

ELLE

TÉMOIGNAGES
LE COVID
VU PAR NOS
ENFANTS

AU SECOURS
MA FILLE
RESSEMBLE
À KIM
KARDASHIAN!

ASTRO CHINOISE

S'AFFIRMER SELON
SON SIGNE. ●

MODE
UNE ENVIE
D'ITALIE

CMI FRANCE
L 14149 - 3972 - F: 2,50 €



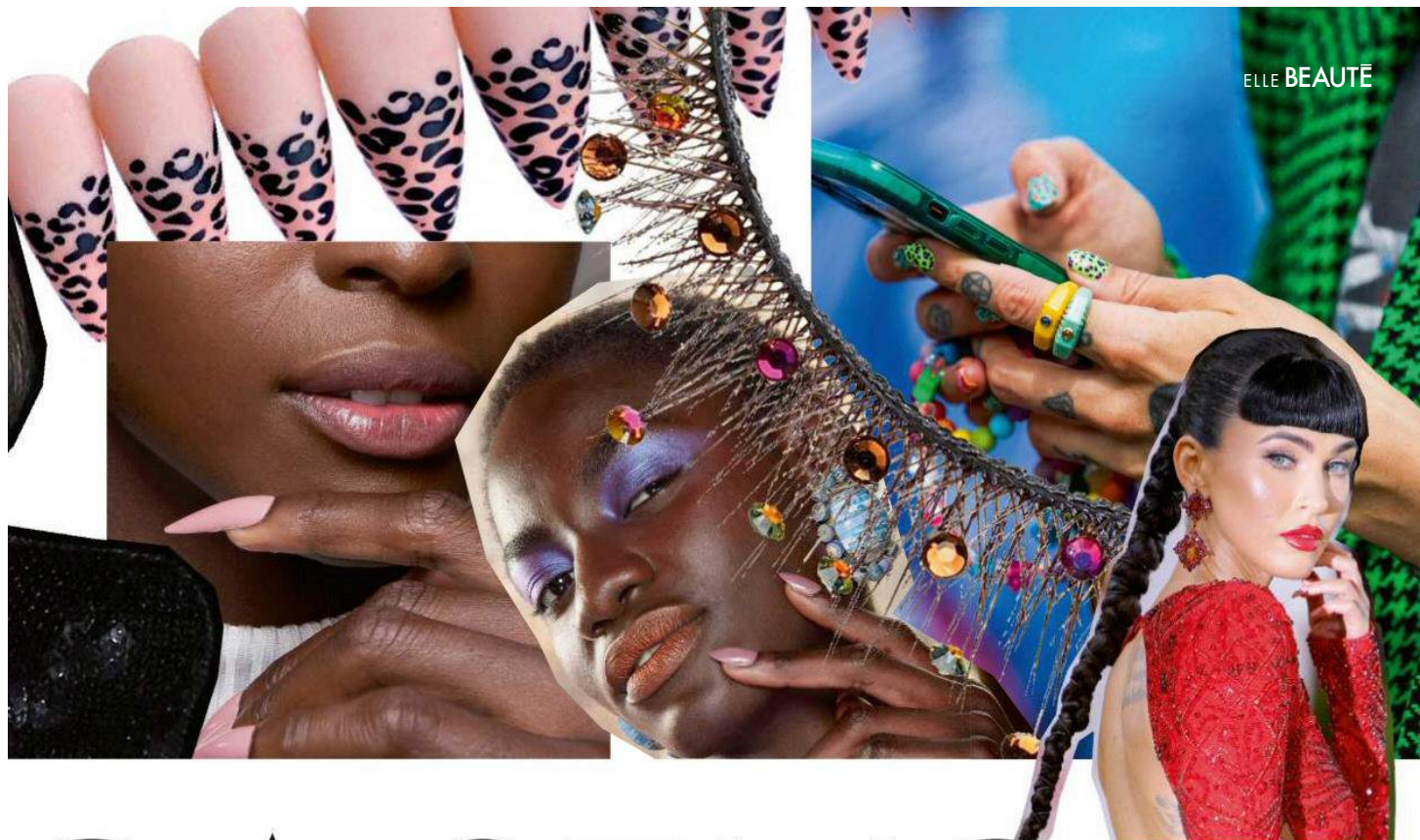
HEBDOMADAIRE 3 FÉVRIER 2022 FRANCE MÉTROPOLITAINE: 2,50 € A: 5 € / AND: 3 € / BEL: 2,90 € / CAN: 5,50 € / CND: 4,60 € / D: 5 € / ESP: 4 € / GR: 5 € / IT: 4 € / LUX: 2,90 € / MAR: 40 MAD / NL: 5,20 € / PORT: 4 € / TUN: 10 TND / ANTILLES: 6 € / GUY: 5 € / REUNION: 7 € / POLY: 1700 XFF / POLY: 550 XFP / N. CALA: 1500 XFF / N. CALS: 530 XFP



GÉNÉRATION Z

FAUT QUE C





ÇA SE VOIE !



3 FÉVRIER 2022

ONGLES INFINIS, FAUX CILS XXL,
 FILTRES À HAUTE DOSE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX... :
 LA « KARDASHIANISATION »
 DE LA BEAUTÉ A CONTAMINÉ LES ADOS
 DU MONDE ENTIER. ENQUÊTE
 SUR CE NOUVEAU CULTE DU « FAKE ».

PAR MARIE MUÑOZ

LALI, JEUNE LYCÉENNE DE 17 ANS, a une passion : les faux ongles. Elle a même un compte Instagram sur lequel elle expose ses œuvres. Ongles pointus rouge et noir, dégradés de mauve ou violet argenté, rien ne lui fait peur en matière de goût : « Petite, je regardais les youtubeuses françaises, puis j'ai viré vers les Américaines, comme @karinas_nails_rodriguez ou @nailssbynatt. Grâce aux réseaux, je parle anglais couramment et je m'inspire de leur style très extravagant, que j'adore. » Lali n'est pas une exception : « Les filles de la génération Z ont leur propre écosystème beauté et débordent de créativité », rapporte Leïla Rochet-Podvin, directrice de Cosmetics Inspiration & Creation, agence de tendances et conseil en innovation beauté. ● ● ●

LE FAUX AUX POUDRES

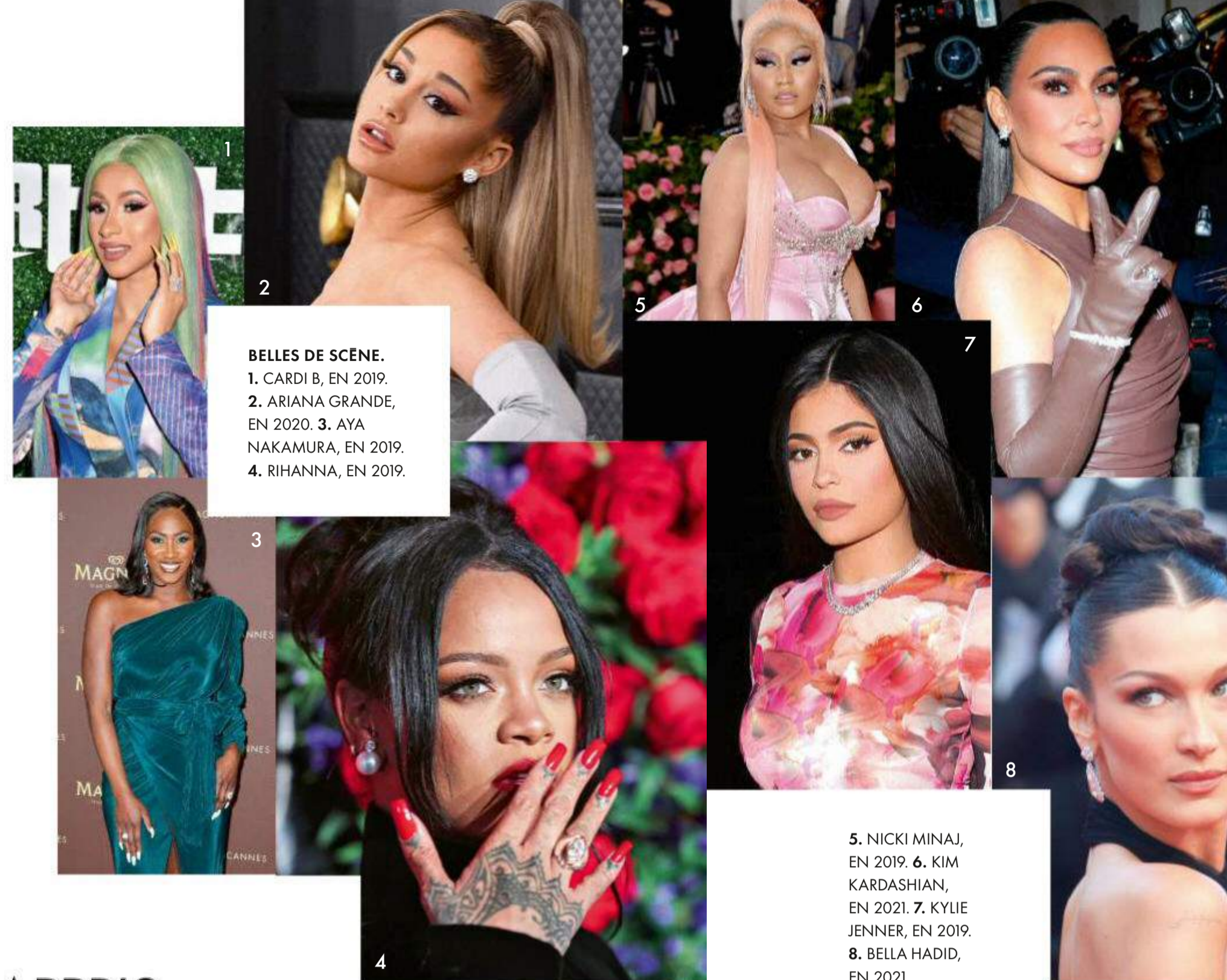
Comme les faux ongles, les faux cils (achetés sur Shein ou AliExpress) doivent être immenses, tels des papillons. « On ne cherche pas le naturel. Quand je complimente une copine, je ne lui dis pas qu'elle est belle, ou qu'elle a de beaux yeux. Je lui dis que ses faux cils sont beaux !, explique Lola, 16 ans, dont la ponytail (queue-de-cheval version 2.0) est digne des amazones de la Grèce antique. J'achète mes faux cheveux chez des professionnels de la coiffure au métro Château d'eau, à Paris. » Les sourcils ? La génération Z les aime extrêmement foncés et très étirés, façon « fox eyes » (des yeux allongés en amande par une opération chirurgicale).

LES REINES DU CONTOURING

« J'ai tout appris sur YouTube, avec des tutoriels, dès mes 14 ans », révèle Esther, 19 ans, qui nous explique les codes : « Si je vais à une fête, je vais mettre de la couleur, par exemple avec un eye-liner bleu, ou des paillettes. Mais si je sors juste voir des copains, je fais un simple contouring », dit-elle en sortant une trentaine de pinceaux pros de sa trousse de toilette de la taille d'un cartable. Devant elle, pas moins de cinq fonds de teint différents, des marques Dior, Huda Beauty, Nyx ou Tarte. Tout l'art de ce travail du teint consiste à superposer des tons en dégradé pour sculpter les pommettes, affiner le nez, agrandir la bouche et étirer le coin de l'œil. Les lèvres passent en rose poudré ou marron glacé, et sont astucieusement bombées grâce à un jeu de lumière réalisé avec des pigments réfléchisseurs. On assiste plus à une transformation de type drag-queen qu'à un maquillage du soir. « Ce sont des "beauty natives", très intéressées par la beauté et qui sont devenues des techniciennes imparables !, confirme Leïla Rochet-Podvin. Elles s'expriment comme si elles étaient une marque et, surtout, un de leurs atouts, c'est d'avoir une réelle vision de la mixité ethnique et genrée, sans aucune barrière. »

LE GRAND DÉTOURNEMENT

Comme toute sa génération, Lali passe beaucoup de temps sur TikTok. Les réseaux sociaux sont une source infinie d'astuces beauté plus ou moins farfelues, comme la technique du teint « flawless » (comprendre : sans défaut), qui consiste à changer l'ordre habituel d'application des produits : on démarre en poudrant le visage, puis on vaporise une brume fixatrice, on étale sa base et on termine par l'application de son fond de teint. Résultat : le teint est couvert par un masque lissant toutes les imperfections. Il y a aussi les fausses taches de rousseur, que Lola applique sur les joues avec un autobronzant au bout de son large pinceau, pour un effet poupée. Ou encore le « soap brow », pour lequel on enduit ses sourcils de savon grâce à une brosse à dents afin de les faire tenir en place. « Les jeunes filles adorent le "beauty hacking",



BELLES DE SCÈNE.
1. CARDI B, EN 2019.
2. ARIANA GRANDE, EN 2020. 3. AYA NAKAMURA, EN 2019.
4. RIHANNA, EN 2019.

5. NICKI MINAJ, EN 2019. 6. KIM KARDASHIAN, EN 2021. 7. KYLIE JENNER, EN 2019.
8. BELLA HADID, EN 2021.



les mains : « La plupart des vidéos prennent place à l'école ou dans des espaces domestiques comme la chambre à coucher ou le salon, et sont réalisées de manière assez rudimentaire : ici, la quantité est préférée à la qualité, poursuit Charlyne Garcías. Ces images jouent un rôle dans l'apprentissage de certains codes sociaux, dont le principe repose sur l'esthétisation de sa propre plastique. Avec un tournant pernicieux au cours duquel des jeunes filles perdent le contrôle de l'image qu'elles se sont créée pour s'amuser : « TikTok apparaît comme un moyen pour les préadolescents d'acquiescer la même popularité que leurs idoles. Plus les contenus sont likés, plus l'algorithme leur permettra de remonter dans le flux d'actualité. » Mais quand on est seule dans sa chambre, à se filmer, les commentaires peuvent également s'immiscer dans cette intimité : « Sous des dehors ludiques, la mise en scène de soi peut s'opérer au prix d'un certain abandon de sa vie privée et de sa propre sécurité », conclut la spécialiste. Et, sur ces plateformes, les likes montent vite ! Certaines ont des millions de cœurs sur une seule vidéo, dans un univers trompeur, aux apparences valorisantes et familières.

RITE DE PASSAGE ?

Néanmoins, d'après la chercheuse en sciences de l'information et de la communication Elodie Kredens, il semblerait que plus les enfants grandissent, plus ils arrivent à prendre du recul par rapport à cette quête du nombre d'abonnés et de likes. En général, la bascule s'opérerait au lycée. Même si, d'après les témoignages, il faudrait tout de même patienter jusqu'au bac... C'est à ce moment que les jeunes filles auraient une approche plus qualitative de leur communauté et commenceraient à faire le tri sur leurs réseaux sociaux, cherchant à mieux maîtriser leur identité numérique, en corrélation directe avec leurs choix esthétiques. Le dernier Messenger de Lali en serait-il la preuve ? « Comme j'ai bientôt 18 ans, ma mère me laisse enfin mettre des faux cils en entier. Mais je sais pas pourquoi, maintenant j'ai trop la flemme de les mettre... » Le chemin de la maturité ?

"J'AI TOUT APPRIS SUR YOUTUBE AVEC DES TUTORIELS DES MES 14 ANS"

ESTHER, 19 ANS

c'est-à-dire le détournement des produits pour inventer un nouvel usage », note Leïla Rochet-Podvin.

FAITES VOS JEUX

Comme bien d'autres mamans, la mère de Lali n'autorise pas sa fille à sortir ainsi maquillée dans la rue. Lali et ses copines s'entraînent donc à la maison, le voient comme un jeu, une distraction, et immortalisent le résultat en postant vidéos et selfies, avant de se démaquiller et d'aller se coucher. « Aujourd'hui, en France, 50 des filles démarrent le make-up à 14 ans », confirme Leïla Rochet-Podvin. « La première fois que j'ai vu ma fille sur un réseau, je me suis sentie très mal, confie la maman de Lali. Tout était faux, de la tête aux pieds ! Ça fait un peu peur, il faut s'habituer. C'était il y a environ deux ans. Comme je ne me maquille pas, que je suis plutôt naturelle, en jean et baskets, ça m'a beaucoup interpellée. » Le plus fou, c'est que, désormais, mère et fille négocient : « Au début, tout était interdit. Mais plus elle prend de l'âge, plus elle s'affirme. Donc on négocie la longueur des ongles et leur couleur. Je lui autorise deux ou trois faux cils au coin de l'œil, mais pas une

frange entière, etc. » Et les garçons, ils en pensent quoi ? « En général, ils disent ne pas trop aimer, note Esther. En commentaires, ils critiquent... mais, au final, ils cliquent ! » conclut-elle.

ATTENTION, DANGER

Pour Lola, il faut absolument être visible sur Internet : « C'est pour ça que tout est exagéré. » Comme l'explique la chargée de communication Charlyne Garcías, spécialisée en gestion et création de contenus : « Avec des challenges du type "Défi de la semaine", la quête de reconnaissance sur la Toile, principalement sur TikTok et Snapchat, pousse les utilisateurs à poster des contenus sans relâche pour obtenir le plus de likes. » Et les plateformes se frottent



PIERO OLIO/POLARIS, PAPIXS, FACE TO FACE/STARFACE, STEVE GRANITZ/WIREIMAGE, GETTY IMAGES, PREEZ JOSE SPW/SPLASH NEWS, DOMINE JEROME, HARRY LIONE/ABACA, ELLE INTER, @KARINAS_NAILS, RODRIG, @NAILSBYNAT/INSTAGRAM.