

Transcription

Avec ses grands yeux, son jeté de cheveux, et sa silhouette, c'est une poupée dont tout le monde connaît le nom.

- C'est Barbie. Classique.
- On l'a tous eue dans les mains. Même les parents.
- Elle a des accessoires trop beaux!
- Elle est un peu parfaite et c'est bien!

Depuis sa toute première apparition dans cette publicité américaine en 1959, Barbie n'est jamais redescendue de son podium. Il s'en est vendu plus d'un milliard d'exemplaires. Alors, comment a-t-elle traversé les générations? Barbie a brisé les codes dès son arrivée, puis s'est imposée comme le miroir de son époque avant d'opérer un virage ces dernières années pour reconquérir son public.

Au début des années 60, les poupées, comme de vrais bébés servaient à jouer à la maman. Barbie est la première poupée à ressembler à une femme.

- Enfin des poupées presque pour adultes. C'est presque un défilé de mannequins.

Vendus 3 dollars, ajoutés les accessoires. Cette toute première Barbie est le trésor du collectionneur Eric Chatillon.

- Le principe est que la petite fille va s'identifier à cette poupée et elle va lui faire vivre la vie qu'elle espère vivre plus tard. Et ce qui plaisait beaucoup, c'est tous les petits accessoires, regardez là une paire de ciseaux qui fonctionne vraiment.
- *Je vous attendais!*
- *Bonsoir, chéri!*

Barbie a un amoureux, Ken. Pour faire accepter cette poupée un brin émancipée aux parents, les publicitaires français sont obligés de les rassurer.

- On va leur montrer que pour la petite fille, il y a rien de malsain, elle joue aux plus beaux jours de sa vie, elle va jouer au mariage. Elle aussi, elle rêve, elle rêve à son mariage.

Être une épouse bien rangée, c'est mal la connaître. Car Barbie va vivre avec son temps. Elle fait plus de deux cents métiers, et sera même astronaute, avant que n'aille Armstrong sur la Lune. Elle prend le visage ou le style de personnalités emblématiques comme Marilyn Monroe, ou Elvis aux États-Unis, Chantal Goya ou Johnny Halliday en France. Dans ce magasin de jouets, au rayon poupées, Barbie reste encore dans la course face à une concurrence pourtant féroce. Un succès renforcé par un virage ces dernières années pour redorer son image.

Au début des années 2000, Barbie est accusée d'être sexiste, de promouvoir une image stéréotypée. Alors en 2016, de nouvelles silhouettes se dessinent, plus rondes, plus grandes, plus petites, bref, plus réalistes. La poupée peut avoir 26 couleurs de peau différentes et les designers vont encore plus loin depuis deux ans. Au musée des Arts décoratifs, les toutes dernières créations. Cette Barbie a le vitiligo, une maladie qui dépigmente la peau.

- Et puis également on a Barbie en fauteuil roulant et ça, ce sont de vraies innovations. Je trouve que c'est aussi très intéressant de la part des designers de Mattel d'avoir compris cette portée de Barbie et de l'utiliser aujourd'hui pour faire passer des messages beaucoup plus bénéfiques, et qui permettent aux petites de se projeter dans une féminité plus affirmée.

„Tu peux être tout ce que tu veux.” Voilà ce que promettent désormais les publicités de la poupée qui mettent en scène des petites filles chercheuses, vétérinaires, sportives avec des Barbies dites inspirantes. Rosa Parks, figure de la lutte antiraciste, l’artiste Frida Kahlo, pour que ce ne soit plus par son physique que Barbie vous tape dans l’oeil.

CréatifLE 2022