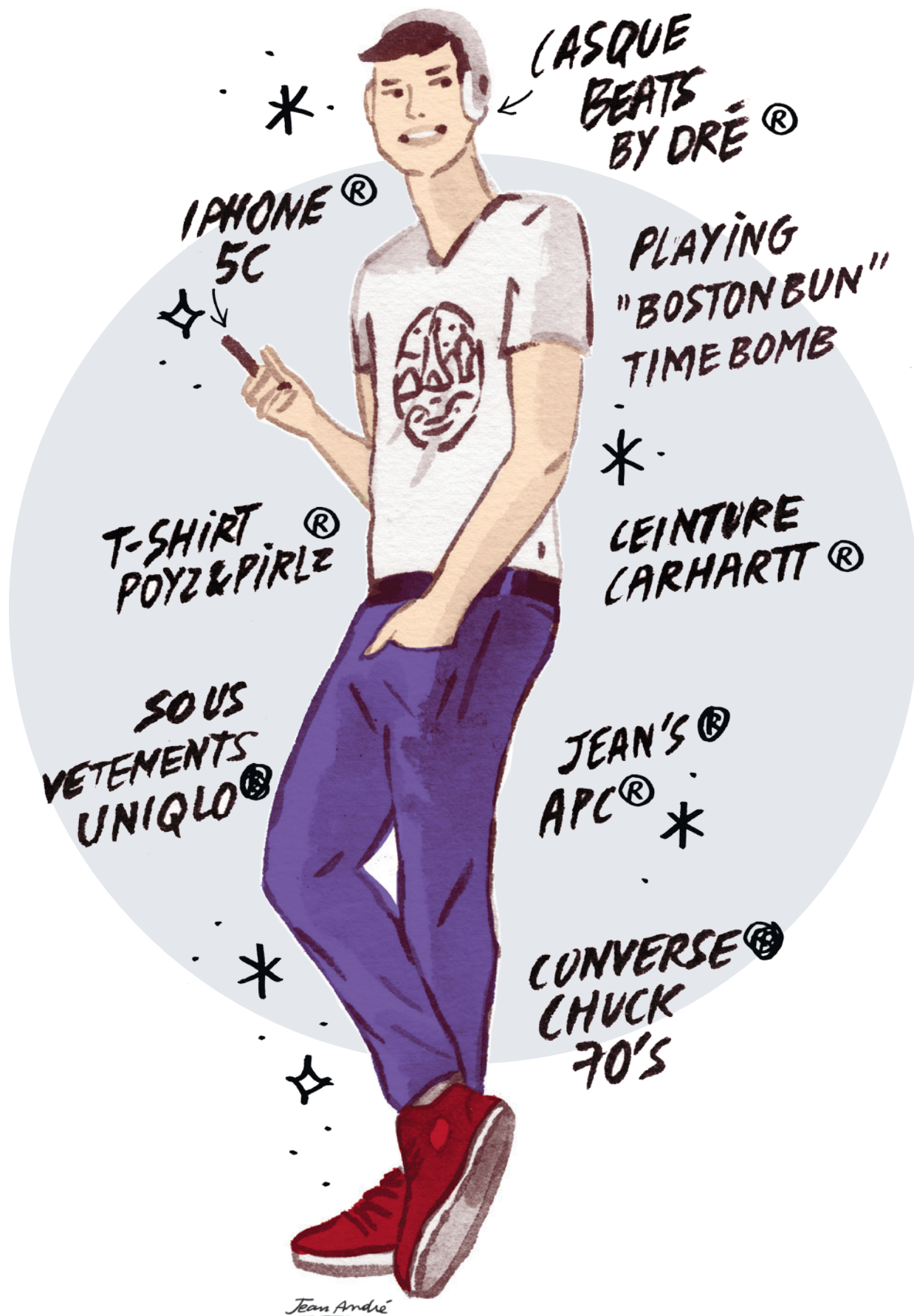


DOSSIER
PRÉADOSLEÇON N°2
ACCEPTER LEUR OVERSTYLE

Connectés au monde de l'image, les adonaissants 2.0 sont la cible privilégiée des marques de prêt-à-porter. Pas encore ados, plus vraiment enfants, ils maîtrisent leur allure comme des pros, à un âge où la génération X préférerait échanger ses billes plutôt que remplir sa penderie. Les "mini-me" vont-ils trop vite ?

Un matin, ma fille Lila a balancé cette phrase : "Maman, elle te fait une jolie silhouette ta robe mais tu devrais mettre une ceinture pour marquer ta taille." En 24 heures, Karl Lagerfeld avait investi le corps de ma fillette de 11 ans. La même qui, hier encore, ne voyait aucun inconvénient à mixer une jupe écosaise avec une marinière. Bon, ce qui est rassurant, c'est que ma peur ultime de voir mon bébé se transformer en mini Lolita s'est aussitôt envolée quand, plantée devant une émission de télé-réalité, elle a balancé

ce magnifique : "Non mais là, c'est quand même le comble de la vulgarité." Et si, à force de prôner le bon goût, j'avais transformé mon enfant d'1,40 m en fashion police avant l'âge, en mini-moi obnubilée par sa penderie, bref, en gamine overstylée ? Je me suis aussitôt confiée (avec une once de satisfaction) à mon amie Julie, maman d'un garçonnet à peine plus âgé que ma petite copie. Oh, mon dieu ! Tout cela est contagieux. Depuis son entrée en 6^e, Marius passe plus de temps sur ses cheveux que sur sa PSP2. La machine à accélérer le temps aurait-elle imposé à nos enfants la tyrannie de l'apparence et du look maîtrisé ? Loin des récréés d'antan où, peu importait l'allure, seul comptait le nombre d'images Panini à troquer, nos préados 2.0 sont-ils devenus les victimes d'une société de consommation "kids marketés" ? Ou ont-ils pris simplement les reines de leur personnalité ? Bref, est-ce que (ça aussi) c'est grave, docteur ?



DOSSIER
PRÉADOS

“LES GARÇONS ET LES FILLES ONT À L'ESPRIT D'AVOIR LA BONNE IMAGE. ET ILS SONT LA MEILLEURE DES POLICES ENTRE EUX.”

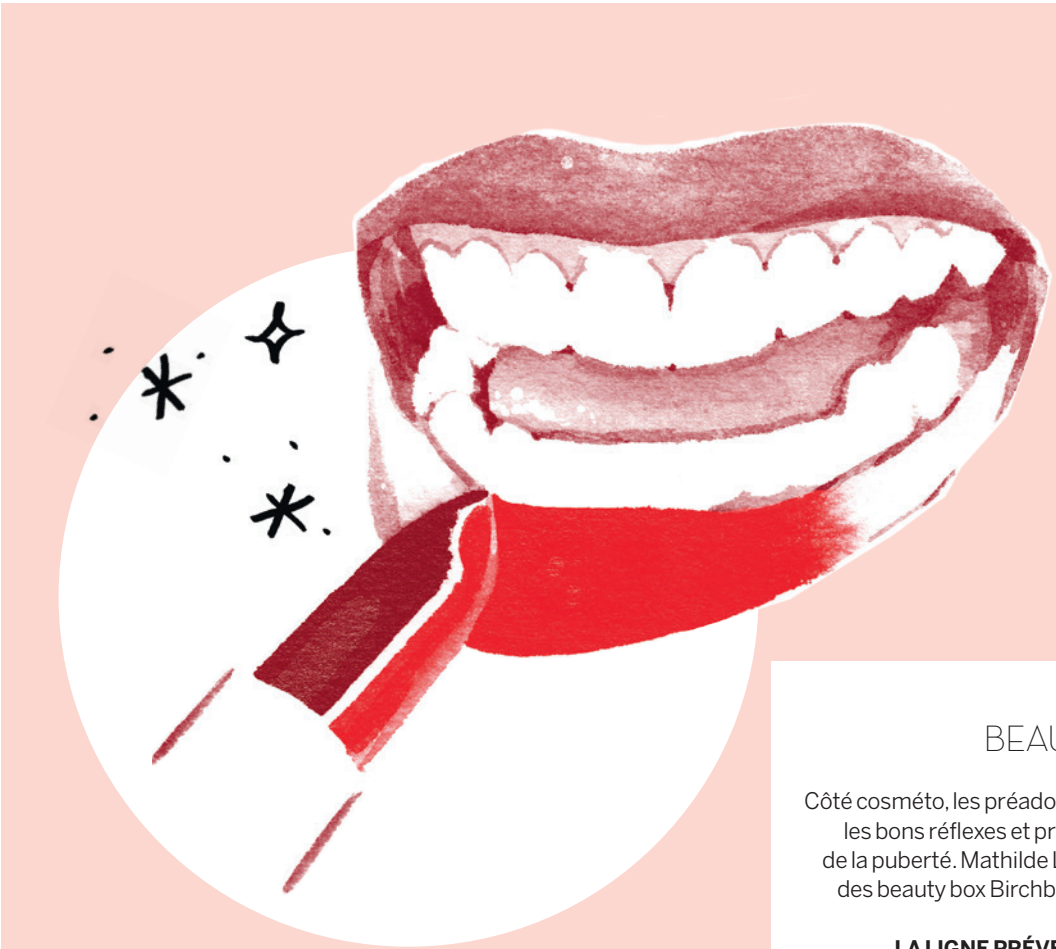
Préados, adonaissants, adolescents, enfants ? Les codes ont-ils perdu la face ?

Si, dans nos souvenirs post-eighties, l'adolescence commençait à mi-parcours du collège, aujourd'hui on nous martèle que les lignes ont bougé. Et quand vient le moment de “catégoriser” nos enfants, les choses ne sont pas si aisées. “Que” sont-ils entre 8 et 12 ans ? Plus vraiment petits, pas encore grands, entre le CE2 et la 5^e, nos têtes blondes bien peignées naviguent dans les eaux troubles d'un sas que l'on a nommé, à tort ou à raison, la préadolescence. Une catégorie que les marques chouchoutent particulièrement à coups de lignes de prêt-à-porter “Miss” inspirées des marques adulte (Mademoiselle de Jacadi, B.Team de Bensimon, Mademoiselle Tara de Tara Jarmon, ou encore Sœur). Une cible de futurs consommateurs qui vaut de l'or, mais reste l'une des plus difficiles à cerner. Et cela commence par sa dénomination. Pour le sociologue Michel Fize, spécialiste de l'enfance et de l'adolescence, la préadolescence n'existe pas : “Les âges sont des processus. Parler de préadolescence signifierait que l'enfant est dans l'attente, à l'arrêt. Cela n'a aucun sens.” Une idée que partage Patrice Huerre, pédopsychiatre¹ : “Il y a l'enfance et il y a la puberté. Pas

d'entre-deux.” Notre volonté d'anticiper l'adolescence est-elle le signe d'une accélération dont nous, adultes, sommes les initiateurs ? “En tout cas, ce qui est certain, c'est que les codes de l'adolescence ont infiltré, via les médias et l'environnement, les écoles primaires et les cours de récré des 6^e”, précise Michel Fize. Les codes, oui, mais pas la puberté en tant que telle. Là est la nuance. Pris en otage par les modèles adolescents véhiculés par les images, les boussoles de nos enfants s'affolent et les limites entre les âges s'effritent : “Il y a un affaiblissement des barrières de l'âge et un idéal commun chez toutes les femmes, y compris chez les petites filles. Cet idéal se situe aux alentours de 25 ans. Toutes les femmes, dès 8-9 ans, tendent vers cet âge-là”, observe Catherine Monnot, docteur en anthropologie sociale et culturelle et auteure de *Petites filles, l'apprentissage de la féminité*². Un brouillage des catégories d'âges favorisé, entre autres, par les supports numériques, qui offrent la possibilité aux enfants d'avoir les outils pour se projeter.

Génération tribu

Plus informés, plus connectés, les digital natives ont grandi avec une certaine culture de l'apparence mais surtout de la tribu. “Le monde de l'image leur projette en permanence le modèle à suivre, avec cette remarquable prédisposition à l'imitation, à la reproduction et à l'identification”, précise Michel Fize. Outre l'envie d'imiter, le regard des autres et de leurs pairs en particulier est primordial : “Les enfants sont face à la nécessité d'exister aux yeux des autres. Il faut se faire remarquer”, souligne le sociologue. Oui, mais pas n'importe comment : “L'idée du bon goût est très présente”, précise Catherine Monnot. Les garçons et les filles ont à l'esprit d'avoir la bonne image. Et ils sont la meilleure des polices entre eux.” Plus qu'hier, les codes de l'apparence définissent leur place dans le groupe : “La mode est un énorme facteur d'intégration. Il faut avoir



BEAUTY KIDS

Côté cosméto, les préados sont à un âge clé pour adopter les bons réflexes et prévenir les bouleversements de la puberté. Mathilde Lacombe, directrice éditoriale des beauty box Birchbox, nous livre ses essentiels :

LA LIGNE PRÉVENTIVE BENTA BERRY

pour appliquer de suite les bonnes habitudes d'hygiène. bentaberry.fr

LES VERNIS HOPSCOTCH KIDS

pour s'offrir un instant “manucure” avec sa fille sans risque “santé”. hopscotchkids.com

LES SOINS ORIGINAL SPROUT

et leur démêlant cheveux permettant aux jeunes filles de prendre soin de leurs longueurs avec une formule safe, qui repousse même les poux. Dispo sur birchbox.fr

LA GAMME TOO FRUIT

qui prend en compte les spécificités des peaux très jeunes, pauvres en sébum protecteur. toofruit.com

l'air d'être comme les autres, ou les petites filles courent le risque de l'exclusion sociale”, précise Catherine Monnot. Et qu'en est-il des garçons ? Car, à voir Marius, 12 ans, hésiter entre cinq couleurs de bonnet avant de se décider, on se rend compte que “cela vaut aussi pour eux. Ils adoptent des looks qui les confirment dans leur identité masculine entendue comme ‘virile’ et leur assurent une intégration sociale valorisante”, précise l'anthropologue.

Aujourd'hui, je serai grand(e)

Des slims, des chemises à carreaux, des baskets fluo... C'est évident, la tranche des 8-12 ans copie-colle les codes adultes “branchés”, tel un outil qui leur permet de s'intégrer aux autres. Mais, outre une démarche d'imitation évidente, l'envie de devenir grand avant l'heure a-t-elle conditionné nos kids connectés ? En un sens, oui. “Être grand, c'est être un adulte. Je suis grand si j'ai des symboles adultes sur le dos”, observe Michel Fize. Parallèlement à la mode du “mini-moi”, de plus en plus de blogs mettent en scène des beautystas de moins de 14 ans. Une manière de mixer digital, mise en scène et codes adultes qui n'inquiète pas pour autant Catherine Monnot : “Se maquiller permet de pallier l'attente, d'être temporairement soi-même en plus âgée.” Plus que dans l'attente, les enfants d'aujourd'hui sont dans le désir, selon le sociologue Michel Fize. “C'est parce que les petites filles sont dans le désir qu'elles se donnent tous les atouts pour être ‘comme’”, ajoute-t-il.

Mais, attention, cette certaine forme d'impatience est en partie initiée par les adultes. “Ce sont les adultes qui créent ces lignes de vêtements imprégnées de leurs penderies et ce sont eux aussi qui les achètent”, analyse le pédopsychiatre Patrice Huerre. Une évidence, certes, mais qui a son importance. “Nous prêtons à nos enfants des intentions qu'ils n'ont pas et tout cela devient sérieux malgré eux. Faire comme-ci n'est pas ÊTRE”, conclut-il. Gare alors à ne pas les enfermer dans un diktat de l'apparence dont ils ne maîtrisent pas tous les codes...

Amandine Grosse / illustrations : Jean André

1. AUTEUR D'ADOLESCENTES, LES NOUVELLES REBELLES, ÉD. BAYARD
2. ÉDITIONS AUTREMENT