

La revanche du "moche"



POP LIFE

L'incongru, le laid, le vieillot : c'est la nouvelle marotte des «bomos», ces trentenaires décalés qui jouent au 3e degré de l'esthétiquement incorrect. Décryptage

Par O Publié le 28 janvier 2013 à 12h24

Ils aiment le vieux, le toc, le moche. Ils vénèrent les tapisseries, les cerfs sur les pulls en laine et les chaises scoubidou. Ils ont le culte du décalé. Du déclassé, voire de l'inclassable. Ils assument. Cela fait partie de leur parcours d'initié, de connaisseur. On les appelle les **bomos**, traduisez « **bourgeois moches** ». Une nouvelle tribu sortie des cerveaux des chasseuses de tendances Marion Lavaine et Bénédicte Fabien, du cabinet de conseil Martine Leherpeur. Elles ont planché sur l'ère des après-bobos, ces fameux bourgeois bohèmes dont les moeurs, les codes ont été auscultés à la loupe depuis une bonne décennie. « Aujourd'hui le bobo nous séduit beaucoup moins. Trop de week-ends sushis dans les yourtes, trop de thé vert, d'Isabel Marant, de jeans APC élimés, de barbes de trois jours, de low boots Marc Jacobs en taille 2 ans... », expliquent les deux spécialistes. Philippe Risotto, membre du groupe de musique décalé Airnadette, adepte des vestes à carreaux et des lunettes mi-Derrick mi-Ray-Ban, explique : « Si j'adoptais le look bobo, petite barbe et longue frange, je serais noyé dans la masse. »

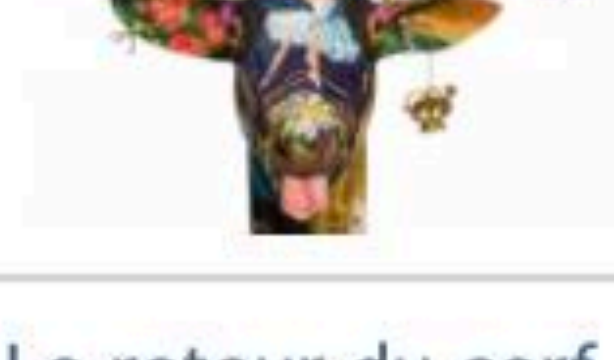


Daphnée Burki à un défilé SIPA

Aujourd'hui, le bourgeois de 25-35 ans explore de nouveaux terrains et investit les codes du vieillot. C'est le retour du chouchou dans les cheveux, du sac à dos informe, des vieilles photos Polaroid, des bijoux en plastique cheap et toc, des couleurs moutarde et orange, du style « pieds nus dans les chaussures de ville ». Le ridicule devient ridicool. Le bomo vante les mérites de la consommation locale, surfe sur les sites comme poils et captons.fr ou épluche la gazette du mauvais goût. Il est accro au **boncoin.fr**, décore son intérieur de babioles kitsch et ne jure que par les « mamiseries », genre calendrier de La Poste avec de jolis chatons en couverture, les fleurs en plastique et les meubles en Formica. « Les codes populaires ne sont pas du tout reconnus par l'intelligentsia. Ils deviennent le nouveau territoire d'influences et d'inspiration des branchés. C'est la revanche du popu moche », affirme Pascal Monfort, consultant en mode et dirigeant de son propre cabinet d'études. Car le bomo veut se positionner comme un incompris du monde moderne. « Il s'habille moche, mais attention, c'est une démarche d'expert. Il est revenu de tous les styles et de toutes les modes. Il y a de l'ironie dans sa démarche, une forme de provoc, tout se joue en finesse, rappelle **Pascal Monfort**. Suivre les modes à la lettre, il n'y a rien de plus ringard. Pour être singulier, il faut montrer que l'on décroche, trouver la faute de goût qui fera toute la différence. » Twister un style trop policé, préférer les matières désuètes, les volumes anti-glamour au possible et les gadgets bizarres. Le but suprême : trouver l'harmonie du moche... qui le rend beau.

PETITE BOUTIQUE DES HORREURS

Emmaüs, vide-greniers et brocantes n'ont plus de secrets pour eux. Fini les matières chics et chères, place au plastique et à la récup. Et à chaque bomo d'élaborer avec art son petit musée des horreurs triviales. Une Vierge en coquillage que l'on pose bien en vue sur le buffet, un fauteuil en rotin à côté d'une série limitée de Philippe Starck, des assiettes au mur voisinant avec la lampe cheval signée du designer en vogue Marcel Wanders... Le bomo n'est pas réfractaire au retour de la moquette, à la taxidermie, aux poufs en point de croix ou au papier peint paysage façon arty, signés de la créatrice Camille Soulayrol... Autres babioles qui ont la cote, les bêtes à roulettes au look rétro de la créatrice Alice Toumit, les chihuahuas en porcelaine (avec rubans roses) de la céramiste Uta Koloczek ou encore toute l'esthétique « boucherie » qui tourne autour des coussins et tapis en forme de côte de boeuf signés Nathalie L'été. La créatrice Frédérique Morrel, elle, redonne vie aux tapisseries de mamies, qu'elle va récupérer dans les ventes de charité. Ses cerfs tapissés patchwork grandeur nature ont fait le tour des intérieurs parisiens à la mode, jusqu'au restaurant branché Sketch, à Londres. « Il y a quelques années, tout le monde trouvait mes tapisseries horribles, remarque Frédérique Morrel. On me disait : ça sent le pipi, le grenier, le moisi... Et puis Philippe Starck m'en a acheté une, suivi de Paul Smith. Depuis, mes tapisseries sont devenues un produit de luxe. »



Le retour du cerf en tapisserie : la faute de goût fait toute la différence DR

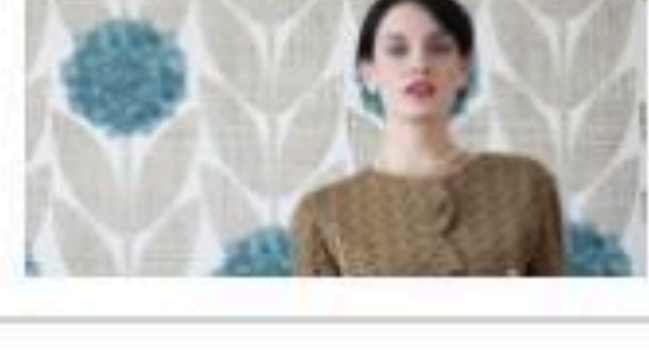
VINTAGE ET DETAIL KITSCH

Dans cette recherche du look différent, les bomos ne courent pas les grandes enseignes, même s'ils aiment Monoprix, qui surfe sur le vintage. Ils arpentent les petites boutiques de fripes de quartier où l'on déniché un sweat-shirt Minnie Mouse au milieu de robes aux imprimés graphiques. Totalement has been de rouler ses chaussettes couleur cerise ? Risible, le pin's TF1 discrètement piqué sur un t-shirt de promo des Magasins U ? Importable, le coupe-vent du Rallye de Saint-Etienne ? Horrible, le sous-pull en polyester des années 1970-80 ? Certes, mais il véhicule avec lui toute une histoire et des souvenirs. « Il y a un vrai respect des codes de l'ancien, une vraie nostalgie. Mais c'est surtout une manière de se moquer des modes, de ne plus être dans une allure esthétisante », rappelle Bénédicte Fabien, directrice marketing chez Martine Leherpeur Conseil. Les filles piochent dans toutes les époques, et surtout dans la jeunesse de leur grand-mère, à l'ère où l'on cousait, où l'on tricotait, où l'on crochetait sur des canevas... La réussite de Golden Hook est sûrement l'un des signes de l'émergence de cette génération bomo : la marque a pour concept de proposer des articles en maille de qualité, tricotée par de vraies grand-mères à des prix qui surpassent l'inflation des cinquante dernières années.



Airnadette, des musiciens au look bien décalé DR

La mode actuelle a elle aussi emprunté les codes désuets et chargés des aïeux. Exemple avec Carven, une belle endormie née en 1945 et qui jouit aujourd'hui d'une seconde jeunesse sous la coupe talentueuse de Guillaume Henry. L'hiver dernier déjà, les imprimés de peintures médiévales inspirés de Jérôme Bosch fleurissaient sur de courtes jupes évasées. Un carton. L'été prochain, la femme Carven s'inspire de Marianne Faithfull ou d'Amanda Lear, mêle couleurs pastel et imprimés cachemire et s'adonne au shopping avec le fameux sac filet de mémé. Et cet été encore, nous verrons des tee-shirts à tête de tigre rugissant, de chien enragé ou de requin affamé. Le luxe y est pour beaucoup : Kenzo, Balenciaga et Givenchy ont apposé ces bêtes sur leurs vêtements, créant un réel engouement pour ce qui était avant l'apanage de bikers ventripotents et moustachus.



Le retour du papier peint à ...fleurs DR

L'APPEL DE LA BANLIEUE

Le bomo vit à Paris mais il aime la banlieue. Elle le touche. Elle l'émeut. Fasciné par l'esthétique désuète des tours HLM, comme sait si bien le photographe l'Australien Ward Roberts dans son livre « Courts » avec des clichés en filade de terrains de tennis ou de baskets aux pieds des immeubles populaires de Hongkong, New York ou Londres. Mais attention, le bomo ne rêve pas de la banlieue « rap et graffiti ». Il a envie d'investir dans une banlieue sage et morte, se payer une maison Phénix à Colombes plutôt que végéter dans son loft d'artiste aux murs de béton ciré à Ivry. Quand il voyage, il passe faire un plongeon dans la piscine du King & Grove à Brooklyn, avec tous ces hipsters barbus qui sont en voie de disparition. Mais vous ne le verrez pas à Ibiza ou à Miami. Il préfère aller s'encanailler à Bucarest ou Krasnoïarsk pour l'ambiance « Good Bye, Lenin ! ». Histoire de rechercher du beau là où on ne le voit plus.

DORANE VIGNANDO & SÉVERINE DE SMET