

SCOPE

RTL

*Les tendances
de la création*

Littérature/Théâtre
Cinéma/Photo/Mode
Voyages/Art

*Adjaní-
Depardieu
Isabel Allende
Jacques Brel
John Fowles
Philippe Labro
Christian Lacroix
George Lucas
Helmut Newton
Ralph Steadman*

RTL
EDITION



Le Charme comme méthode

par Roger Harris

Les frères Silberstein

Réussir à New York
comme photographe
de mode et s'imposer
parmi les meilleurs,

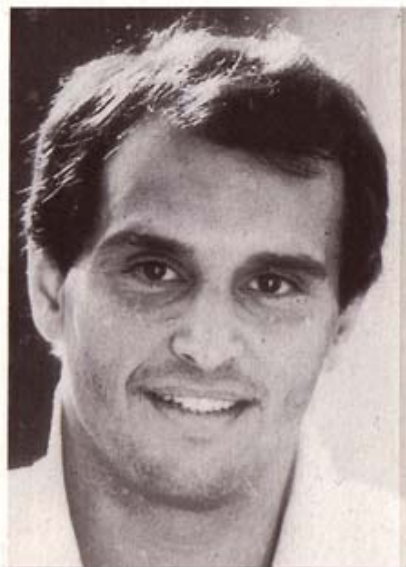
c'est ce que deux
jeunes Français sont
parvenus à faire en
moins de dix ans.

Leur recette? Faire
surgir au cours des
prises de vues ce que
le modèle a de
meilleur en lui-même.

Photographes de
charme, ils ont su
capter cette beauté
faite de provocation
et de pudeur, si
typiquement
américaine.

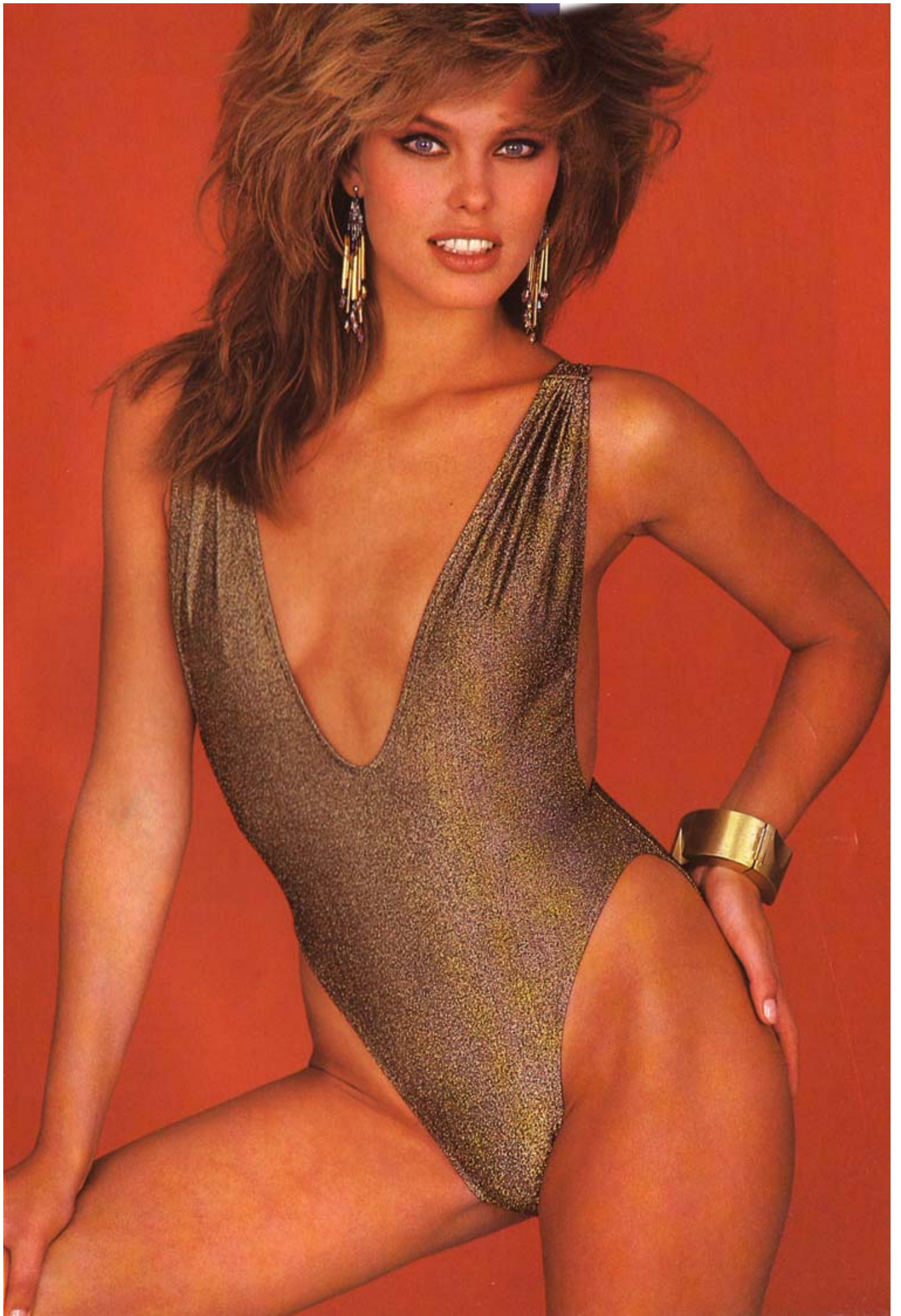


Dominique

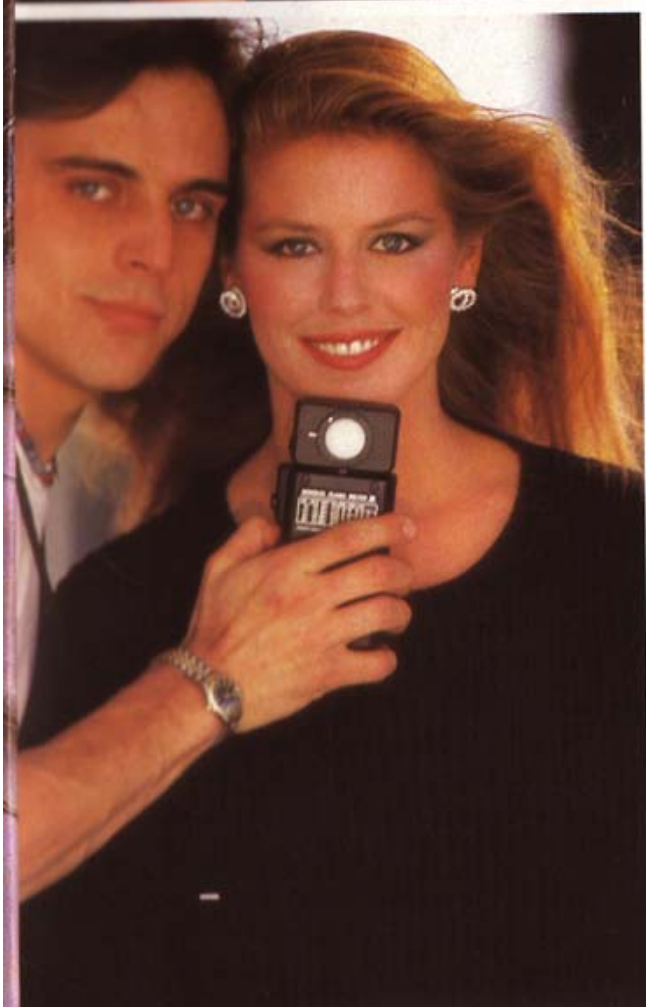
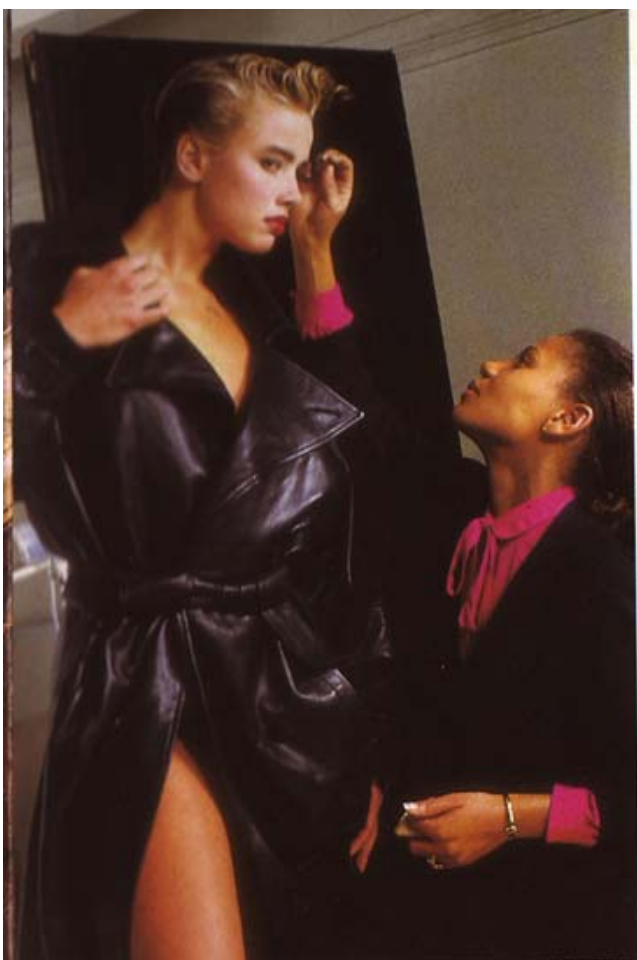


Jacques

Le modèle danois, Renée Simonsen, qui figurait sur la couverture de Scope '87, photographiée ici par Jacques.







Difficile d'imaginer plus américain que les couvertures du *Cosmopolitan*. Des filles superbes, au teint lumineux, si félines qu'on les croirait prêtes à rugir. Les lèvres immanquablement pulpeuses esquissent un sourire ou s'entrouvrent pour laisser briller des dents presque trop régulièrement alignées. Dans leurs robes largement décolletées aux couleurs tendres, fuchsia ou émeraude, elles vous fixent droit dans les yeux d'un regard intense. Regarde-moi. Je te plais? Reste où tu es. Un mélange de qualités opposées forme un cocktail détonnant et terriblement efficace: énergie et sensualité, un brin de provocation et beaucoup de pudeur. C'est la femme américaine dans toute sa splendeur, jeune, saine, attirante, prête à vous dévorer. Image de perfection, image de l'Amérique telle qu'elle se rêve.

Etrangement, ces filles fort différentes semblent sous l'œil du photographe avoir été fondues dans le même moule et ramenées au même stéréotype idéal. On en arriverait à les confondre. Sous les projecteurs, c'est tout simplement l'*American beauty*, à la fois *clean* et *sexy* qui s'incarne à travers elles. Le plus curieux, c'est que les auteurs de ces clichés superbes sont deux nouveaux venus à New York, deux photographes français qui ont réussi à capter cette image de la féminité américaine et qui ont signé bon nombre des couvertures du *Cosmopolitan* ces dernières années.

Photographes de charme

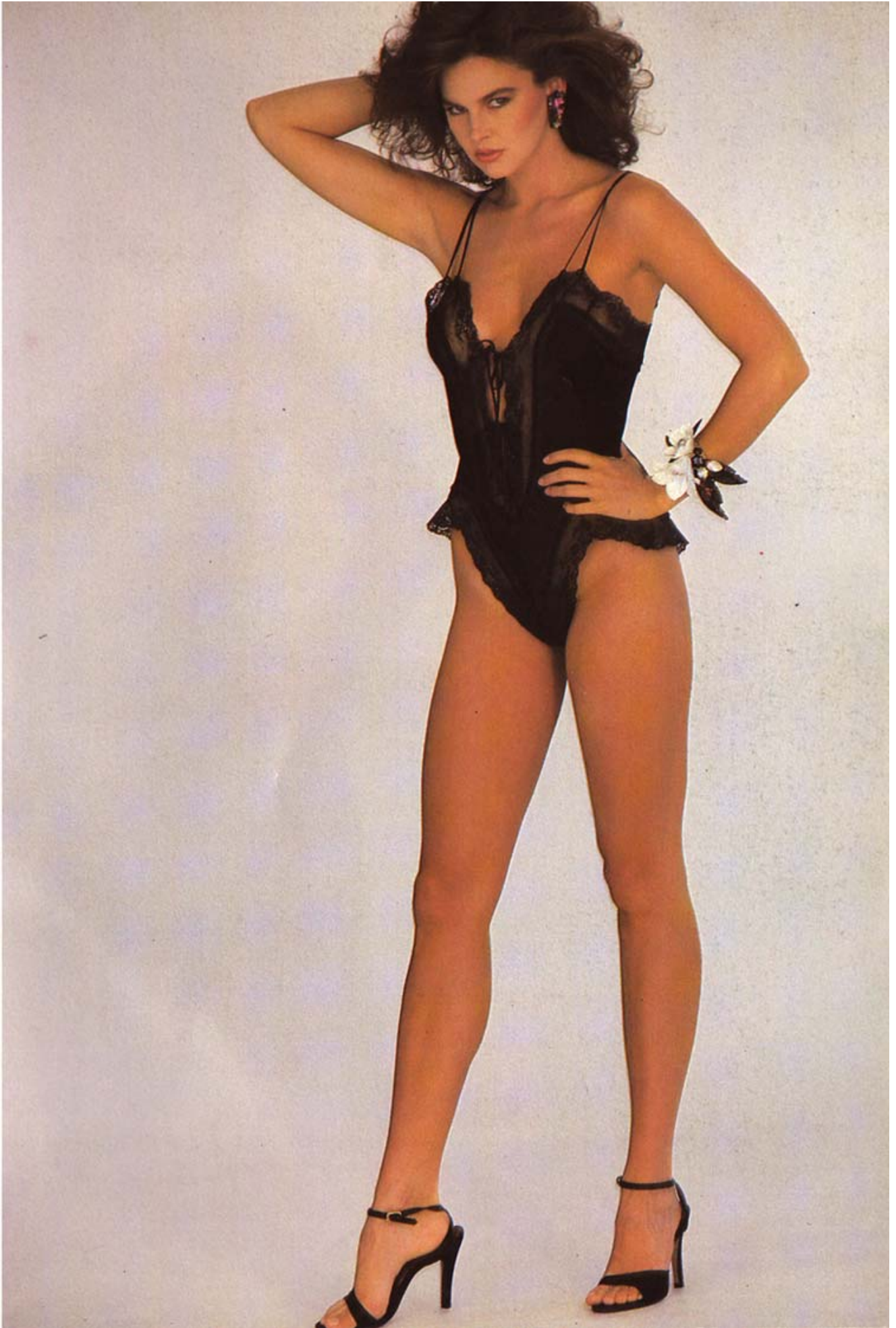
C'est en 1978 que Jacques, 39 ans, et Dominique, 34 ans, ont décidé de délaisser Paris et de tenter leur chance à New York. Très vite, après une courte période d'adaptation, ils se sont fait un nom comme photographes de charme et ont su se faire adorer des modèles new-yorkais. Les frères Silberstein

Un Américain à Paris, séances de poses (Jacques).



Paris, New York, deux styles, deux approches de la beauté (Dominique).

Baby long legs (Jacques). ►





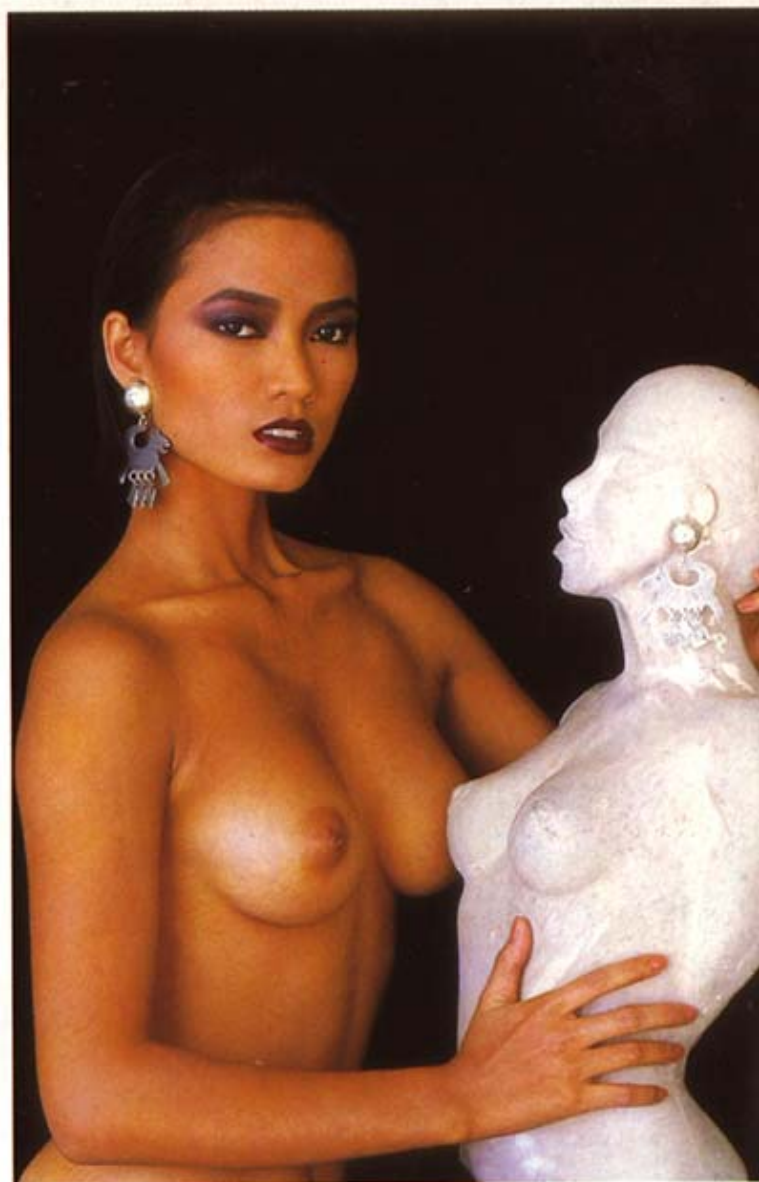
sont aujourd'hui installés dans un vaste studio, tout blanc, baigné de soleil, à Gramercy Park.

La clef du succès de ces deux self-made-men réside sans doute dans la manière dont ils ont abordé leur travail et les modèles qu'ils côtoyaient. Alors que la plupart de leurs confrères, blasés à force de voir défiler des jolies filles, affichent volontiers une attitude *cool*, un brin désabusée, ils se sont fait un point d'honneur de ne jamais tomber dans ce travers.

Décontraction

Chez eux, chaque modèle se sent un cas particulier. Trouver les mots justes qui flattent et font monter le fard aux joues est sans doute un jeu d'enfant pour ces deux garçons plutôt beaux gosses et un peu dragueurs, à l'accent délicieusement français. Mais ce qui n'était d'abord qu'une bonne habitude est devenu chez eux une méthode. Tous les modèles qui passent devant leur objectif sont traités comme des reines et le sentent. Il règne dans leur studio une ambiance extrêmement décontractée. Les prises de vues se font dans un climat de confiance, de complicité amicale mêlée de bonne humeur. Jamais un commentaire négatif. Les frères Silberstein ont compris depuis longtemps qu'on ne fait pas surgir ce qu'une femme a de meilleur à coup de «Don't...» et d'injonctions qui disent ce qu'il ne faut pas faire. Leurs propos sont toujours traversés par la volonté de faire passer un flux positif qui encourage le modèle et lui donne confiance en lui-même. Ils savent merveilleusement tourner la petite phrase aimable qui apporte un brin d'exaltation et fait ressortir la beauté d'une femme, et possèdent toutes les compétences techniques pour la saisir quand elle surgit au meilleur d'elle-même. Jamais un

Jacques essaye de capter ce que le modèle a de meilleur.



Fragment d'un discours amoureux (Dominique).

sous-entendu déplacé, jamais d'énervement ou de signe de lassitude. Dans un étrange ballet de déclics, ponctué d'encouragements, les frères Silberstein se meuvent autour de leurs modèles: «Feel the wind. Oh yes. I love it. You feel good. Very good. Give me your lips, your eyes. Good. Good. Beautiful. Play with the camera. You love it. Now, sideways. That's it. I'm capturing your beautiful eyes. That's it. Come on. I'm coming to you. Beautiful».

Dans ce climat d'attention, de gentillesse, quelle femme ne se sentirait pas plus désirable et plus belle? «Notre force», dit Jacques, «c'est la manière particulière que nous

avons d'aborder la femme afin qu'elle découvre le pouvoir qu'elle a en elle». A leur expérience des éclairages s'ajoute leur faculté d'amener les femmes à réinventer leur beauté et à exprimer face à l'objectif les possibilités de leur visage ou de leur corps.

Le succès

Les confrères ont beau sourire devant tant de candeur et trouver la méthode un peu dépassée depuis *Blow Up*, le succès est là, incontestable, d'autant plus surprenant que les frères Silberstein ne consacrent pas la moindre énergie à se faire connaître. La plupart des journaux de mode se sont intéressés à eux. Leurs photos font la couverture de magazines comme *Woman's Day*, *Cosmopolitan*, *McCall's*, *Good Housekeeping* et remplissent les *books* de plus de mille mannequins qui sont passés chez eux ces dernières années. Même si le petit club des gens qui travaillent pour *Vogue*, *Glamour*, *Mademoiselle* et *Self* ne leur a pas encore ouvert les portes: «Le temps est avec nous», dit Dominique. «Pour des gars qui débudent, nous ne nous en tirons pas trop mal». Décidément, ces garçons ne se prennent pas trop au sérieux.

Un book à l'œil

En débarquant à New York alors qu'ils n'y connaissaient pas grand monde, les frères Silberstein ont commencé par se faire la main en faisant gratuitement le *book* de nombreux mannequins débutants. Aujourd'hui, les filles qui sont passées chez eux sont leurs meilleurs agents publicitaires. Celles qui arrivent au sommet n'hésitent pas à déclarer dans les interviews que les frères Silberstein sont l'exemple même des photographes qui savent s'y prendre avec les femmes. Linda Cox, Art Director du *Cosmopolitan*, a elle aussi été conquise par leur savoir-faire. «Nous leur avons envoyé toutes

sortes de filles et pour chacune ils sont arrivés à faire des choses incroyables», déclare-t-elle à qui veut l'entendre.

Nés d'un père juif d'origine russe et d'une mère catholique française, Jacques et Dominique se sentent parfaitement à l'aise dans le milieu cosmopolite de New York. «A Paris», raconte Dominique, «on nous disait: votre nom ne sonne pas français. Ici aucun problème de ce genre. Vous êtes ce que vous avez fait de vous-même». Le Studio d'Argentpierre (traduction littérale de leur nom d'origine juive allemande) marche du tonnerre et les frères Silberstein sont bien décidés à ne pas perdre leur accent délicieux, «like Maurice Chevalier», qu'ils cultivent soigneusement.

Retour à Paris

Dans cette aventure américaine en tous points exemplaire, la France demeure d'ailleurs encore très présente. Soucieux de ne pas se laisser enfermer dans une formule et dans les concours de beauté que leur suggèrent leurs modèles auxquels ils prêtent tant d'attention, ils veillent à se ressourcer. Récemment, Dominique, le plus jeune des deux, a repris le chemin de Paris où il a ouvert un studio. Au contact de la capitale française, il a trouvé de quoi renouveler sa créativité artistique et inventer d'autres modes d'approche de la beauté qui succéderont sans doute à ceux qui lui ont si bien réussi jusqu'ici.

«Le temps est avec nous», disait Dominique Silberstein? Eh bien, bonne chance, messieurs d'Argentpierre. □

ROGER HARRIS, né en 1943, étudia la photographie publicitaire avant de se lancer dans le journalisme. Il est spécialisé dans les reportages de voyages, mais reste en contact avec sa première vocation. Il a publié une étude de la photographie publicitaire.

