



Grand Écran





Grand Écran

Par un énième mystère de la tectonique du cinéma, deux sorties particulières semblent se heurter en ce mois de juin. D'un côté, le documentaire sur John Casablancas qui raconte l'épopée sexy et bon enfant du play-boy et fondateur de l'agence de mannequins Elite dans les années 1970 et 80, de Paris à New York en passant Los Angeles. De l'autre, le film réalisé par l'inénarrable Frédéric Beigbeder, "L'Idéal", adapté de son roman quasi-autobiographique "Au secours pardon" qui retrace les mésaventures hilarantes d'Octave Parango devenu "talent scout", un chasseur de mannequins borderline qui recrute les très jeunes filles venues du froid dans le Moscou déjanté des années 2010. Si Casablancas est évidemment cité dans "L'Idéal", Beigbeder est, lui, cité en producteur honorifique du documentaire. Le cinéma saisit ici plus que l'air du temps : un moment où la mode prend le pouvoir, où le passé, simple, apparaît comme un paradis disparu, et le présent - ou le futur - comme un concentré des neuf cercles de l'Enfer de Dante. Des play-boys d'antan rêvant de la plus belle fille du monde aux esthètes cyniques qui ont fait du mannequinat une industrie, il n'y a eu que vingt ans.

Par Delphine Velloire





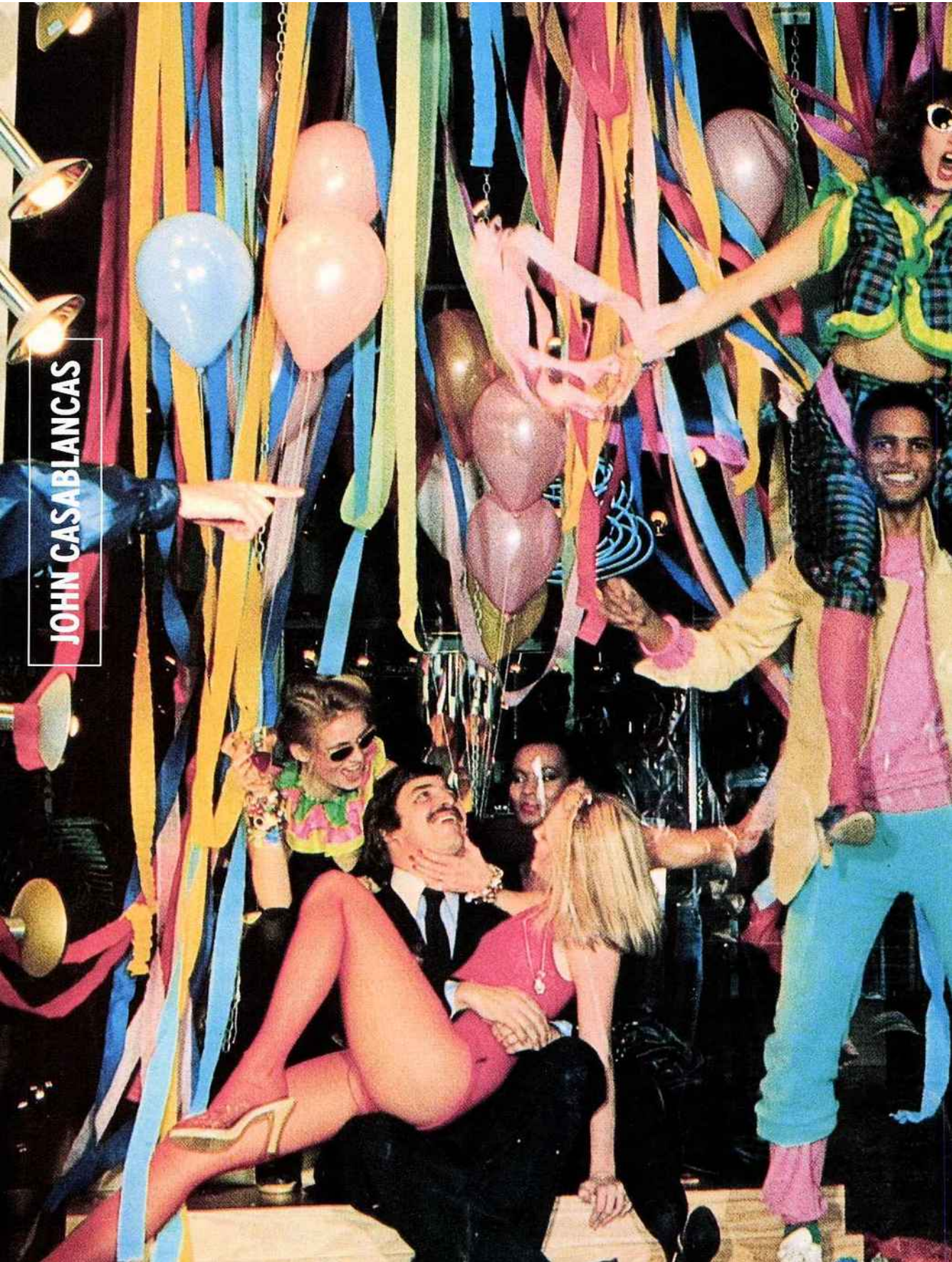


PLAY IT AGAIN JOHN

Cindy Crawford, Naomi Campbell et Linda "je ne sors pas de mon lit pour moins de 10 000 dollars" Evangelista, c'est lui. Eva Herzigova, Heidi Klum et Gisele Bündchen, c'est encore lui. Tout comme Christie Brinkley, Claudia Schiffer, Kim Alexis, Iman, Paulina Porizkova et Andie MacDowell. Lui, c'est John Casablancas (1942-2013), un type vêtu de manière très classique pour son époque – qui n'avait pas intégré le normcore –, portant souvent une moustache à la Saddam Hussein : ce play-boy serait limite ringard s'il n'avait pas eu autant de succès. Rien ne le prédestinait à devenir le plus puissant des agents de mannequins, celui qui en a fait des célébrités, si ce n'est un milieu où la vie est déjà un peu un roman, entre Fitzgerald et Sagan. Il paraît que sa famille, d'origine catalane, est à la plage lorsqu'éclate la guerre d'Espagne, en 1936, la contraignant à se réfugier sur la Riviera française. C'est d'ailleurs à Cannes, à 16 ans, que John perd sa virginité en compagnie d'une beauté scandinave. Dès lors, le parcours de ce fils d'un industriel (dans le textile) et d'un ex-mannequin (pour Balenciaga) va bifurquer. Skier à Gstaad, fréquenter les écoles suisses et parler cinq langues ne suffisent plus, son amour des femmes et son appétit sexuel guident sa vie. Et c'est bien en raison de cet amour pour elles que lui vient l'idée de créer cette agence de mannequins. Car si John n'est pas une fashion victim, c'est un entrepreneur qui envisage le milieu de la mode sous l'angle du marketing. C'est en séduisant sa future épouse, Jeanette Christensen (Miss Danemark 1965)

L'homme qui a fait du top modèle un mythe grâce à Elite, son agence, est la star d'un documentaire romanesque et pop, une balade dans un passé presque rêvé, qui ne demande qu'à renaître. Portrait.

Par Julien Welter





qu'il découvre et adopte à Paris le métier d'agent de mannequins, et c'est en prenant en compte les frustrations de sa nouvelle conquête envers ce milieu qu'il décide d'en modifier les règles.

PONTS D'OR

En 1969 naît Élysée 3 (d'après son numéro de téléphone parisien). Cette première agence, à peine mieux considérée qu'un bordel par son père, qui lui accorde tout de même la mise de départ nécessaire, essuie les plâtres en appliquant les idées novatrices de John le businessman paradoxal, puisqu'il fait montre d'un bagage culturel et d'une éducation personnelle, familiale et scolaire largement au-dessus de la moyenne des acteurs de la mode. Puis, c'est la création d'Elite (et son fameux logo inspiré d'un symbole phallique) qui anticipe, en 1977, l'installation de Casablancas à New York, là où tout se passe. À l'époque, le management "à papa" des mannequins est dominé par les dames de fer puritaines Eileen Ford et Wilhelmina Cooper, qui envoient au dodo les centaines de filles de leur catalogue à 22 h et pratiquent des contrats à l'heure, voire le discount pour les moins glamour d'entre elles. À cette logique industrielle et anonyme, notre beau gosse oppose une stratégie différente : ne s'occuper que de quelques-unes des plus belles filles pour mieux leur proposer des ponts d'or (ce qu'elles s'empressent naturellement d'accepter). Au lieu de les faire dormir, il les emmène au Studio 54 se baigner dans le champagne, s'offrant ainsi la meilleure publicité gratuite. Notant combien, dans les seventies, les défilés font déjà figure de simili concerts de rock, Casablancas propose des moments de gloire warholiens à ses participantes. Flattant l'égo des mannequins et les traitant comme des stars de cinéma, il n'hésite pas à donner du



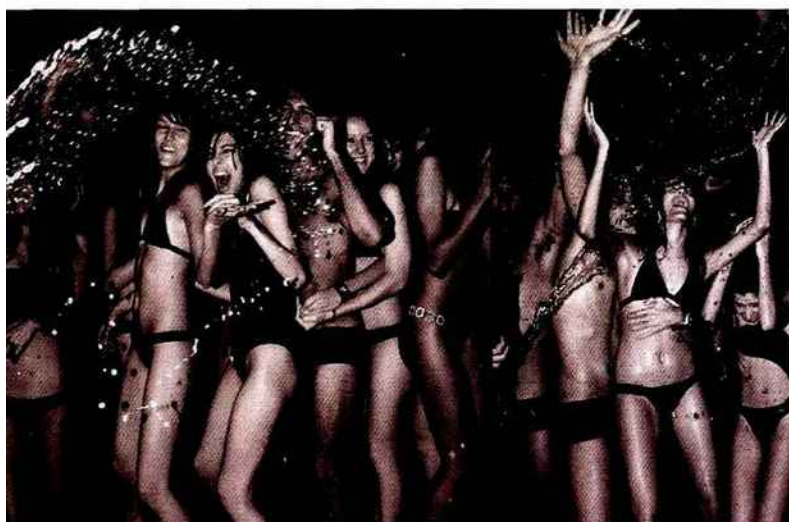
relief à leur bio selon un art du storytelling qui le pousse même à affirmer qu'Iman est née au beau milieu de la jungle. Bref, à transformer ses tops en un rêve pour le grand public. L'ère de ses rivales, totalement contreproductive et donnant lieu à la célèbre "guerre de la mode", permet même à ce pionnier dont on veut la peau de gagner la sympathie des médias.

DES LÉGUMES DANS L'UTAH

John Casablancas est donc au bon endroit au bon moment, tirant son épingle du jeu dans une époque sortie de la crise du pétrole, et pas encore minée par le chômage de masse et le sida. Une ère propice au bien-être, à la fête et à la légèreté, où la mode peut être célébrée sans encombre. Elite est une boutique qui devient une firme lorsque son boss, très à l'aise devant les caméras, mise sur une visibilité maximale en profitant de l'essor de MTV pour glisser ses stars dans des vidéos musicales et organiser des concours de mannequinat retransmis à la télévision (The Look of the Year dès 1983, qui deviendra Elite Model Look). La réussite de Casablancas tient aussi à sa décontraction. Au lieu d'être grisé par son succès, cet hétéro dans un monde régi par les femmes et les gays donne le change en multipliant les déclarations à la cantonade : "Vous pouvez prendre une fille qui vend des légumes dans l'Utah et la mettre en couverture de Vogue six mois plus tard"; "Une star, ça se fabrique et ça se vend"; ou encore "Mon secret, c'est que je ne les traite pas comme des mannequins, mais avant tout comme des femmes". En mêlant



**NOTANT COMBIEN, DANS
LES SEVENTIES, LES DÉFILÉS
FONT DÉJÀ FIGURE DE
SIMILI CONCERTS DE ROCK,
CASABLANCAS PROPOSE
DES MOMENTS DE GLOIRE
WARHOLIENS À SES
PARTICIPANTES.**



TRAITANT LES MANNEQUINS COMME DES STARS DE CINÉMA, IL N'HÉSITE PAS À DONNER DU RELIEF À LEUR BIO SELON UN ART DU STORYTELLING QUI LE POUSSE MÊME À AFFIRMER QU'IMAN EST NÉE AU BEAU MILIEU DE LA JUNGLE.

JOHN CASABLANCAS

un art de vivre et des mœurs libérales à l'européenne à un esprit d'entreprise très américain, le play-boy utilise le meilleur des deux mondes, tout en exploitant son œil infaillible pour trouver chez les mannequins le bon profil, le galbe parfait des seins, la finesse rêvée des rotules et la circonférence idéale du cou. Le phénomène des supermodèles fascine alors bien au-delà des podiums et dépasse les espérances de notre pygmalion coureur de jupons, celui qu'Eileen Ford trouve sordide.

TROP BEAU POUR ÊTRE VRAI ?

En 2011, deux ans avant sa disparition, Casablancas se confie à l'un de ses anciens assistants new-yorkais, Hubert Woroniecki, devenu cinéaste après un passage par l'école polonaise de Lodz (qui vit naître les premiers exploits de Roman Polanski et Jerzy Skolimowski). Ces entretiens deviendront le cœur d'un documentaire produit par Realitism, la boîte de production de Quentin Dupieux, *Casablancas, l'homme qui aimait les femmes* de Hubert Woroniecki : "Je voulais avant tout raconter une bonne histoire, et non échafauder un travail de journaliste avec du pour et du contre. J'avais cependant besoin de la forme documentaire, dans la mesure où la fiction aurait rendu la destinée de Casablancas ridicule, car trop belle pour être vraie. C'est le point de vue de John qui prévaut ici, et le public est assez intelligent pour faire la part des choses : il voit bien à quel point c'est parfois un personnage de cartoon, tellement il est hâbleur, d'où les séquences d'animation dans le film. Je voulais qu'on s'attache à lui et pour le reste tout était là même si je l'ai scénarisé : une vie très cinématographique, avec des coups de théâtre incroyables et un vrai méchant (Gérald Marie, ex-président

d'Elite Europe), sur trente années durant lesquelles la mode a été transformée. Moi qui ai encore en tête le livre 300 positions de gym de la top Christie Brinkley, découvert adolescent, j'ai conçu ce documentaire comme une madeleine pour les passionnés et un divertissement pour les néophytes."

SAUCISSE ALLEMANDE

Proche d'un testament, le documentaire de Hubert Woroniecki ne s'étend pas sur le dernier chapitre de la vie de son héros, entre une existence plus calme à Rio avec sa troisième épouse Aline Wermelinger et ses enfants, et sa désolidarisation progressive de l'agence Elite et de l'univers de la mode : "Les scandales de drogue et de prostitution impliquant Gérald Marie ont précipité sa retraite, mais il la préparait déjà depuis un moment." On peut garder en tête ses déclarations acrimonieuses d'alors ("La médiocrité de mes concurrents m'a fait passer pour un génie", "Aucune à part Linda Evangelista ne m'a jamais remercié, surtout pas cette saucisse allemande sans talent, Heidi Klum" ou "Vous ne pouvez pas imaginer le plaisir que j'ai eu de virer Naomi Campbell, tellement elle était odieuse"). Pourtant, John, toujours les pieds sur terre, devait savoir que les supermodèles, comme tout ce qui a trait à la mode, étaient éphémères. Ce phénomène a profité de l'essor du grunge au début des années 1990, quand les actrices hollywoodiennes abandonnaient le glamour pour pouvoir tourner avec le réalisateur aux cheveux gras en vogue. Les supermodèles ont simplement rempli le vide que laissait Hollywood, qui a fini par se rendre compte du manque à gagner. Aujourd'hui, ce sont à nouveau les actrices pimpantes qui font les couvertures des magazines. Mais, selon un éternel mouvement de balancier, les supermodèles sont tout à fait susceptibles de revenir ! En tout cas, ce qu'il faut retenir de John, c'est l'image d'un homme dont la normalité dans la mode a fait de lui un excentrique. Aussi incroyable que ça puisse paraître dans ce milieu, il aura réussi en gardant son authenticité.

"Casablancas, l'homme qui aimait les femmes", de Hubert Woroniecki. Sortie le 29 juin.

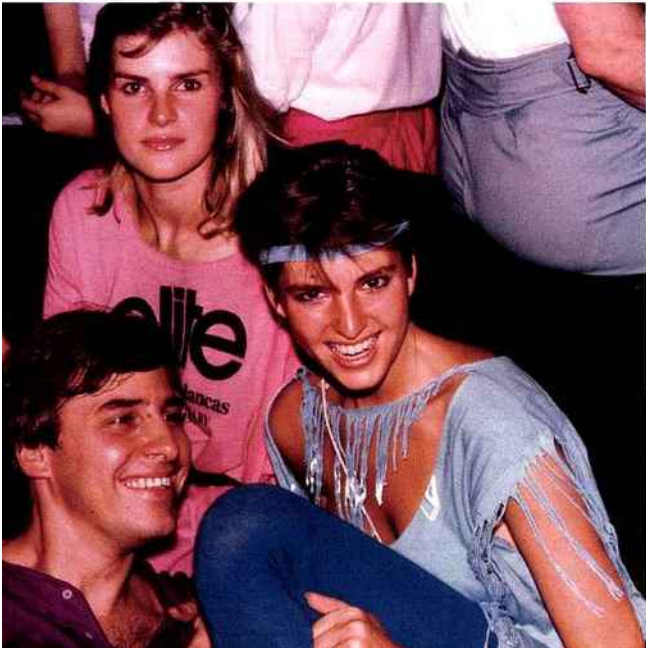


© Courtesy John Casablancas, Lionel Moreau/Abacpress.com



FILS DE...

Né à New York en 1978 et passé lui aussi par les pensionnats suisses, Julian Casablancas, un des cinq enfants (reconnus?) de John, est une rock star qui a pris le relais de son père dans l'actualité médiatique. Quand l'un tire sa révérence au début des années 2000, l'autre fait chavirer le public à la tête de The Strokes, en blouson de cuir et jean cigarettes, orchestrant la réconciliation de la mode et du rock. Et comme son père, Julian, vite jaloux et dénigré, se révèle très endurant. Quinze ans après, les Strokes sont toujours là. Et avec force tatouages et falsetto robotique, Casablancas Jr s'est renouvelé et a surpris son monde avec son deuxième groupe de new wave baroque/métal progressif, The Voidz, qu'on entend partout, des clubs aux supermarchés, avec son featuring sur le tube *Instant Crush* des Daft Punk.



**“MON SECRET, C’EST QUE JE NE
LES TRAITE PAS COMME DES
MANNEQUINS, MAIS AVANT TOUT
COMME DES FEMMES”
JOHN CASABLANCAS**

Ci-contre, en haut et
page de gauche, John
Casablancas avec
ses top modèles, dans
les années 1980.