

Step in vision

LaChapelle consacré

A l'occasion de la sortie de son dernier ouvrage chez Taschen *Artists & Prostitutes*,
Spray décortique le maître David.



LE STYLE

Porté aux nues, LaChapelle casse la baraque à chaque cliché qui sort de son appareil. Adeptes du kitch et des couleurs franches, il s'attelle dans un emballage presque maladif à mettre ses invités dans des décors entre surréalisme et Las Vegas. Tout son travail se démarque d'une époque bien pensante, où la photo se doit de livrer la réalité crue. Lui la sublime, l'enveloppe dans un cocon de douceur flashy ou de trash, c'est selon. Véritable metteur en scène, il conçoit chaque image comme un instantané idyllique où la star est maîtresse de son image.

« *LaChapelle joue des perversités, des vices et des caricatures pour les exagérer et les donner en spectacle* ».

Il choisit ses nuances de couleurs, jaune flamboyant, rose bonbon ou fuchsia, vert d'eau, bleu turquoise ou rouge sang. Puis il construit un monde où tout prend vie.

ARTISTS

Le portraitiste outrancier a shooté plus d'une centaine de stars. Madonna, Tom Jones, Tupac, Eminem, même Benedict Taschen s'est laissée déculotter devant David pour se faire fouetter l'arrière-train. Vulgaire,

pas un instant. Il joue des perversités, des vices et des caricatures de chacun pour les exagérer et les donner en spectacle, le résultat est simplement exquis.

IMAGE ANIMÉE

David LaChapelle touche à tout. Pub, film, clip, il ne se satisfait pas simplement de la photo. Rize, son film documentaire sur le Krumping

dans les quartiers de L.A., résonne encore dans les esprits. Indiscutable, la "LaChapelle's Touch" est dans la place. Fort d'un œil avisé, David LaChapelle vit avant tout de musique et de concepts. Il a dernièrement signé les clips du dernier carton pop rock, *Advertising Space* tout droit sorti de l'album *Intensive Care* de Robbie Williams. Sans compter *Dirty*, short film ultra hot de Christina Aguilera. Mais c'est aussi dans la pub que LaChapelle explose. Il vient de s'emparer de la marque Guru, où il a mis en scène son égérie mega-vixens, Pamela Anderson. Récemment, H&M a fait appel à lui pour la fameuse campagne de pub télévisée où il réinterprète un Roméo et Juliette interracial.

EROTISME

Obsédé ? Non, pas un poil. Helmut Newton dit de lui qu'il ne joue ni dans le grossier ni dans le porno. Au contraire, alors que la majorité des nus sont gratuits, David LaChapelle y met une touche d'humour, de fantaisie qui rend le corps plus abordable. Les plus grands magazines internationaux ont publié son travail, *Vogue*, *Vanity Fair*, *Rolling Stone*, *I-D*, *Vibe*, *Interview*, *The Face*, *British GQ*, etc. Patrick Cox a même osé, avec LaChapelle, mettre des hommes vêtus de jockstraps dans des positions tendancieuses, et Siemens vendre sa technologie sur fond d'homme dénudé. Le retour de l'ordre moral n'a qu'à bien se tenir.

TEXTE JEY GEYPNER