

connaissez-vous les fluokids ?



## LA VIE EN JEUNE FLUO



David (1), Lorelei (2), Genkk (3) et Alexandra (4) : un look en décalage.

Ils adorent la culture pop, faire la fête et se montrer sur le Net. Leur mode est une façon sans complexes d'affirmer leur différence. Les fluokids inventent la révolution tranquille, avec l'humour pour seul credo. Bienvenue dans la génération F comme fun !

Ils ont entre 15 et 24 ans et s'habillent de jeans slim, de casquettes et de polos de toutes les couleurs. Leur signe de ralliement ? Un bandeau American Apparel ou de grosses baskets fluo. Leur credo ? Le fun. « On aime rigoler, sortir, faire la fête », déclare Lucy, 17 ans, fan de Justice et des Klaxons, le groupe phénomène anglais de l'année. Face au gris persistant de la crise économique, les fluokids – nom d'un audioblog (lire encadré page suivante) branché filles, baskets et musique et, par extension, nom d'une partie de la jeunesse hype – font comme une tache joyeuse et colorée. « J'ai 32 ans, et je suis entouré de fluokids, ce sont mes artistes et ceux qui achètent leurs disques », explique Pedro Winter, manager

de Daft Punk et de Justice. Même si les deux membres de Justice, groupe dance et rock, portent des blousons en cuir et des baskets sales, alors que celles des fluokids sont belles et fluo, pour eux tous, la règle est la même : ne pas se prendre au sérieux. Ils sont ultra débrouillards, pleins d'espoir et d'insouciance, le contraire de la génération déprimée qui abuse de calmants et qui ne baise plus. C'est la génération qui boit des cocktails et qui refait l'amour. Pour évoquer le phénomène émergent, Vincent Grégoire, du bureau de style Nelly Rodi, préfère, quant à lui, parler de génération « funk shui ». « Car ils sont dans une contradiction. Ils recherchent à la fois le bien-être cool et égoïste, et un truc qui grise, qui dérape funky. Ils veulent être bio et écolos, mais aussi glamour et sexy. Porter des vêtements du soir le jour. Transformer leur chambre à coucher en piste de lap dance. Trouver la combine, la fringue pas chère, puis cra-



## CONNAISSEZ-VOUS LES FLUOKIDS ?

quer des sommes folles pour un objet de créateur en série limitée. Comme Daft Punk le leur a montré, ils sont dans le système tout en jouant avec ses codes et ses clichés. Et l'obligent à changer, en achetant par exemple moins de CD pour télécharger les morceaux. C'est un nouvel underground souriant, pas agressif, où rien n'est grave. » Bref, comme le fait remarquer le sociologue Michel Fize, auteur de plusieurs ouvrages sur les adolescents \*, « c'est une génération à l'image de notre société hédoniste et hyperconsommeriste. Et où l'on a tendance à prendre la vie ou le travail avec plus de légèreté ».

**Enfants de la french touch, du hip-hop et d'Internet, ces représentants de la génération fluo forment une internationale** dont la géographie diffère sensiblement de celle des mouvements socio-musicaux précédents. Ainsi, en France, les deux lieux phares sont la Bretagne, patrie de Yelle, égérie dont les hymnes électro-pop font vibrer jusqu'en Australie, et Paris, avec le Maxim's ou le Paris-Paris, où les soirées se multiplient... A l'étranger, on trouve Londres, avec la vague New Rave initiée par les Klaxons, ou Los Angeles et le label Dim Mak, propriété de Steve Aoki Kid Millionaire (frère de l'actrice et mannequin américano-japonaise Devon Aoki, qu'on croise dans les soirées pointues), ou encore Sydney, berceau du label Modular, avec des groupes comme The Presets, Cut Copy, MsterKrf. « Partout, les fluokids ont les mêmes codes, qu'ils vivent dans de petites ou de grandes villes », assure Pedro Winter. Grâce à Internet, bien sûr,

\* « L'adolescent est une personne » (Seuil).  
A paraître, le 15 octobre, « Les menteurs - Pourquoi ont-ils peur de la vérité ? » (Editions de l'Homme).



Imprimé sauvage, soutien-gorge apparent, leggings irisés... Joy (1), Lara (2) et Bénédicte (3) : de drôles de dames qui osent tout.

qui tisse ses réseaux invisibles à travers le monde, et à MySpace, communauté d'esprit et de création. Car

tout fluokid qui se respecte est branché quasiment en permanence sur son ordinateur, qu'il manipule comme un pro. « J'ai besoin de toujours savoir ce qui se passe ailleurs », avoue Lucy. « Ça fait partie des névroses de notre génération, démontre Hianta, 22 ans, étudiante à Sciences-Po, baby-clubbeuse et pilier de l'audioblog Fluokids. Quand on se retrouve chez quelqu'un, l'ordinateur passe de main en main. J'ai même des copains qui ne peuvent plus regarder un film en entier sans consulter leurs mails. On est toujours en contact les uns avec les autres, mais quand on se voit, on n'est jamais tout à fait présents. » Ce que Michel Fize décrit comme le fait d'« une génération qui sait parfaitement utiliser les outils de la communication, outils d'autonomie encore peu utilisés par les parents, à défaut de communiquer vraiment ».

**Pourtant, à la différence du nerd traditionnel, boutonneux et complexé, vissé à son écran, le fluokid recherche, et c'est nouveau, la chaleur humaine.** « Amoureux quatorze fois par jour, c'est l'un de nos slogans, assure Hianta. La drague est hyperimportante. Une drague décomplexée, même pour les filles, un jeu de séduction permanent, cool. On se fait des câlins, des hugs. » « On est

une génération de libertins », clame Lucy. « Et on a de l'amour pour tout le monde, ajoute Lola, 16 ans, avant de rectifier : enfin, la vérité est qu'on est une génération fataliste. Au fond, on se fout un peu de

SUITE P. 182

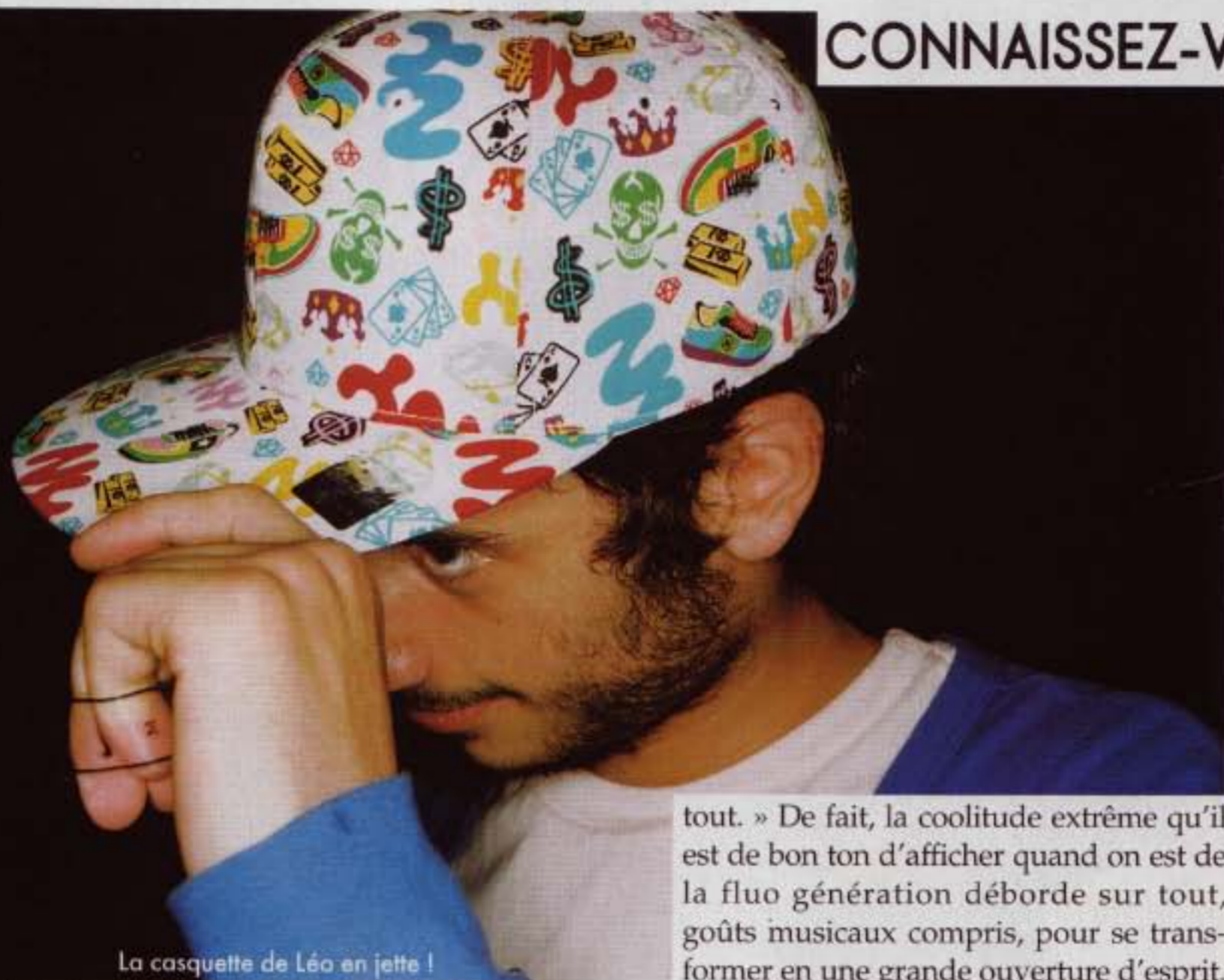


### FLUOKIDS, LE SITE QUI FLASHÉ

Photos de filles lookées en soirée, morceaux hyperpointus à télécharger (légalement), commentaires impressionnistes et charte graphique pop : lancé en 2005 par Pharrell, 23 ans, un Orléanais fan de musique, l'audioblog Fluokids \* est devenu, avec 140 000 connexions par mois, le sixième site français le plus visité, selon Google. Seul au début, Pharrell (alias François) s'est vite trouvé des amis sur le web : ils sont désormais cinq garçons et deux filles, dont un Anglais et une Suédoise, à alimenter ce véritable laboratoire de tendances sponsorisé par Nike et Motorola. « Ça ne nous fait pas peur de faire de la pub pour des marques qu'on aime, se défend Hianta, l'une des charmantes porte-parole du blog. On connaît les personnes qui s'en occupent, ce sont des gens bien. » A la rentrée, les fluokids organiseront certaines soirées Panic à l'Élysée-Montmartre et devraient sortir une compil dans une grosse maison de disques. Pas mal pour un blog, qui tire son nom d'un dentifrice pour enfants, qui se reconnaît deux pères spirituels, Pedro Winter et Teki Latex. Et qui se veut le découvreur d'une nouvelle génération d'artistes électro (le dj Brodinski, Gentlemen Drivers).

\* <http://fluokids.blogspot.com>

## CONNAISSEZ-VOUS LES FLUOKIDS ?



La casquette de Léo en jette !

tout. » De fait, la coolitude extrême qu'il est de bon ton d'afficher quand on est de la fluo génération déborde sur tout, goûts musicaux compris, pour se transformer en une grande ouverture d'esprit. « On ne s'embarrasse pas de genres ni de chapelles, assure Hianta. Commercial ou underground, on ne fait pas de différence tant que le morceau sonne bien. On peut adorer Justin Timberlake, Rihanna ou même Beyoncé. »

« Moi, j'aime Lio ou Jacno, des gens qui ne crachent pas sur la pub, la télé, l'exploitation de l'image et qui, en même temps, sont intéressants », remarque Teki Latex, membre du groupe rap TTC et artiste solo aux polos de marque bariolés. « C'est une génération réenchantée qui est née dans l'hyperréalité, le kitsch, le décalé, analyse Vincent Grégoire. Ils sont nourris au Photoshop, et ils aiment les collages, comme dans la pub SFR, les groupes qui jouent avec les étiquettes comme Scissor Sisters ou Mika. Et les associations surprenantes, comme celle de Christine Boutin et de Fadela Amara, ne leur font pas peur. » Même si la politique semble être le cadet des soucis des fluokids. Ils ne se font cependant aucune illusion sur leur avenir. « On a toujours connu la crise, assure Hianta. Alors, on vit de façon aléatoire et on profite du moment présent. Mais on veut construire des choses. » Au fait, pourquoi la couleur fluo ? « Cette esthétique était présente sur les pochettes d'albums de TTC, explique Teki Latex. On portait du streetwear extravagant. Ça vient également du pixel art, des jeux vidéo, et des costumes incroyables de Michael J. Fox dans "Retour vers le futur". » « Le fluo, c'est l'idée que le ridicule est mort, analyse Michel Fize. Que toutes les couleurs, tous les mélanges sont possibles. » Et le fluo, c'est surtout très now.

FLORENCE TRÉDEZ

RÉALISATION CLÉMENTINE GOLDSZAL



Valentine et Clara sont nées dans les années 80 et cultivent le revival.



Le duo Justice



Yelle



### 10 FLUOCULTES

**RÉFÉRENCE** : les années 80.

**OBJETS DE DESIR** : l'iPhone.

**Un ghetto blaster.**

**MUSIQUE** : les Klaxons, Yelle.

Justice, Teki Latex.

**DÉCO** : le lit rond d'Ikea, la boule à facettes.

**ARTISTES CONTEMPORAINS** :

Jeremy Scott, Bernhard Willhelm.

**MODE** : Dsquared, American Apparel, Six Pack.

**COULEURS** : le fluo, bien sûr,

et le noir, le rouge, le bleu électro.

**LITTÉRATURE** : Bret Easton Ellis.

**DANSE** : les master classes de C.

**ACTEUR** : Johnny Depp.



Teki Latex