Date : 06/01/2021
Heure : 15:50:41
Journaliste : Marion Dos Santos Clara

www.aufeminin.com
Pays : France
Dynamisme : 5

Visualiser l'article

Paloma Elsesser, élue mannequin de l'année 2020, est-elle la preuve que la mode change enfin ?

© Getty Images / Ilya S. Savenok

L'industrie de la mode vient d'élire Paloma Elsesser "Mannequin de l'année 2020". Un message loin d'être anodin en terme d'inclusivité.

2021, la fin des diktats ? Depuis quelques années, la mode s'émancipe peu à peu des normes étriquées qui ont longtemps fait foi. Le site Models.com vient d'élire Paloma Elsesser, mannequin métisse et ronde, "Mannequin de l'année 2020". Faut-il y voir un message d'espoir qui laisserait (enfin) présager une nouvelle vision de la mode ?

Paloma Elsesser, mannequin de l'année 2020
« *Le visage singulier qui a défini l'année dans son ensemble* . » C'est en ces termes que le site spécialisé Models.com introduit son classement des mannequins de l'année. En 2020, c'est Paloma Elsesser qui rafle la mise du côté des votes de l'industrie. Singulière, elle l'est incontestablement. Depuis plusieurs années déjà, ce modèle catégorisé « grande taille » bouscule les diktats de la mode. *« Elle représente plusieurs minorités*

Tous droits réservés à l'éditeur

en même temps, elle représente les brown skins, les personnes à la peau brune, et en même temps elle est plus size. C'est une outsider à plusieurs niveaux » , affirme Dinah Sultan, styliste au bureau de tendance Peclers Paris. En décembre dernier, la jeune femme se confiait dans le podcast *Pretty Big Deal* d'Ashley Graham sur sa volonté de changer les choses : *« Je n'avais jamais vu une fille s'habiller de la façon dont j'avais envie de m'habiller. (...) Je veux apporter une réponse et représenter toutes ces identités »* . Pour Paloma Elsesser, les mentalités commencent enfin à changer : *« Il y a un changement dans la perception de ce qu'est être gros ». « Elle n'a pas surfé sur la tendance de l'inclusivité,* ajoute l'experte chez Peclers. *C'est quelqu'un qui a fait ses armes, elle a fait partie des premiers mannequins, au même titre qu'Ashley Graham dans les années 2013-2014, à vraiment ouvrir la porte du "plus size" ».*

Voir cette publication sur Instagram

Une publication partagée par paloma elsesser (@palomija)

Là où Paloma Elsesser se démarque, c'est dans sa personnalité et l'image moins lisse qu'elle renvoie. *« Là où une Ashley Graham est un peu plus institutionnelle, plus propre sur elle, Paloma a un côté plus alternatif, elle évolue dans un environnement très street, et de fait, elle est moins connue du grand public »* , explique Dinah Sultan. Mais surtout, le mannequin incarne les nouvelles représentations et la notion d'engagement chères aux jeunes générations. Ses combats portent sur des sujets actuels tels que la lutte contre les discriminations des personnes noires à travers le mouvement Black Lives Matter, les troubles du comportement alimentaire ou encore la santé mentale. *« Elle livre ses combats de façon hyper naturelle. Quand elle parle d'acceptation du corps, elle pose nue pour la couverture du More or Less, quand elle veut parler de ses origines, elle invite son frère et sa sœur sur la couverture d'i-D »* , analyse la chasseuse de tendances.

Lire aussi : ***La mode devient-elle vraiment inclusive ?***

Un message fort symbole d'une révolution mode ?

Voir cette publication sur Instagram

Une publication partagée par paloma elsesser (@palomija)

Quelques semaines précédant sa victoire, le mannequin IMG Models dévoilait à sa famille, en larmes, sa couverture pour le Vogue américain titré « *New Year, New World* » (« Nouvelle Année, Nouveau Monde »). Une consécration dans le monde du mannequinat, mais surtout l'illustration d'un changement profond qui s'opère dans les hautes sphères de la mode. Pour Dinah Sultan, il s'agit d'un message fort et impactant en termes de diversité et d'inclusivité. *« Quand le Vogue US met une plus-size en couverture et titre ainsi, ça a un résonnement hyper fort. Ça veut dire qu'on accepte enfin d'ouvrir les regards, que la mode est plurielle et inclusive, et qu'elle redescend de son piédestal. Et que c'est la mode qui s'adapte aux femmes d'aujourd'hui.*

Tous droits réservés à l'éditeur

» Les mannequins grande taille ont longtemps été relégués aux catalogues commerciaux de la mode. Il a été difficile d'habituer les stylistes et les directeurs de casting à engager un certain type de femme pour sortir des sentiers battus. *« Quand Paloma a commencé, il n'y avait personne d'autre comme elle, surtout parmi les modèles plus size »,* explique Mina White, directrice de l'agence IMG Models, au *Vogue US* de janvier , pour lequel le mannequin fait la couverture. *« Tout a été une bataille difficile. Paloma a dû venir créer sa propre catégorie ».* Car les agences de mannequins ont aussi leur rôle à jouer dans ce « nouveau monde ». *« Ce sont elles les vrais artisans du changement, il ne faut pas l'oublier, ce sont elles qui placent les mannequins »* , affirme Dinah Sultan. IMG Models a été l'une des premières agences à briser les barrières et signer avec des mannequins plus-size, handicapés ou encore transgenres.

« Il y a eu un sursaut, une prise de conscience en 2020 » , assure l'experte chez Peclers. *« Ça a été très apaisant de voir que pour une fois la mode ne fermait pas les yeux, car elle a souvent été une des rares industries à vouloir tourner le dos aux problèmes pour vendre du rêve. Et là, il y a enfin eu une écoute des directeurs artistiques et des grandes maisons d'insuffler un vent nouveau et de prendre en compte les combats d'aujourd'hui ».* En France, le changement est plus timide. *« On le ressent un peu plus chez les petites marques comme Make My Lemonade, ou chez Etam Lingerie, mais c'est encore discret dans la presse et les grandes campagnes »* , analyse Dinah Sultan. Pour la styliste, l'inclusivité ne dépend pas uniquement des marques, mais aussi des Français. *« C'est aussi au consommateur de changer de regard, car la France a quand même un historique grossophobe. Les Français ont toujours été éduqué avec l'image de la Parisienne et de la Française au global. La mode française se recolle encore à l'industrie du rêve, donc ce n'est pas encore gagné mais ça bouge »,* reconnaît-elle. *« Ça va prendre un tout petit peu plus de temps, ou pas, car en un an seulement, on a bousculé des décennies de pratiques établies ».* Il ne reste plus qu'à espérer une révolution mode française en 2021.

Tous droits réservés à l'éditeur