

FOCUS

Le nouvel âge d'or

Longtemps oubliées par la création artistique, parfois même stigmatisées, les personnes âgées sont désormais au cœur de la tendance. Décryptage de cette mort annoncée du jeunisme. Par **Laurène Daycard**

Le pouce en l'air, c'est j'aime », lance fièrement une grand-mère lorsqu'on lui demande si elle sait ce qu'est un « like ». Une autre, appelée à définir la barre d'espace du clavier d'ordinateur, s'embrouille : « C'est comme pour tourner les pages d'un livre. » Peut-être que cette dernière est une nouvelle recrue du gang des seniors connectés. Le surnom donné à « Hype (r) Olds », un atelier d'initiation au numérique créé en 2008 pour les femmes de plus de 77 ans et chapeauté par Albertine Meunier et Julien Levesque. Ces deux artistes s'inscrivent dans la tendance du Net art, c'est-à-dire qu'ils utilisent Internet comme un matériel de création. « J'avais envie de transmettre pour montrer aux dames âgées que c'est facile une fois que l'on s'y intéresse », expliquent ainsi ces militants de « la réinsertion numérique des vieux ». Leur dernière opération a été menée à Marseille, les 14 et 15 mai, où ils avaient été invités dans le cadre de Marseille-Provence 2013. Installées dans un petit train, les mamies étaient armées d'une question : « Êtes-vous à cœur - hacker - ou à pique ? »

Egéries octogénaires

Stéphane Hessel avait ouvert la brèche : les vieux n'ont plus de vergogne à s'emparer de la sphère publique. Qui le lui rend bien puisque l'on assiste à l'avènement d'un phénomène : le vieillisme. Au cinéma, les films où les grands-parents tiennent le premier rôle caracolent en tête du box-office. Il y a bien sûr eu « Amour » de Michael Haneke, palme d'or l'an passé. Mais il y a aussi une ribambelle de scénarios où les retraités incarnent les nouveaux intrépides. Dans « Quartet », Dustin Hoffman fait ainsi passer les habitants d'une maison de retraite pour une joyeuse colonie de vacances musicale.

Toujours sur fond de chorale, Terence Stamp joue un papi grincheux qui se déride sur des couplets coquins dans « Song for Marion ». Côté comédies franchouillardes, Bernadette Lafont vient de se glisser dans la peau de « Paulette », une dealeuse de haschich délurée. Avec plus d'un million de spectateurs, l'actrice de soixante-quatorze ans réussissait alors son vrai retour sur grand écran.

Même phénomène dans l'univers du luxe. En France, la tendance est incarnée par Tanya Droginska, mannequin octogénaire qui est actuellement l'héroïne du photographe Olivier Metzger dans sa série « Smile forever ». Outre-Atlantique, Iris Apfel, socialite new-yorkaise de quatre-vingt-onze ans, faisait la une de « Dazed & Confused » en novembre dernier tandis que Christian Louboutin a baptisé une paire de sandales en son honneur. Chez Lanvin, Alber Elbaz a choisi une égérie de quatre-vingt-deux ans, Jackie Murdoch, pour sa dernière campagne automne-hiver. Une vocation de modèle tardive qu'elle doit à ses fréquentes apparitions sur « Advanced Style ». Un blog qui cartonne sur le Web depuis son lancement en 2008, aujourd'hui adapté en documentaire. Le principe est simple, Ari Seth Cohen photographie le look des dames âgées dans la rue, avec un net penchant pour les allures extravagantes. En France, la journaliste de mode Laurence Benaïm vient de publier un livre de rencontres avec ces « octogénaires affranchis ». Selon elle : « Les plus de 80 ans sont peut-être les derniers frondeurs. »

De grands-parents à « sexygénaires »

Ces nouvelles icônes fascinent et contribuent à faire évoluer les stéréotypes sur la vieillesse. Là où le « vieux » était ankylosé, proche de la mort et peu enclin aux dépenses futiles, il devient aujourd'hui

vigoureux et prêt à croquer la vie à pleines dents. Pour soutenir cette métamorphose, une kyrielle de néologismes sont apparus. Le concept du « vieillisme » ou de « seniorescence », jusqu'à l'expression plus colorée de « sexygénair ».

La génération des baby-boomers constitue en effet un immense marché de consommateurs potentiels. 24 millions de Français ont plus de 50 ans, soit 36 % de la population. Arrivés à la retraite, ils ont généralement le temps, et bien souvent les moyens de consommer. Et l'espérance de vie ne cessant de croître, environ quatre-vingt-deux ans aujourd'hui, cette tendance se veut pérenne.

Pourtant, rares sont les marques qui osent encore s'inscrire franchement dans cette niche. Fanny Karst, créatrice française de vingt-neuf ans basée à Londres, est l'une des seules à s'être lancée. Il y a quatre ans, elle a créé sa marque « Old Ladies' Rebellion ». Depuis, elle dessine des robes en soie sur mesure pour celles qu'elle aime à appeler « ses vieilles dames ». Allergique aux effets de mode, elle assène : « A moins d'être adolescent, les tendances on s'en fiche quand on sait ce qui nous va. » Ce qui ne l'empêche pas d'innover pour chacune de ses collections. Avec humour, comme lorsqu'elle inscrit sur l'une des pièces « see you next year perhaps » (peut-être à l'année prochaine). Mais aussi grâce aux techniques modernes, elle explique ainsi : « J'utilise des imprimés numériques et des coupes modernes. Avant de préciser : parce que rien n'est tourné vers le passé. »

Exposition « Smile Forever » d'Olivier Metzger, à la galerie Bertrand Grimont jusqu'au 27 juillet. 203bis rue Saint Martin, 75003 Paris. www.bertrandgrimont.com



Sous les projecteurs ou en pleine révolution numérique, les personnes âgées occupent le devant de la scène. Photos Mathieu Karst ; Hype(r)Olds

