

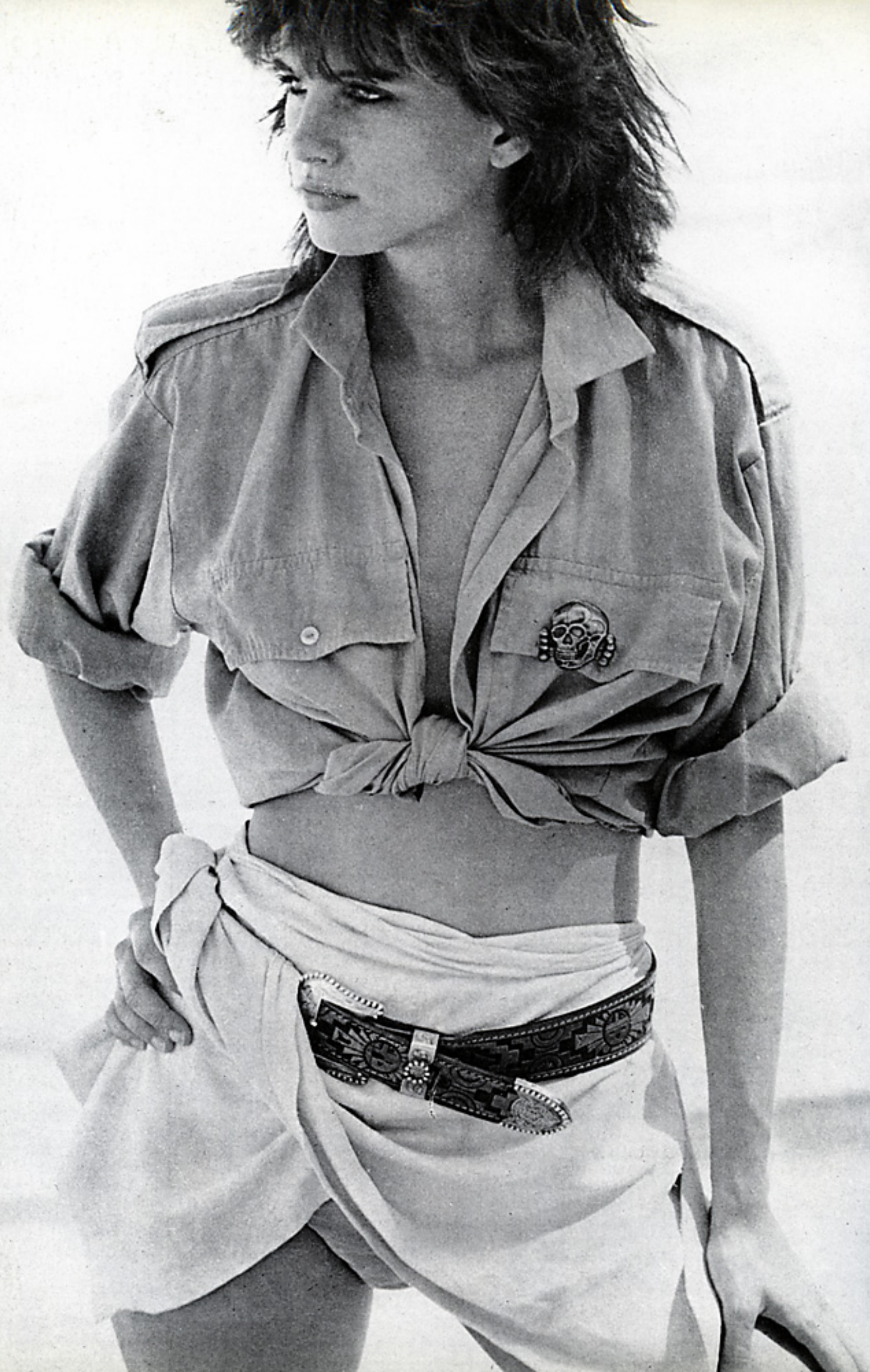


P ortraits intimes de de sorcières...

Un visage à la Maria Schneider, des yeux rieurs, un équilibre et une assurance rares : elle est étonnante, Laura Krauss, celle par qui le scandale est arrivé. Née il y a vingt et un ans à la frontière de l'Indiana et du Kentucky, elle a toujours voulu être mannequin. Remarquée lors d'un concours, elle décide *il y a trois ans de s'installer à New York* avec l'accord de sa famille. Elle est loin de faire un triomphe. Ni blonde, ni les yeux bleus. Partout où elle se présente, on l'éconduit. Pour survivre, elle est serveuse, vendeuse, représentante en bijoux, fille au pair. La solitude à New York est plus dure que partout ailleurs. « Je me souviendrais toujours du Noël 1980 que j'ai passé seule dans ma chambre d'hôtel. J'en pleurais de désespoir, mais je me suis accrochée. » Paris, lui dit-on, serait mieux pour débiter. Alors elle part, s'installe dans un petit hôtel de la rue Saint-André-des-Arts, et recommence la ronde infernale des tests et des rendez-vous. Une seule personne croit en elle, Louise Despointes, un ancien mannequin des années soixante-dix qui a ouvert sa propre agence, City. Son autre chance, ce sera Marc Bohan, qui la prend pour les défilés de Dior. Ensuite, elle est remarquée par (suite page 123)







Celles que la loi veut brûler

Lize Brand, de son véritable nom Elisabeth, vingt et un ans, 1,74 m et 55 kg, un sourire éblouissant, un regard pétillant et bleu, les cheveux blonds coupés courts autour d'une mine radieuse et sans maquillage, ne se laisse pas impressionner par son succès de mannequin, découverte des années quatre-vingt. « Ce n'est qu'une toute petite phase dans ma vie », dit-elle en souriant. Lize fut découverte à dix-huit ans sur les plages de Floride, à Fort Lauderdale, où elle passait plus de temps dans les vagues que sur les bancs de l'école, et préférait courir les boîtes de nuit et les soirées que rester chez elle à étudier. « Cet été-là, je travaillais dans un magasin de jouets pour gagner un peu d'argent, et je me préparais à aller à l'université. J'étais beaucoup plus grosse et j'avais les cheveux longs. Je n'aurais jamais imaginé que je puisse devenir mannequin. Et puis, une dame est entrée, elle a fait deux Polaroid de moi, et, trois semaines plus tard, ma vie était changée. » Encouragée par sa famille, elle se retrouve

(suite page 123)



Aubade pour un homme.





PICCADILLY

Jeans'

Vive l'homme objet !

Longue, une masse de cheveux blonds ébouriffés, deux immenses yeux bleu ciel, des lèvres charnues qui sourient tout le temps : elle est extrêmement séduisante, Toni Bing Larsen, l'héroïne de l'affiche Piccadilly réalisée par Jean-François Jonvelle. C'est aussi à Jonvelle que nous avons demandé de réaliser les photos de Toni que vous pouvez voir dans les pages suivantes. Elle a vingt ans, elle est née à Oslo. Il y a dix mois, elle a rencontré dans un club de la capitale norvégienne un photographe qui l'a suppliée de venir à Paris. Elle n'y a pas cru tout à fait. Une semaine plus tard, Claude Haddad, directeur de l'agence « Mademoiselle », était chez elle pour la convaincre. Depuis, elle partage un appartement près de la rue Saint-Honoré avec un autre mannequin, norvégienne elle aussi, elle travaille régulièrement pour Guy Bourdin et Jean-Loup Sieff et elle a vu ses photos paraître dans tous les magazines. Sportive et remarquable pianiste, Toni affirme adorer par-dessus tout marcher dans la forêt en écoutant de la musique. Des projets, elle refuse d'en faire. Sa seule certitude : ne pas reprendre la licence de mathématiques et de physique qu'elle avait entreprise à l'université avant de devenir mannequin. « J'aime Paris », dit-elle, « je vais y rester un peu. Après, je verrai. Je ne veux pas collectionner les parutions pour aller m'installer à New York. Je n'ai pas envie de m'installer là-bas. Il y a trop de filles sublimes qui occupent déjà le marché. Paris me semble parfois une ville trop (suite page 72)



La séductrice de jeans Piccadilly

(suite de la page 71) dure, alors New York... ». Le patron des jeans Piccadilly, lui, peut faire tous les projets qu'il veut. Sa firme n'existait pas; trois ans plus tard, grâce à cette campagne de publicité, elle occupe la troisième place du marché. « L'idée de toutes mes campagnes est simple », dit-il. « Le jean est l'habit le plus chargé d'érotisme, celui que l'on met pour séduire, la parure charnelle et sensuelle par excellence. C'est tout. Alors, quand Jean-François Jonvelle m'a apporté l'idée du renversement de séduction, j'ai accepté avec enthousiasme. C'est vrai que les femmes choisissent de plus en plus, et qu'elles font les premiers pas. C'est formidable, aussi, d'être séduit. Et puis, là, au moins, aucune association de boutonneux, vilains et névrotiques ne portera plainte. » Homme-objet : le rêve. Promis, juré, craché, nous n'irons pas cafter auprès de Big Sister Roudy. Vraiment, si une majorité d'hommes au Parlement vote cette loi débile, ce sera à pleurer de désespoir...



