



HAL
open science

La tentation du luxe en politique

Lynda Dematteo

► **To cite this version:**

Lynda Dematteo. La tentation du luxe en politique. Communications [EHESS], 2022, L'état du luxe, 111 (2), pp.179-189. 10.3917/commu.111.0179 . hal-03923920

HAL Id: hal-03923920

<https://cnrs.hal.science/hal-03923920>

Submitted on 8 Jan 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Lynda Dematteo

LA TENTATION DU LUXE EN POLITIQUE

À l'occasion des élections présidentielles de 2017, les costumes de luxe de François Fillon sont devenus le symbole du décalage entre la classe politique et les électeurs. L'affaire des costumes a accéléré la désagrégation de la droite républicaine au profit du Rassemblement National et de la LREM. Cette débâcle interroge sur la perception politique du luxe vestimentaire dans la vie publique d'une nation qui a, par ailleurs, établi son prestige international sur la quête du raffinement. Les représentants français ont l'obligation d'illustrer l'idéal d'élégance de leur pays, sans toutefois déroger aux principes de sobriété vestimentaire qui distinguent les valeurs républicaines depuis la Révolution¹. Ils doivent donc trouver un équilibre délicat qui s'accorde avec leur style personnel. Cela n'a rien d'évident comme le prouvent les faux pas stylistiques de Nicolas Sarkozy, et surtout ceux de François Hollande, contraint d'engager un conseiller spécial². Tant le clinquant du premier que la normalité du second ont offusqué les électeurs, bien que pour des raisons opposées. Les goûts comme les couleurs sont marqués politiquement ; les dirigeants sont contraints d'y prêter attention, car les images qu'ils renvoient dans les médias sont diversement interprétées et suscitent souvent de l'ironie. Depuis 2015, je mène des recherches sur les textiles de luxe exclusivement *Made in Italy*, la culture matérielle et le patriotisme économique; grâce aux industriels italiens, j'ai pu interviewer les grands tailleurs qui confectionnent des costumes sur mesure avec des tissus précieux à New York, Hong Kong et Paris³. J'ai ainsi rencontré des professionnels entièrement dévoués à l'exaltation de l'élégance masculine. Lors de la foire *Intertextile* de Shanghai, j'ai discuté avec Jean-Philippe Vauclair, le directeur de l'Académie internationale de coupe de Paris, dont le père a habillé Dwight Eisenhower et Charles de Gaulle. Il a attiré mon attention sur le rôle des tailleurs dans l'élaboration de l'image publique des hommes d'État. Examiner cette construction à travers ses caractéristiques les plus matérielles ouvre ici des pistes d'interprétations ethnologiques sur la présidentialité dans le contexte français.

Avoir ou pas l'étoffe d'un homme d'État

Selon les spécialistes de la communication politique, l'impact du message verbal est très relatif, car l'expression corporelle est déterminante. Le soutien que reçoit un homme politique dépend moins de ses idées que de son apparence, et il doit soigner son style pour susciter l'identification des

électeurs⁴. Ces derniers tendent en effet à plébisciter le candidat dont l'apparence correspond à leurs aspirations sociales. Le prestige dépend donc de la capacité de certains à exercer de l'ascendant sur les membres de leur groupe de référence. Les parures jouent un rôle important dans cette alchimie sociale comme l'ont relevé très tôt les anthropologues: le mana polynésien, cette force magique qui confère autorité, s'attache non seulement aux personnes, mais également aux objets qu'elles possèdent. Les processus de subjectivation impliquent en effet des rapports complexes aux choses qui sont ensuite incorporés dans des conduites et des rapports politiques⁵. Le costume occidental s'inscrit clairement dans une hiérarchisation des positions sociales et exerce de fait une domination symbolique. L'élégance vestimentaire confère de l'autorité parce qu'elle est une manière, d'autant plus efficace qu'elle est discrète, d'affirmer son aisance matérielle et sa culture esthétique. En France, cela semble déterminant pour les électeurs de droite et le *Le Figaro* décrypte souvent les looks des hommes et des femmes politiques. Selon les spécialistes de la mode, cette attention méticuleuse pour l'apparence fait partie de la culture bourgeoise française telle qu'elle fut décrite et analysée par l'ethnologie⁶. Les élus qui tiennent à affirmer leur proximité avec le peuple prennent généralement le contrepied de ces valeurs esthétiques bourgeoises. Jean-Luc Mélenchon a ainsi révélé à Karine Le Marchand qu'il achetait ses chemises blanches sur un site de vente en ligne pour les professionnels de la restauration⁷. Parmi les élus de la gauche française, la mode suscite globalement moins d'attention, à l'opposé des Démocrates américains qui, depuis l'ère Kennedy, utilisent les clichés glamours de leur vie familiale pour affirmer leur aura politique. Cela tient au fait que les Français sont les héritiers d'une histoire politique du vêtement tout à fait singulière. Jamais l'apparence n'a eu autant d'incidence que pendant la Révolution française : la transition brutale d'une société où le statut dictait l'apparence à une société plus égalitaire politisa à l'extrême la façon de s'habiller et modifia profondément la relation aux vêtements. Aussi surprenant soit-il, Marie-Antoinette fut la première à briser les codes: sa robe-chemise en coton, par sa simplicité subversive, aura contribué à faire et défaire sa réputation, modifiant le cours même de l'histoire de France⁸.

Les vêtements peuvent donc asseoir le prestige ou au contraire précipiter la disgrâce sociale. Ils sont plus qu'un langage: ils nous font et nous défont; en cela ils sont bel et bien magiques au sens où l'entendait Marcel Mauss⁹. Selon l'anthropologue, s'habiller est une « technique du corps » qui a une dimension magico-religieuse. Les vêtements permettent à l'homme de se saisir du réel et de s'y frayer un chemin. En transformant son apparence, il agit sur son environnement. Avoir du mana c'est ainsi faire preuve d'efficacité et d'influence dans un système cognitif et symbolique spécifique. Comment faut-il se vêtir pour accroître son prestige? Cette question taraude tout un chacun, mais

plus encore les politiciens qui vivent sous l'oeil des caméras. Ces derniers doivent en effet composer avec les médias afin de capter le mana dont ils ont besoin pour asseoir leur autorité politique¹⁰. L'image qu'ils renvoient est en quelque sorte leur « marque » et leurs orientations sont parfaitement identifiables à travers leurs vêtements qui forment des systèmes de signes entièrement interprétables¹¹. Avec le développement du marketing politique, les modes de vie ont pris une importance croissante dans l'analyse des comportements électoraux. L'anthropologue Nicolas Chemla réalise des enquêtes de marketing pour des marques de luxe et porte un regard spécifique sur les orientations politiques de la société française. Adopter son angle d'analyse permet de comprendre le conflit qui a divisé la droite française¹². Les divergences entre Nicolas Sarkozy et François Fillon peuvent ainsi se lire à travers un système de codes. Ces deux hommes appartiennent à la même famille politique, mais ils sont très différents : leurs manières de s'habiller reflètent leurs carrières et leurs idées.

Élevé dans les quartiers riches de Paris, Nicolas Sarkozy représente la droite des *self-made men*. Issu de l'immigration, il a mené une brillante carrière d'avocat d'affaires. Son grand-père maternel était un juif grec de Salonique et son père un noble hongrois. François Fillon vient d'un milieu social très différent : il est le fils d'un notaire de province et il a été promu en politique par un ami de sa famille, Joël Le Theule. Profondément catholique, il représente la France rurale et traditionaliste du Nord-Ouest. Les rivaux politiques se réfèrent à des traditions idéologiques ancrées dans l'histoire mouvementée du XIXe siècle et ils incarnent deux cultures de droite différentes¹³. Nicolas Sarkozy a été défini comme le dernier avatar de la droite bonapartiste, et il aura incarné le bling-bling français¹⁴. De nombreux commentateurs ont comparé son style politique à celui de Silvio Berlusconi ; ils ont également établi un parallèle entre le leader populiste italien et Louis Napoléon Bonaparte dont le pouvoir avait connu des dérives similaires (ostentation, corruption et libertinage). Nicolas Sarkozy a représenté une rupture dans les habitudes politiques françaises : tandis que ses prédécesseurs avaient coutume de s'habiller dans les salons des grands tailleurs parisiens (Arnys, Stark & sons), il a brisé les codes vestimentaires gaullistes et manifesté son goût pour la mode. Le jour de son investiture, il s'est distingué par un costume Prada bleu nuit. Lorsqu'il était jeune, il s'habillait simplement, mais dès qu'il en a eu les moyens, il a affiché sa réussite à travers ses vêtements¹⁵. Cette présentation de soi entrait en syntonie avec les aspirations de ses électeurs et, depuis le début de sa carrière, il a joué sur cet aspect. Par ailleurs, peu d'hommes politiques connaissent aussi bien le monde de la mode que lui. Sa seconde épouse, Cécilia Ciganer, était mannequin chez Schiapparelli et la troisième, le top model Carla Bruni, est une star de la mode et l'ambassadrice du joaillier Bulgari. Nicolas Sarkozy aime néanmoins un peu trop les montres de

luxe et lorsqu'il est devenu président en 2007, sa Rolex est devenue encombrante. Cette focalisation médiatique sur la montre de Nicolas Sarkozy est cependant curieuse, dans la mesure où les montres de luxe sont associées à la figure stéréotypée de l'entrepreneur juif du Sentier popularisé par une série de comédies à succès. Certains Français ont même subi des agressions antisémites à cause de leur Rolex¹⁶. Après le quinquennat de Nicolas Sarkozy, les autres candidats ont été bien embarrassés pour se construire une image de présidentiable. Lorsqu'il a été élu en 2012, François Hollande a décidé d'adopter une démarche opposée à celle de son prédécesseur en optant pour une normalité qui a fini par embarrasser ses propres électeurs, car la presse de droite a répandu l'idée qu'il n'avait jamais vraiment su revêtir les habits du pouvoir.

À l'opposé, François Fillon a clairement cherché à surclasser Nicolas Sarkozy par son élégance à la française. L'ancien Premier Ministre cultive depuis des années une forme de dandysme à l'ancienne: il a une façon de s'habiller très sophistiquée, qui va bien au-delà du notable régional, même s'il en évoque le style. Au fil des ans, il a développé une sorte de « provincialisme chic » qui reflète sa brillante carrière d'élus local. François Fillon renvoie une image d'authenticité et de sérieux qui a été remarquée par le magazine de mode masculine GQ (à l'origine *Gentlemen's Quarterly*). Les pièces emblématiques de sa garde-robe personnelle sont la veste matelassée Barbour, la veste forestière Arnys et les chaussettes rouges Gammarelli¹⁷. Ce dernier détail témoigne d'un snobisme vestimentaire caractéristique de la droite traditionaliste française. Dans sa jeunesse, il fut l'un des chefs scouts qui quittèrent le mouvement catholique français pour fonder les Scouts d'Europe, la branche la plus traditionnelle du scoutisme. Il a également transité par l'Action française. Ce mouvement monarchiste a toujours revendiqué une certaine forme de dandysme. Les jeunes royalistes suivent aujourd'hui encore des codes vestimentaires qui les distinguent (coupe de cheveux youlée des Saint-Cyriens, foulard blanc, pantalon clair et tennis New Balance). Cette attention est une constante qui, selon les intéressés, remonterait aux muscadins du Directoire qu'ils considèrent comme les ancêtres des Camelots du Roi. François Fillon a également adopté le style de vie de la noblesse provinciale : il habite avec sa famille dans un château près de Sablé-sur Sarthe. Ce choix est certainement un atout politique dans un pays où les élus doivent s'identifier avec un territoire¹⁸. Les journalistes l'ont même surnommé le « dandy de la Sarthe » et ont immédiatement fait le lien entre son apparence et le nouveau type social défini par l'anthropologue Nicolas Chemla : le bourgeois-bourrin, sorte de double démoniaque du bourgeois-bohème, reflète à travers une tendance le tournant réactionnaire qui s'affirme en 2016 dans le sillon de l'élection de Donald Trump. Ce néologisme fait à la fois référence à la haute bourgeoisie française, adepte d'activités sportives aristocratiques comme l'équitation ou la chasse, et à une orientation conservatrice

pleinement assumée. En portant des vestes Barbour, en pilotant des voitures de course *vintage* et en appréciant la cuisine traditionnelle, François Fillon incarne parfaitement cette contre-révolution culturelle que Nicolas Chemla a repérée à travers ses enquêtes de marketing.

Arnys, un fétichisme politique français

L'affaire des costumes s'inscrit dans le cadre de l'affrontement décennal entre Nicolas Sarkozy et François Fillon pour la conquête de la présidence. L'exercice du pouvoir exécutif est très personnalisé sous la Ve République et la fonction présidentielle a été taillée sur mesure pour le général de Gaulle. Cette spécificité constitutionnelle contraint les impétrants à revêtir à leur tour le costume du fondateur des institutions. La figure du général exerce toujours une certaine suggestion, spécialement à droite. Lorsqu'en 2016, il lance sa campagne pour la primaire dans sa propriété de Sablé-sur-Sarthe, François Fillon n'hésite pas à mettre en cause la légitimité de la candidature de son rival en dénonçant son style *people* et ses problèmes avec la justice: « Qui imagine un seul instant le général de Gaulle mis en examen? » Cette phrase terrible fut très mal perçue dans sa famille politique, mais il remporta néanmoins, et contre toute attente, la primaire en faisant campagne sur l'austérité et la moralisation de la vie publique. Fort de cette victoire, il était assuré de l'emporter au deuxième tour contre Marine Le Pen. Pourtant, l'élection présidentielle prit un tour particulier lorsque les journalistes commencèrent à fouiller dans ses placards. Outre l'emploi fictif de sa femme, les électeurs apprirent qu'on lui avait offert et qu'il avait accepté trois costumes sur mesure d'un prix exorbitant réalisés dans l'atelier du célèbre tailleur Arnys. L'enquête révéla dans les jours qui suivirent que le généreux donateur était Robert Bourgi, un avocat d'origine libanaise chiite impliqué dans les réseaux de financement occultes de la Françafrique. Ce dernier déclara par la suite à la presse avoir tendu un piège à François Fillon, avant même sa victoire aux primaires, et en avoir également informé Nicolas Sarkozy. Impossible de savoir si l'avocat dit vrai ou non. Était-ce effectivement un piège ? Nicolas Sarkozy fut-il mis au courant ? Nous ne le saurons jamais. Toujours est-il que les déclarations de Robert Bourgi jetèrent le soupçon sur l'ex-Président et précipitèrent la chute de François Fillon. Ce dernier avait de toute évidence généré du ressentiment dans sa propre famille politique en menant une campagne populiste sur l'intégrité morale (contre Nicolas Sarkozy), avant de susciter l'écoeurement parmi les électeurs lorsque sa propre réputation d'honnêteté fut remise en cause ; cela conduisit son parti à la défaite, et les Français à favoriser Emmanuel Macron.

Les costumes de luxe sont des objets qui véhiculent le mana et les offrir en cadeau à un candidat n'est pas un acte anodin¹⁹. Cela relève du trafic d'influence et engage celui qui les reçoit même si ce geste ressort de l'amitié²⁰. Lorsque je l'interrogeais sur cette affaire, un grand tailleur parisien m'expliqua qu'il était très rare qu'un homme offre un costume à un autre homme, et qu'un tel geste relevait le plus souvent du désir de faire connaître le travail de son tailleur à un ami. Selon lui, Robert Bourgi avait su s'y prendre pour flatter l'ego de François Fillon. Avant l'affaire des costumes, Arnys était inconnu de la plupart des Français. Cette maison occupe pourtant une place très singulière dans l'imaginaire des politiciens. Il semble même qu'un véritable fétichisme se soit développé autour des pièces de vêtements de cette institution germanopratine, car celles-ci se mêlent à l'histoire politique de la Ve République. Si Arnys se voit crédité d'un tel prestige dans le milieu politique français c'est parce qu'il est supposé opérer, par une transsubstantiation, la rencontre d'un politicien avec le peuple français. En 1981, le nouveau président socialiste, François Mitterrand, portait un costume Arnys lors de son investiture : cette image est devenue mythique. En 2008, le Parti socialiste a dépensé 10 000 euros à la demande de François Hollande pour acquérir le chapeau de feutre noir Arnys de Mitterrand lors d'une vente aux enchères des objets ayant appartenu à l'ancien président²¹. Ce couvre-chef nourrit les fantasmes: Antoine Laurain lui prête des pouvoirs extraordinaires dans son roman *Le chapeau de Mitterrand* (2012). Dans ce récit fantaisiste, le Président oublie son feutre dans une brasserie et son voisin décide de le prendre en souvenir. Tel un talisman, le chapeau noir transforme le destin de ce petit employé qui pense avoir percé le mystère du pouvoir suprême, mais hélas, il le perd à son tour, et le précieux objet poursuit son périple sur d'autres têtes au sein de la société française des années 1980. Le fameux chapeau a le pouvoir d'exaucer, comme par magie, le bon vouloir de celui qui le porte. Selon Marcel Mauss, certains objets ont le pouvoir de transmettre l'autorité d'un individu à un autre, ce sont les « choses à mana »: « Le mot mana dans les langues malayo-mélanésiennes désigne non seulement le pouvoir des substances et des actes magiques, mais aussi l'autorité des hommes. Il désigne aussi les objets précieux, les talismans de la tribu, dont on sait de quels échanges, de quelles batailles et de quels héritages ils ont été l'objet²². » Comme on peut le constater, les hommes politiques français créditent les vêtements et accessoires créés par Arnys d'un mana particulier. Ceux-ci donnent du prestige à leurs propriétaires qui les utilisent pour exercer le pouvoir. La valeur des objets et celle des personnes qui les arborent finissent ainsi par se confondre. Les costumes de luxe accroissent de fait la valeur des individus même si nous préférerions que les qualités intrinsèques des personnes que nous élisons soient le seul critère. Karl Marx avait déjà relevé cette magie dans le livre I du *Capital* comme l'analyse Peter Stallybrass²³. La capacité du philosophe désargenté à sortir son

manteau du mont-de-piété conditionnait son accès au monde extérieur, notamment à la bibliothèque du British Museum, lui révélant ainsi l'agentivité sociale des objets et la clé du fétichisme de la marchandise.

La boutique Arnys était située au 14, rue de Sèvres (Paris 7e) avant que le bottier franco-italien Berluti ne la rachète en 2012. Aujourd'hui, seul l'atelier Arnys subsiste au premier étage. Après l'enquête judiciaire, il était devenu difficile de questionner les employés de Berluti afin de comprendre pourquoi Arnys exerçait une telle fascination sur les hommes politiques français²⁴. Je me suis donc tournée vers un spécialiste du vintage haut de gamme. Le tailleur qui m'a accueillie dans son magasin du 7e arrondissement en décembre 2020 était bien informé sur l'affaire Fillon. J'ai pu l'interroger sur la spécificité d'Arnys : « En son temps, Arnys incarnait l'esprit Rive Gauche. » Comme j'avais du mal à comprendre de quoi il retournait, il m'a gentiment montré quelques pièces vintage pour illustrer le concept : « Ce sont des vêtements confortables, réalisés dans de très belles matières. Les couleurs des doublures sont souvent inattendues. » L'atelier d'Arnys a été créé en 1933 par un tailleur juif du quartier de l'Opéra, Jankel Grimbert. Il acheta ce magasin pour son fils Léon, créant ainsi le tout premier magasin de vêtements pour hommes de la Rive Gauche. Le jeune Grimbert contribuera à définir le style un peu bohème du quartier. À l'époque, ses clients étaient principalement des artistes et des écrivains ; Ernest Hemingway était un habitué de la boutique. Arnys devint leur tailleur en se distinguant par ses tissus précieux et ses coupes décontractées. Contrairement aux hommes de la bourgeoisie d'affaires de la Rive Droite, toujours tirés à quatre épingles, les hommes de la Rive Gauche cultivèrent un style moins apprêté tout en gardant un goût marqué pour la confection artisanale jadis omniprésente dans leurs quartiers. Au fil du temps, la famille Grimbert a développé un style très français avec une touche vintage que les hommes politiques apprécient particulièrement. Ce choix témoigne de leur attention pour le *Made in France* et dénote leur souci de ressembler aux grands écrivains qui rendirent ces pièces mythiques. Pour les clients d'Arnys, il y a bel et bien une part de magie qui opère encore, par-delà la disparition de la boutique, et qui ne saurait tout à fait se réduire à l'ordre de la consommation et du rationnel. Parce qu'ils ont été portés par de grands intellectuels, ces vêtements un peu désuets sont porteurs d'une magie qui alimentent les rêves de pouvoir. Fasciné par cette maison, mon interlocuteur s'efforce aujourd'hui de réadapter ses pièces légendaires aux goûts du jour : « Tout le monde parle d'Arnys depuis l'affaire Fillon, mais en fait, cette maison a disparu. Depuis le rachat de l'entreprise, le style a complètement changé. Berluti a employé plusieurs designers étrangers au style épuré. Donc, cela n'a vraiment plus rien à voir avec Arnys. Les goûts

de l'élite française ont complètement changé. Les journaux continuent de parler d'Arnys pour éviter de mentionner les propriétaires actuels. »

À l'occasion de cette affaire, les Français ont découvert le côté sombre de François Fillon. Alors qu'il préconisait plus d'austérité, il s'est laissé tenter par trois costumes de luxe, ce qui le mit à la merci d'un personnage à la réputation sulfureuse. Les politiques d'austérité qui ont été poursuivies en Europe depuis la crise financière de 2008 ont paralysé la croissance, creusé les inégalités et hypothéqué le modèle social européen. Afficher publiquement un train de vie luxueux tout en voulant radicaliser cette ligne politique ne pouvait que choquer la plupart des électeurs français. Le rapport à l'argent est d'ailleurs au cœur du conflit entre les deux politiciens de droite: Nicolas Sarkozy est certes dispendieux, mais son ancien Premier Ministre a des goûts de luxe alors qu'il prône la parcimonie en politique. Le soupçon d'antisémitisme n'est peut-être pas étranger à l'hostilité entre les deux hommes, mais la question reste néanmoins implicite bien que les médias aient insisté lourdement depuis 2007 sur le fait que Nicolas Sarkozy ait désigné son Premier ministre comme étant son « collaborateur ». Nicolas Chemla pense que le luxe a une dimension démoniaque²⁵. Les récits sorcellaires adoptés par certains médias pour rendre compte de cette affaire semblent lui donner raison. François Fillon a bel et bien été marabouté par le cadeau empoisonné de Robert Bourgi: les costumes, qui devaient lui conférer une stature d'homme d'État, ont finalement détruit son image de présidentiable²⁶. En même temps, ces allégations de sorcellerie évoquent d'anciens tropes antisémites qui devraient tous nous alerter. Après les révélations de la presse, François Fillon a lui-même alimenté l'idée chez ses partisans qu'il avait été la victime d'un complot visant à l'écarter du pouvoir. Il existe de fait une homologie structurale entre la sorcellerie et le complotisme qui a déjà fait des ravages²⁷. Le storytelling adopté n'est donc pas anodin dans le déroulé de cette affaire. Les Français décidèrent finalement de mettre un terme à cette surenchère de luxe vestimentaire en sanctionnant les deux politiciens. En comparaison, Emmanuel Macron s'est montré plus habile. Après la malencontreuse réplique qu'il adressa à un jeune homme en tee-shirt à Lunel en 2016: « La meilleure façon de se payer un costard, c'est de travailler²⁸ »; son style fut assimilé à celui de Nicolas Sarkozy. Lorsque l'équipe de campagne de François Fillon le figura en banquier juif sur le compte twitter des Républicains, faisant ainsi allusion à son passage chez Rothschild, le candidat d'En Marche dénonça la « dérive » de son concurrent républicain qui s'empressa d'incriminer les responsables de la communication de son parti²⁹. Après l'affaire des costumes, Emmanuel Macron renversa même en sa faveur les effets de cette insinuation en révélant

qu'il faisait réaliser ses propres costumes par Jonas & cie, un tailleur bon marché du Sentier. Les Français s'accordent depuis longtemps à penser que le luxe n'est pas entièrement dommageable pour la société politique: « Un gouvernement a toujours besoin pour la dignité même du pays qu'il dirige, de s'entourer d'un certain éclat: mais dans le cas des chefs d'États, cet éclat, plutôt qu'un moyen d'influence, est un hommage rendu à la souveraineté du peuple (...). C'est pourquoi à mesure que les régimes politiques sont devenus plus libéraux, le faste a disparu, ne laissant subsister que le luxe public³⁰. » Cependant, les excès vestimentaires des politiciens dénotent un narcissisme préjudiciable: premièrement parce qu'il révèle un manque d'assurance déplacé dans leur position; deuxièmement, parce qu'il laisse supposer qu'ils seront incapables de défendre le bien commun. L'excès de soin vestimentaire est en effet souvent interprété comme un manque d'attention aux autres. Le luxe devient pernicieux en politique lorsqu'il est égoïste, car il nourrit l'insensibilité, voire l'injustice. Dans les régimes politiques démocratiques, la retenue dans la manière de s'habiller a donc toujours été une ligne de conduite prudente.

¹ Richard Wrigley, *The politics of Appearances. Representations of Dress in Revolutionary France*, Oxford-New York, Berg, 2002.

² Gaëtane Morin et Elisabeth Pineau, *Le vestiaire des politiques*, Paris, Robert Laffont, 2016, p. 253.

³ Cette recherche a pu être conduite grâce à l'ANR VIPOMAR coordonné par Boris Petric (Centre Norbert Elias) et l'Italian Academy de Columbia University.

⁴ Pierre Bourdieu et Yvette Delsaut, « Le couturier et sa griffe: contribution à une théorie de la magie », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Vol. 1, n°1, Hiérarchie sociale des objets, janvier 1975, p. 7-36.

⁵ Jean-François Bayart, Jean-Pierre Warnier, *Matière à politique. Le pouvoir, les corps et les choses*, Paris, Karthala, 2004.

⁶ Beatrix Le Wita, *Ni vue, ni connue. Approche ethnographique de la culture bourgeoise*, Paris, éditions de la MSH, 1988.

⁷ *Ambition intime*, M6, 6 novembre 2016.

⁸ Weber, Caroline, *Queen of Fashion : What Marie-Antoinette Wore to the Revolution*, New York, H. Holt, 2006.

⁹ Hubert, Henri, Mauss, Marcel, *Esquisse d'une théorie générale de la magie*, Paris, PUF, 2019.

¹⁰ William Mazzarella, *The Mana of Mass Society*, Chicago, The University of Chicago Press, 2017.

¹¹ Gilles Deleuze, *Proust et les signes*, Paris, PUF, 2000, p. 15.

¹² Nicolas Chemla, *Anthropologie du Boubour. Bienvenue dans le monde du bourgeois-bourrin*, Paris, Lemieux, 2016.

¹³ René Rémond, *Les droites en France*, Paris, Aubier, 1954.

¹⁴ Alain Duhamel, *La marche consulaire*, Paris, Plon, 2009.

-
- ¹⁵ Laura Pouget, Laura, *Tu sais, c'est pas fini: Nicolas Sarkozy, premiers combats*, Paris, La Tengo, 2016.
- ¹⁶ *L'Obs*, 12 août 2020.
- ¹⁷ Il s'agit du fournisseur attitré du Pape et des prélats catholiques.
- ¹⁸ Marc Abélès, *Jours tranquilles en 89*, Paris, Odile Jacob, 1989.
- ¹⁹ Marcel Mauss, *Essai sur le don*, Paris, Petite Biblio Payot Classiques, 2021.
- ²⁰ Adam Graycar et David Jancsics, « Gift giving and corruption », *International Journal of Public Administration*, 40 (12), p. 1013-1023.
- ²¹ *L'Express*, 30 janvier 2008.
- ²² Marcel Mauss, « Les origines de la notion de monnaie ». In *Oeuvres 2. Représentations collectives et diversités des civilisations*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1969, p. 110.
- ²³ Peter Stallybrass, « Marx's coat » in Patricia Spyer (dir.), *Border Fetishisms. Material Objects in Unstable Spaces*. London: Routledge, 1998, p. 183-207.
- ²⁴ Parmi ses plus célèbres clients Arnys compte François Mitterrand, Valéry Giscard d'Estaing, Laurent Fabius, Jacques Lang, François Fillon et Pierre Moscovici.
- ²⁵ Nicolas Chemla, 2014, *Luxifer; pourquoi le luxe nous possède*, Paris, Séguier.
- ²⁶ Lynda Dematteo, 2021, « The Fall. Male Vanity in Politics », *Etnofoor* 33 (1), p. 21-36.
- ²⁷ Léon Poliakov, 2006, *La Causalité diabolique. Essai sur l'origine des persécutions humaines*, Paris, Calman-Lévy.
- ²⁸ *Public Sénat*, 9 juin 2016.
- ²⁹ *L'Obs*, 12 mars 2012.
- ³⁰ Rémy Tessonneau, 1948, *Le luxe est-il une fleur du mal. Son rôle dans le génie français*, Paris, Publié sous le patronage de l'Union Française des Industries Exportatrices, 1948.

Résumés

La tentation du luxe en politique

Lors des élections présidentielles françaises de 2017, le candidat de la droite fut délégitimé pour avoir reçu et accepté en cadeau trois costumes de luxe. Ce scandale interroge sur la présidentialité dans la Ve République et le rôle que les vêtements de luxe jouent dans les relations entre hommes politiques ainsi que dans les processus d'empouvoirement. Si l'homme élevé à la plus haute charge de l'État doit rendre hommage au peuple qu'il représente par son élégance, il ne doit pas non plus afficher son goût pour le luxe sous peine de perdre sa crédibilité républicaine.

Luxury Temptation in Politics

During the 2017 French presidential elections, the right-wing candidate was discredited for having received and accepted three luxury suits as gifts. This scandal raises questions about presidentiality in the Fifth Republic and the role that luxury clothing plays in the relationships between politicians and the processes of empowerment. If the man elevated to the highest office of the state must pay homage to the people he represents by his elegance, he must not display his taste for luxury either, on pain of losing his Republican credibility.

La tentación del lujo en la política

Durante las elecciones presidenciales francesas de 2017, el candidato de la derecha fue desacreditado por haber recibido y aceptado como regalo tres trajes de lujo. Este escándalo plantea cuestiones sobre el presidencialismo en la República francesa y el papel que juega la ropa de lujo en los procesos de empoderamiento y las relaciones entre los políticos. Si el hombre elevado al más alto cargo del Estado debe rendir homenaje al pueblo que representa con su elegancia, tampoco debe mostrar su gusto por el lujo, so pena de perder su credibilidad republicana.

Cinq mots clés dans les 3 langues

Politique française, Costume, Luxe, Mana, Don

French Politics, Bespoke Suit, Luxury, Mana, Gift

Política francesa, Traje, Lujo, Mana, Regalo

Lynda Dematteo (EHESS CNRS), dematteo@ehess.fr