



À l'heure du shopping présidentiel

Les candidats sont à la mode. Entre les boutiques de petits créateurs et les QG de campagne, les Parisiens peuvent afficher leurs convictions avec humour.

Le merchandising ironico-politique est de mise à New York et à Londres. Chez nous, « les Français n'aiment pas étaler leurs convictions en public », assure Sybille Roger-Vasselín, P-DG de la Petite Mendigote, marque d'accessoires branchée qui vient pourtant de sortir deux pochettes à pompons et paillettes bridiées « Vive Segó ! » ou « Vive Sarko ! » (10 €).

Discrètement placées à la caisse, elles cartonnent. « Il faut le prendre avec humour, rien de sérieux ! », dit-elle. Au décompte des ventes, la pile « Vive Sarko ! » l'emporte. La créatrice ne fait pas mystère de son inspiration : le candidat UMP lui a acheté cet été une pochette « Je suis mince ». Désormais, les créateurs osent. Le couturier Guillermo Mariotto dessinait cet hiver pour la maison italienne Gattinoni une robe longue affichant un portrait de Ségolène Royal à la Warhol. Spécialiste des gadgets à message, la créatrice Caroline Lisfranc imagine un bracelet en caoutchouc double face (5 €). Bleu pour Nicolas, rose pour Ségolène.

Plus francs du collier, les particuliers s'emballent sur Comboutique.com. Parmi les 100 000 vitrines virtuelles qui proposent des tee-shirts à messages, une dizaine sont dédiés aux deux tours et pratiquent l'ironie militante : « Le Hollande ? Un goût Royal » (25 €), « Pour moi c'est toujours Jospin »

(18 €) ou « Bravitude, by Ségo » (22 €). Au cœur de la machine politique on s'emballé davantage. La boutique de l'Assemblée nationale présente tout un service siglé gauche/droite, y compris les couverts des bambins. Jean-Louis Debré,

ancien président de l'Assemblée nationale et nouveau président du Conseil constitutionnel, s'en est donné à cœur joie. Son premier objet de « designer politique », un tablier « Cuisine électorale » aux quatre pochettes ventrales UMP-

UDF-PS-PCF (20,30 €), puis des chaussettes, des fauteuils, et bientôt une poubelle...

La boutique UMP s'est aussi prise au jeu, depuis le succès des tongues de l'été. Campagne oblige, le rythme des créations s'accélère, d'autant qu'elles se vendent bien. Dernière en date, le stylo qui chante « la Marseillaise ». Le gadget n'effraie pas. « Un clin d'œil noue plus facilement le dialogue qu'une note de 10 pages », lance Olivier Ubéda, directeur adjoint de la communication de l'UMP. Au point que la ligne de campagne de Nicolas Sarkozy est la seule à oser l'impression du portrait officiel sur besace (39 €). Au contraire du PS et de l'UDF où les jeunes, en charge de la communication par l'objet, repoussent l'anecdote. Sur le bureau de la Ségosphère traîne une mini-plante encapsulée dans un gel nutritif, les propositions farfelues affluent mais c'est le grigri violet à nouer « Demain ne se fera pas sans toi », qui l'a emporté. A l'UDF, un slogan « Sexy centriste » sur un banal tee-shirt (5 €) peut aussi bien sauver l'affaire.

Nouveautés de cette campagne, les gadgets de la boutique PS sont abandonnés au profit d'objets de commerce équitable. Quant à l'UDF et l'UMP, ils ont choisi la production française. Aficionados de tout poil, il ne reste plus que quelques jours pour repérer les collectors. ■ Sixtine Dubly



L'homme-objet

Il a 24 ans, militite chez les Verts depuis 7 ans, fait partie du staff de campagne de Dominique Voynet, et incarne depuis juin 2006 « Mais de Nice », personnage créé par les Jeunes Verts. Qu'ézaco ? « Je fais le guignol en maïs OGM pour faire passer le message avec humour. » Dans une vidéo, diffusée sur le Net, Adrien s'évade d'un champ d'expérimentation et casse de la carotte bio avec les mimiques de Brice de Nice. Depuis, on l'a aperçu sur Canal+ et devant le Salon de l'Agriculture... ■ Sixtine Dubly



● Les pochettes de la Petite Mendigote s'arrachent. La pile Sarko descendrait, a priori, plus vite.

Produits dérivés de campagne

● Petite Mendigote

23, rue du Dragon (6^e);
01-42-84-20-07.

● Caroline Lisfranc CL Premium

35, rue des Mathurins (8^e);
01-40-07-15-00 ou www.clpremium.com

● Boutique de l'Assemblée nationale

7, rue Aristide-Briand (7^e);
01-40-63-00-33 ou sur <http://www.assemblee-nationale.fr/infos/Boutique.as>

● La Ségosphère

10, rue de Solférino (7^e);
01-45-56-77-52 ou sur <http://www.segosphere.net/cs/>

● Les jeunes de l'UDF

133 bis, rue de l'Université (7^e);

01-53-59-20-65 ou www.boutique.jeunes-udf.org

● Boutique UMP

55, rue de la Boétie (8^e);
01-40-76-60-04 ou sur le site www.boutique-sarkozy.com

ET AUSSI

● L'objet anti

Génération anti-Sarko, le bracelet (10 € les 6) ou le tee-shirt (8,50 €). C'est, pour l'instant, le seul objet « anti » de cette campagne : le mouvement associatif Re-so aurait écoulé 8000 bracelets depuis septembre 2006. Parmi les porteurs people de tee-shirt anti, le chanteur Cali. Infos sur www.re-so.net



Golène et Kozy, doudoulitik's

Golène et Kozy pour échapper au rabâché Ségolène et Sarkozy et souligner que ces deux poupées bras dessus, bras dessous, un indémodable soif et aux lèvres, n'ont pas de vocation militante. « On pourrait penser que dans le 8^e, Kozy aurait la cote, mais la Golène est plutôt mignonne... Finalement, le duo est adopté comme un souvenir de campagne », explique Jean-Stéphane Irion, directeur de la boutique pour enfant Au Nain Bleu*, à l'origine de l'initiative. Une façon d'apprivoiser le politique en douceur, puisque tous les deux sont en velours et jersey (32 € pièce, dont 4 reversés au profit de l'Enfance maltraitée). A noter, la belle moumoute en fourrure de Kozy et son arbre sans pomme. La Golène, quand à elle, porte plutôt bien la frange et le serre-tête. Pas de quoi s'emballer pour autant : bientôt vous aurez droit au modèle grandeur nature et ce sera difficile de jouer avec. ■ Sixtine Dubly

(*) 5, bd Malesherbes (8^e) ; 01-42-65-20-00.

