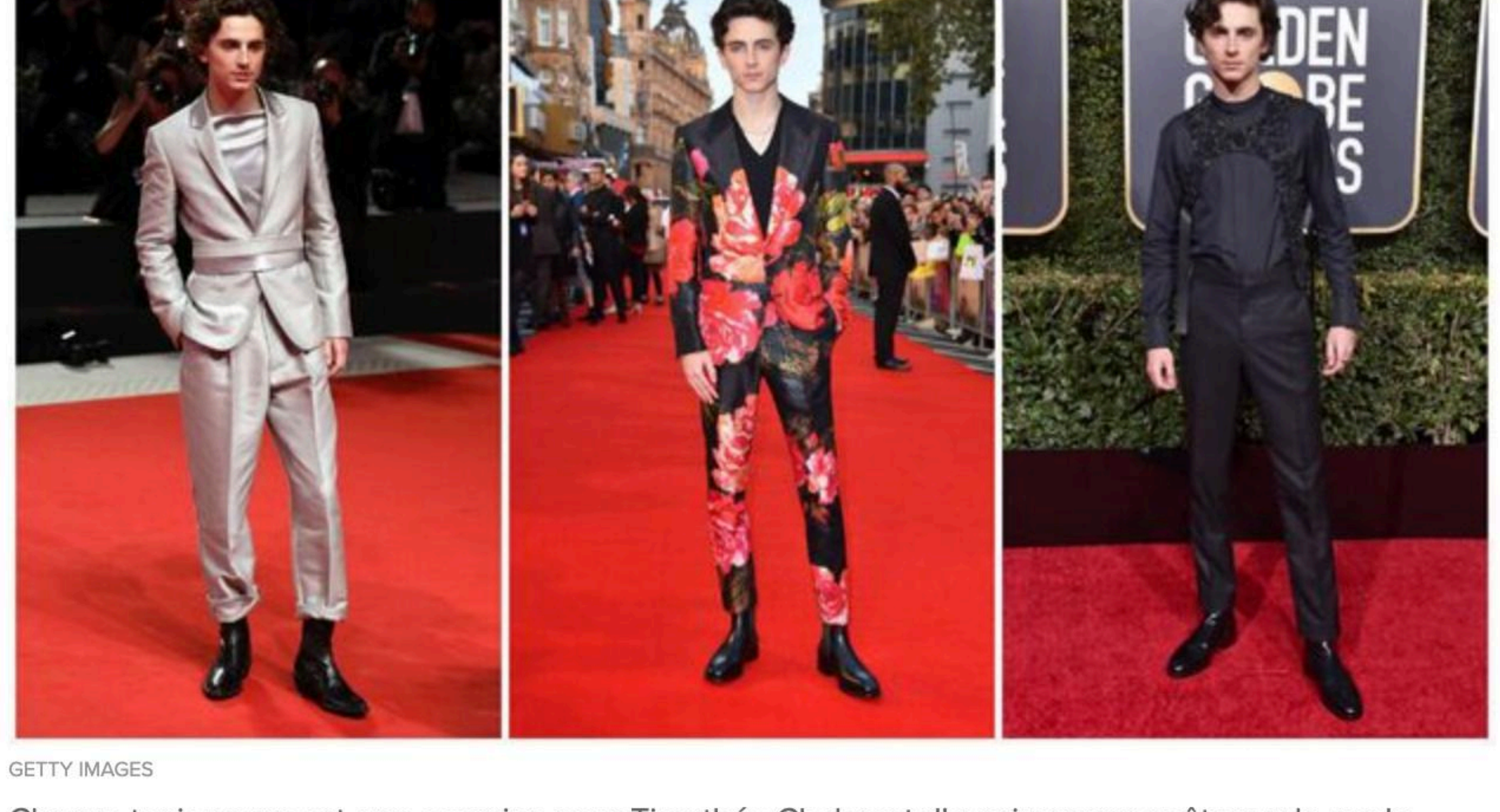


CULTURE 01/11/2019 04:31 CET

L'audace de Timothée Chalamet en dit long sur la mode masculine

Alors que "The King" sort sur Netflix ce 1er novembre, l'interprète d'Henri V rappelle à chaque tapis rouge qu'on peut être un homme et aimer la mode.

Par Valentin Etancelin



GETTY IMAGES
Chaque tapis rouge est une occasion pour Timothée Chalamet d'exprimer son goût pour la mode.

MODE - Le monde fabuleux des tapis rouges va devoir se passer de lui. Alors que sort sur Netflix ce vendredi 1er novembre "The King", un long-métrage de David Michôd sur l'ascension d'Henri V, Timothée Chalamet, qui y incarne ledit roi d'Angleterre, a indiqué profiter d'une courte pause entre ses contrats pour souffler un peu, loin des projecteurs.

Connu entre autres pour son rôle dans "Call Me By Your Name", le jeune homme de 23 ans l'est aussi pour son sens aigu du style. Du harnais Louis Vuitton au costume Haider Ackermann, en passant par l'ensemble à fleurs Alexander McQueen, il crie haut et fort son goût pour la mode.

Avec lui, son lot de paillettes, d'excentricités et d'audaces à chaque apparition. Un fait rare chez les hommes, d'autant qu'il s'habille seul, comme un grand. À l'inverse de la plupart des célébrités, Timothée Chalamet n'a, lui, pas de styliste. Comme l'indique Vogue, il reproduit sur chaque tapis rouge des looks qu'il a aperçus sur les podiums.

S'il fait figure d'anomalie au milieu des costards-cravates, le petit ami de Lily-Rose Depp n'est cependant pas le seul. Comme lui, d'autres célébrités masculines font la nique au traditionnel costume. Ezra Miller prône son amour pour le maquillage à chaque sortie. Et nous, pour la blouse transparente d'Harry Styles au dernier gala du Met.

Une masculinité nouvelle

Que se passe-t-il? Les hommes auraient-ils décidé de pimenter un peu leur garde-robe? "Ça, c'est sûr", concède Pascal Monfort. Fondateur du bureau de style parisien REC, il connaît comme personne les habitudes des consommateurs en matière de mode. "Ça va être de plus en plus le cas", assure l'expert.

La cause? Un affranchissement vis-à-vis de l'orientation sexuelle, d'après l'historien Olivier Saillard. Interrogé par L'Obs, l'ancien directeur du Palais Galliera explique: "À l'époque, nous n'aurions jamais vu un garçon oser porter une chemise rose. Être à la mode, c'était un signe d'ambivalence sexuelle, voire d'homosexualité."



CHUNG SUNG-JUN VIA GETTY IMAGES

D'après un récent sondage publié dans l'édition américaine du magazine GQ, 97% des hommes interrogés estiment que les codes de la masculinité ont changé au cours des dix dernières années. "La mode en est la première expression", assure le directeur de REC.

Il voit dans ce phénomène une dynamique générationnelle. "Pour les jeunes adultes d'aujourd'hui, à comprendre ceux qui ont entre 18 et 25 ans, la mode est une évidence. Ils n'ont plus d'a priori. Ce sont des experts", constate le spécialiste.

Il poursuit: "C'est une génération qui a conscience de la force de la mode, de ce qu'elle permet en matière d'expression de soi et de l'impact qu'elle peut avoir sur l'image qu'elle renvoie de nous." L'exemple de Timothée Chalamet est parlant. "Il n'essaye pas de faire réagir, il montre son appartenance à sa génération, nouvelle et bourrée d'appétences pour la mode", observe Pascal Monfort.

La mort du costume

Reste qu'il y a bien un perdant dans l'histoire: le costume. Son usage est en berne. Y compris pour se rendre au bureau. En France, les ventes ont chuté de 58%, comme le rapporte BFMTV. Le Guardian, qui parle de cette longue descente aux enfers au profit d'un style plus streetwear, n'y va pas avec le dos de la cuillère. Le quotidien le décrit comme l'équivalent du fax.

En Angleterre, plusieurs exemples prouvent la tendance. Chez Marks & Spencer, on a décidé de réduire drastiquement la production de ce genre de vêtements protocolaires. De son côté, la banque Goldman Sachs a, elle, annoncé assouplir son code vestimentaire.

Plus de doute. "La mode formelle n'a pas de beaux jours devant elle", soutient Pascal Monfort. Elle est synonyme "d'une mode que la nouvelle génération veut voir disparaître". Le succès de certains hommes d'affaires, comme Mark Zuckerberg dont la notoriété est assimilée à son tee-shirt gris, inspire. Le tour de force de Timothée Chalamet, aussi.