

De la presse magazine masculine et de ses sélections de produits



Alors que l'élégance masculine a le vent en poupe et que de plus en plus d'hommes sont friands d'éducation et de conseils avisés et honnêtes en la matière, les grands titres de presse du secteur s'entêtent à proposer des sélections de produits mettant à l'honneur les grandes marques que tout le monde connaît. Une sorte de dialogue de sourd...

Avec Hugo
Jacomet

Il y a quelques jours, je suis retombé par hasard sur un article de GQ Magazine (la version online), présentant la sélection "des souliers masculins les plus élégants" (je cite) pour le printemps 2014.

Après avoir rapidement parcouru cette sélection supposée guider les hommes vers les meilleurs souliers sur le marché (au moment même où GQ lance son académie de style destinée à aider, contre rémunération, les hommes à parfaire leur style avec des conseils d'experts), je suis obligé de faire un constat. **Le fossé semble bel et bien se creuser entre la nouvelle génération des hommes en quête de style et d'élégance personnels et la presse magazine masculine** : d'un côté des hommes ayant soif d'éducation vestimentaire et de conseils d'experts, de l'autre des magazines qui, s'ils prétendent faire de l'éducation à chaque page, tournent en réalité en boucle sur les mêmes marques depuis toujours. Tout change donc, mais les vieilles recettes d'influence elles, ne changent pas. Une sorte de dialogue de sourd en somme.

En effet, comment justifier que dans une liste de 30 maisons supposées représenter la fine fleur actuelle des souliers pour hommes l'on trouve, en vrac, des noms qui n'ont pas grand chose à faire là comme Armani, Dolce & Gabbana, Loboutin, Prada, Kenzo, Valentino, Ferragamo, Gucci, Yves St Laurent, Tom Ford, Paul Smith, Hugo Boss et même The Kooples ? **Seuls quelques modèles de Berluti, Church's, JM Weston et Santoni sauvent l'honneur** d'une liste dans laquelle à peine 15% des maisons citées sont en réalité de vraies maisons de chaussures...

Autant je peux comprendre que les grands titres de presse du domaine aient besoin de soigner leurs annonceurs autant il me semble, dans le contexte actuel, peu crédible d'oser recommander The Kooples, Kenzo ou Hugo Boss comme étant des marques références en matière de chaussures auprès d'une génération d'hommes s'intéressant de plus en plus à la chose vestimentaire et s'éduquant dans le domaine.

Il est d'ailleurs intéressant de noter qu'entre cette sélection de 30 marques et notre sélection de 36 marques de souliers (représentant plusieurs mois de travail méticuleux par toute notre équipe, et que vous trouverez [ICI](#)), seules 5 maisons apparaissent dans les deux listes.

A une époque où tout le monde prétend faire de l'éducation en matière de style masculin, nous assistons donc de plus en plus à

un mélange des genres qui ne plaide pas en faveur de la crédibilité de telles sélections qui, si elles n'ont rien de choquant s'agissant d'un magazine de mode, deviennent beaucoup plus étonnantes lorsque l'on parle d'éducation, de conseil et, à fortiori, d'académie. Les coulevres vont devenir de plus en plus difficiles à avaler...

Car franchement, personne n'a besoin de s'éduquer en matière de vêtements et à fortiori de souliers, si c'est pour se voir recommander du Boss ou du Armani.

Le marché de la chaussure pour hommes est pourtant en pleine effervescence et il existe en France et en Europe d'excellentes maisons de chaussures, proposant de très bons produits dans toutes les gammes de budget. Cherchez l'erreur.