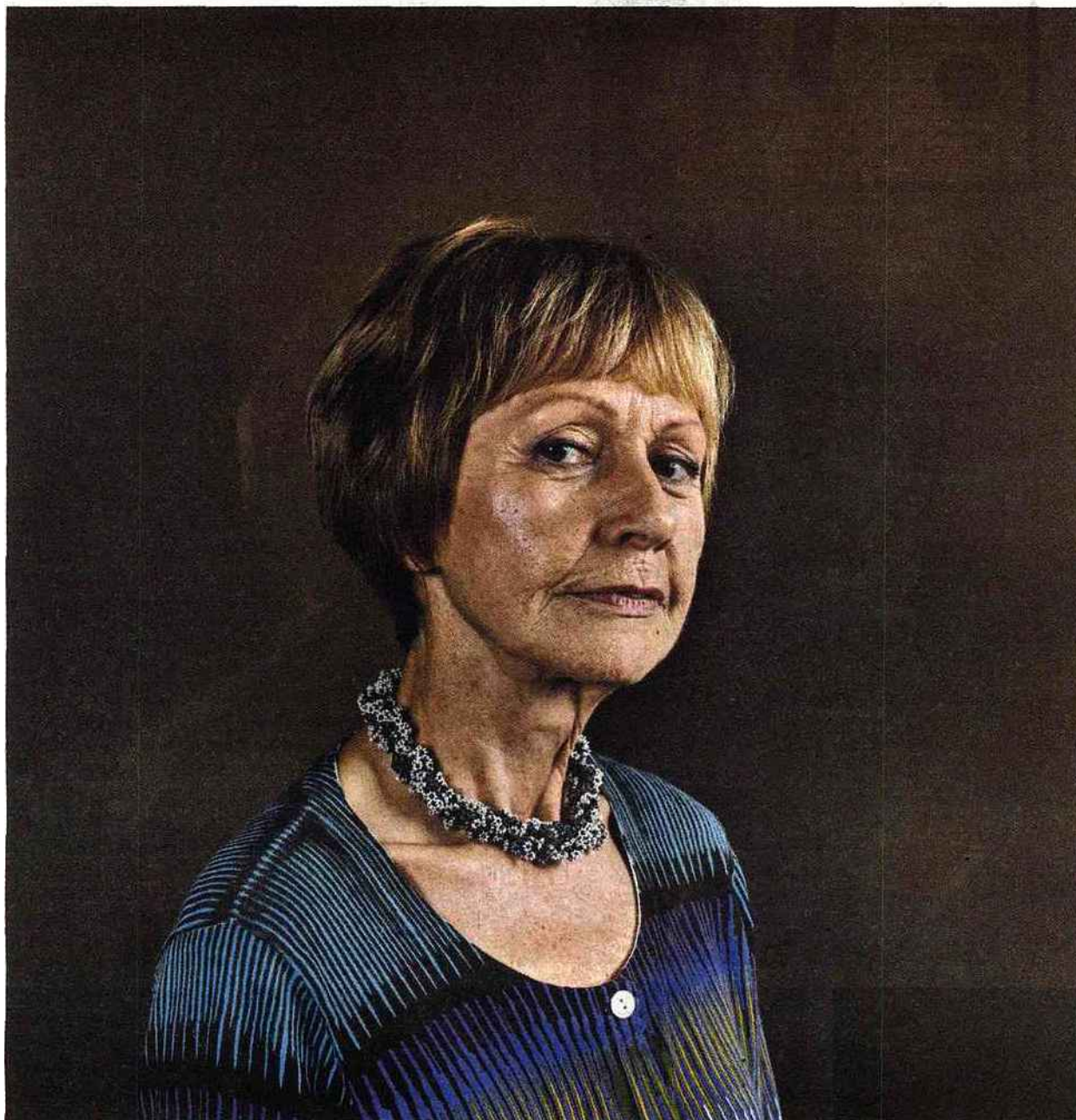


PORTRAIT MIREILLE GUILIANO



Vivant à New York, cet ex-PDG née en Lorraine vante aux Américaines une Française idéale, toute d'élégance équilibrée.

French cliché



Par **ANNE-CLAIRE GENTHIALON**
Photo **MANUEL BRAUN**

On s'attendait à rencontrer une Anna Wintour. Du genre à vous scanner des pieds à la tête, tant dans ses bouquins elle se montre intransigeante sur l'apparence. Confesse son horreur des jeans qui font «*sale et négligé*». Vante «*la fermeté des bras de Michelle Obama*» ou fustige le «*laisser-aller*». Le jour de l'entretien, on a veillé à ne pas être trop ébouriffée pour ne pas froisser celle qui a baigné, pendant plus de vingt ans, dans le luxe, le raffinement. Certes Mireille Guiliano est bien apprêtée. Une jolie veste bleue assortie à un collier. Mais cette ancienne PDG des champagnes Veuve Clicquot aux Etats-Unis n'est pas bling-bling, ni féroce pour un sou. Plus sexagénaire sympa que Diable qui s'habille en Prada. Voilà une dizaine d'années qu'elle s'est reconvertie dans un business bien particulier. A travers les pages de ses ouvrages et ses conférences dans le monde entier, elle exporte le fantasme de la femme française élégante, classe, et de son mode de vie «*sain*». Jouant, en Française exilée depuis plus de quarante ans aux Etats Unis, au «*choc des cultures*» gastronomiques et esthétiques entre les deux pays. En 2005, l'Amérique est en plein «*french bashing*», son premier livre, *Ces Françai-*

ses qui ne grossissent pas, y est pourtant devenu un best-seller, vendu à 3 millions d'exemplaires et traduit en 37 langues. Presque autant que le *Da Vinci Code*.

Ses «*petits tuyaux diététiques*» sont simplistes : faire trois repas par jour, manger de tout avec modération, pas de grignotage, boire de l'eau. Mais dans un pays fasciné par le *french paradox*, ce mythe selon lequel les Françaises restent sveltes tout en mangeant fromages et plats en sauce le tout arrosé de pinard, ils se sont transformés en phénomènes de société. Entraînant, juste parce qu'elle les recommandait, ruptures de stocks de yaourtières et razzias sur les poireaux jusqu'aux confins de l'Ohio. La presse américaine l'a d'emblée sacrée «*ambassadrice*» du chic. Elle balaie tout ça en soupirant : «*On m'a appelée la prêtresse de je sais pas quoi... Je ne suis pas experte. J'aide les femmes en leur donnant des conseils tirés de mon expérience.*»

A 17 ans, elle revient d'un échange scolaire lestée de 15 kilos en trop. Elle retrouvera sa ligne grâce à une alimentation équilibrée. «*Moi aussi je me suis sentie grosse et mal dans ma peau. Comme on dit, "been there", "done that" !*» Dans son dernier ouvrage, *Ces Françaises qui ne vieillissent pas*, elle recycle les mêmes recettes, mais cette fois-ci pour vieillir «*au naturel*», avec «*style et audace*». «*Aux Etats-Unis, on est considéré comme vieille dès 35 ans*», s'agace-t-elle. Elle assume



ses rides – «ce sont celles du sourire, pas de la tristesse!» –, considère qu'elle vit une «merveilleuse partie de sa vie», pleine de «nouveaux plaisirs», et que l'âge, ce n'est qu'un numéro. Cliches ?

Malgré ses nombreux allers-retours en France, Mireille Guiliano dépeint un Hexagone très «cocorico» et assène des vérités au doigt mouillé. Elle parle des Français qui vont «acheter leur baguette à la lumière du jour» ou «d'écolières en uniforme». Pour elle, si les Françaises vieillissent bien, c'est parce qu'elles prennent «soin d'elles» et ne cherchent pas à avoir l'air jeune à tout prix. Elle semble, avec beaucoup de naïveté et un ton léger, ne pas remarquer que sa mère patrie n'est pas épargnée par l'obésité ou les visages paralysés par le Botox. «Un livre est forcément réducteur et oblige à des généralisations», se défend-elle. «Peut-être qu'elle n'est pas toujours dans le vrai dans ses observations, mais elle n'est pas dans le mensonge, elle y croit!» assure une de ses amies françaises.

Difficile de savoir, si l'on n'a pas affaire à une pimpante communicante rodée à conter sa success story. Avant de creuser son filon dans l'édition, Mireille Guiliano était une businesswoman. Elle a implanté la marque Veuve Clicquot aux Etats Unis. Des opérations de communication aux livraisons de seaux à champagne jusqu'à faire la voix des publicités, elle a «tout fait». La marque sera rachetée en 2005 par LVMH. Elle passe des moments «moins drôles». «Moi, c'était l'image, les relations, la presse, la gastronomie... Pas les chiffres ou les rapports d'activité.»

A la lire, on se demande si elle n'est pas justement restée coincée dans sa bulle de champ', un peu coupée de la réalité. Elle peut recommander des paires de chaussures à 500 euros, des émulsions d'huîtres, mais assure que ses conseils ne «coûtent pas une fortune», qu'on peut se faire une bonne soupe pour pas cher ou que marcher est gratuit. Elle confesse

avoir gagné «quelques millions» avec son premier opus. Qui ont été intégralement versés à des bourses pour permettre à des jeunes d'étudier la danse ou la musique. «Ce dont je n'ai pas pu bénéficier quand j'étais plus jeune, faute d'argent.»

Elle est née en Lorraine dans une famille modeste. A passé toute son enfance au dessus de l'épicerie de sa mère. A fait des études de traduction. A 25 ans, pendant des vacances en Turquie, elle rencontre Edward, étudiant américain fauché, et le suit aux Amériques. Ensemble, ils graviront les échelons. Il est aujourd'hui directeur du New York Institute of Technology. S'ils adorent les enfants, ils n'en ont pas eu. «Une décision de couple.» Mais on sent que, si elle écrit, c'est pour transmettre un peu de l'éducation qu'elle a reçue de sa mère, son modèle. «Son moteur n'est pas l'argent, ni le succès, dit son amie Isabelle Daumas, qui travaille dans la Marine marchande. Elle se réalise en transmettant.»

En «bonne petite protestante», même si elle ne pratique plus, elle n'a pas honte de s'être élevée socialement. Si elle raconte qu'elle a poliment décliné «tous les trucs commerciaux» – ligne de foulards ou d'ustensiles de cuisine, shows à la télévision – qu'on lui a proposés, elle dit ne pas avoir de retraite, son mari assumant leur train de vie. Lorsqu'ils reçoivent dans leur maison de Provence, où ils passent leurs vacances, les Guiliano invitent généreusement. Autour de la table, des amis du monde entier et beaucoup de «femmes qu'elle aime». Mais la frenchy n'est pas féministe. Elle dit : «Si les filles se chamaillaient moins dans le monde du travail, les hommes nous respecteraient plus.» Et quand on lui reproche sa vision de la femme réduite aux apparences, elle réplique, un peu piquée : «J'ai vu des filles qui se faisaient refuser un poste parce qu'elles manquaient de tenue ! On est dans un monde où les hommes règnent et font leur loi.» «Elle est plus dans la sororité, analyse Guillemette Faure, journaliste et amie depuis plusieurs années. Elle pense qu'entre femmes il faut se serrer les coudes.»

Mireille Guiliano, en pionnière, trouve un peu «grotesque» l'inflation de guides sur les «secrets» des Françaises, qui sauraient – de la cuisine, à l'éducation en passant par le sexe – tout mieux faire que les autres. Elle en a terminé avec la «french woman». Son prochain livre, déjà sorti aux Etats-Unis, est consacré aux vertus... des huîtres. ◆

EN 5 DATES

14 avril 1946 Naissance en Moselle **1967** Grande école à Paris. **1976** Mariage à New York. **1984** Début de carrière dans le champagne aux Etats-Unis. **16 octobre 2014** Ces Françaises qui ne vieillissent pas (édition de l'Homme).