

**Un américain à Paris**  
*Prêt-à-porter* de Robert Altman

Yves Rousseau

---

Number 76, Spring 1995

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/23047ac>

[See table of contents](#)

---

Publisher(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (print)

1923-5097 (digital)

[Explore this journal](#)

---

Cite this review

Rousseau, Y. (1995). Review of [Un américain à Paris / *Prêt-à-porter* de Robert Altman]. *24 images*, (76), 60–60.

## UN AMÉRICAIN À PARIS

par Yves Rousseau

**D**oit-on chercher un sens profond à la fascination qu'exercent le monde de la haute couture en général et les top-models en particulier, sur notre époque? La métaphore de notre société réside-t-elle dans le vide incommensurable du regard d'un top-model qui parade sous les flashes? Gageons que Robert Altman s'en fout, pour lui ce milieu n'est qu'un cadre particulièrement cinégénique, un petit monde avec ses codes et conventions, ses personnages bien typés, extravagants, avec un immense potentiel de situations aussi loufoques qu'inextricables à exploiter.

C'est surtout un chapitre de plus à cette comédie humaine en forme de puzzle qu'est l'œuvre d'Altman. *Prêt-à-porter* n'est pas plus un film sur la mode que *MASH* n'est un film sur la guerre, *A Wedding* un film sur le mariage, *Nashville* un film sur le country, *The Player* un film sur le cinéma. Altman s'intéresse bien plus aux personnages qui peuplent ces milieux qu'à leur univers en tant que tel. Voilà pourquoi ceux qui attendaient *Le Grand Film* sur la haute couture sont déçus. Les personnages avant la structure dramatique, l'individu avant le groupe, voilà aussi pourquoi les acteurs sont aussi généreux avec Altman, pourquoi ils sont tous très bons, souvent sublimes, et me font oublier le salmigondis de la construction (qui se révèle cependant très intelligemment orchestrée, mais il faut travailler fort pour s'y retrouver) et la laideur très étudiée des images. Un peu comme les acteurs qui acceptent avec enthousiasme de mettre en jeu leur image pour Altman, les directeurs photo Mignot et Lépine n'ont pas fait un film en papier glacé, lisse comme un numéro de *Vogue*.

On ne raconte pas *Prêt-à-porter*, ou alors on dit que ça se passe à Paris, la fin de semaine où on dévoile les collections d'automne dans une ambiance de foire médiatique pour laquelle sont réunis les couturiers, photographes, journalistes, mannequins, éditeurs et quelques autres, parfois inattendus. Surprise! Le film débute à Moscou dans



Robert Altman et Kim Basinger sur le tournage.

une boutique Dior de la Place Rouge. Le chic cher est un phénomène mondial. Nous sommes dans un tout-image. C'est par les médias, ces nouveaux mercenaires, que se gagnent les guerres, que les régimes tombent, que les modes se propagent. Cette mondialisation passe par la télé et son pendant imprimé, les magazines illustrés, dont l'expansion se fait en parallèle avec la prolifération des antennes paraboliques. D'où ces écrans de télé, omniprésents dans le film. Ils sont à la fois des miroirs immédiats, puisque tous les personnages y passent et s'y épient en direct, dans un mode très privé, intime, en circuit fermé; mais ces images sont aussi diffusées mondialement pour des gens qui les regardent sans arriver à en décoder toute la portée, ce qui n'est pas le cas pour les spectateurs du film.

Ce film foisonnant et touffu peut paraître brouillon mais il est traversé de réseaux qui tissent les rencontres entre les personnages. Ils ont tous, littéralement, les pieds dans la merde et la tête à l'écran, le cul naviguant quelque part entre les deux. Tout le monde a son double, qu'il cherche à fuir ou à joindre, double qui est à la fois secrétaire, souffre-douleur, larbin, faire-valoir, objet sexuel, rival professionnel ou amoureux. Les personnages se détestent entre eux et sont effectivement souvent odieux, mais le talent des acteurs fait qu'on n'arrive pas à les détester. On pratique sans retenue la bise à répétition dans le plus pur style

français, apprêté à la sauce baiser de Judas, dans la plus jubilatoire confusion. Car Altman brasse non seulement les multiples destins des très nombreux personnages mais ajoute au mélange une série de clins d'œil à l'histoire du cinéma.

On est en plein Cukor avec Tim Robbins et Julia Roberts, deux journalistes confinés dans une chambre d'hôtel qui, puisqu'ils ont — quelle ironie — perdu leurs vêtements, couvriront les événements uniquement à partir de la télé tout en vivant en deux jours une aventure qui peut résumer toute une vie de couple. La musique de Michel Legrand — pas assez utilisée à mon avis dans la deuxième moitié du film — renoue avec la comédie musicale. Le couple Mastroianni-Loren nous plonge dans le mélo italien lors d'une scène sublime où ils se retrouvent après des années de séparation. Il y a du Lubitsch avec ces chassés-croisés dans les suites d'hôtel, le champagne, les retournements de situation. Il y a le regard parfois impitoyable de Wilder, et des jeux de mots ou réflexions à la Groucho Marx («Here comes the Paris troika»).

Sans tomber dans la sociologie, Altman se délecte aussi des habitudes françaises à propos des chiens, des flics incompetents, la bouffe jusqu'à la morgue et cette prodigieuse aptitude au jargon. Foucault, Barthes et autres Lacan peuvent dormir tranquilles, le discours du couturier Jean-Paul Gaultier et des analystes de la mode n'a rien à leur envier.

Le dernier Altman est un grand film satirique, aux dialogues fumants, dont il faudrait énumérer tous les interprètes afin de leur rendre hommage. ■

### PRÊT-À-PORTER

États-Unis 1994. Ré.: Robert Altman. Scé.: Altman et Barbara Shulgasser. Ph.: Pierre Mignot et Jean Lépine. Mont.: Geraldine Peroni. Mus.: Michel Legrand. Int.: Sophia Loren, Anouk Aimée, Julia Roberts, Tim Robbins, Marcello Mastroianni, Linda Hunt, Sally Kellerman, Tracey Ullman, Lauren Bacall, Danny Aiello, Kim Basinger. 130 minutes. Couleur. Dist.: Alliance.