

Hedi Slimane

Il habille Bowie et Karl Lagerfeld. A 37 ans, le directeur artistique de Dior Homme a changé l'allure de la rue et étiré le corps masculin

Fin mec

Stéphane Bonvin

Si vous voulez savoir ce qu'il y a d'excitant dans la mode de cette rentrée 2005, ne cherchez pas au rayon féminin, allez plutôt faire un tour chez les garçons.

Ce conseil, il est d'une grande journaliste américaine. Laquelle, en le prodiguant, pense surtout à Hedi Slimane et à la façon qu'a eue ce créateur de redessiner tout à la fois le jean le plus cool de ces dix dernières années et les contours d'une certaine masculinité.

Il rentre la tête dans les épaules quand pleuvent les lauriers

Hedi Slimane. Pour mesurer l'influence de ce type mince comme son ombre, on commencera par scruter les stars masculines, aux Oscars ou à Cannes: smoking plaqué au corps, revers étroits, pantalon tendu d'une pointe de la hanche à l'autre, silhouettes super-maigres dressées sur des chaussures tendues comme deux poignards. Sur le tapis rouge, David Lynch, Brad Pitt, Tom Cruise ou Ewan McGregor ont l'air d'avoir fait leur shopping au rayon extra-small, chez Dior Homme, la maison dont Hedi Slimane est le directeur artistique.

Enfin, si cela ne suffit pas, on pourra toujours s'asseoir à une terrasse et scruter les adolescents dans leur pantalon très moulant acheté chez H & M, certes, mais porté «à la Slimane», bas sur la fesse, dégage fragile mais énervée, l'iPod branché sur le rock d'un Pete Doherty que Hedi a beaucoup photographié. «Il a redéfini les codes de l'élégance masculine en la tirant du côté d'une sveltesse aiguë plutôt que de celui du muscle et du volume», renchérit, Corinne Lechevalier, auteur

de «Chic au masculin» jointe sur son portable entre deux rendez-vous avec des stars françaises dont elle gère l'image. «Slimane a rendu obsolète la définition de ce qui est masculin ou non, son style possède le sens du mystère et de l'ambiguïté», écrivait Terry Jones, rédacteur en chef du magazine i-D.

L'homme qui fait l'objet de toutes ces louanges est de ceux qui rentrent la tête dans les épaules quand pleuvent les lauriers. Si on peut l'apercevoir parfois à Genève, s'il a passé, enfant, pas mal de vacances en Suisse, Slimane est né à Paris, fils d'un comptable tunisien et d'une couturière italienne qu'il accompagne, une fois par semaine, quand elle achète ses tissus. Un peu solitaire, un peu timide, l'enfant stationne des heures devant les vitrines d'appareils photos. Même si, à l'adolescence, il s'est bricolé des habits («J'étais très mince, et la mode d'alors ne m'allait pas»), Slimane veut être journaliste, s'inscrit en hypokhâgne, puis bifurque vers l'Ecole du Louvre. Un job temporaire chez le jeune créateur José Levy. Un autre, chez LVMH, à contacter des stars de la mode pour qu'ils redessinent un accessoire pour Vuitton. Et voilà Slime-Man, encore inconnu mais recommandé à Pierre Bergé, nommé à la tête des lignes masculines de la marque Yves Saint Laurent. Deux ans plus tard, le jeune homme quitte le bateau. Mais il a posé les bases de sa grammaire visuelle: sveltesse, vêtements du soir battant le sportswear à plate couture, éclairages à contre-jour que traversent en courant des mannequins très jeunes castés dans la rue, corps vierges contrastant avec la rigueur absolue de la coupe et du «porté» militaire.

2000. Slimane est engagé chez Dior, dont il devient le directeur artistique des lignes masculines. Son nom touche le grand public quand



Hedi Slimane. Son nom touche le grand public quand Lagerfeld raconte qu'il a perdu 40 kilos pour pouvoir se glisser dans ses costumes. ARCHIVES

Karl Lagerfeld raconte partout qu'il a perdu 40 kilos pour pouvoir se glisser dans ses costumes. Dans le même temps, Madonna, Charlotte Rampling ou Nicole Kidman achètent ses panoplies sculptées comme des éclairs noirs – à force, Slimane lancera une collection pour femme, distribuée au goutte-à-goutte. «La mode surjoue souvent le masculin et le féminin en offrant des caricatures de l'un et de l'autre. Mais la rue va plus vite que cela, ce qui compte, c'est l'allure d'une génération, c'est ce que j'essaie de capter», dit souvent Slimane.

Entre Berlin et Paris, au carrefour

Vie privée

5 juillet 1968 Naissance à Paris.

1979 Premier appareil photo.

1992-1995 Assistant de Jean-Jacques Picart après avoir préparé Sciences po et fait histoire de l'art au Louvre.

1997 Directeur des collections masculines Saint Laurent.

2000 Directeur Dior Homme.

2002 Nommé designer de l'année par le Council of Fashion of America.

de la mode, de la musique et des arts plastiques, Slimane a publié plusieurs livres de photos, bouleversant mixage de précision et d'abandon, clichés saisis dans les coulisses du rock qui nourrit tout son travail ou aux fenêtres de ces hôtels dont il ne cesse de photographier la blancheur des rideaux. De Paris au Japon, ses boutiques Dior Homme se visitent comme des galeries. La moindre de ses bretelles-spaghetti ou de ses capes à chevrons se retrouve copiée illico. Parce qu'ils portent autant de rage que de réflexion, parce qu'ils sont mis en musique par des grands noms de la scène musi-

cale, (Beck, etc.), ses défilés-déflagrations sont attendus aujourd'hui comme des révélations, comme des voiles déchirés sur l'inconnu, comme des spectacles porteurs d'une mythologie moderne. De Yoko Ono à Almodovar, de Bernard Arnault à Bowie, on s'y dispute le premier rang. Si c'est au nombre de stars qui se bousculent à ses défilés, Slimane est donc l'un des designers de mode parmi les plus adulés de Fashionland. Et alors? Et alors tout ce bruit n'est rien, rien à côté de ce qu'a réussi ce type, et qui est la marque d'un grand créateur: donner (un) corps à une époque.

Questions à chaud

Michael von Graffenried



48 ans, photographe. A pris en photo la pierre d'Unspunnen lors de sa première disparition

– Vous entrez dans le Larousse, rédigez votre notice.
– Photographe qui tente de provoquer la réflexion chez le spectateur.

– Qui êtes-vous d'autre?
– Quelqu'un qui aime rire.

– Le moment chaud de votre été?
– Le bain dans l'Aar.

– L'indice de votre crème solaire?
– Je suis typé arabe, donc je n'en mets jamais.

– Votre héroïne ou héros dans la vie réelle?
– Mes filles Meret, 7 ans, et Manon, 12 ans.

– Devant qui vous inclinez-vous?
– Devant ceux qui ont de l'esprit.

– Le talent dont la nature vous a privé?
– Etre champion d'échec.

– L'âge de votre vie que vous aimeriez revivre?
– Les meilleurs moments sont devant moi.

– La plus belle fois où vous vous êtes dit: «La vie vaut la peine d'être vécue?»
– Tous les matins, au réveil.

– L'humanité se divise en deux catégories, lesquelles?
– Qui a dit qu'il n'y a que deux catégories? Il y en a plein!

– A quoi reconnaît-on la plus belle femme du monde?
– (Long soupir). On ne la reconnaît pas: elle est différente selon chacun.

– La partie la plus attirante de votre corps?
– Mon ventre.

– Chirurgie esthétique, qu'est-ce que vous vous faites opérer?
– Rien. Je suis parfait.

– L'invention qui a changé le XXe siècle?
– Le portable.

– Votre souhait pour le XXIe?
– Que le monde ne coule pas.

– Cornet glacé: vous sucez, vous léchez, vous mordez?
– Les trois!

– Le mot le plus fréquent dans votre bouche?
– Cela vous dérange si je prends une photo de vous?

– Trois mots qui disent la Suisse?
– Ile, têtue, manque de générosité.

– Pour ou contre le Cenovis?
– C'est quoi ça?

– A quoi avez-vous renoncé?
– A la cigarette.

– La dernière chose que vous avez perdue?
– Mes lunettes.

– Un livre pour la vie?
– Un seul? Je prends toute ma bibliothèque de livres de photo.

– A quoi ne résistez-vous pas?
– Au Toblerone – celui de 400 gr.

– Quelle musique pour accompagner votre dernier soupir?
– «(I Can't Get No) Satisfaction» des Rolling Stones.

– Votre devise?
– L'euro.

– L'être que vous aimeriez soumettre à ce questionnaire?
Albertine Bourget.
Propos recueillis par Albertine Bourget

«Rosanna, Astrid, Peter et les autres», son travail sur la drogue, est exposé au Musée national suisse à Zurich jusqu'au 30 octobre.

Sudoku N° 47

				9		2		8
8		5					3	
					4		1	
3	5			4	1			2
6								5
		4			8	7		6
		3		9				
		6					1	3
9		7		5				

Solution grille N°45

1	3	8	9	4	6	7	2	5
7	6	9	1	2	5	3	4	8
5	4	2	3	8	7	1	9	6
4	7	6	2	9	8	5	3	1
3	2	1	7	5	4	8	6	9
8	9	5	6	1	3	4	7	2
2	5	3	4	6	1	9	8	7
9	8	7	5	3	2	6	1	4
6	1	4	8	7	9	2	5	3

Solution grille N°46

2	9	5	1	4	7	8	3	6
8	6	3	5	2	9	7	4	1
4	7	1	6	8	3	2	5	9
5	3	8	2	9	1	4	6	7
6	1	7	4	5	8	3	9	2
9	4	2	7	3	6	5	1	8
3	2	6	9	7	4	1	8	5
7	8	9	3	1	5	6	2	4
1	5	4	8	6	2	9	7	3

● Le sudoku est un jeu de logique. Ce puzzle constitué de chiffres a déjà fait des millions d'accros dans le monde. Une grille de départ comporte 81 cases, sur laquelle une vingtaine de chiffres sont déjà disposés.

● Le but du jeu: Remplir toute la grille en ajoutant un chiffre par case. Attention: le même chiffre de 1 à 9 ne peut figurer qu'une seule fois par colonne, qu'une seule fois par ligne et qu'une seule fois par petit carré de neuf cases.

● Donc, pas besoin de calculer le total de chaque ligne ou colonne: il n'y a aucune addition à effectuer. Le remplissage de la grille demande une certaine logique. Et de la patience! En japonais, le mot «sudoku» signifie d'ailleurs «chiffre unique».

● Chaque jour de l'été, «Le Temps» publie une nouvelle grille de sudoku. La solution est publiée le lendemain, à la même page.

Copyright © Michael Mepham 2005