

# L'homme nouveau est arrivé

Au cours des 40 dernières années, le modèle masculin a été remis en question, par la montée en puissance des femmes. Celles-ci ont su imposer une partie de leurs codes et valeurs aux hommes. L'homme mou décrit par Elizabeth Badinter au début des années 90 ou encore les metrosexuels, au tournant du millénaire, sont les produits de cette féminisation parfois excessive de la société.

Aujourd'hui, les hommes réconcilient les acquis de la féminisation et la masculinité ancestrale :

**« L'homme ne cède plus sa place, il la réinvente, la renégocie avec plus d'humilité, de curiosité et de parité. »**

**E. Poncet, rédacteur en chef adjoint de GQ**

Nous voyons émerger un « troisième homme » qui construit une virilité de synthèse : un masculin à facettes, libéré des stéréotypes de genre, composé « sur-mesure » par l'individu. Ces hommes vivent leur virilité grâce à des moments entre hommes, en affichant leur instinct d'aventurier ou en explorant de nouvelles chasses gardées que sont le jeu et la technologie. Ils savent aussi profiter de leur dimension féminine : l'introspection et la sensibilité sont légitimes, le soin de leur apparence est devenu à la fois un impératif social et une nouvelle source de plaisir.

Ces hommes sont à la recherche d'accomplissement : par leur travail indépendant et créatif, par leur vie privée où ils inventent une nouvelle paternité, par leur couple avec une femme qui sait comme eux jouer tous les rôles.

**« Before, who was happy ? Men just worked. Today, the new operative word is fulfillment. Men want everything. » M. Macko, rédacteur en chef de Detail**



## Notre Commentaire

Ce nouvel homme réconcilié est encore émergent...

Mais est appelé à s'imposer car, porté par les générations X et Y aujourd'hui, il sera définitivement cristallisé par la génération Z : les hommes qui auront eu pour pères ces individus à la virilité de synthèse.

Les marques et produits qui seront les premières à leur proposer les clés de ce nouveau masculin, qui aideront à le cristalliser, deviendront les marques fétiches des hommes de demain.