, les mannequins ont pu devenir de véritables stars, voire des artistes à part entière.”²²

Ce changement de statut commence souvent par l'avènement de quelques rares visages au rang d'égérie d'une marque. Égérie, du latin *égéria*, était le nom d'une nymphe inspiratrice du roi des Romains, Numa Pompilius. Comme tous les personnages mythologique, son visage ne peut qu'être idéalisé et c'est d'autant plus vrai pour ce personnage qui est supposé inspirer une tendance, orienter des choix. Les égéries modernes fonctionnent sur le même principe, elles inspirent une marque, un couturier mais surtout la foule. Car ce ne sont plus les sculpteurs ou les peintres qui créent les nouveaux standards de beauté mais la publicité où une égérie devient un standard de beauté idéale.

C'est ainsi que la jeune et inconnue Kate Moss devient ce top international dont tout le monde connaît le nom : mannequin comme les autres elle se retrouve propulsé en 4 par 3 sur les murs du monde entier en tant qu'égérie de la marque Calvin Klein et ainsi commence sa vraie carrière internationale. Elle n'est alors plus mannequin lambda mais personnalité médiatique et ainsi inspire la mode mais également toute une part de la société.

²² MONNEYRON Frédéric, *La photographie de mode, un art souverain*, op. cit., p106

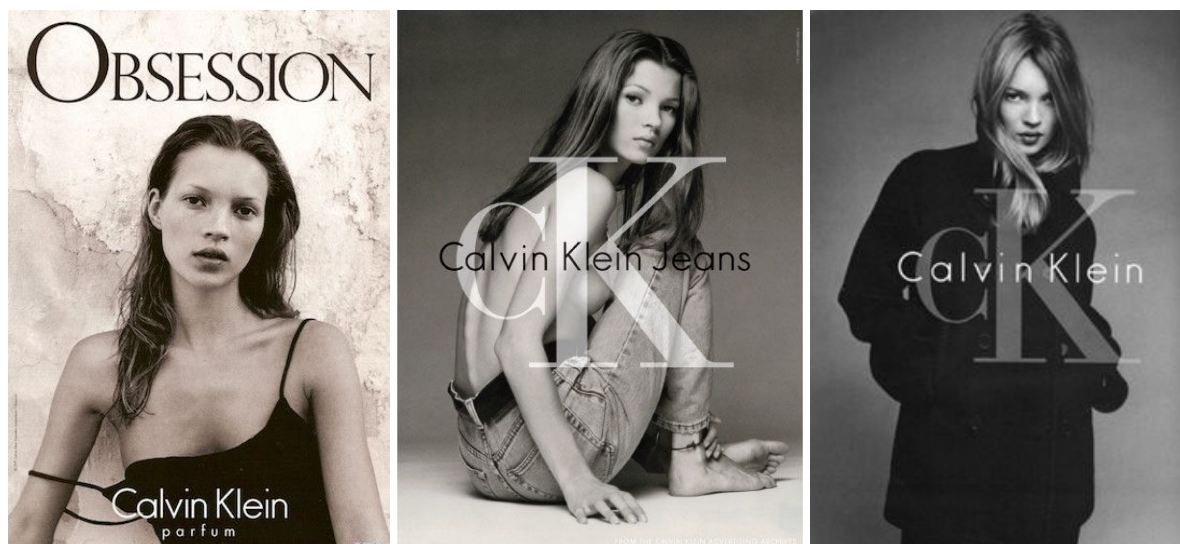


Figure 26 : Publicités Calvin Klein des années 90 mettant en scène Kate Moss photographié par Mario Sorrenti (gauche) et Patrick Demarchelier (centre et droite)

Pour Barbara Palvin ce sera l'Oréal, pour Cara Delevingne, Burberry. Derrière tous ces modèles dont le nom est connu à l'extérieur du cercle fermé de la mode se trouve une marque qui les a propulsées au rang de star. Après être devenue des égéries, ces modèles se retrouvent à faire les couvertures des plus grands magazines où elles sont interviewées et où on les présente comme *le nouveau visage du moment*. Leur réussite est étalée partout, et plus on les voit, plus on les voit. Car de la même manière que tous les magazines s'arrachent les même marques, ils convoitent les même modèles.

Ainsi la *starification* de ces mannequins par les couturiers, magazines et photographes de mode est un outil marketing. Car en effet ces visages nous sont imposés par la multiplication d'images qui les présentent dans notre quotidien. De fait ces égéries sont les *visages de la mode* : reconnaissables et vendeurs. Aujourd'hui, les *individualités* de personnages célèbres ont un aspect vendeur. On s'identifie de plus en plus à des personnes, et cela même est un outil marketing. Donc ce processus s'inscrit dans un procédé mercantile et économique.

Ce changement de statut pourrait compliquer la lisibilité du vêtement et pourtant cette figure connue ralentit le regard du spectateur dans sa consommation

d'image. En effet, alors qu'il feuillette son magazine d'un air distrait, il s'arrêtera plus probablement sur une image présentant une personnalité médiatique qu'il reconnaît au lieu de continuer à tourner les pages. Ainsi la présence de cette personne reconnue, permet une lecture moins superficielle. Du coup, le vêtement qui aurait été seulement aperçu est réellement vu.

Entre portrait et photographie de mode, le portrait de mode met en jeu la nécessité de reconnaissance propre au portrait tout en utilisant tous les codes de l'éditorial de mode qui tend à effacer l'identité du modèle en tant qu'individu. Le portrait de mode lui, met-il en avant l'identité de la personnalité médiatique?

III/ Enjeux divergents à la croisée des genres

Là où le portrait appuie sur le visage et l'individu, la photographie de mode met en avant corps et vêtements. De plus, le portrait est l'expression d'une personne réelle alors que la mode repose sur la création d'un personnage fictif. Ici, nous verrons que lorsque la photographie de mode s'intéresse aux personnalités médiatiques elle fait appel à des corps qui ne répondent pas à ses codifications anatomiques et remet en jeu les questions d'identité et de *mimêsis* qu'elle avait écartées. Le portrait de mode, entre photographie de mode et portrait, amène une personnalité médiatique à paraître entre représentation d'elle-même et incarnation d'un autre. Cette émergence des *personnalités* prises en photo dans le cadre d'éditoriaux de mode est aussi liée à l'importance de l'*individu* aujourd'hui. Le processus d'identification est utilisé à des fins commerciales : en l'occurrence il s'agit de vendre des vêtements et surtout, de vendre des magazines.

IIIa. Le portrait de mode

Qu'est-ce qu'un portrait de mode? Cette partie a pour objectif d'éclaircir cette question et de montrer que ce type d'image à la croisée des genres est aujourd'hui omniprésent dans les magazines de mode. Nous verrons également pourquoi ces

photographies ont pris tant de place sur les couvertures de nos périodiques spécialisés.

- Vers une définition

Un portrait de mode est la rencontre de trois entités : un photographe de mode, une personnalité médiatique et un magazine publiant des éditoriaux de mode. C'est à dire qu'il met en jeu un photographe travaillant principalement dans le secteur de la mode et réalisant des éditoriaux de mode, des visuels publicitaires pour ce secteur, des photographies de défilés ou encore des photographies de collection de type *lookbook*. Une personne bénéficiant d'un rayonnement médiatique important. Elle est donc présente dans différents médias comme les réseaux sociaux, la télévision, la presse et l'internet. Son image y est omniprésente. Dans le domaine de la mode, les personnalités médiatiques qui intéressent sont principalement celles issues des domaines de la musique et du cinéma, ce sont donc principalement des comédiens ou des musiciens, mais certains modèles starifiés peuvent accéder également à ce statut. Une personnalité médiatique a son propre influence sur les tendances puisqu'elle sont de plus en plus idolâtrées et copiées. Ainsi l'utilisation de son image dans un magazine de mode et donc portant du vêtement peut permettre de renforcer une tendance. Les magazines dans lesquelles on aperçoit publiant des éditoriaux de mode peuvent appartenir à l'une de ces trois catégories principales : mode, féminin et *lifestyle*²³. Mais ces magazines n'ont pas uniquement vocation à montrer des vêtements. Ce sont également des vitrines de la société et de sa culture, d'une page à l'autre on glisse de la mode au cinéma, du cinéma à la musique. Il n'est donc pas si étonnant que ces domaines culturelles en viennent à fusionner dans une même image.

D'un point de vue structurel, un portrait de mode est composé d'une série de 4 à 12 images pouvant s'accompagner d'un entretien. C'est un type d'image qui se situe entre le portrait et la photographie de mode car il s'agit d'une agile confrontation entre représentation sociale et exposition de vêtement. En effet, il est évident que le

²³ terme anglais se traduisant par "mode de vie"

personnage se doit d'être reconnaissable, une problématique liée au portrait. Cependant, il est aussi important de mettre en avant des pièces d'annonceurs car ce sont eux qui font vivre le magazine. Un portrait de mode reste dans ses traits généraux une photographie de mode. Ce qui est central dans l'image de la personnalité médiatique mais une attitude *mode* très codifiée qui permet de mettre en avant un vêtement. Il s'agit d'une mise en scène mettant en avant un jeu de pose et de vêtement. Le mannequin est remplacé par la personnalité médiatique mais ça n'en fait pas pour autant un portrait de presse.



Figure 27 : Lana Del Rey par NUTZL Thomas, *Grazia*, septembre 2015

Dans ces images de la très médiatique Lana Del Rey (série complète en annexe 6, p.22), le photographe de mode Thomas Nutzl n'hésite pas à la faire poser comme une mannequin lambda. En effet, l'image de gauche présente la chanteuse avec le visage de profil en partie masqué par une mèche de cheveux. Toutes les marques des éléments de la tenue sont créditées en bas à droite. La pièce phare de cette image n'est d'ailleurs pas tant Lana Del Rey que la veste Hermès qu'elle porte. Sur l'image de droite malgré le regard vers l'objectif il est difficile de ne pas être happée par la

veste bleue Balenciaga qui contraste avec le fond et le teint de peau, qui sont d'ailleurs travaillés en ton sur ton. Un soin particulier a été donné à la coiffure, au maquillage, au stylisme et à la pose. La force de cette image n'est pas dans la représentation de Lana Del Rey mais dans cet ensemble composé. Et pourtant cette citation mise en exergue de la *philosophie* de Lana Del Rey tend à nous faire penser que c'est le cas, la repositionnant comme l'élément central de l'image.

Ainsi un portrait de mode utilise l'image d'une personnalité médiatique mais n'en reste pas moins un éditorial de mode. Cependant, contrairement à une série de mode classique il y aura forcément dans la série d'image un portrait plus serré de la célébrité où elle sera clairement reconnaissable, ce dernier sera d'ailleurs usuellement placé en couverture du magazine afin d'attirer le regard dans les kiosques de presse. Étant l'image la plus proche d'un portrait, elle est également celle où il y a une volonté de *mimêsis* et celle qui permettra de capter le plus facilement un public propre à la personnalité médiatique et non au magazine.

Depuis quelques années, les portraits de mode ont envahis les couvertures de la majorité des grands magazines de mode. La crise de la presse les ayant également touché sévèrement, le portrait de mode permet d'accéder à un public plus large et donc de vendre plus .

- Origine et omniprésence

Récemment, les acteurs de la mode se sont de plus en plus intéressés aux personnalités médiatiques. Ce phénomène peu fréquent à l'origine existe cependant depuis longtemps.

“Dans les années vingt [...] se développent les mannequins du monde. Femmes de la haute société ou actrices de théâtre ou du cinéma naissant se chargent de présenter dans les soirées mondaines les vêtements de grands couturiers”²⁴

La question des médias et de rayonnement médiatique n'existait pas au point où il s'est développé depuis la fin du XXème siècles. Les actuelles personnalités

²⁴ MONNEYRON Frédéric, *La photographie de mode, un art souverain*, op. cit., p.107

médiatiques ont remplacé les personnalités dites *mondaines* du passé. Dans cette citation de Frédéric Monneyron, on ne parle que de femmes car les hommes de la haute société ne s'adonnaient pas au mannequinat alors considéré comme futile. Il y aurait là un questionnement à développer sur lequel nous ne nous attarderons pas car ce n'est pas l'objet de ce mémoire. Pour en revenir à l'utilisation de personnalités publiques, les couturiers ont très vite compris qu'ils n'étaient pas les seuls à faire la tendance et que certaines personnes possédaient une aura sociale qui pouvaient les aider à mettre en avant leurs créations. Les premiers créateurs de tendances sont d'ailleurs les rois et les reines, notamment la reine Marie-Antoinette connue son goût pour la mode et pour avoir inspiré les dames de la Cour et même nos créateurs contemporains. Marie Antoinette était une icône de la mode avant même que cela n'existe. Cependant, au XVIII^{ème}, la reine n'inspire que les femmes de l'élite. Depuis même si la mode de créateur et les pièces portées par nos personnalités médiatiques ne sont accessibles qu'à des personnes aisées, la mode se décline et se copie pour tous les budgets. C'était d'ailleurs déjà le cas dans les années 1920 même si le marché du prêt à porter n'existait pas encore. Des magazines de mode publiaient des patrons permettant de copier les créateurs à budget réduit en passant par une couturière qui faisait les pièces artisanalement une à une. Bien sûr, un vêtement ce n'est pas qu'une coupe mais aussi des matières et des détails mais même si les personnes de classes sociales plus basses ne pouvaient pas s'offrir des originaux, elles pouvaient s'en inspirer. Aujourd'hui, il est rare de prendre le temps de coudre des pièces mais l'évolution économique a vu fleurir de nombreuses marques de prêt à porter pour budget réduit.

L'utilisation d'une personnalité médiatique admirée et enviée a donc un double enjeu : la seule utilisation de son visage attirera un public d'admirateur et le fait de la voir porter une pièce peut appuyer la tendance et faire vendre les vêtements. Du coup, annonceurs, célébrités et magazines y trouvent leur compte puisque que la personnalité publique se sert également des magazines pour faire parler de leur actualité artistique.

La fréquence de publication d'un magazine influe sur le nombre d'utilisation de portrait de mode en couverture. En effet, les semestriels ont toujours pour

couverture un portrait de mode alors qu'un hebdomadaire pourra avoir quelques couvertures avec un mannequin qui n'est pas une personnalité médiatique. Ceci s'explique par la complexité d'organisation qu'ajoute le portrait de mode par rapport à l'éditorial classique. En effet, une célébrité a un emploi du temps généralement surchargé, il est plus compliqué de trouver un créneau où photographes, directeurs artistiques et stars sont disponibles. Néanmoins, il y a toujours une volonté de proposer aussi souvent que possible une personnalité reconnaissable en couverture.

Ce constat de l'omniprésence pose forcément la question des causes de cet engouement. Et à cette dernière s'impose rapidement une réponse simple et assumée par les différentes parties que nous avons déjà soulevé : faire vendre.

- Enjeux économiques

Historiquement la couverture d'un magazine proposant des éditoriaux de mode correspond toujours à une série qui le compose. Dorénavant cette couverture est donc comme nous l'avons vu très souvent issue d'un portrait de mode. Pour un magazine c'est une manière d'augmenter ses ventes, pour une personnalité publique d'augmenter sa visibilité, notamment en période de promotion (sortie d'un film, d'un album etc.).

Pour Nicolas Valois, photographe de mode, cette omniprésence même dans les grands magazines qui publient de la mode est due à la crise de la presse.

“en couverture de tout ces grands magazines on se retrouve avec des actrices, parce que ça fait vendre davantage. Parce que la crise fait qu'on est obligé de faire appel à eux”

Effectivement même si ces magazines vivent principalement grâce aux pages de publicité et donc aux annonceurs leur survie reste liée à leur nombre de ventes puisque sans ventes, il n'y a pas d'annonceurs. Dans ces conditions il s'agit d'attirer le public y compris celui qui ne serait pas un habitué de ce type de magazine.

Benjamin Guillonnet le directeur artistique du Raise Magazine parle de charmer un nouveau lectorat.

“à partir du moment où on est passé en kiosque à l’international on a mis un portrait de célébrité en couverture, parce qu’il faut attirer le chaland qui ne connaît pas le magazine”²⁵

Car une personnalité publique a son propre *lectorat* par le biais de ses *fans*. Ainsi l’utilisation de l’image de telle ou telle célébrité peut permettre une augmentation considérable des ventes.

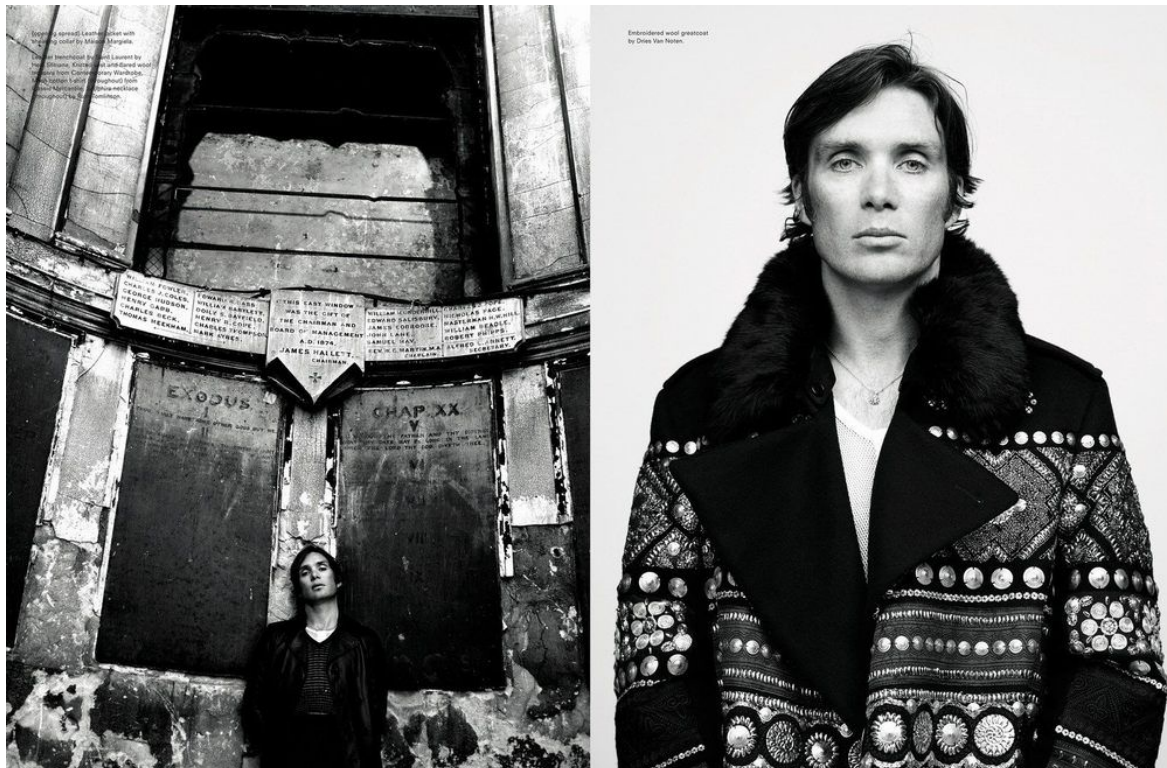


Figure 28 : Cillian Murphy par VANDERPERRE Willy, *Another Man*, A/W 2015

Ces deux images sont issues d’une série de type portrait de mode de l’acteur Cillian Murphy (série complète en annexe 8) réalisée par Willy Vanderperre pour le magazine *Another Man*. Cillian Murphy a joué des seconds rôles dans des grosses productions américaines comme *Inception* et deux des *Batman* de Christopher Nolan, il tient également le premier rôle dans les films *Le vent se lève* de Ken Loach et *28 jours plus tard* de Danny Boyle. Depuis 2013, il incarne également le personnage principal Tommy Shelby dans la série à succès de Steven Knight diffusée sur BBC Two (et Arte en France): *Peaky Blinders*. Cillian Murphy est un acteur avec

²⁵ GUILLONNEAU Benjamin, entretien du 24 mars, annexe 2, p.7

une carrière internationale, on peut donc s'attendre à ce qu'il ait des millions d'individus qui l'admirent dans le monde et surtout au Royaume-Uni et en France. Another Man est un magazine diffusé essentiellement en kiosque aux Royaume-Uni et en France. L'utilisation d'une star masculine du petit et du grand écran, adulée aussi bien par un public féminin que masculin pour son jeu d'acteur mais également pour son physique et une certaine élégance permet d'attirer un public d'admirateurs.

Ce magazine a pour cible un lectorat masculin, mais cela n'empêche pas qu'un public féminin peut être intéressé par le magazine, notamment si ce public admire l'acteur. De ce fait, une personnalité médiatique peut donc élargir le lectorat et influencer positivement les ventes aussi bien pour le magazine que pour les marques des vêtements portés.

IIIb. Enjeux pour le photographe de mode

Le magazine, la personnalité et les annonceurs sont donc tous satisfaits lorsqu'ils se retrouvent pour la réalisation d'un éditorial de type portrait de mode. Mais qu'en est-il du photographe?

- Conséquences pour le photographe

Réaliser un portrait de mode pour un photographe de mode, c'est à la fois une grande pression et une promesse de grande visibilité. Déjà cela vous assure presque toujours de faire la couverture d'un magazine, ce qui est en soit un bel accomplissement. Il s'agit également d'une preuve de confiance de la part du magazine, ce type d'image faisant l'objet d'une exigence et visibilité particulière, on ne les confie pas sans conviction. Réussir à gérer un portrait de mode pour un magazine peut ouvrir la voie à de nombreux autres. Lorsqu'on prend l'exemple du magazine Another, cinq photographes se partagent la quasi exclusivité de toutes les couvertures : Nick Knight, Craig McDean, Alasdair Mclelan, Collier Schorr, Willy Vanderperre.

Cependant, réaliser un portrait de mode c'est également faire face à des directives plus strictes et des nouvelles difficultés.

“On a pas la même liberté, en plus de ça chaque actrice maintenant a ses contrats, donc on ne peut pas faire porter à des actrices des vêtements qui ne sont pas de son contrat donc ça devient extrêmement compliqué”²⁶

Le stylisme est souvent à l'origine de la thématique ou de l'histoire dans un éditorial de mode. Dans un portrait de mode, la personnalité médiatique est au centre de la série et c'est donc différemment que le photographe doit approcher la photographie. Il n'est pas pourvu de la même liberté de création. Il ne peut pas créer une histoire avec un personnage fort, le personnage existe déjà et il s'agit d'une personne avec sa propre représentation sociale et idée de comment elle souhaite paraître. Déjà dans un éditorial classique, le photographe doit respecter un certain nombre de critères comme la thématique et le positionnement des annonceurs dans le stylisme, mais il peut choisir son modèle, l'orientation de la pose et jamais un modèle ne questionnera la lumière du photographe. Dans un portrait de mode, le modèle lui est imposé mais il doit en plus respecter les accords de celui-ci avec certaines marques, l'image publique de cette personnalité médiatique et gérer l'ego de celui-ci. Nous reviendrons plus tard sur la question de la gestion de l'individu, et commencerons par nous poser la question des corps. En effet, un photographe de mode a également l'habitude de travailler avec des corps tous semblables, il a donc un répertoire de pose en tête s'appliquant en réalité à un type de corps. Mais une personnalité médiatique rentre elle dans les normes du corps de mode?

- Des corps *hors-normes*

Nous avons déjà soulevé la question des corps de mode normés et interchangeables dans ce mémoire. Karl Lagerfeld a d'ailleurs donné une définition de cette norme dans le *Libération* du 28 janvier 2005 :

« Le corps *mode* aujourd'hui, c'est une silhouette faite au moule, d'une étroitesse incroyable, avec des bras et des jambes interminables, un cou très

²⁶ VALOIS Nicolas, entretien du 21 mars, annexe 1, p.2

long et une très petite tête. Il ne faut pas avoir d'os trop larges. Il y a des choses qu'on ne peut pas raboter »

Cette citation appuie les observations déjà faites. Cependant, une personnalité médiatique n'est pas un mannequin, elle n'a donc aucune raison de rentrer dans le moule des normes du domaines de la mode. L'utilisation de ces célébrités dans le cadre de portrait de mode apporte donc à la mode des corps qui ne répondent pas à ses standards. Ce type d'image ouvre les couvertures de magazines, les images de mode donc les vêtements de couturiers à un corps qui défie les critères du système de la mode. Les personnalités médiatiques ouvrent le champ de la beauté à des standards élargis et permettent à des individus frustrés par les codes de la mode de se projeter dans des vêtements portés par des corps plus semblables aux leurs que les corps de mode. Même si les stars répondent assez généralement à une codification implicite de la société, ces normes sont moins poussées que celles appliquées aux mannequins.



Figure 29 : Rebel Wilson par INGLISH Doug, Elle UK, mai 2015

En mai 2015, la version anglaise du *Elle* fait sa couverture avec des photographies de Doug English de l'actrice Rebel Wilson. L'actrice australienne aux formes très généreuses est remarquée en 2011 avec le film *Bridemaids*. En seulement cinq ans elle est devenue une des actrices les plus demandées d'Hollywood. Elle est évidemment plus proche de l'exception qui confirme la règle que de la généralité mais c'est un parfait exemple de l'anti-norme.

L'image de gauche qui fait la une du magazine joue sur une pose classique de la mode. Regard vers l'objectif, absence de sourire, mouvement dans les cheveux et surtout ce col qui vient se placer à la limite de l'ovale du visage. Le col remonté qui appuie le mystère et la force du regard est un classique de la mode et donc de ses visuels. Ce col permet un jeu avec les mains mais également avec le visage puisqu'il peut permettre dans cacher une partie, il représente la femme séductrice (voir annexe 8, p.29). C'est avec un manteau en soie et organza Philippa Howden transformé que l'actrice pose, *transformé* car les marques classiques s'arrêtent aux 42/44. Au delà de ces mensurations il faudra faire appel à des marques grandes tailles ou au sur-mesure.

Sur l'image de droite, le photographe joue de la personnalité excentrique et rebelle de l'actrice. La pose montre de l'énergie, de la joie et surtout une femme qui assume son corps et s'en amuse. Sur cette image elle porte une robe Asos Curve en néoprene ajouré, ce qui rend son corps visible par effet de transparence. Cette image défie les classiques de la mode avec un corps hors-normes, une actrice qui sourit et un mouvement qui s'oppose aux poses statiques habituelles.

Rebel Wilson bouscule les schémas établis dans la photographie de mode et permet à un public beaucoup plus large de se rêver en couverture de magazine.

- Gestion de l'individu

Un photographe de mode a l'habitude de diriger le mannequin d'une façon qui lui est propre. C'est généralement le modèle qui s'adapte à la manière de travailler du photographe et non l'inverse. Cependant il est impossible de garder le même fonctionnement face à une célébrité. En effet, un mannequin est une personne au travail dont la principale caractéristique est de savoir se métamorphoser d'une série à

l'autre et ainsi s'adapter non seulement à un univers mais également à l'artiste pour qui il pose. Pour une personnalité médiatique il est important de contrôler son image afin qu'elle corresponde toujours à l'image publique qu'elle s'est créée. Le photographe de mode est ainsi dans une position nouvelle où l'avis de son modèle est d'égale importance (si ce n'est plus) que le sien.

Pour Nicolas Valois tout est une question d'équilibre :

“Tout ça pour dire que c'est un jeu de force, ça dépend des célébrités mais on sait bien que ces gens médiatiques ont une forte personnalité et que nous, artistes, on en a une aussi et qu'il faut que les deux convergent”²⁷

Il s'agit, pour le photographe, de mettre la célébrité en confiance et de l'amener vers ce qu'il a en tête tout en respectant ce qu'elle est. Lorsqu'il parle de jeu de force en délicatesse, il est question de réussir à prendre le dessus pour le photographe afin d'obtenir ce dont il a besoin pour réaliser de bonnes images.

Pour Benjamin Guillonnet, plus qu'un jeu de force c'est une histoire de flatterie :

“Mais quand tu leur laisses le choix ils se sentent flattés ce n'est pas compliqué. Et puis tu as réfléchi à des idées pour eux, en fonction d'eux donc ils sont assez contents. Parce qu'il ne faut pas oublier que c'est des gens qui ont l'habitude d'être photographié tout le temps et qu'ils ont un fort ego et sont assez narcissiques donc il faut qu'ils arrivent à se projeter”²⁸

S'il y a une chose sur laquelle se retrouvent le directeur artistique et le photographe de mode c'est l'ego des personnalités médiatiques. Mais cette question d'ego est une simple question d'individu avec son avis et ses envies. Habitué à prendre en photographie des modèles qui se plient en silence à la direction artistique et aux photographes, prendre en compte le positionnement d'une célébrité peut ressembler à une confrontation d'ego. Cette confrontation est également celle d'enjeux divergents, pour le photographe il s'agit avant tout de faire une belle image qui lui correspond, pour un magazine de mettre en avant des pièces de ses annonceurs, pour une célébrité médiatique il s'agit surtout de se reconnaître et de pouvoir propager son image de la manière qui lui convient. Alors comment un

²⁷ VALOIS Nicolas, entretien du 21 mars, annexe 1, p.2

²⁸ GUILLONNET Benjamin, entretien du 24 mars, annexe 2, p.7

portrait de mode réussit-il à proposer une rencontre entre mode et portrait qui convient à tous les parties en jeu?

IIIc. Rencontre d'enjeux divergents

Réaliser un portrait de mode nécessite pour le photographe de prendre en compte ses propres idées, les intentions du directeur artistique du magazine bien sûr mais également la volonté de la personne que l'on photographie, son historique et ce qu'elle représente. A quel point la personnalité médiatique joue-t-elle le jeu de l'interprétation dans un portrait de mode?

- De personnage à personnalité médiatique

Lors de la réalisation d'un portrait de mode, il est parfois difficile de transformer une personnalité médiatique en personnage. Plus l'identité publique de la célébrité est forte, plus ce sera compliqué. Une célébrité masculine sera généralement moins évidente à métamorphoser, l'utilisation d'un maquillage fort ou d'une coiffure particulière étant presque impossible pour respecter son image publique. Dans ces cas là les photographes choisissent souvent de travailler sur des ambiances classiques, mettant en avant la pose et le stylisme sans trop modifier le visage de celui qui joue le rôle du modèle. Ce qui est paradoxale dans cette expression, c'est qu'alors que précédemment nous avons parlé du modèle de mode qui joue un rôle pour incarner un personnage, ici on retourne le jeu. Dans le portrait de mode on demande à l'acteur ou au musicien de *jouer le modèle de mode*, comme si la fonction devenait personnage.



Figure 30 : Photographie extraite de “Vincent Cassel” par LINDBERGH Peter, *Numéro Homme*, octobre 2015

Sur ces images Vincent Cassel pose pour Peter Lindbergh (série complète en annexe 9, p.30). Il s’agit donc de la rencontre de deux artistes qui fascinent. Vincent Cassel est le représentant mondial d’une certaine élégance à la française. Connu pour son physique particulier, son charisme magnétique, ses 15 ans de mariage avec Monica Bellucci; et des rôles toujours plus risqués, il envoûte à la fois gent masculine et féminine.

Ce portrait de mode est réalisé pour le hors-série automne-hiver 2015 de *Numéro Homme*, ce qui coïncide avec la sortie du film *Mon roi* de Maïwenn qui a divisé Cannes. Il y incarne un pervers narcissique fascinant et antipathique. Le choix du magazine de mettre en avant Vincent Cassel n’est donc pas anodin, il s’inscrit dans l’actualité médiatique. Lors de la sortie d’un film, les acteurs principaux sont très exposés et les magazines profitent de cette opportunité pour augmenter leurs ventes en faisant la promotion de l’événement. Réciproquement, les acteurs ont besoin d’une couverture médiatique afin de faire parler du film et d’en garantir une visibilité. Sur ces images ce n’est pas le caractère du personnage de Vincent Cassel que l’on expose, mais son image publique de sex-symbol. Séducteur et élégant, en

total look Prada sur la couverture puis en blouson Dior sur l'image de droite. Le choix des marques est également important. Dior et Prada sont des classiques de la couture, des symboles du luxe et de l'élégance. Peter Lindbergh est l'un des plus grands noms de la photographie de mode actuelle. Ces images en noir et blanc épurés est dans la veine du travail du photographe qui n'utilise presque jamais de couleurs. Il réalise beaucoup de photographie de célébrités et la simple utilisation de son nom peut convaincre une personne à poser pour le magazine.

Ces images, même si elles mettent en avant le vêtement qui est crédité, qu'elles ont été réalisées par un photographe de mode célèbre et qu'elles ont été publiées dans un magazine de mode sont un parfait exemple du décloisonnement des genres et de la confusion qu'il peut y avoir dans ce type d'images. En effet, ces images peuvent aussi bien être considérées comme des portraits que comme des images de mode. Des images identiques avec un mannequin lambda est ces images seraient clairement des images de mode, mais dans ce cas précis, il est difficile de pouvoir réellement trancher. L'image publique de Vincent Cassel est tellement mise en avant qu'il est difficile de dire à quel genre appartiennent ces photographies. Finalement, dans le portrait de mode, le personnage à interpréter par la personnalité semble être son propre rôle.

- De personnalité médiatique à personnage

Généralement, la direction artistique s'inspire de l'univers de la personnalité médiatique à photographe. Mais quelques stars aiment pousser le jeu du personnage et se métamorphoser en se laissant happer par un univers fort. Plus le visage de cette personne est connu, plus il est simple de l'entraîner dans une histoire puissante. En effet, il reste important, même lorsque la célébrité joue le jeu du personnage, que ses traits physiques soient reconnaissables par tous puisque l'utilisation d'une telle personne à travers un portrait de mode a pour enjeu de toucher le public de cette personne.



Figure 31 : Photographie extraite de “Pierre Niney” par LAVELLE Thomas, *Raise Magazine*, SS 2013

Dans ces images du *Raise Magazine*, Pierre Niney pose pour le photographe Thomas Lavelle. Pierre Niney est un acteur français qui devient pensionnaire de la Comédie Française en 2010, qu’il quittera en 2015. La réalisation de ces images coïncide avec la sortie du film biographique *Yves Saint Laurent* de Jalil Lespert qui a permis à Pierre Niney d’être le plus jeune acteur à obtenir le César du meilleur acteur pour son interprétation du célèbre couturier.

Les numéros du *Raise Magazine* ont été thématiques à partir du 8ème. Le portrait de mode réalisé pour chaque numéro était alors en accord avec la thématique puisqu’il faisait la couverture du magazine (cf. annexe 10, p.33). Ce numéro été le “dark issue”, la direction artistique s’est donc orienté vers un univers morbide bien qu’édulcoré. Le thème de la mort est traduit par les fleurs et couronnes mortuaires mais également par le traitement colorimétrique de la peau qui crée un teint gris presque cadavérique. Le stylisme a également été choisi en conséquence : sur l’image de gauche le bijou de col Lanvin imitation rose noire rappelle l’esprit des fleurs mortuaires qui entourent le visage de Pierre Niney. Le costume Mélinna Gloss est très élégant, il aurait pu être choisi pour un enterrement cercueil ouvert. D’ailleurs sur le portrait en couverture qui a le même stylisme (cf. annexe 11, p.36)

Pierre Niney lance un regard vers l'objectif vide d'expression et fixe qui accentue l'impression de regarder un visage hors du temps, ni mort ni vivant. Cela n'est pas sans nous rappeler la photographie de Sarah Bernhardt dans son cercueil par Achille Melandri. Sur l'image de droite le costume, la cravate noire et la chemise blanche peut rappeler les employés des pompes funèbres. Même si dans ce cas précis l'ensemble est signé Yves Saint Laurent.

Cette ensemble clin d'oeil peut également rappeler le couturier que Pierre Niney a incarné. L'acteur a une image d'homme raffiné, élégant et toute en finesse notamment depuis son incarnation d'Yves Saint Laurent.

Dans cette série d'image, Pierre Niney se laisse entièrement emporter dans l'univers de Thomas Lavelle et de Benjamin Guillonnet. Il s'adapte à l'histoire et à l'esprit de la direction artistique, incarnant totalement un personnage. Cependant, le stylisme et l'esprit de la prise de vue ont été créés en fonction de lui. Le thème de la mort aurait pu être abordé de nombreuses façons. Le personnage incarné ne vient pas masquer pour autant les traits de l'acteur et l'esprit n'est pas en contradiction avec son image. En effet même cadavérique, le personnage reste tout en élégance et finesse comme l'est Pierre Niney. Ces images par l'incarnation du personnage, les poses et le jeu d'accessoires qui viennent appuyer un stylisme en accord avec l'histoire sont plus proches de la mode que celles de Vincent Cassel. Ce portrait de mode oscille cependant toujours entre portrait et série de mode. Pierre Niney est le centre de ces images, le stylisme sert le sujet mais ce n'est pas autour de lui que l'univers a été créé mais bien autour de la thématique du magazine associé à ce que dégage l'acteur.



Figure 32 : Photographie extraite de “Cate Blanchett” par VANDERPERRE Willy,
Another Magazine, A/W 2013

Ce dernier portrait de mode est un exemple de cas plus rare et très différent. Dans ces images de Cate Blanchett réalisées par Willy Vanderperre pour *Another Magazine*, l'actrice devient personnage, elle joue un rôle dans une histoire présidée par le vêtement. Ces photographies sont un portrait de mode mais quand Benjamin Guillonnet, Nicolas Valois et Ed Alcock ont eu à définir le genre photographique auxquelles ces images appartiennent, les réponses s'orientaient toujours vers la mode.

Ces visuels ont été réalisés pour le numéro automne-hiver 2013 du semestriel. Soit peu de temps avant la sortie du film *Blue Jasmine* de Woodie Allen (septembre 2013). Les portraits de mode sont toujours réalisés dans un contexte d'actualité.

L'histoire de cette série tourne autour du personnage d'Anita Berber, performeuse de cabaret androgyne du Berlin des années 1920. La couverture annonce le sujet par la phrase “Cate Blanchett, voyageant à travers le temps, l'espace et les nouvelles frontières de la mode”²⁹ (cf. annexe 12, p.38). Dans ce contexte et afin d'extraire Cate Blanchett de toute référence spatiale et temporelle, le photographe

²⁹ traduction personnelle de : “Cate Blanchett, Travelling through time, space and the new frontiers of fashion”

s'est orienté vers le choix du cadre du studio avec un fond uni. Le seul décor présent dans cette série d'image est un parterre de fleur (cf. annexe 12, p.39). Les fleurs sont des éléments non signifiants d'un point de vue spatial. Ce qu'elles apportent dans la série est de l'ordre de la poésie et de la magie. Afin d'appuyer cet univers fantasmatique à l'héroïne solitaire, Willy Vanderperre choisit une lumière dure qui augmente la luminosité du teint par contraste avec un fond noir dans lequel se perdent les vêtements et les cheveux de l'actrice. La coiffure qui plaque les cheveux en arrière pour les faire disparaître dans le fond vient insister sur un esprit androgyne. Le maquillage s'inspire des maquillages de scène d'Anita Berber : un trait de liner très épais, une peau très blanche, une bouche rouge pas totalement couverte et des sourcils effacés pour n'en accentuer que la pointe. Ce maquillage clownesque rappelle l'univers des cabarets. C'est également au spectacle que renvoie les multiples expressions dont fait part Cate Blanchett dans cette série : entre regard dominateur, sourire étrange et douceur du regard, l'actrice est envoûtante et nous transporte d'image en image dans un monde de jeu et d'étrangeté.

Le stylisme vient également nous orienter vers l'idée du cabaret en commençant par les choix de couleurs. Le rouge et le noir sont des nuances emblématiques de ces lieux de spectacle. Pour donner l'inclination cabaret, le stylisme joue sur une alternance de tenue sensuelle ou imposante. Sur l'image de gauche, Cate Blanchett porte un manteau en cachemire rouge signé Dior qui possède un noeud disproportionné autour du cou, sur l'image de droite c'est un foulard noir à pois rouge en soie de chez Dolce & Gabbana noué sur le cou et une robe rouge en soie et taffetas Miu Miu dans un esprit nuisette chic. Des broderies au foulard à pois, chacun des éléments du stylisme peuvent renvoyer à des tenues d'Anita Berber tout en respectant les collections et tendances de l'automne-hiver 2013. Il s'agit d'une adaptation contemporaine de l'esprit de la danseuse et non d'une copie à l'identique. Une série de mode, même lorsqu'elle s'inspire d'un personnage historique, doit répondre aux tendances du moment. Il ne convient pas d'utiliser des costumes d'époque, il faut utiliser des pièces significatives des grandes maisons de coutures et de prêt-à-porter de luxe.

L'univers visuel créé par cet ensemble d'éléments nous transporte dans un monde magique et imaginaire. On oublie le *mimêsis* dans cette série, il ne s'agit plus

de reconnaître l'actrice à tout prix mais bien d'emporter le spectateur dans un univers onirique. Cate Blanchett se prête au jeu du personnage, ce n'est pas son image publique qui est mis en avant mais sa capacité à en interpréter une autre aussi bien en photographie que dans un film. L'actrice se laisse guider tel un mannequin dans la création de la direction artistique et du photographe, laissant la question de sa propre représentation de côté.

Conclusion

La question de l'ambivalence entre personnage et personnalité est déjà présente dans le portrait et la photographie mode, même si le portrait de mode en est un exemple formel.

Nous avons pu voir que les premières représentations d'êtres à formes humaines de la statuaire hellénistique exposaient des corps répondant à des normes aussi strictes que celle du corps de mode. Dans ce contexte de codification ce n'est pas la singularité des traits qui permet de distinguer le personnage mais ses accessoires.

Et alors que le portrait d'apparat est supposé être une représentation objective d'un individu, il est souvent du côté du fantasme et de la représentation d'un idéal. Ceci est la conséquence de plusieurs idées : le leurre de l'identité et l'influence économique. En effet, représenter une personne de manière objective est un exercice presque impossible puisque cet individu est déjà dans une représentation sociale qui tend vers une certaine forme d'idéal. De plus, l'enjeu de la *commande* dans la réalisation du portrait fausse sa neutralité. Qui irait commander un portrait à un artiste qui plutôt que de sublimer ferait toujours preuve d'objectivité, quitte à ce que le sujet ne soit pas à son avantage? Même si le portrait conserve une nécessité de ressemblance, c'est souvent idéalisé que le sujet apparaît.

Quant à elle, la photographie de mode repose sur l'exposition du vêtement et des tendances actuelles. Elle est régie par de nombreux impératifs telles que l'utilisation de pièces des annonceurs des magazines dans lesquelles elle paraît, les normes imposées aux corps de mode et les inclinations du moment. Afin de mettre en avant le vêtement, les éditoriaux prennent la forme d'histoires dans lesquelles les mannequins sont des personnages qui s'inscrivent dans l'univers des pièces présentées. Les modèles jouent rôle et ce n'est donc pas leur propre personne qu'ils présentent mais celui du héros de l'histoire. La mode écarte ainsi le principe d'identité dans ses photographies. Et pourtant certains modèles starifiés viennent

reposer la question de l'identité dans la photographie de mode en devenant personnalités médiatiques. Ainsi, ce n'est plus une thématique qui est mis en avant mais un individu, même si l'objectif reste de vendre des magazines et du vêtement.

Dans le portrait de mode, il s'agit de faire coïncider les enjeux des deux genres précédemment nommés. C'est à dire que la personnalité médiatique, issue principalement du monde du cinéma ou de la musique, doit être reconnaissable bien qu'idéalisée, mais le vêtement doit également être mis en avant. Ce type d'image répond donc aux besoins d'exposition de la personnalité et aux enjeux mercantiles du magazine et des marques en gardant une certaine ambivalence entre personnage et personnalité. Le portrait de mode qui se présente, comme un éditorial, sous la forme d'une série d'images permet par son caractère multiple de répondre aux besoins de la mode ou du portrait en fonction des images qui le composent. La célébrité doit être dans une représentation qui tient du personnage de manière bien paradoxale : en effet il s'agit souvent pour elle de jouer son propre rôle.

Bibliographie

Le corps

Ouvrages théoriques

- ARDENNE Paul, *L'image corps, figures de l'humain dans l'art du XXe siècle*, Editions du regard, 2001, 509p.
- DÉTREZ Christine, *La construction sociale du corps*, Seuil, 2002, 257p.
- COURTINE Jean-Jacques, *Déchiffrer le corps, penser avec Foucault*, Editions Jérôme Millon, 2011, 167p.
- BERNARD Michel, *Le Corps*, Seuil, 2015, 210p.
- SFORZINI Arianna, *Michel Foucault : une pensée du corps*, PUF, 2014, 160p.
- ANDRIEU Bernard, *Philosophie du corps*, VRIN, 2010, 384p.

Articles en ligne

- FÉDIDA Pierre, « CORPS - Soma et psyché », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], URL : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/corps-soma-et-psyche>. Consulté le 04/05/2016

Le visage

Ouvrages théoriques

- BAQUÉ Dominique, *Visages : Du masque grec à la greffe du visage*, Editions du Regard, 2007, 223p.
- COURTINE-DENAMY Sylvie, *Le visage en question : de l'image à l'éthique*, Editions de la Différence, 2004, 397p.
- LE BRETON David, *Des visages : essai d'anthropologie*, Éditions Métailié, 2003, 327p. [1ère édition Editions A.M. Métailié, 1992, 327p.]
- LEVINAS Emmanuel, *Ethique et infini*, Le Livre de Poche, 1984, 120p.

Sur la photographie

Ouvrages théoriques

- BENJAMIN Walter, *L'oeuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, version de 1939, Folio plus, Editions Gallimard 2000, 163p.

Catalogue d'exposition

- PICAUDÉ Valérie, ARBAIZAR Philippe, *La Confusion des genres*, Bibliothèque Nationale de France, 2001, 192p.

Portrait

Ouvrages théoriques et littéraires

- ALEXANDRA Lorraine, *Les enjeux du portrait en art : Etude des rapports modèle, portraitiste, spectateur*, L'Harmattan, 2011, 198p.
- BAILLY Jean-Christophe, *L'apostrophe muette : essai sur les portraits du Fayoum*, Hazan Eds, 2012, 175p.
- DÉTREZ Christine, *La construction sociale du corps*, Éditions du Seuil, 2002, 257p.
- ERWING William A., *Faire faces : le nouveau portrait photographique*, Actes Sud, 2006, 229p.
- FREELAND Cynthia, *Portraits and persons*, OUP Oxford, 2010, 384p.
- PLATON, *La République*, Flammarion, 2002, 672p.
- POE Edgar Alan, "La lettre volée" in *Histoires extraordinaires*, Flammarion, 2008, 314p.
- POE Edgar Alan, "Le portrait ovale" in *Nouvelles histoires extraordinaires*, Flammarion, 2008, 314p.
- POMMIER Edouard, *Théories du portrait. De la Renaissance aux Lumières*. Paris, Gallimard, 1998, 508p.

Articles en ligne

- DELAUNAY Alain, « PERSONA », *Encyclopædia Universalis* [en ligne]. URL : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/persona/>. Consulté le 04/05/2016
- DUMÉRY Henry, SINDZINGRE Nicole, « PERSONNE », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], URL : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/personne/>. Consulté le 04/05/2016
- ILDEFONSE Frédérique, « La personne en Grèce ancienne », *Terrain* [En ligne], 52 | mars 2009, mis en ligne le 10 mars 2012.
URL : <http://terrain.revues.org/13577> , Consulté le 29/04/2016

Mythe, nymphe et fantaisie

Ouvrage théorique

- DIDI-HUBERMAN Georges, *Ninfa fluida: Essai sur le drapé-désir*, 2015 Gallimard, 224p

Articles en ligne

- KAUFMANN Pierre, « IMAGINAIRE ET IMAGINATION », *Encyclopædia Universalis* [en ligne],
URL : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/imaginaire-et-imagination>. Consulté le 04/05/2016
- SALLES Catherine, « ÉGÉRIE », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], URL : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/egerie>. Consulté le 05/05/2016

Pensée la mode

Ouvrages théoriques et historiques

- BELFANTI Carlo Marco, *Histoire culturelle de la mode*, IFM / REGARD, 2008, 380p.
- BLANC Odile, *Vivre habillé*, Klincksieck, 2009, 180p.
- DARWIN George-H., *L'évolution dans le vêtement*, éditions ALLIA, 2014, 48p. [1ère édition : Macmillan's Magazine, n°26, 1872]
- FAIVRE Daniel, *Tissu, voile et vêtement*, L'Harmattan, 2007, 192p.

- GODART Frédéric, *Penser la mode*, IFM / REGARD, 2011, 227p.
- LIPOVETSKY Gilles, *L'empire de l'éphémère , La mode et son destin dans les sociétés modernes*, Editions Gallimard, 1991, 340p.
- LIPOVETSKY Gilles, *L'ère du vide, essais sur l'individualisme contemporain*, Essais Folio, 1989, [1ère édition :Editions Gallimard 1983], 336p.
- MONNEYRON Frédéric, MATHIEU Patrick, *L'imaginaire du luxe*, IMAGO, 2015, 192p
- MONNEYRON Frédéric, *La frivolité essentielle*, Presses universitaires de France, 2014, 216p.
- MONNEYRON Frédéric, *La mode et ses enjeux*, Klincksieck, 2010, 143p.
- MONNEYRON Frédéric, *La sociologie de la mode*, Presses universitaires de France, 2006, 127p.
- SIMMEL Georg, *Philosophie de la mode*, Editions Allia, 2013, 59p.
- SOMMIER Eric, *Essai sur la mode dans les sociétés modernes*, L'Harmattan, 2007, 228p.
- WORSLEY Harriet, *100 idées qui ont transformé la mode [« 100 ideas that changed fashion »]*, Paris, Seuil, 2011, 215p.

Colloque

- OLENDER Maurice, SOJCHER Jacques, *La Séduction - Colloque de Bruxelles 1979*, Paris, Aubier Montaigne, 1992, 220p.

Sur la photographie de mode

Ouvrages théoriques

- MONNEYRON Frédéric, *La photographie de mode, un art souverain*, Presses universitaires de France, 2010, 237p.

Catalogue d'exposition et monographie

- ANGELETTI Norberto, OLIVA Alberto et al. (trad. Letellier Dominique, Pétillet Alice), *En Vogue - L'histoire illustrée du plus célèbre magazine de mode*, Paris, White Star, 2007, 410p.

- BLUMENFELD Erwin, BLUMENFELD. *Le culte de la beauté*, Editions de la Martinière, 1996, 256p.
- DERRICK Robin, MUIR Robin, *Vogue inédits, Histoire secrète de la photographie de mode*, Editions du Collectionneur, 2002 , 352p.
- ESKILDSEN Ute, Jeu de Paume (Paris), Erwin Blumenfeld, *Erwin blumenfeld : photographies, dessins et photomontages*, Hazan, 2013, 263p.
- HERSCHDORFER Nathalie (préf. BRANDOW Todd), *Papier glacé : un siècle de photographie de mode chez Condé Nast [« Coming into fashion »]*, Paris, Thames & Hudson, 2012, 296p.
- KRAUSS Rosalind, ELISSAGARAY Caroline, GASSMANN Pierre, *Maurice Tabard, photographe*, Editions Contrejour, 1987, 103p.
- ROVERSI Paolo, *Studio*, Steidl, 2007, 120p.

Articles en ligne

- DONDERO Maria Giulia «Les aventures du corps et de l'identité dans la photographie de mode», *ACTES SÉMIOTIQUES* [En ligne]. 2014, n° 117. URL : <http://epublications.unilim.fr/revues/as/4979>. Consulté le 04/01/2016
- GODEFROY Cécile, « La photographie au service du simultanéisme », *Études photographiques*, 12 | novembre 2002, [En ligne], mis en ligne le 20 septembre 2008. URL : <http://etudesphotographiques.revues.org/322>. Consulté le 05/01/2016

Filmographie

- ANTONIONI Michelangelo, *Blow up*, 1966
- DONEN Stanley, *Funny Face*, 1957
- VADIM Roger, *La Bride sur le cou*, 1961
- KLEIN William, *Qui êtes vous, Polly Maggoo?*, 1966
- MASSOT Joe, *Wonderwall*, 1968

Magazines de mode

- *Another / Another Man*
- *Elle*
- *i-D*

- *L'Officiel*
- *Madame Figaro*
- *Numéro / Numéro Homme*
- *Raise Magazine*
- *Vogue Paris*

Tables des illustrations

Figure 1, à gauche : Buste d'Ariane de Faléries, daté du IIIème siècle av. J.C., Louvre.....	15
Figure 2, à droite : Tête de type "Aphrodite de Cnide" dite "Tête Kaufmann", daté du V ou IVème siècle av. J.C., Louvre.....	15
Figure 3 : BATONI Pompeo, <i>La Vierge de l'Annonciation</i> , 49cm x 39cm, vers 1741-1742, Louvre.....	16
Figure 4 : DUCREUX Joseph, Pastel de Marie-Antoinette, 64,8 x 49,5 cm, 1769, Château de Versailles. Réalisé à l'intention du Dauphin afin qu'il puisse faire connaissance avec sa future épouse.....	18
Figure 5 : FRAGONARD Jean-Honoré, Figure de fantaisie, 82 x 65cm , vers 1769, Louvre Figure de fantaisie représentant Marie Madeleine Guimard.....	19
Figure 6 : PIERSON Pierre Louis, <i>Countess di Castiglione</i> , 18,7 x 12,5 cm, vers 1863-66.....	20
Figure 7 : HUMBERT DE MOLARD Adolphe, <i>Louis Dodier en prisonnier</i> , 11,5 x 15,5 cm, daguerréotype, 1847, Musée d'Orsay.....	23
Figure 8 : MELANDRI Achille, <i>Sarah Bernhardt dans son cercueil</i>	24
Figure 9 : STUCIN Frédéric, Portrait d'Alice Isaaz.....	26
Figure 10 : AGUADO Olympe, <i>Jean Massol dans le rôle de Fernand Cortez</i> , vers 1854, Musée d'art moderne et contemporain de Strasbourg.....	27
Figure 11 : Exemple de polas présentés en agence, SIGHT management studio, Barcelone.....	32
Figure 12 : Image extraite de KLEIN William, <i>Qui êtes vous, Polly Magoo?</i> , 1966	34
Figure 13 : Extrait d'un cahier de tendance, PECLERS Paris, Printemps-Ete 2017.....	36
Figure 14, à gauche : Photographie de défilé, Prada printemps été 2015, crédit AMO.....	37
Figure 15, centre : Photographie de défilé, Prada automne hiver 2012, crédit AMO.....	37
Figure 16, à droite : Lookbook Diesel Gold, Pré-fall 2016, Kevin SINCLAIR.....	37
Figure 17, à gauche : Lookbook Prada Printemps 2009 produit par Rem KOOLHAAS.....	38
Figure 18, à droite : Lookbook Prada automne/hiver 2009, <i>Real Fantaisies</i> , photographié par Philip MEECH, produit par AMO.....	38
Figure 19, à gauche : Photographie extraite "Arsenic Blues" par VALOIS Nicolas, <i>The Wild</i> , mars 2014.....	41
Figure 20, à droite : Photographie extraite de "Another Country" par POOLE Mason, <i>Elle</i> , octobre 2012.....	41
Figure 21 : Photographie extraite de "Wild Thing" par POOLE Mason, <i>L'Officiel Netherlands</i> , septembre 2013.....	43
Figure 22 : Photographies extraites de la série "The Others" par VALOIS Nicolas, <i>The Wild</i> , septembre 2014...44	44
Figure 23 : Photographie extraite de "Bianca L'essentielle" par NUTZL Thomas, <i>L'Officiel Latvia</i> , octobre 2011.....	46
Figure 24 : Photographies extraites d'une série sans titre par SADLI Karim, <i>M Le Magazine</i> , décembre 2015....48	48
Figure 25 : Photographie extraite de la série "AMANDA, ASHLEIGH, GRACIE, BINX, SABRINA, OLA & OTHERS" par VANDERPERRE Willy, <i>Another Magazine</i> , printemps été 2014.....	49
Figure 26 : Publicités Calvin Klein des années 90 mettant en scène Kate Moss photographié par SORRENTI Mario (gauche) et DEMARCHELIER Patrick (centre et droite).....	52
Figure 27 : Lana Del Rey par NUTZL Thomas, <i>Grazia</i> , septembre 2015.....	55
Figure 28 : Cillian Murphy par VANDERPERRE Willy, <i>Another Magazine</i> , A/W 2015.....	59

Figure 29 : Rebel Wilson par INGLISH Doug, <i>Elle UK</i> , mai 2015.....	62
Figure 30 : Photographie extraite de “Vincent Cassel” par LINDBERGH Peter, <i>Numéro Homme</i> , octobre 2015.....	66
Figure 31 : Photographie extraite de “Pierre Niney” par LVELLE Thomas, <i>Raise Magazine</i> , SS 2013.....	68
Figure 32 : Photographie extraite de “Cate Blanchett” par VANDERPERRE Willy, <i>Another Magazine</i> , A/W 2013.....	70

Présentation de la partie pratique

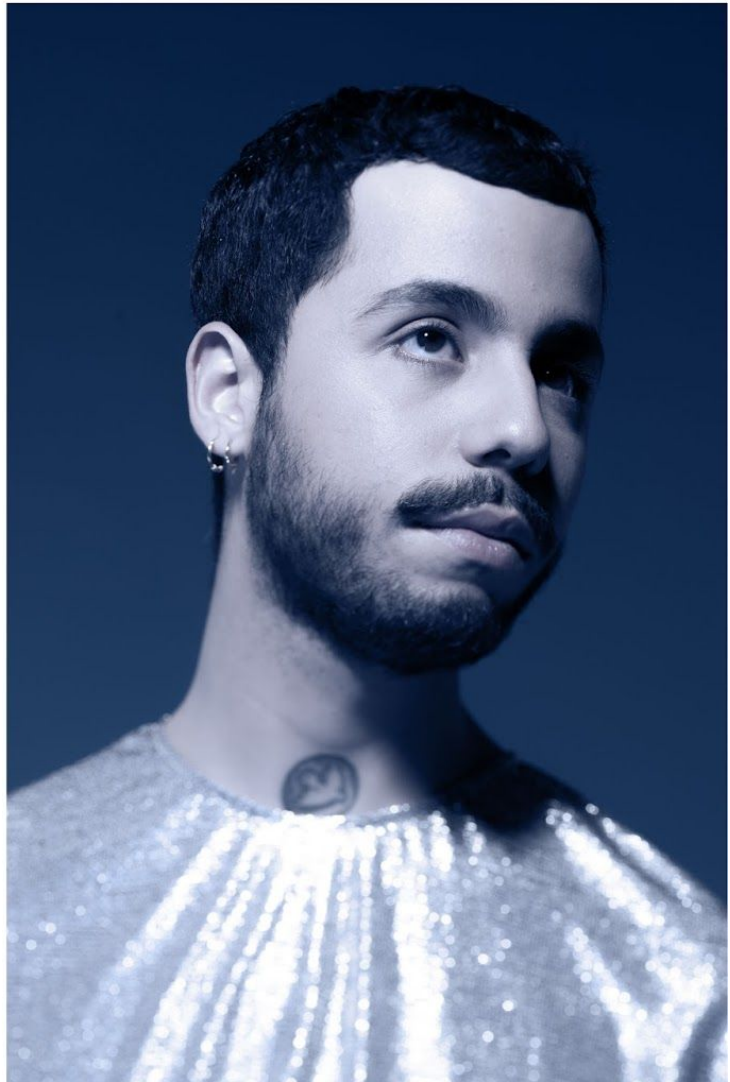
Ma partie pratique s'inscrit dans la continuité de mon mémoire comme l'expérimentation du portrait de mode.

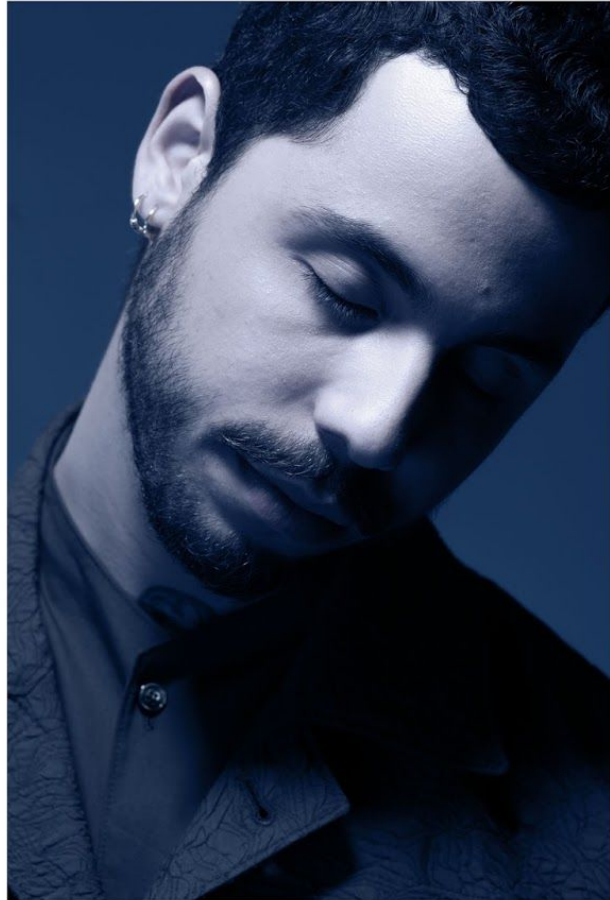
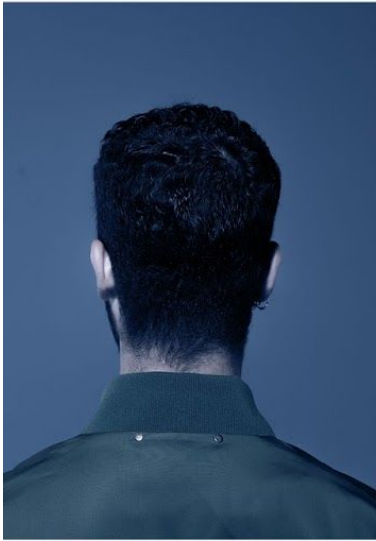
Afin de réaliser cette série d'image, j'ai fait appel à l'auteur-interprète Yanis. Pour avoir une vision totale de son personnage en tant que personnalité médiatique à travers son image et sa musique, j'ai été assister à l'un de ses concerts. Cet événement m'a permis de découvrir la poésie et la sensibilité de son univers et d'appréhender le personnage qui le définit.

J'ai donc choisi de prendre en compte son univers dans la création d'une série d'images qui correspondent à l'univers photographique que je cherche à développer. Dans ce but, ma source d'inspiration première a été son album *L'heure bleue*. C'est donc un nom du même acabit que j'ai donné à cette série *Une heure bleue avec Yanis*. Le portrait de mode met toujours en jeu la question du nom de la personne qu'il représente, voilà pourquoi j'ai décidé de nommer ainsi cette série d'image. A travers cette réalisation, je me suis moi-même posé les questions de l'identité de la personnalité et du personnage de mon histoire. Essayant de réunir les deux dans un portrait de mode qui joue sur la poésie et la douceur de l'univers du musicien, mais également sur ma conception personnelle de l'image de mode et ce que l'on doit en attendre. Ce mémoire m'a permis de mettre un mot sur cette attente qui s'exprimerait par les noms "unité" et "histoire". L'idée est d'amener le spectateur vers un univers cohérent qui exprime une histoire, un sentiment, un personnage.

Le traitement proche du monochrome de bleu exprime, pour moi, le rêve et la poésie, emportant le spectateur dans une dimension abstraite et *hypnotique*. Afin d'appuyer cela, je souhaite présenter ces images sous la forme de tirage A2 dans une pièce sombre mettant en avant par la lumière cinq images sous cadre. Cette présentation répond pour moi à une question de présentation de portrait sous cadre

que l'on pourrait trouver chez le particulier. Les photographies seront toutefois porteuses des codes de l'éditorial de mode : un titre sur l'image d'ouverture et les crédits des vêtements sur chacune des images. Afin de transporter le spectateur dans l'univers de Yanis et de mettre l'accent sur sa dimension médiatique, la chanson *Hypnotized*, dernier succès médiatique de Yanis avec plus de 800 000 vues sur YouTube au 15 mai, sera diffusé en boucle dans la salle d'exposition. Je me suis orientée vers ce morceau en particulier en raison de son titre et de sa construction elle-même faite de répétition. Ainsi, la boucle et la composante répétitive du morceau ont pour but de provoquer également un effet *hypnotique*.





École Nationale Supérieure Louis-Lumière



Mémoire de MASTER 2

Le portrait de mode

Entre personnage et personnalité médiatique

-

ANNEXES

Chloé Romeyer-Jaccommo

Spécialité Photographie - Promotion 2016

Sous la direction de Claire Bras, Professeure agrégée d'arts appliqués à l'E.N.S.

Louis-Lumière et à l'Université Paris I

et de Nadège Abadie, Photographe et enseignante à l'E.N.S Louis-Lumière

Membres du jury

Véronique Figini, Enseignante-chercheure à l'ENS Louis-Lumière

Pascal Martin, Maître de conférence HDR

Claire Bras, Professeure agrégée d'arts appliqués à l'E.N.S. Louis-Lumière et à l'Université Paris I,

Nadège Abadie, Photographe et enseignante à l'E.N.S Louis-Lumière

Quentin Caffier, Photographe

Sommaire

Annexe 1 : Entretien avec Nicolas Valois.....	2
Annexe 2 : Entretien avec Benjamin Guillonnet.....	7
Annexe 3 : Entretien avec Ed Alcock.....	11
Annexe 4 : Série complète “Wild things” par Mason Poole.....	14
Annexe 5 : Série complète “The others” par Nicolas Valois.....	18
Annexe 6 : Série complète Lana Del Rey par Mason Poole.....	22
Annexe 7 : Série complète Cillian Murphy par Willy Vanderperre.....	25
Annexe 8 : Exemples de photographies de mode où le modèle joue avec son col....	29
Annexe 9 : Série complète Vincent Cassel par Peter Lindbergh.....	30
Annexe 10 : Couvertures de 8 des 9 derniers numéros du Rase Magazine.....	33
Annexe 11 : Série complète Pierre Niney par Thomas Lavelle.....	36
Annexe 12 : Série complète Cate Blanchett par Willy Vanderperre.....	38

Annexe 1

Entretien avec Nicolas Valois
le 21 mars 2016

Nicolas Valois est un photographe de mode parisien.

Qu'est-ce qu'une photographie de mode?

Une photographie de mode c'est une image qui doit montrer les tendances vestimentaires via un billet photographique de jeu ou de pas jeu d'ailleurs. Moi je suis plus dans le jeu, j'aime bien raconter quelque chose dans mon image de mode, il y en a qui aiment bien ne rien raconter. Je suis plus dans le narratif et j'essaie de profiter de certains vêtements pour avoir une image qui va me correspondre. Après il faut savoir que dans une image de mode on n'a pas forcément tous la même optique non plus. Quand je travaille avec un styliste lui ne va penser, en exagérant, qu'à la mode, moi je vais penser avant tout à faire une belle image . Lui aussi forcément, mais dans l'image finale son but à lui en tant que styliste c'est de montrer un angle d'un vêtement, la matière, la texture, le tombant, le tombé alors que moi ce n'est pas forcément ma priorité. Ma priorité c'est avant tout de faire une image esthétique qui me plaise, la mode c'est un peu un prétexte pour faire une image qui moi me plaît. Après il faut aimer le vêtement aussi quand tu fais de la photo de mode. C'est un tout après c'est le jeu de la fille, c'est la lumière, c'est le vêtement, le *make-up*, la coiffure, mais moi je ne pense pas que "vêtement". Même si la photo de mode, aujourd'hui il y en a beaucoup qui disent "tu as une fille dans une belle lumière, tu as les épaules nues...", c'est une photo de mode. Non, une photo de mode c'est avec du vêtement, tu dois avant tout parler de vêtement en fait.

Qu'est-ce qu'un portrait?

Un portrait c'est la même chose mais je remplacerais les vêtements par la personnalité et je me rapproche d'elle. C'est à dire que je vais jusqu'aux épaules, pour moi, et je vais essayer d'attraper une émotion avant le vêtement,. Parce que quand on dit portrait c'est davantage une histoire d'expression avant le reste. Moi quand je fais des séries de mode j'ai besoin d'avoir au moins un ou deux portraits sur douze images. Hier j'ai réussi à en avoir deux ce n'est pas toujours évident, parce que justement on en oublie le vêtement. Donc quand on a douze clients sur douze pages

en trouver un qu'on a le droit de croquer c'est toujours un fight avec le styliste, mais j'essaie toujours d'en avoir au moins un. Donc là j'en ai eu deux donc je suis content, où je suis cadré épaulé et où j'arrive à avoir une expression de la fille. C'est plus histoire de force d'expression en fait le portrait. Plus on se rapproche, plus on est dans le personnage. Quand on fait une photo de mode souvent on travaille avec des stylistes qui veulent tout voir de leur ensemble du vêtement jusqu'aux chaussures donc on perd un peu la force du mannequin. Donc se rapprocher c'est toujours, enfin chez moi, un bonheur, car plus je me rapproche du visage plus j'arrive à raconter quelque chose. Après il y en a qui aiment faire bouger le corps et qui racontent des choses comme ça, moi j'ai besoin d'être très proche de la personnalité, du visage pour arriver à faire des choses qui sont plus fortes.

Quelle est la vocation d'un éditorial de mode?

Un éditorial de mode, c'est vraiment montrer les tendances d'une saison, tout en racontant quelque chose avec un choix de mannequin judicieux par rapport au sujet, par rapport au vêtement. Par exemple hier, il y a une grosse tendance africaine en ce moment sur les collections printemps-été, j'ai donc fait une série sur ces inspirations là. J'ai pris une fille qui était en cohérence avec cela, qui était typée, qui avait une force qui correspondait aux forces des vêtements. Le *casting* joue aussi en fonction de tout ça mais la vocation d'un éditorial mode pour un styliste, dans le magazine même, c'est avant tout faire part d'une tendance. Moi comme je disais tout à l'heure, ma priorité c'est avant tout de faire une belle image.

Le vêtement est-il important pour toi, en tant que photographe de mode?

Oui il est important, c'est ce qui m'aide, ce qui me donne l'inspiration. Quand on vous dit, enfin par exemple comme ce que j'ai eu hier, "il y a un sujet Afrique", c'est ce qui va être ma ligne directrice. Parce qu'on ne peut pas faire abstraction d'un sujet si fort. Donc on va s'en servir pour avoir un imaginaire, après faut savoir aussi faire abstraction de ça pour faire des images dont on a envie, dont on rêve, avant de vouloir absolument montrer la couture qui se trouve sur l'épaule qui est très importante aux yeux du styliste etc Parfois c'est intéressant parce qu'il vous pousse dans des recoins où vous avez pas forcément envie d'inspecter et finalement on se rend compte que c'est une bonne idée. Nous avoir poussé vers un truc comme ça, ça donne une photo que vous n'auriez pas faites normalement, qui est recherchée etc Mais bon souvent, j'ai mes idées bien arrêtés, d'où l'intérêt de bien s'entendre avec le styliste pour avoir un travail cohérent, lui sur le vêtement, moi sur les expressions et d'arriver à avoir un travail où tout le monde est satisfait en fait. Autant le vêtement, que la fille qui pose, que nous, d'avoir fait une belle image.

Comment le personnage s'intègre-t-il dans l'image?

Quand on fait une série mode, la mannequin c'est important parce qu'on a besoin d'avoir des filles qui savent poser, qui savent s'imposer, qui donne de leurs personnalités mais en même temps, pas trop non plus. On cherche des gens qui peuvent passer d'un personnage à un autre selon les séries. Ce qui n'est pas le cas avec des célébrités, avec des acteurs etc, on ne peut pas les changer comme on module un mannequin. C'est pour ça que c'est compliqué de faire de la mode avec des célébrités, on ne changera pas leur personnalité, on n'a pas le droit, elles n'ont pas envies. Elles doivent rester elles même, suivre leur ligne de conduite, la ligne de carrière qu'elles se sont données. Donc le but c'est avant tout de les amener vers quelque chose de différent, mais on se rend vite compte que ce n'est pas vraiment possible. Alors qu'un mannequin, son rôle c'est ça, c'est une actrice, on la transforme de part la coiffure, le *make-up*. On peut voir la même fille d'une série à une autre et voir des personnalités complètement différentes. Il y en a plein qui n'imaginerait même pas que c'est la même fille. Avec une personnalité ce n'est pas possible, alors il y en a qui aime se métamorphoser, par exemple Tilda Swinton. Elle a cette possibilité, elle est amoureuse de l'image mais c'est un petit peu un O.V.N.I dans ce monde là. Parce que même quand on voit Isabelle Huppert qui adore la photo, la photo de mode, finalement elle est toujours pareille. Mais c'est dur pour des actrices de faire confiance, quand elles se retrouvent face à des photographes, vous ne la connaissez pas, elle ne vous connaît pas, le temps de vraiment se mettre en confiance, le *shooting* est fini. Tilda Swinton avec Tim Walker c'est une association qui existe depuis des années, et plus ça va, plus il la transforme, il la sublime en même temps. On ne fait pas ce qu'on veut avec une célébrité, on est prisonnier d'un système où comme aux Etats-Unis, il y a quelques années, les célébrités ont envahi la presse de mode jusque dans les *covers*, quand toutes ces stars faisaient les *covers* de tout les magazines comme le Elle, le Vogue etc, la France en était encore aux mannequins. Aujourd'hui la France a pris le même modèle, donc en couverture de tout ces grands magazines, on se retrouve avec des actrices, parce que ça fait vendre davantage. Parce que la crise fait qu'on est obligé de faire appel à elles. Et pour justifier le magazine de mode, on leur fait prendre des vêtements et faire ce travail journalistique sur elles plus que sur le mannequin et on est un peu pris à notre propre piège. Pour que ça puisse exister il faut vendre et pour vendre il faut faire appel à ces gens là. On a pas la même liberté, en plus de ça, chaque actrice maintenant a ses contrats, donc on ne peut pas faire porter à des actrices des vêtements qui ne sont pas de son contrat donc ça devient extrêmement compliqué. J'ai fais un shoot avec une jeune actrice pour Lancôme, bon ce n'était pas de l'édito, mais même si c'était pour Lancôme il fallait qu'elle ne soit habillée qu'en Chanel parce que c'est une ambassadrice Chanel. Il n'y a pas la liberté sur le vêtement qu'on peut imaginer quand on regarde des magazines comme ça, tout est lié par des contrats. Alors qu'un mannequin, il n'y a pas de contrats. Il y a une vraie authenticité et liberté, enfin non, ce n'est pas vrai en fait ce que je dis. Parce que chaque magazine

est pris par d'autre contrat c'est à dire par l'annonceur. Dans une série de douze pages il y aura 100% des annonceurs et ça laisse la place à quelques autres mais c'est plus la même chose qu'il y a quelques années, que je n'ai même pas connu moi, tout est beaucoup plus tendu sur toutes ces histoires de contrats politiques publicitaires ?.

Mais pour revenir à ta question, le mannequin s'intègre parce que vous l'avez fait jouer au début dans un rôle. Et si tu es un bon mannequin tu arrives à tenir ce même personnage jusqu'au bout. Moi, je fais rarement un portrait au début, j'aime bien mettre dans le bain le mannequin, la fille, et au fur et à mesure je me rapproche d'elle et je fais du portrait, là elle est vraiment présente, elle te donne le maximum, parce qu'elle sait ce que tu attends. Et là tu arrives à choper le bon moment qui va faire que ta série se termine par un portrait . Tu réussis à avoir un ensemble : du plain-pied, du plan américain et puis tu as finis par prendre l'essence même de ce qu'elle va te donner dans son portrait. Après, comment la personne médiatisée s'intègre... Et bien avec beaucoup de patience, il faut qu'elle te donne, il faut savoir ne pas gérer la personnalité comme tu gères un mannequin. Moi la toute première fois où j'ai fait une célébrité, je l'avais en exclusivité pour le Elle France, j'avais un peu la pression, c'était mon premier job pour le Elle. J'étais un peu stressé, la styliste aussi, à tel point qu'elle restait dans ses vêtements, elle ne voulait pas venir. Et je l'avais en exclusivité c'est à dire qu'il y avait que nous qui l'avions, et si c'était foiré, c'était foiré. C'était un acteur très connu en Italie, qui commençait à percer en France. J'avais préparé deux sets différents, parce qu'on n'avait que trois heures et qu'il fallait faire genre six images dont une *cover*, une intérieur etc, il arrive avec son agent et je vois qu'il s'intéresse à l'appareil photo, tient je connais cet appareil etc. Et en fait le mec est aussi photographe donc je me dis bon... Et il commence à poser et il ne fait pas du tout ce que je lui demandais. Moi le rédacteur en chef m'avait dit, fait comme tu aimes faire, c'est un italien, c'est un dragueur, fait le vrai mec séducteur etc J'avais commencé à lui montrer, même faire la pose, contre le mur. Et je vois en shootant qu'il ne faisait pas du tout ce que je lui demandais il faisait même un peu l'opposé. Donc je retourne le voir et là il me dit "Je vois très bien ce que tu veux me faire faire et moi ça ne m'intéresse pas du tout". Je shootais au HMI, très mauvaise idée, il me fallait un long temps de pose donc je ne pouvais pas bouger mais du coup je me suis mis à trembler, toutes mes images étaient floues. Ma prise de vue prenait l'eau, j'ai essayé de me remotiver, et puis finalement son agent a vu une image en retour et a dit "ah, c'est pas mal ça", et donc il est venu, il a regardé, ça lui a plu et du coup finalement il m'a donné ce que j'avais envie d'avoir au fur à mesure. On est passé sur l'autre shoot et il a trouvé ça très beau, la lumière était belle, il m'a dit "ah oui ça j'aime bien" et au final, trois heures après il m'a donné exactement ce que je lui avais demandé au début et qu'il ne voulait pas faire. Tout ça pour dire que c'est un jeu de force, ça dépend des célébrités, mais on sait bien que ces gens médiatiques ont une forte personnalité et que nous, artistes on en a une aussi et qu'il faut que les deux convergent et que du coup il faut mettre un peu d'eau dans son vin. Commencer par la mettre en confiance, l'amener vers ce qu'elle a envie et puis petit à petit vous

prenez le dessus et l'amenez vers ce que vous vous avez envie. Donc c'est un rapport de force qui se fait artistiquement. Comment l'intégrer, je dirais avec patience, en la mettant vraiment en confiance afin d'obtenir ce portrait dont tout le monde rêve où en un regard elle va vous donner tout son historique. Ce portrait parfait finalement vous ne l'avez que comme ça, avec patience et acharnement.



Reconnais-tu la personne sur cette photo?

Cate Blanchett

Pour vous à quel genre appartient cette photographie?

Moi je sens une image de mode. C'est marrant parce que tout à l'heure je voulais t'en parler de Cate Blanchett, avec Tilda Swinton c'est les deux seules qui jouent vraiment le jeu. Et pour moi là elle joue le jeu, c'est une vraie actrice, c'est un clown. Il y a peu de femmes qui ont cette créativité. Là c'est vraiment une vraie artiste au service d'un autre artiste. Moi je vois, je vois une photo de mode. Parce que justement c'est une actrice qui joue un rôle en photo comme elle jouerait un rôle dans un film. On ne voit pas dans les films des actrices qui veulent avoir leur vraie personnalité, pour moi cette image c'est une fiction. C'est plus une photo de mode qu'un portrait.

Annexe 2

Entretien avec Benjamin Guillonnet le 24 mars 2016

Benjamin Guillonnet est le directeur artistique du Raise Magazine, diffusé en kiosque à l'international jusqu'à fin 2014.

Qu'est-ce qu'une photographie de mode?

Alors, pour moi une photographie de mode, c'est avant tout une photographie qui va mettre en avant un vêtement ou un produit. A travers une esthétique, mais ça reste *de la campagne où on se permet des choses un peu plus osées*. Mais l'enjeu reste de vendre un vêtement et de mettre en valeur celui-ci ainsi que les matières, les détails etc. Si le visage du mannequin est recadré et qu'il n'est plus apparent ce n'est pas très important. En général les bons magazines de mode vont réussir à raconter une histoire, mais l'enjeu premier de l'édito de mode c'est de vendre des vêtements. Après moi personnellement, je n'aime pas du tout les éditos où la fille à le même *make up*, la même coupe de cheveux et dont on a juste changé les vêtements, pour moi ça c'est hyper chiant. Et un bon edito mode c'est que d'une photo à l'autre on voit qu'il y a eu du travail, on a changé la fille, on a pas juste changé sa tenue.

Qu'est qu'un portrait?

Pour moi le portrait, un portrait réussi... Déjà dans la notion de portrait il y a la notion de cadrage, on se focalise sur le visage, après il y a le dérivé avec le portrait américain mais normalement on est censé être assez centré sur le visage. Ce qui est un peu cliché c'est de dire "les yeux c'est le reflet de l'âme", mais effectivement un portrait c'est assez focalisé par les yeux même si ce n'est pas forcément en direct et que le modèle regarde la caméra, je pense que tout passe par le regard et c'est ce qui va nous intéresser dans le portrait. Après moi quand je fais le portrait des gens, j'aime bien qu'ils se frottent le visage au départ parce que passer derrière l'appareil ça peut "coincer" et j'aime bien essayer de détendre les gens en disant "mais ce n'est pas grave, au pire tu seras moche sur les premiers mais passes ta main sur ton visage, frotte toi les yeux, détends toi" et parfois tu as des accidents et tu saisis une image hyper intéressante alors que ce n'était pas prévu.

Dans un magazine comme le tien, qu'elle est la place du stylisme?

Déjà moi, ce n'était pas vraiment un magazine de mode. Il y avait des éditos mode qui étaient considéré comme un genre au même titre que la nature morte etc. et justement vu que c'était beaucoup plus "arty", le stylisme il y avait une part super importante puisque, du coup c'était presque ça qu'on mettait en valeur car il fallait être un peu excentrique. Ce n'était pas du tout un stylisme classique, l'idée c'était de présenter des pièces de stylisme qui étaient presque de l'art contemporain. Du coup c'était des choses un peu hallucinantes, des mixes de matières et surtout du détournement des pièces : prendre une corde de marin et l'utiliser comme ceinture pour booster un look et pas avoir du tout un stylisme traditionnel où l'on faisait une silhouette *total look* Chanel sortie tout droit du défilé. J'ai toujours essayé d'avoir une image qui fasse un peu "waouh" sur chaque photo et donc par le stylisme ça passait par des choses très écalées en utilisant par exemple une jupe comme une cape.

Avec le Raise, tu dépendais des annonceurs ou pas vraiment?

Pas vraiment, parce que je n'ai jamais réussi à vraiment vendre de la page de publicité du coup on était assez libre. A partir du moment où tu es en papier, que tu as fais plusieurs numéros et que les gens voient que c'est de qualité tu n'as pas du tout de problème pour te faire prêter des vêtements ou de la haute joaillerie. On demandait aux grandes maisons surtout pour les célébrités, pour les éditos au final c'était plus intéressant de demander à des designers qui osent des trucs qu'à des grandes marques.

Pourquoi choisir une personnalité médiatique pour faire un édito de mode?

Parce que ça fait vendre. Tu le mets en couverture et tu vas séduire un nouveau lectorat qui est fan de cette personne. Au départ les sept premiers numéros c'était une photo d'un édito qui était mis en couverture et à partir du moment où on est passé en kiosque à l'international on a mis un portrait de célébrité en couverture parce qu'il faut attirer le chaland qui ne connaît pas le magazine quand il passe en kiosque. Il voit une personnalité qu'il connaît et il se dit "ah bah je l'achète parce qu'il y a un tel en couverture". En plus les gens ne prennent pas forcément le temps de feuilleter le magazine en kiosque. Nos meilleures ventes ça reste Emilie Simon parce que c'était la plus populaire et la plus *bankable* au moment où on l'a fait et qu'il y avait une grosse *base fan*. Ce n'était pas la plus *trendy* des filles mais c'était notre meilleure vente. Et on a réussi à lui mettre une jeune créatrice qui s'appelle Coppélia Pique qui fait des choses un peu "*dreamy*" qui correspondait bien à l'image de la

chanteuse. Des robes avec des gros volumes, des gros papillons mais sans être kitsch et ça a bien marché.

Est-ce que tu choisissais le photographe en fonction de la personnalité à photographier?

Ça dépendait, soit j'avais déjà mon équipe et je voulais faire travailler tel photographe donc je trouvais la personnalité parce que ce n'était pas toujours évident de trouver la star à photographier. Soit, par exemple quand on devait faire Beth Ditto qui finalement nous a annulé et qu'on a fait Isabelle Huppert, vu que je voulais une star du plus au niveau j'avais contacté un photographe "*high level*" parce que je savais que par rapport à l'agent ou à l'attaché de presse en disant c'est un tel qui fait les photos qui à l'habitude de photographier des stars américaines ça change tout. En l'occurrence c'était François Rousseau, il avait déjà photographié Isabelle Huppert deux fois, bon bien sûr elle ne s'en souvenait pas parce qu'elle a affaire à des photographes tout le temps. En plus c'est important d'avoir un photographe qui a l'habitude de travailler avec quelqu'un qui a un fort ego afin que lorsque la personnalité dit "non, je ne veux pas faire ça" tu acceptes et petit à petit tu essayes de l'amener vers là où tu voulais aller mais faut savoir faire les choses de manière intelligente. Donc pour les connus, oui on choisissait le photographe avant et ça faisait partie du moyen de convaincre la star de poser pour nous.

Comment s'intègre la personnalité dans ce type de photographie qui reste tout de même très teintée mode?

Pour moi que ce soit un pure édito mode ou photographier une personnalité, ce qui était important c'était de venir avec une idée, une direction artistique ce qui est mon travail. Du coup l'idée c'était de proposer des *moodboards* en lien avec la thématique du numéro. Proposer des *moodboards* à la personnalité avec des idées très fortes mais avec un large choix pour qu'elle puisse choisir. Avec son attaché de presse, elle choisissait ce qu'elle voulait bien faire, et après on proposait des choses très marquées un peu compliquées, peut-être *too much* et des pistes légères et avec un peu de chance ils allaient choisir la piste la plus créative. Mais quand tu leur laisses le choix ils se sentent flattés, ce n'est pas compliqué. Et puis tu as réfléchi à des idées pour eux, en fonction d'eux donc ils sont assez contents. Parce qu'il ne faut pas oublier que c'est des gens qui ont l'habitude d'être photographiés tout le temps et qu'ils ont un fort ego et sont assez narcissiques donc ils faut qu'ils arrivent à se projeter. Du coup je faisais des *roughs* crayonnés avec directement le portrait de la personne pour qu'ils arrivent à se projeter. Tu mettais toutes les chances de ton côté pour qu'ils acceptent. Je faisais deux trois crayonnés, je mettais deux trois images, un texte de trois lignes pour expliquer le procédé. Isabelle Huppert quand on lui a dit

qu'on allait la photographier au milieu de 500 bougies, j'expliquais qu'on allait la photographier en deux fois, elle sur la chaise et les bougies après.



Est-ce que tu reconnais la personne sur cette image?

Cate Blanchett

Pour toi à quel genre appartient cette photographie?

Pour moi c'est une photographie de mode. Parce que je la reconnais mais elle est quand même très remaniée, avec un maquillage très fort, elle est pas forcément très reconnaissable. Ça aurait très bien pu être Tilda Swinton. Après, je ne sais pas c'est peut-être du Saint Laurent qu'elle porte mais on sent vraiment que la pièce phare de la photographie c'est le manteau. C'est vraiment de la mode

Annexe 3

Entretien avec Ed Alcock
le 8 avril 2016

Ed Alcock est un photographe travaillant notamment en tant que portraitiste pour les plus grands magazines de la presse française.

Qu'est-ce qu'une photographie de mode?

Oula... Je n'en ai aucune idée. C'est tellement loin de ce que je fais je pense, enfin peut-être pas. Ce n'est pas si loin que ça. Non, je ne sais pas du tout.

Qu'est-ce qu'un portrait?

Qu'est-ce qu'un portrait... Ah, vaste question. Pour moi, je pense qu'un portrait c'est surtout une rencontre, que ce soit quelques minutes, voir quelques secondes parfois. C'est rencontrer les gens, parler avec eux, rentrer brièvement dans leur vie. Je pense que c'est ça qui m'intéresse au delà de l'acte photographique. L'acte photographique c'est un vecteur, ça t'amène vers ces personnes.

Après je pense qu'il y a aussi quelque chose d'instinctif, d'inconscient. On n'a pas énormément d'opportunités de vraiment passer du temps à théoriser ce qu'on essaie de faire dans une image. Et ça prend du temps de comprendre ce qu'on essaie de faire.

Que cherches-tu à faire dans un portrait en tant que photographe?

Je pense que j'essaie, ce n'est pas toujours réussi peut-être, mais j'essaie... C'est une sorte de question où je vais tout de suite tomber dans le cliché. Mais je crois que j'essaie, et je crois qu'on essaie un peu tous d'attraper quelque chose. Après j'essaie de ne pas dire quelque chose de complètement évident comme "ouais j'essaie de trouver ce qui est vrai dans ce personnage", ce n'est pas vrai. On ne le trouve pas et la photo ne peut pas le faire. Il y a des limites dans la photo. J'essaie d'attraper un regard furtif qui n'était pas forcément celui que le personnage voulait me donner. Enfin ça dépend, ça dépend si c'est des gens connus, qui sont habitués à l'exercice de se faire photographier et là tu es plus dans un combat, une concurrence entre toi et le

personnage. Parce que eux ils sont plus dans “I’m Brad Pitt, you’ll only see Brad Pitt” et toi tu t’en fous complètement de son Brad Pitt, tu veux ton Brad Pitt à toi. Mais avec des inconnus ou des gens qui n’ont pas l’habitude tu essaies déjà de les aider à comprendre qui ils sont, qui ils veulent projeter. Ce n’est pas évident, se faire photographe, c’est très difficile. Parce que tu n’as pas de miroir en face, alors on sait tous plus ou moins bien poser devant un miroir, mais dès que le miroir n’est plus là c’est tout de suite “ah, je suis qui?”. Je pense que de ce point de vue là je préfère photographe les gens qui n’ont pas l’habitude. J’adore faire ça, mais il n’y a pas beaucoup de marché.

Quelle relation as-tu avec tes modèles?

Encore une fois, c’est différent selon l’habitude que le modèle a. Quand tu fais un portrait de trois minutes il faut surtout que tu assures à avoir une bonne image avant que tes trois minutes soient finis. Tu vas très vite, t’es un petit peu David Hemmings dans Blow Up, un peu de ci, un peu de ça, fais ci etc Tout va très vite, tu sais pas du tout ce que t’es en train de shooter, t’es complètement *warmy*. Et puis quand tu as un peu plus de temps, ce que je trouve curieux et quasi systématique c’est qu’assez vite les gens commencent à parler d’eux. Et à me raconter des choses qui sont vraiment très intimes. Et ça je trouve ça, fascinant, parfois tu as l’impression d’être presque comme une sorte de psy. Et c’est peut être la même chose, comme les gens ne te voient pas trop parce que tu es caché par ton appareil photo, ils commencent par être mal à l’aise puis ils se relaxent un peu parce qu’ils comprennent que je ne vais pas leur faire de mal et ils commencent à partager des choses. Des gens qui me parlent d’où ils en sont dans la vie, des relations qui viennent de se terminer, et moi je suis surpris mais c’est vraiment fascinant. J’aurais du être psy en fait, pas photographe.

Comment est-ce que vous gérer les célébrités dans le cadre d’un portrait?

Moi, je trouve, que peu importe que ce soit des gens connus ou pas, le portrait se fait. Un portrait de célébrité, généralement c’est assez court. Donc tu as un peu une idée en tête, je vais faire ça comme ça, mais c’est plus pour te rassurer. Tu inventes un scénario au cas où ça se passe vraiment mal, c’est une solution de repli. Ce ne sera pas une super photo mais le client sera content et tout va bien. Et puis ils arrivent, et donc tu commences à faire un peu ce que tu as imaginé faire. Et de manière naturelle les gens ont une pose, et puisqu’il faut que tu changes la lumière ou que tu bouges ton trépied enfin peu importe, un truc technique sans intérêt. Du coup les gens arrêtent de poser, ils arrêtent de faire ce qu’ils imaginent être et ils font autre chose mais comme ci tu n’étais plus là et que c’était fini. Et c’est toujours là, c’est toujours ce qu’ils font à ce moment là qui donne l’image. Donc soit on a de la chance et on l’attrape réellement ce moment, soit à partir de ce qu’on a vu on revisite les poses de

la mise en scène afin de travailler autour de l'idée du langage corporel qui leur est propre et que tu as vu et ça fonctionne assez bien. Ce moment que tu n'attends pas qui est du coup fabriqué, on est entre le document et la construction complètement fictionnelle. Inspirée de faits réels.



Reconnais-tu la personne sur cette photo?

Cate Blanchett mais ça pourrait être Tilda Swinton.

A quel genre de photographie appartient cette image?

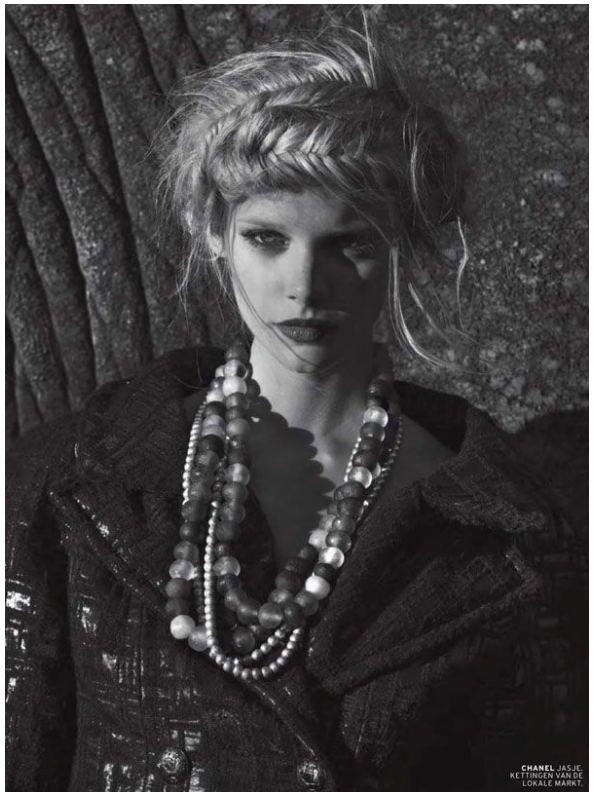
C'est du portrait mais en même temps dans les traits généraux c'est plutôt de la mode. Mode dans le portrait je dirais.



138 | L'OFFICIEL.NL | SEPTEMBER 2013







Annexe 5

“The Others” par Nicolas Valois
éditorial de mode pour *The Wild*, Septembre 2014









Annexe 6

Lana Del Rey par Mason Poole
Grazia, Septembre 2013





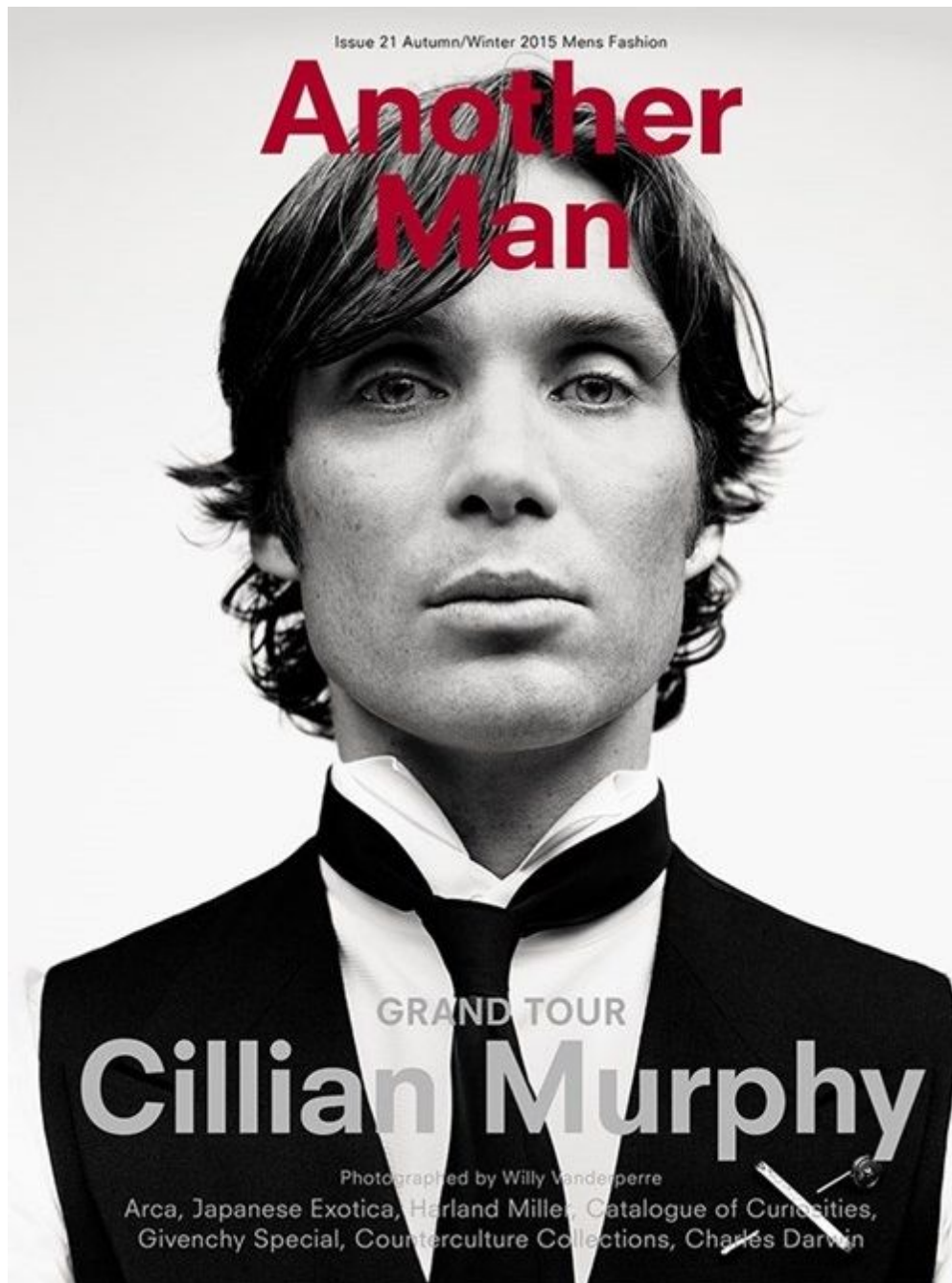


© GRAZIA FR Thomas Nuzzi



Annexe 7

Cillian Murphy par Willy Vanderperre
pour *Another Magazine*, Automne/Hiver 2015



Cillian Murphy

animals. That descending, all-powerful tail was dubbed 'the hand of God' by the whales, since it could dispense with their lives at a stroke, breaking their backs and sending them into eternity. Or was the dip, as some have suggested, a hairy vessel whose sides were really stove in by the animal, in a 'Frank' story used by its owners to claim the insurance money? In the *Heart of the Sea* please the real physical demands, and dependencies that its men suffer against the unreal beauty of the whales, seen leaping and diving and swimming underwater, as if in another universe. When they meet, these two forces, it marks disaster for both, in the film — though not in Philbrick's book — that story comes full circle with a final, poignant encounter between Leviathan and man.

But how? Genius in the Sperm Whale? Has the Sperm Whale ever written a book, spoken a speech? No, his great genius is declared in his doing nothing particular to prove it. It is moreover declared in his pyramidal silence.

HEMANSWELLER, MURPHY

Back in Brighton, far from such tempestuous scenes, the evening draws on, and we fall to talking about whales. Or at least, Cillian listens patiently to my tales of my obsession with the animals, which began when I was a child, but were rekindled by my first visit to Provincetown, Cape Cod, where I'd gone in the fateful summer of 2001, to hang out with John Waters.

John had reviewed my first book — a biography of the aristocrat, aesthete and bright young thing, the Honourable Stephen Tennant — in *The New York Times*, and we'd become friends as a result. "Come to Provincetown," he said. "I'd spent two weeks there, on the sandy spit of land that juts out into the Atlantic — once a whaling port, like its neighbour, the island of Nantucket. But it wasn't till my last day that I realised it was also a place to see living whales. That afternoon I paid \$12 and stood defiantly on the grove of a whale-watch boat. Half an hour later a 40-tonne, 40-foot humpback breached right in front of me, hanging in mid-air like a beamed angel suspended in space and time. I responded with an equally poetic 'f*ck!' and my life was changed."

I became obsessed, as obsessed as I ever was with Stephen Tennant or Oscar Wilde or David Bowie. I returned again and again to Provincetown to commune with the whales. John accused me of being a whale stalker, said I was spending more time with whales than with human beings, and when I showed him my full frontal photographs of whales, he said, "That's just whale porn." John told me I had to write about my obsession to work it out — I think he was recommending it as therapy, out of pity for my psychotic disturbance.

And so I wrote, and have spent 15 years chasing whales around the world. They still fascinate me, these creatures, which possess the biggest brains on earth, are the largest predators that ever lived, and the longest living mammals up to 300 years old, yet who evince a culture of their own, expressed in their Morse Code-like clicks, and who swim in an infinite, alone universe, a baffling, three-dimensional existence in which we land-bound humans are inert, pathetic bystanders to their intricate, interconnected choreography. Which is what brings me to this restaurant table in Brighton, talking to this bishop.

From whales our conversation turns, somehow inevitably, to David Bowie. Cillian's friend, the playwright Fida Walsh, is currently working with Bowie on the musical adaptation of *The Man Who Fell to Earth*, the 1976 film directed by Nicolas Roeg, in which Bowie transformed himself from the Thin White Duke

CILLIAN MURPHY TURNS TO THE SIDE OF HIS RESTAURANT BANQUETTE AND CURLS HIS LEGS AROUND, ELEGANTLY HOOKING HIS ANKLES TOGETHER. THE TOUGH SECOND MATE OF THE ESSEX WHALESHIP HAS TRANSFORMED HIMSELF INTO A POUTING COQUETTE. IN A TINY, SPLIT-SECOND PIECE OF THEATRE, AS HE HAS SAID, "AMBIGUITY IS THE THING THAT APPEALS TO ME"

into the flame-haired, cat-eyed alien, Thomas Jerome Newton. The production, *Lazarus*, will be staged in New York this autumn. Cillian tells me he's read the script — he won't divulge details, but says it is very good, of course.

Later, on the train home, I start to imagine Murphy in the part like that other genre and gender-defying actor, Tilda Swinton, his own looks seem more than suitably androgynous, and alien. Then I cast him as Billy Budd, the "Handsome Sailor" of Melville's best, simplest work, turned into Benjamin Britten's equally forceful, pent-up opera in which young Billy, another fallen boy, the blue-eyed squire of the captain and crew, dies sacrificially for his innocence (Tennant *Strong* made his debut as Billy in the 1982 film version, with peroxide hair), and is consigned to the deep: "Just ease these darbies at the wrist / And roll me over fast / I am sleepy, and the rosy weeds about me twist."

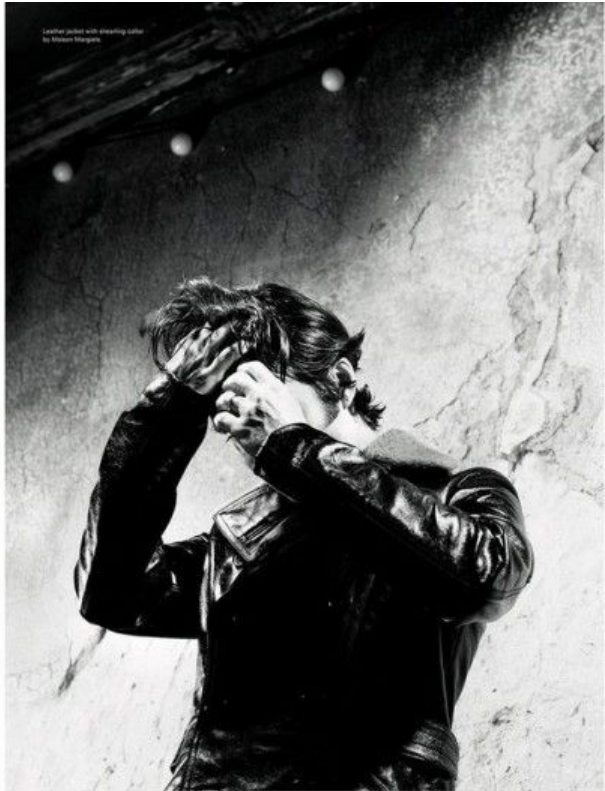
We both become quite animated talking about Bowie. Cillian says that when he played the transgendered founding Patrick Bruden, in *Smouffarz on Pluto*, he emulated Bowie's way of sitting with his legs dandy entwined, as seen in the *Crucible* documentary *Crucible Actor* — "like this", says Cillian, as he turns to the side on his restaurant banquettes and curls his legs around, elegantly hooking his ankles together. The tough second mate of the Essex has transformed himself into a pouting coquette, in a tiny, split-second piece of theatre. As Cillian has said elsewhere, "Ambiguity is the thing that appeals to me."

Then the moment is gone. It is time to part. As we leave, the young people at the next table call Cillian aside to thank him for one of his performances. He smiles sweetly and thanks them, as if no one had ever said that to him before. It is dark outside now. The seaside streets have started to take on the anarchy and unknowingness of the night. I cycle up the hill to the station and Cillian returns to his hotel on the seafront, where, in the early hours that morning, the wind had raged and screamed at his window like a banshee, as if the waves had come back to reclaim their own.

New small fowls flew screaming over the yet panning gull; a sullen white surf beat against its steep sides; then all collapsed, and the great shroud of the sea rolled on as it rolled five thousand years ago.

HEMANSWELLER, MURPHY

In the Heart of the Sea is reissued in cinemas on 26 December



Leather jacket with amazing collar by Thomas Morgan



Checked wool overcoat, white shirt and trousers made by Thomas Morgan

Annexe 8

Exemples de photographies de mode où le modèle joue avec son col

De gauche à droite et de haut en bas :

Figure 1 : Ashley Smith par Barry Hollywood

Figure 2 : Lara Stone par Alasdair McLellan

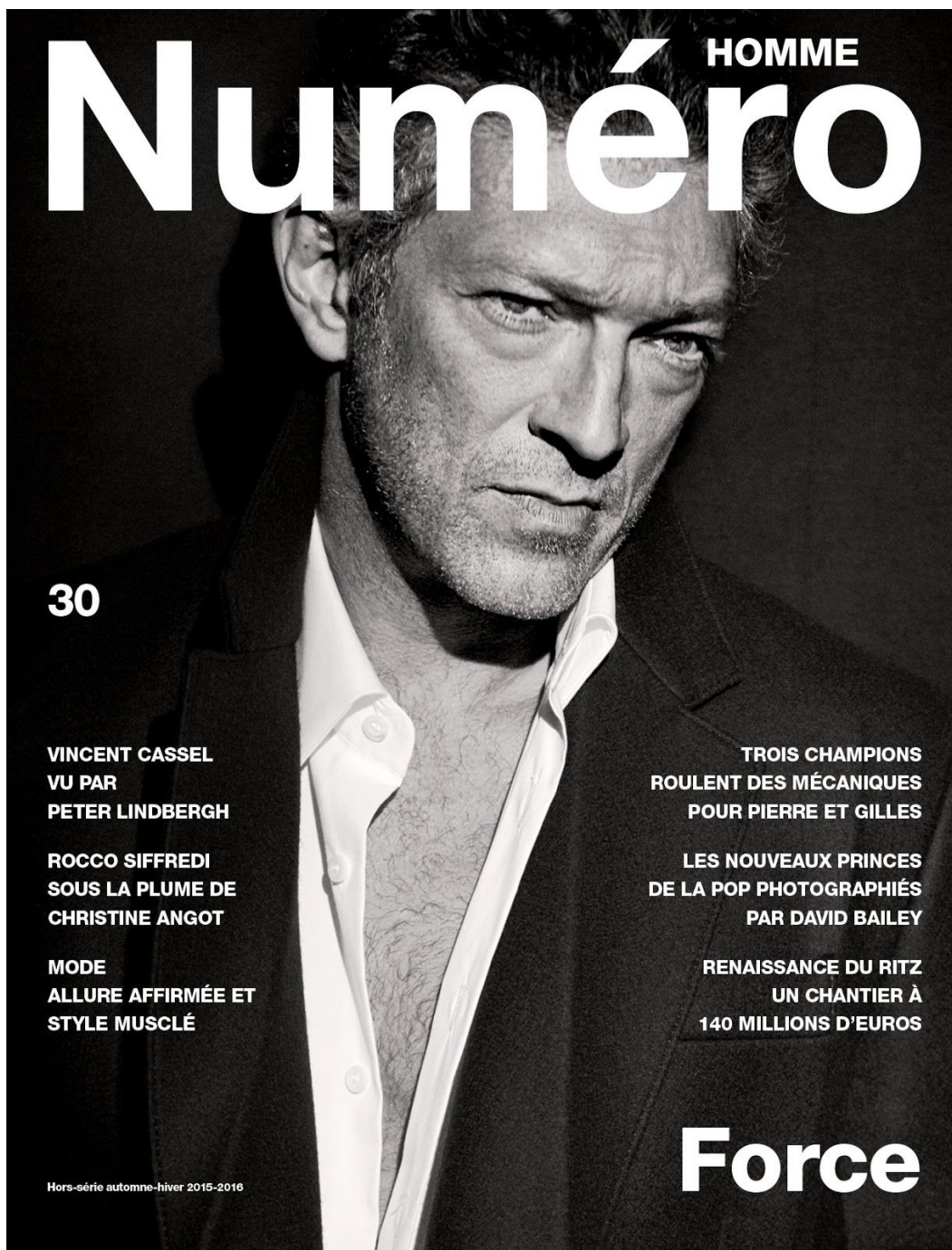
Figure 3 : Natalie Portman par Tim Walker

Figure 4 : Rebel Wilson par Doug English



Annexe 9

Vincent Cassel par Peter Lindbergh
pour *Numéro Homme*, Octobre 2015





Blouzon en subél, pùt en cashemire et soie, et pantalón en lino. **Ermenegildo Zegna** Cashmere, Crocodile, Santal, Chaussonne, Falke.

Annexe 10

Couvertures de 8 des 9 derniers numéros de *Raise magazine*
Ces huit couvertures présentent des personnalités médiatiques

Couverture 8 : Charlotte Le Bon, actrice / photographie de Ludo Martin

Couverture 10 : Michel Gondry, réalisateur / photographie de Ludo Martin

Couverture 11 : Julie Ferrier, actrice/ photographie de Louis Décamps

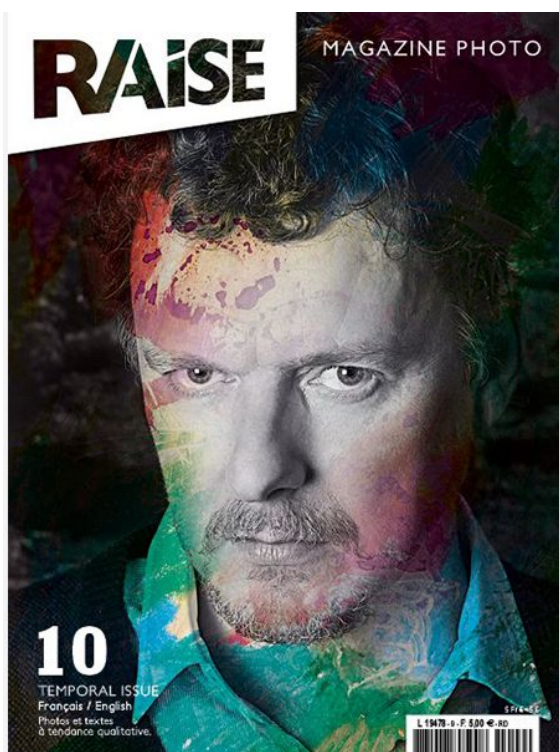
Couverture 12 : Emilie Simon, chanteuse / photographie de Thomas Lavelle

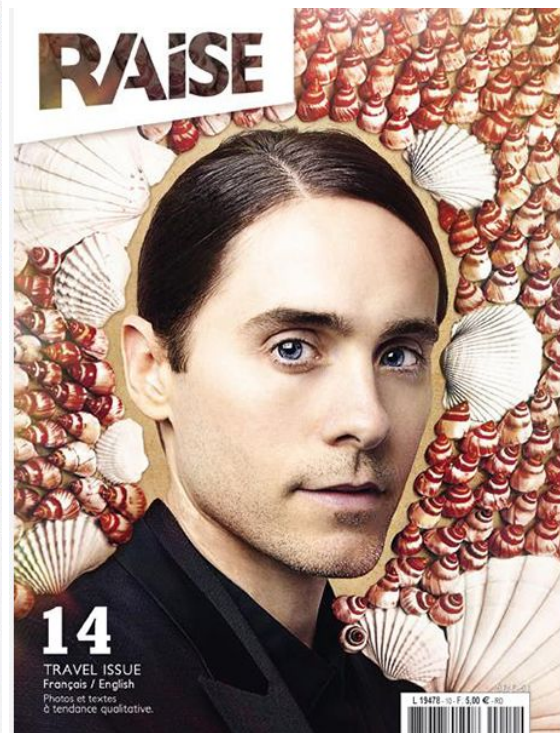
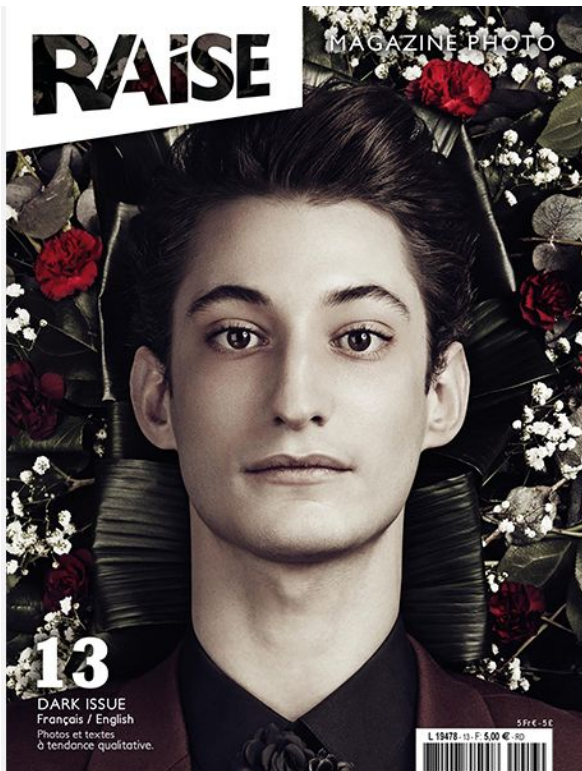
Couverture 13 : Pierre Niney, acteur / photographie de Thomas Lavelle

Couverture 14 : Jared Leto, acteur et chanteur du groupe "30 second to Mars" /
photographie de Elodie Daguin

Couverture 15 : VV Brown, chanteuse / photographie de Thomas Babeau

Couverture 16 : Isabelle Huppert, actrice / photographie de François Rousseau







Annexe 11

Pierre Niney par Thomas Lavelle
pour *Raise Magazine*, Printemps/Été 2013





Annexe 12

Cate Blanchett par Willy Vanderperre
pour *Another Magazine*, Automne/Hiver 2013





previous page
Celia wears
embroidered silk
dress and suede belt
by Prada
Silk taffeta jacquard
scarf by Miu Miu
this page
Silk and lace slip by
Dolce & Gabbana
Silk taffeta jacquard
scarf by Miu Miu



Silk dress and
striped cotton socks
by Miu Miu



Nylon bustier parka
and silk taffeta
jacquard skirt
and scarf
by Miu Miu

