



Pas de doute, à cinquante-trois ans, l'ex-top revenu à son firmament lors du dernier défilé prêt-à-porter Chanel détient le secret de l'immortalité. La nouvelle campagne publicitaire pour les Galeries Lafayette, hymne à la joie de vivre et à l'éternelle jeunesse d'esprit et... de corps, réunit, pour la première fois, le duo le plus joyeux et spirituel de la planète fashion. Une rencontre à haut pouvoir de transformation, entre Jean-Paul Goude, le metteur en scène du mythique défilé du 14 juillet 1989, de la campagne *Egoïste* pour Chanel et des voleurs de couleurs Kodak... et le top model star, égérie de Karl Lagerfeld, devenu p-dg des chaussures Roger Vivier. « Lorsque je suis arrivé des Etats-Unis, en 1982, sa carrière était déjà lancée. J'aurais rêvé à l'époque de pouvoir travailler avec elle, mais l'occasion ne s'est jamais présentée. Cela dit, elle a toujours été très gentille à mon

égard. Je la connais peu mais je sais que c'est quelqu'un de bien », explique Jean-Paul Goude. Ensemble, ils n'ont pas boudé leur plaisir, jouant leur mise en scène sur une partition hommage à Arletty. Rien d'étonnant dans le choix d'Inès. On aurait pu penser que le succès de son guide d'art de vivre, *La Parisienne* (Editions Flammarion), qui s'est vendu déjà à des dizaines de milliers d'exemplaires, aurait mis la puce à l'oreille des créatifs de l'agence de pub Aubert Storch. Mais ce serait oublier

qu'Inès règne sur Paris, capitale de la mode, depuis trente ans. « Avec elle, je retrouve l'image sublimée de la bourgeoise élégante telle que l'inconscient collectif se la représente », assure Jean-Paul Goude. Pour ses premiers essais photo, il a posé son trépied dans le métro, à la station Victor-Hugo, *the place to be* de la néobourgeoise chic. Le shooting ne s'est pas éternisé, le photographe ne souhaitait pas indigner les personnes qui jouent de l'accordéon dans les couloirs venteux pour gagner leur vie. Finalement, c'est sur fond blanc qu'on découvrira notre Inès nationale, tout sourire, en Titi parisien du XXI^e siècle. Accordéon en bandoulière et béret vissé sur la tête, elle s'impose comme un véritable remède à la morosité ambiante. Son bras élégamment pointé vers le ciel semble dire : « Coucou, me revoilà ! » Les blessures d'hier, la perte soudaine du père de ses filles, Nine et Violette, sa longue brouille avec Karl Lagerfeld se floutent dans l'objectif de sa vie. Son histoire d'amour avec le fraîchement nommé patron d'Europe 1, Denis Olivennes, le succès des chaussures Roger Vivier, son comeback triomphal sur les catwalks des défilés, les débuts de l'aînée de ses filles, Nine (dix-sept ans), comme mannequin pour l'élégantissime maison Bottega Veneta semblent lui avoir offert une véritable cure de jeunesse. Un bonheur n'arrivant jamais seul, on murmure qu'elle prêtera son allure intemporelle à la plus mythique des marques de cosmétiques, L'Oréal Paris. Parce que, c'est sûr, elle le vaut bien ! ■

VIRGINIE PICAT

SOUS L'OBJECTIF DE JEAN-PAUL GOUDE, LE TOP MODEL ICONIQUE RÉVEILLE, DAN



Inès

DE LA FRESSANGE

AMUSE LES GALERIES

NOUVELLE CAMPAGNE DU CÉLÈBRE MAGASIN, LA PARISIENNE CHIC QUI SOMMEILLE EN CHACUNE D'ENTRE NOUS. ON ADORE !

PHOTOS : PASCAL ROSTAIN / SPHYNX

Après une heure d'essais infructueux dans les couloirs du métro, Jean-Paul Goude a préféré immortaliser Inès en studio. Le making of de la campagne sera visible sur aubert-storch.com.