SOMMAIRE / CONTENTS

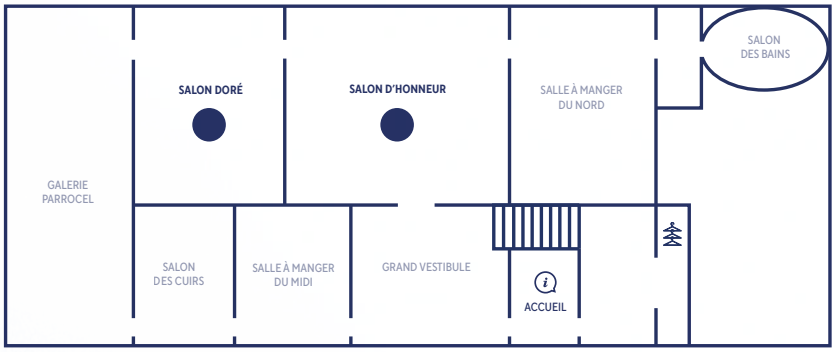
Le parcours Infiniment bleu General presentation	4 - 7
Salle 2- **Salon d'honneur** Room 2- Salon	8 - 9
Salle 6- **Salon doré** Room 6- Salon doré	10 - 11
Salle 12- **Grand salon** Room 12- Grand salon	12 - 18
Salle 15- **Chapelle** Room 15- Chapel	19 - 20
Salle 16- **Chambre des invités** Room 16- Guest room	21 - 27
Salle 17- **Salle Théodore Deck** Room 17- Theodore Deck	28
Salle 19- **Cabinet d'arts graphiques** Room 19- Graphic Arts Room	29
Salle 25- **Galerie de la mode : Le denim** Room 25- Fashion Gallery : Denim	30-33
Salle 25- **Galerie de la mode : Les jeunes créateurs** Room 25- Fashion Gallery : The young Designer	34-47
Salle 25- **Galerie de la mode : Françoise Pétrovitch** Room 25- Fashion Gallery : Françoise Pétrovitch	48-49
Le Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée : mémoire et renouveau The Maison Mode Méditerranée Endowment Fund: memory and renewal	50-55
Les œuvres « surprise » The « surprise » works	56-58
Animations & programmation culturelle Events & cultural programme	59-61
Remerciements Acknowledgements	62
Marseille, capitale culturelle euroméditerranéenne Marseille, Euro-Mediterranean cultural capital	63
Les Musées de Marseille The Museums of Marseille	64
Le Château Borély The Château Borély	65
Informations pratiques Practical information	67

Infiniment BLEU

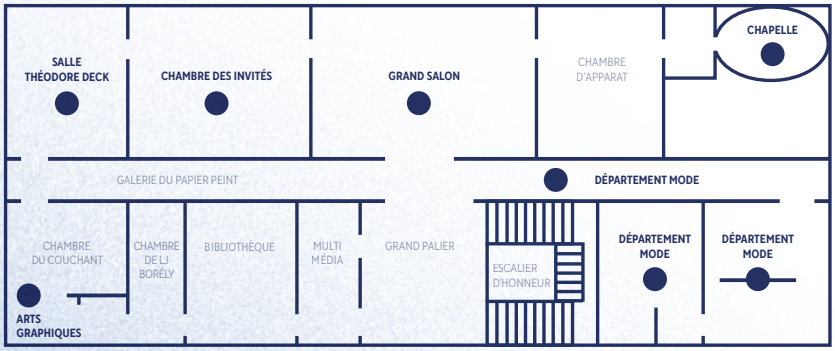
Arts décoratifs, peinture et mode

Infinitely BLUE

Decorative arts, painting and fashion at Château Borély



REZ-DE-CHAUSSÉE / GROUND FLOOR



1ER ÉTAGE / FIRST FLOOR

Le nouvel accrochage du Château Borély autour de la couleur bleue présente un ensemble d'oeuvres du musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode, provenant de ses collections permanentes, parfois rarement exposées, ainsi que de celles du musée Grobet-Labadié et du musée des Beaux-Arts de Marseille. Ce focus permet d'évoquer l'importance du bleu du XVIII^{e} siècle à nos jours, à travers de nombreux domaines où cette couleur et ses nuances apparaissent de manière incontournable : la faïence, les arts graphiques, les bijoux, la mode.

En écho à l'infinie variété des bleus des modèles haute couture des collections du musée (Chanel, Schiaparelli, Lanvin, Courrèges, Alaïa, Cardin, Balenciaga, Guy Laroche, Azzaro...), les créations récentes de labels marseillais ou plus largement méditerranéens, lauréats du Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée, complètent cette présentation, offrant une lecture particulièrement riche de cette couleur qui reste indissociablement liée aux rivages de la mer et à l'histoire de la Méditerranée.

La fragilité des textiles imposant une rotation des tenues présentées, il est prévu un renouvellement des pièces de mode à partir du 16 septembre 2025.

The Musée Borély's latest exhibition, dedicated to the colour blue, showcases a selection of works from the Musée des Arts Décoratifs, de la Faïence et de la Mode, drawn from its permanent collections -some of which are seldom displayed - as well as from the Musée Grobet-Labadié and the Musée des Beaux-Arts de Marseille. The exhibition emphasises the significance of blue, spanning from the 18th century to the present day, across a diverse array of fields where the colour and its myriad shades play a crucial role: earthenware, graphic arts, jewellery, and fashion.

In harmony with the infinite variety of blues found in the haute couture pieces within the museum's collections (including notable designers such as Chanel, Schiaparelli, Lanvin, Courrèges, Alaïa, Cardin, Balenciaga, Guy Laroche, and Azzaro, to name but a few), recent creations from labels based in Marseille and the broader Mediterranean region—recipients of the Maison Mode Méditerranée Endowment Fund—further enrich this presentation. This offers a particularly nuanced exploration of a colour that remains inextricably linked to the shores of the sea and the history of the Mediterranean.

The fragility of textiles necessitates a rotation of the displayed garments. Thus, a renewal of fashion collections is scheduled to commence on September 16, 2025.

Une histoire de BLEU

Par le biais de la représentation qui en est faite dans la peinture, les arts décoratifs, la littérature ou le vêtement, l'histoire du bleu atteste de la modification progressive des mentalités et conte une épopée riche de symboles, d'enjeux et de sentiments.

Dévalorisant et secondaire au sein d'un système antique organisé autour de trois couleurs primordiales - noir, blanc, rouge - le bleu est souvent associé à la mort. Son retour en grâce au XII^{e} siècle passe par les arts et le vêtement. Désormais couleur de premier plan, le bleu céleste est à la mode et devient le nouveau rouge. Porté dans toutes ses nuances, à la Cour comme en ville, le bleu triomphe au siècle des Lumières. Une vogue bleue accélérée par le déclin progressif des productions européennes de pastel au profit de l'exotique indigo. Avec les romantiques allemands, le bleu acquiert une dimension poétique et devient la couleur de l'amour, de la mélancolie et du rêve. À la fin du XIX^{e} siècle, les nouveaux colorants artificiels remplacent les anciennes plantes tinctoriales tandis qu'outre-Atlantique, Oscar Levi Strauss donne naissance à un vêtement bientôt iconique : le blue-jean. Aujourd'hui, le bleu serait l'une des trois couleurs les plus portées dans le monde occidental.

Des œuvres « surprise »

Indépendantes du parcours ***Infiniment bleu***, une poignée d'œuvres liées à la couleur bleue ont été placées dans plusieurs salles du musée de manière inattendue. Elles invitent à explorer le château et à porter un regard nouveau sur les espaces et les collections.

Rdv page 56 pour découvrir les notices de ces œuvres « surprise ».

« Surprise » works

Independent of the ***Infinitely Blue*** tour, a handful of works related to the colour blue have been unexpectedly placed in several rooms of the museum. They invite visitors to explore the château and take a fresh look at the spaces and collections.

See page 56 for details about these « surprise » works.

A blue story

Through the representation of blue in painting, decorative arts, literature, and clothing, the history of this color attests to the gradual transformation of mentalities and narrates an epic rich in symbols, stakes, and emotions. Devalued and considered secondary within an ancient system organized around three primary colors—black, white, and red— blue is often associated with death. Its resurgence in the 12th century is facilitated by the arts and fashion. Now a prominent color, celestial blue becomes fashionable and takes on the role of the new red. Worn in all its shades, both at the Court and in the city, blue triumphs during the Age of Enlightenment. This blue vogue is further accelerated by the gradual decline of European pastel production in favor of the exotic indigo.

With the German Romantics, blue acquires a poetic dimension and becomes the color of love, melancholy, and dreams. By the end of the 19th century, new artificial dyes replace the old dyeing plants, while across the Atlantic, Oscar Levi Strauss gives birth to a soon-to-be-iconic garment: the blue jean. Today, blue is considered one of the three most worn colors in the Western world.

Salle 2 – **Salon d'honneur**

Les « Blanc-Bleu » de Marseille et Moustiers aux XVII^{e} et XVIII^{e} siècles

Dès la seconde moitié du XVII^{e} siècle, le bleu prend une place prépondérante dans la céramique. Particulièrement attaché à la technique du grand feu, le bleu, couleur de l'honnêteté et de la tempérance, est progressivement assimilé au noir. Les faïenciers profitent de l'expansion considérable de la gravure en France pour réaliser des décors qui s'en inspirent. Le bleu est en effet la solution idéale pour transposer en faïence des gravures en noir et blanc mais aussi copier les porcelaines chinoises importées par les Hollandais à partir du XVII^{e} siècle et très appréciées par les Européens.

Le salon d'honneur du château met en lumière ces exceptionnelles pièces « blanc-bleu » produites à Marseille et à Moustiers jusqu'au début du XVIII^{e} siècle.

The « White-Blue » of Marseille and Moustiers in the 17th and 18th centuries

From the second half of the 17th century, blue assumes a predominant role in ceramics. Particularly associated with the grand feu technique, blue, a colour symbolising honesty and temperance, will gradually be assimilated with black. The faïenciers will take advantage of the considerable expansion of engraving in France to create decorations inspired by it. Blue is the ideal solution for transposing black and white engravings into faience and for replicating the Chinese porcelains imported by the Dutch from the 17th century, which were highly esteemed by Europeans.

The honour salon of the château highlights these exceptional «blue and white» pieces produced in Marseille and Moustiers until the early 18th century.

Mascaron : Tête de faune
Marseille, Saint-Jean-du-Désert, fabrique Joseph Clérissy
Dernier quart du XVII[e] siècle
Faïence stannifère, décor de grand feu bleu et manganèse
Château Borély – Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode,
inv. 1986.13.1 – © Musées de Marseille - G. Bonnet

Spectaculaire par sa taille, cette pièce était probablement un élément de décor mural prévu pour une salle à manger. Signe de richesse, elle participait à la mise en scène du service à la française : l'eau, qui coulait de la bouche entre-ouverte du faune, devait être recueillie dans un bassin, lui aussi en faïence, permettant aux convives de se rincer les doigts au cours du repas, l'usage de la fourchette n'étant pas encore systématique. Très raffinés dans leur rendu, les ombres, la barbe, les sourcils et la chevelure se confondent pour former un motif de feuilles d'acanthe tandis que les camaïeux de bleu et manganèse accentuent les volumes du visage et en soulignent les traits. L'exceptionnelle qualité de son exécution témoigne d'une belle collaboration entre le modeleur et le peintre.

Mascaron : Head of a Faun
Marseille, Saint-Jean-du-Désert, Joseph Clérissy factory
Last quarter of the 17th century
Tin-glazed earthenware, painted in Grand Feu blue and manganese

Spectacular in size and likely an element of wall decoration, this piece was designed for a dining room. A symbol of wealth, it contributed to the mise-en-scène of French table service: water flowing from the faun's slightly open mouth would have been collected in a basin, also made of faience, allowing diners to rinse their fingers during the meal, as the use of forks was not yet widespread. With refined craftsmanship, shadows, the beard, eyebrows, and hair blend into an acanthus leaf pattern. The shades of blue and manganese enhance the volume of the face and accentuate its features. The exceptional quality of its execution reveals a remarkable collaboration between the modeller and the painter.

Plat circulaire à arcatures dit « plat de baptême »
Marseille, Saint-Jean-du-Désert, fabrique Joseph Clérissy
Premier quart du XVIII[e] siècle
Faïence stannifère, décor de grand feu en camaïeu de bleu
Marseille, Château Borély – Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode, inv.
2000.9.1 – © Musées de Marseille – J.-L. Maby

L'intérêt pour les décors exotiques dans la faïence se développe en France suite à l'importation de porcelaines chinoises de l'époque Ming. À l'image d'autres fabriques européennes, les faïenciers marseillais de Saint-Jean-du-Désert cherchent à imiter cette matière, dont les secrets de fabrication ne sont pas encore connus, et copient, parfois fidèlement, leurs décors. Ils commencent à produire des pièces à décor bleu et blanc dès la fin du XVII[e] siècle, y adjoignant une troisième couleur, le violet de manganèse, soit pour cerner le dessin du motif décoratif, soit comme couleur à part entière, dans des camaïeux d'une très grande subtilité.

Circular dish with arches, known as a « baptismal dish »
Marseille, Saint-Jean-du-Désert, Joseph Clérissy factory
First quarter of the 18th century
Tin-glazed earthenware, painted in Grand Feu monochrome blue

The interest in exotic decorations on faience developed in France following the importation of Ming-era Chinese porcelain. Like other European manufactories, the faience makers of Saint-Jean-du-Désert in Marseille sought to imitate this material, whose manufacturing secrets were still unknown at the time, and they replicated, sometimes faithfully, its decorative patterns. They began producing pieces with blue and white decoration by the end of the 17th century, adding a third colour, manganese purple, either to outline the decorative motif or as a distinct colour in its own right, in subtle and refined shades.

Salle 6 – **Salon doré**

Briller en soirée

Reflet de l'orgueil de la famille Borély dont il exaltait le prestige, le salon doré du château s'offre régulièrement comme décor pour présenter des modèles qui répondent à l'exubérance de son ameublement. Souvent spectaculaires, toujours somptueuses, c'est avec les robes du soir que les couturiers ont le mieux laissé s'exprimer leur sensibilité. En partie ou entièrement brodées de paillettes, les robes de soirée des années 1990 semblent les héritières du glamour des années 40 et 50 ou de l'ère du disco.

DU 7 MARS AU 7 SEPTEMBRE 2025

Robe-fourreau « Sirène »
Per Spook – Maison de couture française fondée en 1977 par Per Spook (Oslo, 1939)
Collection haute couture printemps-été 1994
Viscose, lurex, broderie de perles et paillettes
Don Per Spook, 1995
Marseille, Château Borély - Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode,
inv. 1995.5.2 – © Musées de Marseille – C. Almodovar

Inscrit à l'école des Beaux-Arts d'Oslo, Per Spook vient à Paris pour suivre les cours de la Chambre Syndicale de la couture. Après des débuts chez Christian Dior, il rejoint Yves Saint Laurent lorsque celui-ci ouvre sa maison en 1961 puis anime, durant plusieurs saisons, le studio de création de Louis Féraud, avant de fonder sa propre maison - fermée en 1995. À deux reprises, il obtient le Dé d'Or, sorte d'Oscar de la haute couture, pour ses collections automne-hiver 1979-1980 et 1993-1994.

« Mermaid » sheath dress
Per Spook - French fashion house founded in 1977 by Per Spook (Oslo, 1939)
Spring-summer 1994 haute couture collection
Viscose, lurex, bead embroidery and sequins

Enrolled at the Oslo School of Fine Arts, Per Spook moved to Paris to attend classes at the Chambre Syndicale de la Couture. After starting his career at Christian Dior, he joined Yves Saint Laurent when the latter founded his house in 1961. Spook later led the creative studio at Louis Féraud for several seasons before founding his own brand, which closed in 1995. Twice awarded the Dé d'Or—akin to an Oscar for haute couture—for his autumn-winter collections of 1979-1980 and 1993-1994, his talent remains celebrated.

Ensemble débardeur et jupe longue
Guy Laroche – Maison de couture française fondée en 1957
par Guy Laroche (1921-1989)
Collection haute couture automne-hiver 1992-1993
Crêpe et taffetas de soie, broderie de cabochons, sequins
et perles pampilles
Don Maison Guy Laroche, 1999
Marseille, Château Borély - Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et
de la Mode, inv. 1999.48.2.1-2 – © Musées de Marseille – C. Almodovar

Tank top and long skirt set
Guy Laroche - French fashion house founded in 1957
by Guy Laroche (1921-1989)
Autumn-winter 1992-1993 haute couture collection
Crepe and silk taffeta, cabochon embroidery, sequins
and pearl pendants

Shining in the Evening

Reflecting the pride of the Borély family, which it exalted, the golden salon of the château regularly serves as a backdrop for presenting models that correspond to the exuberance of its furnishings. Often spectacular and always sumptuous, it is through evening gowns that couturiers have best expressed their sensitivity. Partially or entirely embroidered with sequins, the evening dresses of the 1990s appear to be the heirs of the glamour of the 1940s and 1950s, or of the disco era.

Salle 12 – **Grand salon**

Le BLEU des Lumières

The BLUE of the Enlightenment

LES PORTRAITS

Regarder des portraits du XVIII[e] siècle, c'est se plonger dans l'atmosphère singulière qui régnait dans les grandes résidences du siècle des Lumières, parisiennes ou provinciales, royales ou privées. C'est voir surgir des camaïeux de tons pastel où le bleu clair le dispute au rose pâle ou au vert céladon.

Tout en situant les modèles dans leur cadre social, les portraits illustrent les liens qui se tissent entre la mode et la peinture. Hommes et femmes sont représentés dans leur boudoir, en costume ou en tenues d'intérieur, souvent dotés d'accessoires ou d'animal de compagnie permettant de décrire leurs origines et leurs activités.

PORTRAITS

To gaze upon portraits from the 18th century is to immerse oneself in the singular atmosphere that prevailed in the grand residences of the Age of Enlightenment, whether in Paris or the provinces, royal or private. It is to witness the emergence of a palette of pastel hues where light blue contends with pale pink or celadon green.

While situating the subjects within their social context, these portraits illustrate the connections woven between fashion and painting. Men and women are depicted in their boudoirs, attired in formal wear or indoor garments, often adorned with accessories or accompanied by pets that reveal their origins and activities.

Portrait d'enfant
Attribué à François Hubert Drouais (1727-1775)
Milieu XVIII[e] siècle
Huile sur toile
Marseille, Musée Grobet-Labadié, inv. GL 3166
© Musées de Marseille – D. Giancatarina

Ce portrait évoque la mode croissante du portrait d'enfant au XVIII[e] siècle. Une société aux ambitions nouvelles émerge alors du vieux monde et l'individualisation de l'enfant, c'est à dire son affirmation comme un être à part, devient évidente. Un engouement dans lequel François Hubert Drouais, comme Jean-Baptiste Greuze, jouèrent un rôle majeur, annonçant les portraits sensibles d'Élisabeth Vigée-Lebrun.

Portrait of a child
Attributed to François Hubert Drouais (1727-1775)
Mid 18th century
Oil on canvas

This portrait reflects the growing fashion for child portraiture in the 18th century. A society with new ambitions was then emerging from the old world, and the individualisation of the child—its recognition as a distinct being—became evident. This enthusiasm was championed by François Hubert Drouais and Jean-Baptiste Greuze, heralding the sensitive portraits of Elisabeth Vigée-Lebrun.

Portrait de jeune femme en bleu
Pierre Bernard (1704-1777)
1769
Pastel sur papier, marouflé sur toile / Pastel on paper, mounted on canvas
Marseille, Musée des Beaux-Arts, inv. L.86.50
© Musées de Marseille – C. Almodovar & M. Vialle

À la solennité du portrait du siècle précédent, s'est substituée au XVIII[e] siècle, la douceur omniprésente du regard du modèle tourné vers le spectateur qui permet d'établir un dialogue immédiat. Sans en atteindre le brio, le style du marseillais Pierre Bernard, familier de la petite fille de la Marquise de Sévigné, possède la suavité des pastels de Maurice Quentin de Latour. Dans ce portrait, dont l'identité reste à découvrir, le peintre excelle à représenter les différentes nuances de bleu près des blancs des dentelles en mousseline et les matières des étoffes moirées.

Portrait of a young woman in blue
Pierre Bernard (1704-1777)
1769
Pastel on paper, mounted on canvas

The solemnity of 17th-century portraiture gave way in the 18th century to the pervasive softness of the model's gaze, directed at the viewer and establishing an immediate dialogue. Although lacking the brilliance of Maurice Quentin de La Tour's pastels, the style of Marseilles-based Pierre Bernard - acquainted with the granddaughter of the Marquise de Sévigné - shares their suavity. In this portrait, whose subject's identity remains unknown, the painter excels in rendering the varied shades of blue against the whites of muslin lace and the textures of moiré fabrics.

DU 7 MARS AU 7 SEPTEMBRE 2025

Robe de cocktail
Givenchy
Maison de couture française fondée en 1952 par Hubert Taffin de Givenchy (1927-2018)
Collection « Université », ligne de prêt-à-porter de très grand luxe, modèle Eldorado, printemps-été 1957
Taffetas de soie
Don Institut Mode Méditerranée, 1989
Marseille, Château Borély - Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode, inv. 1989.3.10.1 – © Musées de Marseille – C. Almodovar

Hubert de Givenchy s'impose dans la mode des années 1950 par un style rigoureux à la fantaisie discrète, qu' incarna à la perfection l'actrice Audrey Hepburn, son amie, sa muse. Les deux ailes de taffetas fixées au dos de cette robe de cocktail évoquent, par leur agencement, le jeu de fronces ou de plis plats - dits « Watteau » - flottant librement dans le dos des robes « à la française », caractéristiques de l'élégance sous Louis XV.

Cocktail dress
Givenchy - French fashion house founded in 1952 by Hubert Taffin de Givenchy (1927-2018)
« Université » collection, very luxurious ready-to-wear line, Eldorado model, spring-summer 1957
Silk taffeta

Hubert de Givenchy established himself in 1950s fashion with a rigorous yet discreetly whimsical style, epitomised by actress Audrey Hepburn, his friend and muse. The two taffeta wings fixed to the back of this cocktail dress evoke, in their arrangement, the play of gathers or flat pleats—known as «Watteau» pleats—floating freely in the backs of 18th-century «robe à la française» dresses, emblematic of elegance during the reign of Louis XV.

DU 7 MARS AU 7 SEPTEMBRE 2025

Paire d'escarpins
Cyd Jouny
Marque française de prêt-à-porter fondée en 1993 par la créatrice Cyd Jouny (1968)
1993
Bois, éponge, cuir, métal
Marseille, Château Borély - Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode, inv. SN MOD 31
© Musées de Marseille – C. Almodovar & M. Vialle

Assistante de création pour Stéphane Kélian en 1992, Cyd Jouny s'installe à Marseille où elle crée sa première collection pour le fabricant local Maryline spécialisé dans la production d'escarpins à la cambrure suggestive. Un an plus tard, elle lance sa propre marque autour d'un concept précurseur de chaussures «couture» inspirées du vestiaire sportif, fusion entre élégance urbaine et sportswear - dont le modèle emblématique est la basket à talons hauts, plébiscitée par Véronique Leroy, Fred Sathal, ou Jean-Charles de Castelbajac pour leurs défilés.

A pair of pumps
Cyd Jouny - French ready-to-wear brand founded in 1993 by designer Cyd Jouny (1968)
1993
Wood, sponge, leather and metal

In 1992, Cyd Jouny worked as a design assistant for Stéphane Kélian before settling in Marseille, where she created her first collection for the local manufacturer Maryline, known for producing court shoes with a suggestive arch. A year later, she launched her eponymous brand, centred on a pioneering concept of «couture» footwear inspired by sportswear. This fusion of urban elegance and athletic influences became iconic, particularly with her high-heeled trainers, which were highly praised by Véronique Leroy, Fred Sathal, and Jean-Charles de Castelbajac for their runway shows.

LES INFINIES NUANCES DE BLEU

Dans la peinture comme dans la mode vestimentaire, les gammes de couleurs atteignent au XVIII[e] siècle, des niveaux de sophistication remarquables. Selon Michel Pastoureau, « le siècle des Lumières est un grand siècle du bleu ». Les infinies nuances de bleu produisent des néologismes entrés dans la langue de façon durable ou éphémère : bleu aile de corbeau, anglais, dauphin, d'enfer, roi, œil de roi, de mer, ardoise, turc, bleu glacé, bleu-pré, mourant, mignon, etc. La couleur devient un élément essentiel de la nouvelle culture des apparences qui s'installe avec l'affirmation de l'individualité et l'émergence de la mode. L'extraordinaire évolution des couleurs dans la vie quotidienne s'explique par l'acquisition de connaissances nouvelles et la mise en œuvre de dispositifs techniques variés.

Les objets présentés ici puisent dans un réservoir anachronique d'images où se mêlent portraits, objets, tenues et accessoires de mode, évoquant l'univers intime et raffiné du XVIII[e] siècle. En s'affranchissant des barrières temporelles, cette approche transdisciplinaire et dénuée de hiérarchie entre les œuvres, cherche à confronter des esthétiques traversant les époques. Le dialogue autour de la couleur bleue qui les relie ouvre ainsi la voie à des rapprochements inattendus et à de nouvelles significations.

THE INFINITE SHADES OF BLUE

In both painting and fashion, the colour ranges achieved remarkable levels of sophistication during the 18th century. According to Michel Pastoureau, « the Age of Enlightenment is a great age of blue ». The infinite shades of blue have given rise to neologisms that have entered the language, whether enduring or ephemeral : raven wing blue, English blue, dolphin blue, hell blue, king blue, royal blue, sea blue, slate blue, Turkish blue, ice blue, meadow blue, dying blue, darling blue, and so forth. Colour becomes an essential element of the new culture of appearances that emerges alongside the affirmation of individuality and the rise of fashion. The extraordinary evolution of colours in daily life can be attributed to the acquisition of new knowledge and the implementation of various technical devices.

The objects presented here draw from an anachronistic reservoir of images where portraits, objects, garments, and fashion accessories intertwine, evoking the intimate and refined universe of the 18th century. By transcending temporal barriers, this transdisciplinary approach, devoid of hierarchy among the works, seeks to confront aesthetics that traverse the ages. The dialogue surrounding the blue that connects them thus paves the way for unexpected associations and new meanings.

Portrait de femme
Anonyme
Premier quart du XVIII[e] siècle
Huile sur toile
Marseille, Musée Grobet-Labadié, inv. GL 3048
© Musées de Marseille – D. Giancatarina

Cette aristocrate, dont l'identité nous est inconnue, souhaite offrir une brillante vision d'elle-même, inspirée des pratiques de la Cour. Non signé, le tableau se situe dans la mouvance des portraits de Jean-Baptiste Van-Loo (1684-1745) ou Nicolas de Largillière (1656-1746). Comme chez ces peintres, priorité est donnée aux couleurs et à l'exécution du drapé de l'ample manteau amarante qui semble animé d'un mouvement qui lui est propre. L'habileté du coloriste passe par la maîtrise de la préparation des couleurs qui lui permet d'obtenir le beau velours bleu de la robe à la française et les soies chatoyantes de l'« engageante » de la manche et du ruban noué autour du cou de la jeune femme.

Portrait of a woman
Anonymous
First quarter of the 18th century
Oil on canvas

This aristocratic lady, whose identity remains unknown, seeks to present a striking image of herself, inspired by Court practices. Though unsigned, the painting aligns with the portraiture styles of Jean-Baptiste Van Loo (1684–1745) or Nicolas de Largillière (1656–1746). As with these painters, particular emphasis is placed on the colours and the execution of the drapery, notably the voluminous amaranth cloak, which appears imbued with movement. The artist's skill as a colourist is evident in the mastery of paint preparation, allowing the creation of the vibrant blue velvet of the French-style gown and the shimmering silks of the « engageante » sleeve and ribbon tied at the young woman's neck.

DU 16 SEPTEMBRE 2025 AU 15 FEVRIER 2026

Paire de mules
Guy Laroche
Maison de couture française fondée en 1957 par Guy Laroche (1921-1989)
Fin XX[e] siècle, par Ombeline, bottier parisien
Cuir et satin
Marseille, Château Borély - Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode, inv. SN MOD 139
© Musées de Marseille – C. Almodovar

A pair of mules
Guy Laroche - French fashion house founded in 1957 by Guy Laroche (1921-1989)
Late 20th century, by Ombeline, Parisian bootmaker
Leather and satin

DESSUS DESSOUS / TOP & LINGERIE

LE CORSET

Vertugadin, panier, crinoline, tournure, guêpière ou encore gaine, artifices pour amplifier ou contraindre les corps, mécanismes ingénieux et rembourrages structurants, reflet d'un idéal de supériorité des élites, le sous-vêtement se fait l'architecte d'une silhouette féminine évoluant au gré des modes. Apparu au XVI^{e} siècle, le corset, répondant à l'exigence de la « taille de guêpe », est à son apogée à la Belle Epoque – on compte 4000 corsetières à Paris ! En 1906, le tyran disparaît pour un temps sous l'égide du couturier Paul Poiret, les femmes respirent enfin ! Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, les dessous reprennent le dessus avec le *New Look* de Christian Dior. Après une parenthèse liée à la révolution sexuelle de 1968 et l'androgynie en vogue dans les années 70, la mode des années 80-90 redéfinit l'usage des guêpières, soutiens-gorge pigeonnants, bustiers et porte-jarretelles. On expose ses dessous qui deviennent des dessus. Les créateurs s'amusent à mêler vêtements et sous-vêtements, à faire se rejoindre la nuit et le jour donnant naissance à une tendance phare de toute une décennie, celle du glamour et du sexy.

THE CORSET

Farthingales, panniers, crinolines, bustles, corsets, and girdles : these are but a few examples of the ingenious mechanisms and structural padding that amplify or constrain the body, reflecting the elite ideal of superiority. Since its emergence in the 16th century, the corset, designed to achieve the "wasp waist," reached its zenith during the Belle Époque - with 4,000 corset makers operating in Paris alone. However, in 1906, the corset briefly fell from favour under the influence of couturier Paul Poiret, allowing women to finally breathe freely. In the aftermath of the Second World War, under Christian Dior's « New Look », lingerie regained prominence. By the 1980s and 1990s, corsets, padded bras, bustiers, and garter belts were redefined. Undergarments became outerwear, blending daywear with evening styles and epitomising glamour and sensuality – a defining trend of the era.

Corsage trompeur
Fin XVIII^{e} siècle
Soie, coton, toile de bourre de soie
Don Mme Manguin, 1977. Fonds Musée du Vieux Marseille
Marseille, Musée d'Histoire, inv. 1977.17.4 – © Musées de Marseille

Pièce maîtresse du vestiaire provençal depuis le XVIII^{e} siècle, le caraco est un corsage féminin à manches longues. La mode des décolletés carrés profondément échancrés du début du XVIII^{e} siècle avait entraîné vers 1778 le port d'un fichu pour voiler sa gorge. Mais à la veille de la Révolution, les pans du « fichu menteur » seront introduits sous le « corsage trompeur » afin de lui donner du volume et simuler une poitrine avantageuse.

The « deceptive bodice »
Late 18th century
Silk, cotton, fabric woven from the coarse silk surrounding the cocoon

LE SOUTIEN-GORGE

Si l'existence du soutien-gorge est attestée dès l'Antiquité romaine – les gymnastes portent le *strophium*, une sorte d'écharpe enroulée autour des seins – il faut attendre l'Exposition universelle de 1889 pour y découvrir l'invention de la maison Candolle : le « corselet-gorge ». Rebaptisé « soutien-gorge » en 1904, il ne devient d'un usage courant qu'après la Première Guerre mondiale. Brassière qui efface la poitrine dans les années 1920, il est intégré au combiné-gaine qui sculpte la silhouette la décennie suivante. L'apparition des profondeurs de bonnets va, alors, pour la première fois séparer les seins en deux entités. Au *New Look* créé par Dior en 1947 qui remet à l'honneur le corset dans sa version « guêpière », succède dans les années 60 une silhouette à l'allure androgyne. Dans les années 70, les filles de 20 ans ne portent ni porte-jarretelles ni soutien-gorge ; les sous-vêtements existants sont fonctionnels et façonnés dans des matières basiques. Dans la décennie suivante, la lingerie accède au statut de vêtement de mode alliant maintien, confort et séduction, féminité et humour.

THE BRA

While evidence of bras exists as far back as Roman antiquity—gymnasts wore the *strophium*, a scarf wrapped around the chest—it was not until the 1889 Exposition Universelle that the corselet-gorge was introduced by the house of Candolle. Renamed the soutien-gorge in 1904, it only became widely adopted after World War I. Flattening brassieres of the 1920s gave way to foundation garments that sculpted the figure in the 1930s. The advent of cup sizes separated breasts into distinct entities for the first time. Dior's 1947 *New Look*, which revived the corset as the "waspie," was succeeded in the 1960s by an androgynous silhouette. By the 1970s, young women eschewed garter belts and bras. In the following decade, lingerie has evolved into a legitimate fashion item, mirroring trends and combining support, comfort, seduction, femininity, and humour.

Salle 15 – **Chapelle**

L'ancienne chapelle privée de la famille Borély est occupée par des modèles qui, tour à tour et de manière différente, en évoquent la spiritualité. Dans un esprit monacal, la première rotation dévoile l'ensemble minimaliste robe et cape à capuche de Loris Azzaro tandis que la seconde laisse place à l'exubérance de la robe du soir de Paco Rabanne surmontée d'une coiffe extravagante qui se réfère directement au *pschent* des pharaons, double couronne, symbole du pouvoir des souverains égyptiens sur la Haute et la Basse-Égypte.

The Borély family's former private chapel is occupied by models who, in turn and in different ways, evoke its spirituality. In a monastic spirit, the first rotation unveils Loris Azzaro's minimalist robe and hooded cape ensemble, while the second gives way to the exuberance of Paco Rabanne's evening gown topped by an extravagant headdress that refers directly to the pharaohs' *pschent*, the double crown symbolising the power of the Egyptian sovereigns over Upper and Lower Egypt.

Ensemble cape et robe longue *Raquel*
Loris Azzaro
Marque française de prêt-à-porter créée en 1968 par Loris Azzaro (1933-2003)
Printemps-été 1973
Jersey de viscose
Don Catherine Azzaro, 2021
Marseille, Château Borély - Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode, inv. 2021.28.11.1-2 – © Musées de Marseille

Né à Tunis de parents d'origine italienne, Loris Azzaro confiait qu'il était « habité » par la Méditerranée : «[...] elle a indéniablement marqué mon enfance [...] tout comme le bleu, cette force présence de l'eau, de la mer dans mon existence ». Très jeune, là encore, les tissus qu'il découvrait dans les souks l'ont ensorcelé : « [...] j'étais captivé par les couleurs et leurs lumières. Je me demande si ce n'est pas ce chatoiement qui a inspiré ma mode. »

Cape and gown *Raquel*
Loris Azzaro - French ready-to-wear brand created in 1968 by Loris Azzaro (1933-2003)
Spring-summer 1973
Jersey viscose

Born in Tunis to Italian parents, Loris Azzaro described himself as being «inhabited» by the Mediterranean : «It undeniably shaped my childhood [...] as did the colour blue, the pervasive presence of water, of the sea in my life.» From a young age, he was captivated by the fabrics he discovered in the souks : «I was spellbound by their colours and luminosity. I wonder if this shimmering quality isn't what inspired my designs.»

LORIS AZZARO (1933-2003)

Créateur emblématique des années 70, Loris Azzaro pose dès sa première collection les codes de la Maison : drapés sensuels, jeux de transparence, lamés étincelants, découpes suggestives.Couturier des nuits parisiennes et des stars (Romy Schneider, Dalida, Marisa Berenson, Claudia Cardinal ou Raquel Welch), ses robes sculpturales, souvent audacieuses, toujours élégantes épousent et révèlent le corps sans le contraindre.

A hallmark of 1970s fashion, Loris Azzaro established the defining codes of his house with his debut collection: sensual drapery, transparent designs, dazzling lamés, and daring cut-outs. A designer for Parisian soirées and celebrities (Romy Schneider, Dalida, Marisa Berenson, Claudia Cardinale, and Raquel Welch), Azzaro created sculptural, often audacious, but always elegant gowns that celebrated and revealed the body without restricting it.

PACO RABANNE (1934-2023)

Architecte, sculpteur, couturier, designer, artiste, artisan, Paco Rabanne a contribué à bouleverser les critères esthétiques du vêtement. Depuis ses premières robes en aluminium en 1966 jusqu'aux modèles en fibres optiques, en passant par les miroirs, hologrammes ou encore CD et catadioptres, le parcours de Paco Rabanne croise souvent les jeux de lumière et de transparence qui, par l'intermédiaire du vêtement, mettent en valeur le corps.

An architect, sculptor, couturier, designer, artist, and craftsman, Paco Rabanne challenged the aesthetic norms of clothing by engaging with the artistic movements of his time. Alongside his experimental approach—redefining materials and techniques—light manipulation was a recurring theme throughout his work. From his pioneering aluminium dresses in 1966 to fibre-optic creations, as well as designs incorporating mirrors, holograms, CDs, and reflectors, Rabanne's exploration of light and transparency often highlighted the human body through his garments.

Salle 16 – **Chambre des invités**

BLEU de jour / BLEU de nuit

BLUE by day, BLUE by night

Initié en 1989, le fonds Mode des Musées de Marseille a pour vocation de constituer des collections représentatives de la garde-robe contemporaine des années 20 à nos jours. Depuis 2013, le Château Borély présente et valorise ce patrimoine, riche de plus de 8000 pièces, à travers des accrochages renouvelés en raison de la fragilité des œuvres.

Cette sélection, organisée en deux volets, nous invite à découvrir les caractéristiques stylistiques propres à chaque maison et à chaque créateur, autour du bleu et ses infinies variations : aux manteaux, robes, tailleurs de ville d'une simplicité parfaitement étudiée succéderont, à l'automne, des modèles précieux, sophistiqués, parfois spectaculaires, pour le soir – de la robe de cocktail à la tenue de gala !

Initiated in 1989, the Fashion Collection seeks to assemble representative wardrobes from the 1920s to the present day. Since 2013, Château Borély has showcased this rich heritage - comprising over 8,000 pieces - through regularly renewed displays, given the fragility of the works.

This new selection, presented in two parts, invites visitors to explore the stylistic characteristics of various fashion houses and designers through the prism of blue's infinite shades. Until autumn, the display features tailored coats, dresses and suits, embodying studied simplicity. From september onwards, it transitions to precious, sophisticated, and often spectacular designs—ranging from cocktail dresses to gala gowns.

PRÉSENTATION DES MODÈLES "JOUR"
DU 07 MARS AU 07 SEPTEMBRE 2025

PRÉSENTATION DES MODÈLES "NUIT"
DU 16 SEPTEMBRE 2025 AU 15 FEVRIER 2026

LE BLEU COMME FIL ROUGE

Des progrès techniques en matière de teinture dès le XII^{e} siècle à la mise au point de colorants de synthèse aux XVIII^{e} et XIX^{e} siècles, du « bleu de travail » - nouvel uniforme de la classe ouvrière - au jean et à sa commercialisation en masse après la Seconde Guerre mondiale, le bleu s'est démocratisé jusqu'à devenir omniprésent dans la mode contemporaine.

Nuance favorite de la marquise de Pompadour, le bleu céleste devient profond comme la nuit sur les robes de bal du Second Empire. Pastel et évanescent à la Belle époque de Jacques Doucet, orientalisant chez Paul Poiret, il hausse le ton dans les Années folles. Aussi sombre que le nouveau conflit mondial qui s'engage, il reprend le code couleur des uniformes de l'U.S Navy et de la Royal Air Force.

Au lendemain de la guerre, il vibre dans ses nuances les plus franches mettant en valeur les formes épanouies d'une féminité retrouvée. Au cœur d'une société en pleine mutation, la mode des *sixties* se démocratise avec la naissance du prêt-à-porter et l'émergence d'une nouvelle silhouette jeune, moderne, sportive initiée par Courrèges qui met à l'honneur lignes géométriques, blanc spatial et couleurs pop' ou acidulées. Sur fond de révolte sociale, de libération sexuelle et de crise économique, les années 70 et leurs nouveaux canons esthétiques – *Flower Power*, disco, punk – prônent toujours les couleurs vives : le bleu s'affiche électrique ou romantique, se couvre de paillettes, de motifs floraux et psychédéliques.

« Chic et choc », la décennie suivante consacre, dans une explosion de couleurs saturées ou fluos, les volumes *oversize*, l'excentricité, le goût du paraître : il faut avoir le « look » ! Les modes grunge et minimaliste des années 90 offrent une pause chromatique : on privilégie les teintes neutres - noir, gris chiné, beige, blanc - aux côtés du denim, omniprésent. En manque de couleur, le XXI^{e} siècle signe le grand retour du rouge, du rose, du vert et bien sûr du bleu : douceur du pastel ou du bleu layette, cobalt vibrant et lumineux, bleu « jean », marine – le nouveau noir – ou encore ciel, une façon pour les créateurs d'apporter un sentiment de paix et de sérénité dans un climat international souvent anxiogène.

Source d'inspiration pour nombre de couturiers et créateurs, le bleu revient ainsi, saison après saison, dans les collections de haute couture et de prêt-à-porter, symbole d'une certaine élégance intemporelle.

BLUE AS A GUIDING THREAD

From advances in dyeing techniques in the 12th century to the development of synthetic dyes in the 18th and 19th centuries, from «work blues»—the new uniform of the working class—to jeans and their mass commercialisation after the Second World War, blue has become democratised, ultimately achieving ubiquity in contemporary fashion.

A favourite shade of the Marquise de Pompadour, celestial blue deepened into midnight hues on the ballgowns of the Second Empire. Pastel and evanescent during the Belle Époque of Jacques Doucet, it took on Orientalist tones under Paul Poiret and grew bolder during the Roaring Twenties. As sombre as the global conflict unfolding, it mirrored the colour codes of U.S. Navy and Royal Air Force uniforms. After the war, it resonated in its most vivid hues, highlighting the flourishing shapes of a rediscovered femininity. In a society undergoing rapid transformation, the 1960s witnessed the democratisation of fashion with the rise of ready-to-wear and the emergence of a youthful, modern, and sporty silhouette. This new style, championed by Courrèges, celebrated geometric lines, space-age white, and vibrant, pop, or acid colours. Amidst social upheaval, sexual liberation, and economic crises, the 1970s introduced new aesthetic canons – *Flower Power*, disco, and punk–all of which embraced bright colours. Blue appeared electric or romantic, adorned with sequins, floral motifs, and psychedelic patterns. «Chic and shock» - the following decade celebrated oversized volumes, eccentricity, and the love of appearances, all in a burst of saturated or fluorescent colours. One had to have «the look»! The grunge, minimalist, or streetwear fashion of the 1990s, however, offered a chromatic pause, favouring neutral shades - black, heather grey, beige, white - alongside the omnipresent denim.

Starved for colour, the 21st century has marked the triumphant return of red, pink, green, and of course, blue: from the softness of pastel or baby blue, to vibrant and luminous cobalt, classic «jean» blue, navy – the new black – or sky blue. This revival reflects a desire by designers to convey a sense of peace and serenity in an often anxiety-inducing international climate.

A source of inspiration for countless designers, blue recurs season after season in haute couture and ready-to-wear collections, symbolising a timeless elegance.

DU 7 MARS
AU 7 SEPTEMBRE 2025

Combinaison-pantalon
Schiaparelli
Maison de couture française fondée en 1927 par Elsa Schiaparelli (1890–1973)
Collection « Cash and Carry » 1939
Laine, cuir
Marseille, Château Borély - Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode,
inv. 1995.4.1 – © Musées de Marseille – R. Chipault & B. Soligny

La mode des années 40 est à l'image du contexte de guerre : fonctionnelle et dans des teintes sombres. Restrictions obligent, il y a moins de tissus : les jupes sont plus étroites et raccourcies, les revers sont interdits, les ourlets limités. Les coupes austères s'inspirent du vestiaire masculin. La silhouette est étroite et mince, les épaules sont accentuées par l'ajout de paddings en écho aux uniformes militaires - comme les couleurs en usage, le kaki et le bleu marine, et les ornements, réduits à des ceintures et des poches au niveau de la poitrine. La collection « Cash and Carry » d'Elsa Schiaparelli introduit cette dimension utilitaire dans la haute couture de cette époque : les combinaisons sont agrémentées de fermetures éclair et de grandes poches, à la contenance équivalente à celle d'un sac à main. Les *siren suits* sont équipés de sacs intégrés pour prévenir d'hypothétiques raids aériens. Création unique de la couturière d'après une combinaison d'aviateur, cette « tenue d'abri », est un rare exemple d'un modèle conçu par la haute couture qui exploite ironiquement les nouvelles circonstances créées par la guerre.

Jumpsuit
Schiaparelli - French fashion house founded in 1927 by Elsa Schiaparelli (1890–1973)
1939 «Cash and Carry» collection
Laine, cuir / Wool and leather

The fashion of the 1940s was a direct reflection of the wartime context and its accompanying constraints. Functional and dominated by sombre tones, it was characterised by an economy of materials: skirts became narrower and shorter, lapels were banned, and hems strictly limited. Austere cuts drew inspiration from masculine wardrobes, while silhouettes, though slim and streamlined, featured padded shoulders reminiscent of military uniforms. Colours such as khaki and navy blue, along with adornments, were reduced to practical elements like belts and chest-level pockets.
In her Autumn-Winter 1939-1940 «Cash and Carry» collection, Elsa Schiaparelli infused haute couture with a utilitarian dimension, responding to the new realities imposed by the war. Inspired by aviator jumpsuits, the designer created «siren suits» or «shelter outfits,» both practical and ingenious. These garments were equipped with zippers and large pockets, equivalent to handbags, allowing wearers to carry essentials during potential air raids. This rare example of haute couture embracing the constraints of war with ironic ingenuity showcases Schiaparelli's boldness and resourcefulness, seamlessly merging practicality and elegance in an extraordinary context.

Robe et ceinture
Alaïa
Marque française de prêt-à-porter créée en 1981 par Azzedine Alaïa (1935-2017)
Collection printemps-été 1989
Jersey de rayonne, de polyamide et d'élasthanne, cuir, métal
Don Azzedine Alaïa, 1989
Marseille, Château Borély - Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode, inv. 1989.6.52.1 et 3 – © Musées de Marseille

Le bleu-blanc-rouge de la ceinture fait référence au défilé-spectacle « La Marseillaise » – conçu par Jean-Paul Goude et organisé le 14 juillet 1989, afin de célébrer le bicentenaire de la Révolution française, qui mettait notamment en exergue des costumes créés par Azzedine Alaïa et dont le musée Borély possède un très bel exemplaire.

Créateur phare des années 80, sculpteur de formation, Alaïa a offert une version sublimée du corps de la femme moulé dans des matériaux souvent extensibles grâce à l'usage du stretch qui érotise les formes sans les dénuder. Ses coupes impeccables et audacieuses ont participé à la création d'un nouvel archétype féminin à la silhouette élancée et sportive. Respectueux de la perfection, formé chez Guy Laroche, Alaïa était un des rares couturiers à dominer totalement toutes les techniques de coupe, notamment le biais, réalisant l'ensemble des étapes de la construction du vêtement. Son travail d'artisan, comme il aimait à se définir, peut ainsi être comparé à celui de Madeleine Vionnet qu'il admirait et dont les créations, sous une apparente simplicité, cachaient une structure extrêmement complexe.

Dress and belt
Alaïa - French fashion house founded in 1981 by Azzedine Alaïa (1935-2017)
Spring-summer 1989 collection
Jersey of rayon, polyamide and elastane, leather, metal

The belt's blue, white, and red motif references the «La Marseillaise» fashion show-spectacle designed by Jean-Paul Goude for Bastille Day 1989, celebrating the bicentennial of the French Revolution. Alaïa's bold contributions to the event included iconic costumes, one of which is housed in the museum.A prominent designer of the 1980s and a trained sculptor, Azzedine Alaïa offered a sublime vision of the female form, often enhanced by stretch materials that hugged and eroticised the body without revealing it. His flawless, daring cuts helped establish a new feminine archetype with an elongated, athletic silhouette. Meticulous and technically masterful, Alaïa, trained at Guy Laroche, was one of the rare couturiers to master every aspect of garment construction. His work, which he described as that of an artisan, invites comparison with Madeleine Vionnet, whom he admired for her creations that concealed a remarkably complex structure beneath an apparent simplicity.

Manteau-cape
Lanvin
Maison de couture française fondée en 1895 par Jeanne Lanvin (1867-1946)
1975
Laine
Don Danièle Giraudy, 2000
Marseille, Château Borély - Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode,
inv. 2000.25.1 – © Musées de Marseille

Collectionneuse d'œuvres d'art, Jeanne Lanvin vécut une véritable passion pour la couleur. Elle ouvre en 1923 sa propre usine de teinture à Nanterre dédiée à l'expérimentation chromatique, notamment autour du bleu qu'elle découvre au début du XX^{e} siècle lors de ses voyages en Italie. Profond, tendant sur le mauve, il puise sa nuance dans les œuvres de Fra Angelico (1395-1455) et les vitraux des cathédrales gothiques. Celui que l'on nomme désormais « bleu Lanvin » va devenir, à l'instar du « vert Vélasquez » et du « rose Polignac », l'un des symboles de la Maison. Présent sur les cartons d'invitation, les flacons de parfum, les boîtes, jusqu'à la chambre et le boudoir de l'hôtel particulier de la couturière, il se décline en une multitude de variations dans les noms des modèles « Ciel bleu », « Delft », « Firmament », « Vitrail »...

Cape coat
Lanvin - French fashion house founded in 1895 by Jeanne Lanvin (1867-1946)
1975
Wool

Art collector Jeanne Lanvin harboured a deep passion for colour. In 1923, she established her own dyeing workshop in Nanterre, devoted to chromatic experimentation, particularly focusing on shades of blue, which she discovered in the early 20th century during her travels in Italy. Deep and tinged with mauve, the hue drew inspiration from the works of Fra Angelico (1395-1455) and the stained glass windows of Gothic cathedrals. Known today as «Lanvin blue,» it became, much like «Velázquez green» and «Polignac pink,» one of the defining symbols of the House. This emblematic blue featured prominently on invitation cards, perfume bottles, packaging, and even the couturière's private residence, gracing her bedroom and boudoir. Its myriad variations were reflected in the evocative names of her designs: Ciel Bleu, Delft, Firmament, Vitrail, and more.

DU 16 SEPTEMBRE 2025 AU 15 FÉVRIER 2026

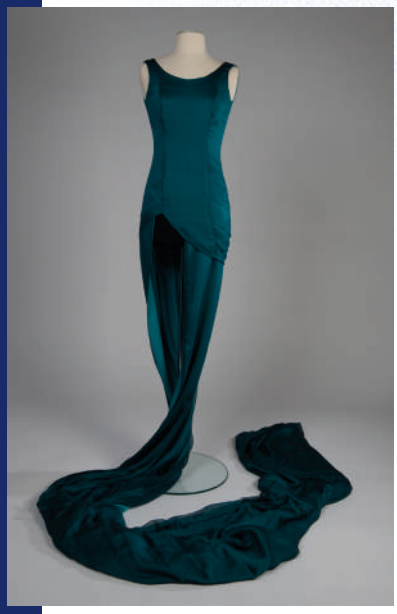
Robe de cocktail
Lecoanet Hemant
Maison de couture française fondée en 1981
par Didier Lecoanet (1955) et Hemant Sagar (1957)
Collection haute couture 1981-1993
Satin et mousseline de soie, plumes, broderies
Don Maison Lecoanet Hemant, 1993
Marseille, Château Borély - Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode,
inv. 1993.20.6 – © Musées de Marseille – C. Almodovar

Née aux États Unis à la fin des années 20, en pleine période de la prohibition, la tenue de cocktail va accompagner l'évolution des codes et usages au cours du XX[e] siècle. Portée à partir de 18h, elle sert de transition entre la tenue d'après-midi et celle du soir. Liée à un moment festif et convivial, elle se distingue des tenues de jour par une touche de fantaisie ; moins formelle et solennelle que la robe du soir mais plus sophistiquée qu'une tenue de jour, elle doit combiner paraître et liberté du geste.

Couturiers et créateurs vont s'emparer avec bonheur de ce vêtement-parure dès les années 40, démontrant une diversité tant au niveau des formes que des techniques. Son évolution illustre des usages nouveaux comme le port du pantalon dans les années 60 ou l'assouplissement du dress-code - la tenue de cocktail se résumant le plus souvent aujourd'hui à une tenue de jour simplement accessoirisée d'éléments plus sophistiqués.

Cocktail dress
Lecoanet Hemant - French fashion house founded in 1981 by Didier Lecoanet (1955) and Hemant Sagar (1957)
Haute couture collection 1981-1993
Satin and silk chiffon, feathers, embroidery

Born in the United States in the late 1920s during the Prohibition era, the cocktail dress has evolved significantly over the 20th century, reflecting changing codes and conventions. Worn from 6 p.m. onwards, it served as a transitional attire between afternoon wear and evening dress. Associated with festive and convivial occasions, it was distinguished from daytime attire by an element of whimsy—less formal and solemn than evening gowns, yet more refined than daytime wear, it was designed to balance elegance with ease of movement.From the 1940s onward, couturiers and designers enthusiastically embraced this ornamental garment, showcasing diversity in both forms and techniques. Its evolution mirrored societal changes, such as the adoption of trousers in the 1960s and the gradual relaxation of dress codes. Today, the cocktail dress often consists of daywear accessorised with more sophisticated elements.



Robe longue à traîne
Remanence
Années 90
Satin et mousseline de soie
Don Remanence, 1995
Marseille, Château Borély - Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode,
inv. 1995.11.1.1 – © Musées de Marseille – C. Almodovar

Gown with a long train
Remanence
90s
Satin and silk chiffon

Salle 17 – **Grand salon**

Le BLEU Deck

The Deck BLUE

La collection du grand céramiste Théodore Deck (1823-1891) forme le décor de l'ancienne chambre au couchant, dite de Monsieur. Pour le directeur de la manufacture nationale de Sèvres, le bleu est l'une des plus belles et des plus solides couleurs de sa palette. Le « bleu Deck » découle de sa redécouverte du bleu turquoise des céramiques iznik. Cette désignation constitue une acception durable dans la littérature de la céramique française et lui vaut d'être récompensé en 1861 à l'Exposition universelle des arts industriels de Paris.

The collection of the great ceramicist Théodore Deck adorns the decor of the western bedroom, known as Monsieur's chamber. For the director of the Sèvres National Manufactory, blue was one of the most beautiful and enduring colours in his palette. The "Deck blue" stems from his rediscovery of the turquoise blue of Iznik ceramics. This designation became a lasting term in French ceramic literature and earned him recognition at the 1861 Paris Universal Exhibition of Industrial Arts.

Château Borély, salle Théodore Deck
© Musées de Marseille – R. Chipault et B. Soligny

Salle 19 – **Cabinet d'arts graphiques**

Le BLEU céleste
dans les dessins d'Henri Antoine Révoil

Celestial BLUE
in the drawings of Henri Antoine Révoil

Après des études aux Beaux-Arts de Paris, Henri Révoil (Aix-en-Provence, 1822 - Mouriès, 1900) revient dans sa région natale dès 1849. Nommé architecte diocésain en 1852, il est chargé dès 1854 de la conservation des monuments antiques du Midi en tant qu'architecte en chef des Monuments historiques. À l'instar de Mérimée ou de Viollet-le-Duc, Révoil est également un grand bâtisseur et un historien. Son œuvre majeure, « Architecture romane du Midi de la France », reste encore de nos jours un ouvrage de référence. En 1874, à la mort d'Henri Jacques Espérandieu (1829-1874), il dirige à Marseille, la construction de la cathédrale de la Major et conçoit le décor intérieur de la basilique Notre-Dame de la Garde. Les œuvres présentées font partie de son fonds d'atelier, acquis par le Musée des Beaux-Arts de Marseille en 1987.

DU 7 MARS AU 7 SEPTEMBRE 2025 : Le premier accrochage présente les études réalisées pour Notre-Dame de la Garde et notamment pour la reconstruction de son maître-autel, à la suite de l'incendie dévastateur du 5 juin 1884.

DU 16 SEPTEMBRE 2025 AU 15 FÉVRIER 2026 : La second rotation montre le travail préparatoire pour le décor du porche de La Major et le maître-autel de l'église de la Trinité.

After studying at the École des Beaux-Arts in Paris, Henri Révoil returned to his native region in 1849. Appointed «diocesan architect» in 1852, he was entrusted in 1854 with the conservation of ancient monuments in the South of France as chief architect for Historic Monuments. Like Mérimée or Viollet-le-Duc, Révoil was not only a great builder but also a historian. His magnum opus, Romanesque Architecture of Southern France, remains a reference work to this day. In 1874, upon the death of Henri Jacques Espérandieu (1829-1874), he oversaw the construction of the Cathédrale de la Major and designed the interior decor of the basilica Notre-Dame de la Garde in Marseille. The drawings exhibited here are part of the Révoil's studio archives, acquired by the Musée des Beaux-Arts of Marseilles in 1987.

Salle 25 – **Galerie de la Mode**

Infiniment BLEU

Infinitely BLUE

Le parcours se poursuit dans la galerie de la Mode par une présentation de silhouettes et accessoires en jean ou couleur « bleu denim », de bijoux aux teintes précieuses - aigue-marine, saphir, turquoise, topaze - issus des collections du musée ou imaginés par des créateurs émergents, lauréats-boursiers du Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée, partenaire privilégié du Château Borély. Une collaboration qui apporte une dimension contemporaine et permet de montrer le travail de la jeune garde internationale œuvrant au service d'une mode visionnaire, durable et engagée.

La dernière séquence de ce défilé de bleus, réunit deux univers : celui de la plasticienne Françoise Pétrovitch, dont le « service de Fables » en porcelaine de Sèvres explore l'ambiguïté du monde de l'enfance, et celui du styliste Cheikh Kébé qui, dans un contexte de métissage culturel, interroge l'identité et la notion de transmission.

The course continues in the Fashion Gallery with a display of denim or «denim blue» silhouettes and accessories, complemented by jewellery in precious shades of aquamarine, sapphire, turquoise, and topaz. These pieces come from the museum's collections or are crafted by emerging designers, award-winners supported by the Maison Mode Méditerranée Endowment Fund, a key partner of Château Borély. This collaboration introduces a contemporary dimension and highlights the work of a new international generation striving for visionary, sustainable, and engaged fashion.

The final sequence of this symphony of blues brings together two distinct realms: the world of visual artist Françoise Pétrovitch, whose «Service of Fables» in Sèvres porcelain explores the ambiguous nature of childhood, and that of designer Cheikh Kébé, who, within a context of cultural blending, examines identity and the notion of transmission.

Couloir de la galerie Mode
Corridor of the fashion gallery

LE DENIM

« *Je n'ai qu'un regret, celui de ne pas avoir inventé le jean.(...) Ils ont du caractère, de la modestie, du sex-appeal, de la simplicité – tout ce que je souhaite pour mes vêtements.* »

Yves Saint Laurent, New Yorker Magazine, novembre 1983

Originaire de divers horizons, l'histoire du denim – sergé de coton avec des fils de chaîne bleus et des fils de trame écrus – se déploie entre l'Europe et l'Amérique : la France, l'Italie, la Grande-Bretagne et les États-Unis sont les scènes de son incroyable ascension.

Au XVI^{e} siècle, il est une étoffe appelée futaine, mélange de coton et de lin ou de laine. Souple et solide grâce à son tissage serré - reconnaissable à ses côtes obliques – elle est utilisée pour l'habillement, le linge, les doublures. Produite en masse en Italie du Nord, teintée à cœur à l'indigo ou à la gaude (« pastel des teinturiers »), elle s'exporte en Europe, notamment en Angleterre, depuis le port de Gênes. Dès son arrivée sur les quais de Londres, elle prend le nom anglicisé de son port d'origine : jean.

Au XVIII^{e} siècle, le pays, déjà industrialisé, compte également de nombreuses manufactures dans la région de Manchester qui produisent leur propre sergé écru, tout coton - matériau moins coûteux en provenance d'Amérique – le denim, sans doute inspiré par le « sergé de Nîmes », déjà connu grâce aux importations françaises. Depuis le XVI^{e} siècle, en effet, les futaines de laine et de soie font la réputation de la région nîmoise en Europe et dans le bassin méditerranéen. Exportées depuis Marseille et la fameuse foire de Beaucaire, elles sont bientôt produites dans tout le royaume comme à l'étranger (Pays-Bas, l'Angleterre, l'Amérique) - conséquence de la révocation en 1685 de l'Édit de Nantes par Louis XIV qui contraint à l'exil les tisserands huguenots. Cette fuite des savoir-faire va sonner le glas de l'industrie textile nîmoise.

Alors que Nîmes se tourne au XIX[e] siècle vers les indiennes et les châles cachemire afin de relancer son économie, une famille de juifs bavarois, les Levi Strauss, émigre à New-York pour y faire commerce. Oscar, parti s'installer en Californie, s'associe en 1873 avec l'un de ses principaux clients, le tailleur Jacob Davis (Youphes). Ensemble, ils élaborent dans cette fameuse étoffe, un pantalon de travail pour les ouvriers, mineurs et chercheurs d'or partis à la conquête de l'ouest.

L'histoire du denim devient dès lors inséparable de ce vêtement qui prend le nom de « jeans » dans les années 1930. Utilisé également pour les enfants, il s'introduit dans la panoplie des vêtements de loisir et la garde-robe féminine avant 1940. Il faut attendre la fin de la Seconde Guerre mondiale pour le voir passer du statut de vêtement fonctionnel à celui d'icône universelle. Associé à la jeunesse rebelle des années 50 et au mouvement de la contre-culture, il fait son entrée dans les collections des grands couturiers dans les années 70 puis chez les créateurs jusqu'à devenir le nouvel uniforme d'une société globalisée.

DENIM FABRIC

This iconic material of contemporary fashion bears witness to a rich transnational history spanning centuries. Originating at the crossroads of European and American textile traditions, this robust cotton twill fabric, with its indigo-dyed warp threads and undyed weft threads, reflects technical, social, and cultural evolutions.

In the 16th century, it is a fabric called « fustian », a blend of cotton and linen or wool, mass-produced in northern Italy. Flexible and durable thanks to its tight weave - recognisable by its oblique ribs - it is used for clothing, linen and linings. These textiles are dyed with indigo or dyer's woad (Isatis tinctoria L.) and exported to Europe, particularly England, from the port of Genoa (Italy). As soon as they arrive on the quays of London, they take on the anglicised name of this port of origin : « jeans ».

Around this time, the «sergé de Nîmes», crafted from wool and silk, contributes to the textile reputation of the Nîmes region (France) in Europe and the Mediterranean area. Exported from Marseille and the famous Beaucaire fair, they are soon being produced throughout the kingdom and abroad (Netherlands, England, America), thanks to the revocation of the Edict of Nantes in 1685 which caused a diaspora of skilled Huguenot weavers, spreading their expertise internationally but weakening French production.

In the following decades, England embraces and refines its own version of this fabric, called « denim » (« from Nîmes »), using less expensive American cotton. Manchester emerges as a key textile hub, mass-producing this sturdy and practical fabric while Nîmes turns to Indian fabrics and cashmere shawls to boost its economy.

Through migration in the 19th century, particularly by Jewish families such as Levi Strauss's, denim becomes synonymous with the New World. In 1873, Oscar Levi Strauss formed a partnership with the tailor Jacob Davis (Youphes) and patented work trousers reinforced with rivets, designed for labourers and miners who set out to conquer the West.

In the 1930s, Denim trousers, from now on referred to as «jeans», gain popularity as leisurewear and children's clothing. After 1945, following the Second World War, jeans transition from utilitarian clothing to a cultural symbol. They are adopted by the rebellious youth of the 1950s, influenced by figures like James Dean, becoming an emblem of counterculture.

Since the 1970s, high fashion has embraced denim, with major designers incorporating it into their collections. Jeans transcend social and cultural barriers, becoming a global wardrobe staple. Today, as a versatile and timeless material, denim continues to serve as a canvas upon which fashion and history are written. From its modest beginnings to its status as a universal and enduring garment, denim embodies the fusion of tradition and textile innovation.

Robe
Sylla
Marque française de prêt-à-porter, active des années 80 à 2011, créée à Marseille par Laurent Sylla
Entre 1980 et 1995
Sergé de coton (denim), métal doré / Cotton twill (denim), gold metal
Marseille, Château Borély – Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode, inv. D 2000.120.3.1 – © Musées de Marseille

Dress
Sylla - French ready-to-wear brand, active from the 80s to 2011, created in Marseille by Laurent Sylla
Entre 1980 et 1995
Cotton twill (denim), gold metal

Couloir, grand & petit verriers de la galerie Mode
Corridor, large and small glass panels in the fashion gallery

LES JEUNES CRÉATEURS

Les créateurs lauréats du Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée partagent les mêmes valeurs - attachement aux racines, valorisation des savoir-faire ancestraux, production éthique et durable.

Ils ont également en commun le goût pour la précision des coupes et des motifs, souvent graphiques, les couleurs vives et saturées où le bleu occupe une place centrale : ancestral indigo ou « bleu de Nîmes », bleu du ciel et de la mer, invitation au rêve et à l'imaginaire.

YOUNG DESIGNERS

The award-winning designers of the Maison Mode Méditerranée Endowment Fund are committed to their roots, the preservation of ancestral craftsmanship, and ethical, sustainable production. Their inspirations include precise, graphic cuts and patterns; vibrant, saturated colours where blue takes centre stage : whether the blue of the sky and sea, the ancient indigo, or the « blue of Nîmes ».

a guery (France)

Marque créée en 2014 par Anaïs Guery, lauréate 2016 Mediterranean Fashion Prize (MFP) / Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Diplômée de l'École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs de Paris (ENSAD), de l'Institut Français de Mode (IFM) et du London College of Fashion

© Quentin Saunier

Anaïs Guery a poursuivi sa formation au sein de grandes maisons – Christian Dior, Balenciaga, Cacharel - avant de fonder son propre label, à la croisée de l'art, du vêtement et du textile. Entre poésie naturelle et raffinement couture, les pièces d'Anaïs Guery sont uniques puisqu'elles dépendent d'un procédé aléatoire : l'expérimentation de la matière à travers le savoir-faire de la teinture à l'indigo végétal – une obsession qui régit son travail depuis dix ans. La teinture se fait en lien direct avec les éléments : l'eau offre un milieu propice à la molécule colorante pour qu'elle se dépose sur les fibres ; l'air révèle le bleu en oxydant la molécule. Patiemment, le tissu est plongé et replongé dans le bain. C'est la superposition progressive de ces films colorés qui permet de « monter les bleus ». Élément majeur de sa création, le bleu indigo et son spectre infini de nuances vient parfois rencontrer d'autres couleurs comme le noir, le doré ou encore le blanc ; il en ressort alors magnifié grâce aux contrastes occasionnés.

Brand created in 2014 by Anaïs Guery, winner of the 2016 Mediterranean Fashion Prize (MFP) / Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Graduate of the École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs de Paris (ENSAD), of the Institut Français de Mode (IFM) and of the London College of Fashion

Anaïs Guery trained in prestigious houses such as Christian Dior, Balenciaga, and Cacharel before launching her own label at the intersection of art, clothing, and textiles. Melding natural poetry with couture refinement, Anaïs Guery's pieces are unique due to her process of material experimentation, especially with plant-based indigo dye—a passion she has cultivated for over a decade. Her dyeing process interacts directly with natural elements: water provides a medium for the dye molecules to adhere to fibres, and air oxidises the molecules to reveal the signature blue. Layer by layer, the fabric is submerged repeatedly, creating a rich depth of blues. Indigo blue, central to her creations, is explored in its infinite spectrum of shades. Occasionally, it meets contrasting hues such as black, gold, or white, further enhancing the results through striking contrasts.

Ahmed Amer (Liban)

Marque de prêt-à-porter créée en 2018 par Ahmed Amer, lauréat 2019-2021 Bourse Craft & Commitment / Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Diplômé de l'Université du Liban en Architecture d'intérieur et de l'école de mode Creative Space Beirut - © Elias Abkar

Depuis ses débuts en 2017 en tant qu'illustrateur, Ahmed Amer se sert du vêtement – qu'il souhaite beau et fonctionnel- et du dessin – toujours minimaliste - pour créer des collections-manifestes. Inspiré par ses émotions ou les évènements qui façonnent le monde actuel, Ahmed puise également dans l'art, l'architecture, la musique ou la nature des concepts qu'il adapte à la mode. Quant aux couleurs, motifs et textures présents dans ses collections, ils trouvent leur origine dans les différentes cultures rencontrées au gré de voyages. Au delà d'une marque, Ahmed Amer est une plateforme d'expression, de dialogue et de découverte. En mettant en relation artisans, tailleurs, brodeurs, designers, le jeune styliste libanais entend encourager cette communauté de culture et d'esprit à créer ses propres interprétations de l'expression de soi, tout en apportant ses différentes expériences afin de créer quelque chose d'unique et de collaboratif.

Ready-to-wear brand created in 2018 by Ahmed Amer, winner of the 2019-2021 Craft & Commitment grant / Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Graduate of the University of Lebanon in Interior Architecture and of the Creative Space Beirut fashion school

A graduate of the Lebanese University in Interior Architecture and Creative Space Beirut's fashion program, Ahmed Amer began his career in 2017 as an illustrator. He uses clothing—designed to be both beautiful and functional—and minimalist drawing to craft manifesto-like collections. Inspired by emotions and global events, Ahmed also draws on art, architecture, music, and nature to inform his concepts, adapting them seamlessly to fashion. The colours, patterns, and textures in his collections are shaped by the diverse cultures he has encountered during his travels.
More than a brand, Ahmed Amer is a platform for expression, dialogue, and discovery. By connecting artisans, tailors, embroiderers, and designers, this young Lebanese designer aims to foster a community of shared culture and spirit, encouraging members to create their own interpretations of self-expression. He brings his experiences to this collective process, resulting in unique and collaborative creations.

Anissa Aïda... (Tunisie)

Marque de prêt-à-porter créée en 2016 par Anissa Meddeb, lauréate 2018 - OpenMyMed Prize / Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Diplômée de Parsons New School for Design de New York et de Central Saint Martins School de Londres - © Harbin FashionWeek 2024

Le langage stylistique d'Anissa Meddeb reflète la richesse et la diversité de son parcours comme de ses influences. Née à Paris, elle a grandi entre la France et la Tunisie. Diplômée de prestigieuses institutions, elle met à profit l'expérience acquise auprès de mentors de renom tels Jason Wu, Marc Jacobs ou Jasper Garvida afin de construire son style et ses principes.

L'identité de la marque, basée sur l'interaction entre le vêtement et les cultures, offre une relecture moderne et graphique des traditions vestimentaires du Japon et de la Tunisie. Anissa Meddeb construit une allure plutôt qu'un vêtement à partir d'un travail sur les volumes minimalistes inspirés des créations de Rei Kawabuko, Issey Miyake, sur les couleurs méditerranéennes - le bleu, sa couleur signature ; le noir, indispensable ; le blanc, évocation de l'architecture des îles grecques et de Djerba - et sur les textures naturelles, tissées à la main par des artisans de la Médina et du désert du Sahel dans le but de préserver et valoriser des techniques ancestrales, pour une mode éthique et durable.

Ready-to-wear brand created in 2016 by Anissa Meddeb, 2018 winner - OpenMyMed Prize / Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Graduate of the Parsons New School for Design in New York and of the Central Saint Martins School in Londres

Anissa Meddeb's stylistic language reflects the richness and diversity of her background and influences. Born in Paris, she grew up between France and Tunisia. A graduate of prestigious institutions (Parsons New School for Design in New York; Central Saint Martins School in London), she honed her skills under renowned mentors such as Jason Wu, Marc Jacobs, and Jasper Garvida to forge her unique style and principles.
The brand's identity, based on the interplay between garments and cultures, offers a modern and graphic reinterpretation of traditional Japanese and Tunisian attire. Anissa Meddeb creates an aesthetic rather than a mere garment, focusing on minimalist volumes inspired by the works of Rei Kawakubo and Issey Miyake. Her palette draws on Mediterranean colours—blue, her signature hue; black, essential; and white, evoking the architecture of Greek islands and Djerba. She incorporates natural textures, handwoven by artisans from the Medina and the Sahel desert, preserving and celebrating ancestral techniques in pursuit of ethical and sustainable fashion.

David Catalán (Espagne)

Marque de prêt-à-porter créée en 2012 par David Catalán, lauréat 2015 Mediterranean Fashion Prize (MFP)/Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Diplômé de l'École d'Arts de Corella, de l'École Supérieure de Design de la Rioja (Madrid) et du Haut Institut d'Art et de Design de Matosinhos, au Portugal

© David Catalán-Dulce Daniel

Jeux de contrastes, superpositions et volumes originaux contribuent en partie à l'identité de la marque. Si la mode de la rue reste pour David Catalán une grande source d'inspiration, la Méditerranée et la douceur de son climat se reflètent dans ses collections par le choix des matières. L'usage qu'il fait de la couleur témoigne également de l'influence de ses origines sur ses créations.

Ready-to-wear brand created in 2015 by David Catalán, 2015 winner - Mediterranean Fashion Prize (MFP) / Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Graduate of the Corella School of Art, the Rioja Superior School of Design (Madrid) and the High Institute of Art and Design in (Matosinhos, Portugal)

Contrasts, superimpositions and original volumes are part of the brand's identity. While street fashion remains a major source of inspiration for David, the Mediterranean and its mild climate are reflected in his collections through his choice of materials. His use of color also reflects the influence of his origins on his designs.

Flore Girard de Langlade (France)

Marque créée en 2020 par Flore Girard de Langlade, lauréate 2019-2021 Bourse/Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Diplôme de Concepteur Designer Graphique - École de Condé

Bachelor & Master Design Mode et accessoires - Haute École d'art et de Design de Genève

Styliste cuir, denim et fourrure au sein de la maison Chloé

© Anaïs Boileau

À la suite de son expérience parisienne, Flore choisit de revenir dans son Sud natal pour y développer son projet personnel de création d'entreprise et mener en parallèle un travail de collaboration avec la marque marseillaise Gertrude. Guidée par l'amour du savoir-faire artisanal, attachée à ses racines provençales, la créatrice choisit, pour sa collection « L'âge de raison », de puiser son inspiration dans l'univers de la tauromachie et des vachers camarguais. Préférés à l'habit de lumière, les vêtements de travail et d'initiation constituent un vocabulaire de codes, de coupes, de matières à la fois humbles, bruts et fonctionnels.

« Ces jeunes hommes représentent quasiment à eux seuls l'identité d'une région et d'un artisanat local. Le denim, devenu avec le cuir ma spécialité, est né aussi dans la région au sens large. Marseille était même un vivier d'artisans et de jeanners ; l'idée de le retravailler là où il est apparu a pour moi plus de sens que de le faire n'importe où ailleurs ».

Brand created in 2020 by Flore Girard de Langlade, winner of the 2019-2021 Bourse/Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

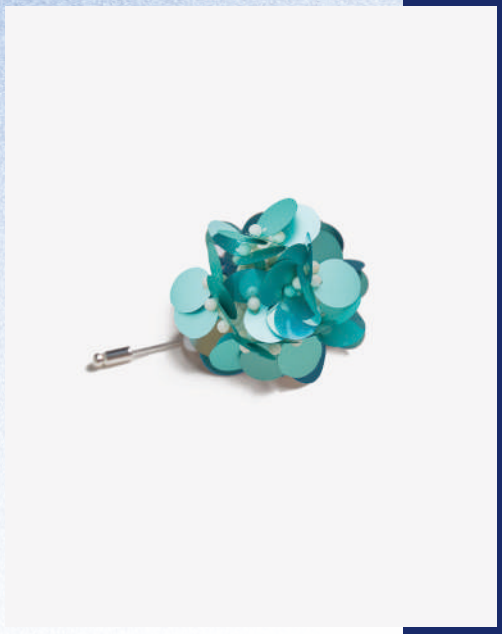
Graphic Designer Diploma - École de Condé

Bachelor & Master Fashion and Accessories Design - Haute École d'art et de Design de Genève

Leather, denim and fur stylist at Chloé

After her Parisian experience, Flore returned to her native South of France to launch her personal business while collaborating with Marseille-based brand Gertrude. Deeply committed to artisanal craftsmanship and her Provençal roots, she drew inspiration for her «L'âge de raison» collection from the world of bullfighting and Camargue cowboys. Focusing on workwear rather than ceremonial attire, she reimagined functional, raw, and humble garments through cuts, fabrics, and codes.

"These young men embody the identity of a region and its craftsmanship. Denim, along with leather—my specialties—also originates from this broader region. Marseille was once a hub of artisans and denim makers. Revisiting it where it all began holds far more meaning than doing so elsewhere."



Gomis (France)

Marque française créée en 2021 par Mélanie Gomis (1993), lauréate 2024-2026 - Fashion Enthusiasm Prize et Tajima Fashion Tech Prize/Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Diplômée de l'École de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne et de Central Saint Martins College of Art and Design (Londres)

Designer prêt-à-porter et haute couture pour Georges Hobeika (Liban)

Lauréate 2013 du prix ELLE Solidarité Mode

© Gomis

Conçues à Marseille, où la créatrice réside, ses collections sont une ode à l'artisanat et aux savoir-faire français, dans une démarche éco-responsable et une recherche constante de la maîtrise des techniques de fabrication.

« Mes sources d'inspiration sont profondément ancrées dans la nature et l'imaginaire. Bouquets d'hortensias, organismes marins, j'aime transformer ces évocations familières et organiques grâce à des matériaux comme les sequins, pour les faire évoluer vers un univers hybride. Ce processus de transformation donne à mes créations une dimension surréaliste, reflet d'un mouvement artistique qui nourrit mon travail au quotidien. Le bleu turquoise que j'utilise illustre également cette double inspiration. Inspiré des zones peu profondes de la mer Méditerranée, où la lumière intensifie sa clarté, ce bleu dépasse la simple référence naturelle. Il devient une invitation à l'imaginaire et aux rêves, tout en conservant une douceur et une accessibilité qui le rendent universel et poétique »..

French brand created in 2021 by Mélanie Gomis (1993), winner 2024-2026 - Fashion Enthusiasm Prize and Tajima Fashion Tech Prize/Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Graduate of the École de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne and Central Saint Martins College of Art and Design (London)

Ready-to-wear and haute couture designer for Georges Hobeika (Lebanon)

Winner of the 2013 ELLE Solidarité Mode prize

Based in Marseille, her collections celebrate French craftsmanship and savoir-faire, embracing an eco-responsible approach and a constant pursuit of mastery in fabrication techniques. "My sources of inspiration are deeply rooted in nature and the imagination. Bouquets of hydrangeas, marine organisms -I enjoy transforming these familiar, organic references with materials like sequins, evolving them into a hybrid universe. This transformative process lends my creations a surreal dimension, reflecting an artistic movement that continually nourishes my work. The turquoise blue I employ illustrates this dual inspiration. Evoking the shallow zones of the Mediterranean Sea, where light intensifies its clarity, this blue transcends natural reference. It becomes an invitation to dream and imagine, retaining a softness and accessibility that make it universal and poetic."

Judy Sanderson (Portugal)

Lauréate 2024-2026 - Bourse Global Fashion Brand/Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée
Diplômée de Raffles International College Hong Kong Fashion Design
© Judy Sanderson

Les créations de Judy célèbrent l'héritage africain de ses origines et ses expériences en Asie et en Europe proposant ainsi une fusion singulière entre l'art, l'artisanat et le design, le patrimoine et l'innovation.

Le sac MWENJE (du mot shona qui signifie « lumière ») méticuleusement tissé à la main au Zimbabwe par Vanhu Vamwe, une communauté de femmes, en collaboration avec des artistes spécialisés dans le fil métallique, témoigne d'un engagement en faveur du développement durable et d'un design responsable.

Autre réinterprétation contemporaine d'un artisanat traditionnel, la robe BHURI (dérivé du mot tsonga « Beauté ») incarne par son délicat travail au crochet le savoir-faire ancestral des femmes d'Aveiro, au Portugal. Ces collaborations permettent non seulement de soutenir les communautés locales, mais aussi de préserver, pour les générations futures, un pan de l'histoire culturelle face à l'industrialisation moderne.

Winner 2024-2026 - Global Fashion Brand Grant/Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée
Graduate of the Raffles International College Hong Kong Fashion Design

Judy Sanderson's creations honour her African heritage and the influences of her experiences in Asia and Europe. Her work embodies a unique fusion of art, craftsmanship, design, heritage, and innovation.

The MWENJE bag (from the Shona word for «light»), meticulously handwoven in Zimbabwe by Vanhu Vamwe - a community of women in collaboration with artists specialising in wire weaving - showcases a commitment to sustainability and responsible design. Similarly, the BHURI dress (derived from the Tsonga word for «beauty») reinterprets traditional craftsmanship through its delicate crochet work, embodying the ancestral expertise of women in Aveiro, Portugal. These collaborations not only support local communities but also ensure the preservation of cultural heritage for future generations in the face of modern industrialisation.

Maison Kébé (Sénégal)

Marque créée en 2020 par Cheikh Kébé, lauréat 2024-2026 - Fashion Enthusiasm Prize/Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Diplômé de l'ENSA de Marseille (École Nationale Supérieure d'Architecture)

©Maison Kébé

Profondément engagée dans la préservation et la promotion de l'artisanat sénégalais, Maison Kébé crée des passerelles entre l'Afrique, l'Europe et le bassin méditerranéen, favorisant ainsi les échanges culturels et la transmission de savoir-faire d'exception, tout en célébrant l'innovation et la créativité contemporaine.
« Le bleu occupe une place centrale dans l'univers de la marque, à la fois comme couleur emblématique et matériau créatif. Inspiré par Dakar (...) et par l'enfance de Cheikh Kébé, le bleu évoque l'infini, la profondeur et le mouvement constant des vagues. Il symbolise à la fois l'intemporalité et la modernité, valeurs au cœur de chaque collection. Le denim, souvent teint dans des nuances de bleu profond, est un support idéal pour exprimer cette vision artistique. Repensé, retravaillé, sublimé à travers des techniques artisanales sénégalaises, il devient bien plus qu'un textile fonctionnel. Chaque pièce en denim est une ode à la rencontre entre l'héritage africain et la mode contemporaine, incarnant la force et la résilience que symbolise cette matière universelle. »

Brand created in 2020 by Cheikh Kébé, winner 2024-2026 - Fashion Enthusiasm Prize/Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Graduate of the ENSA in Marseille (École Nationale Supérieure d'Architecture)

Cheikh Kébé is deeply committed to preserving and promoting Senegalese craftsmanship. Maison Kébé acts as a bridge between Africa, Europe, and the Mediterranean, fostering cultural exchange and the transmission of exceptional expertise while celebrating contemporary innovation and creativity. "Blue holds a central place in the brand's universe, both as an emblematic colour and as a creative medium. Inspired by Dakar (...) and Cheikh Kébé's childhood, blue evokes infinity, depth, and the constant motion of waves. It symbolises both timelessness and modernity—values at the heart of every collection. Denim, often dyed in deep blue hues, serves as an ideal medium for expressing this artistic vision. Reimagined, reworked, and elevated through Senegalese artisanal techniques, it becomes far more than a functional fabric. Each denim piece is an ode to the fusion of African heritage and contemporary fashion, embodying the strength and resilience symbolised by this universal material."

Marion Vidal (France)

Marque française créée en 2005 par Marion Vidal, lauréate 2011 - Mediterranean Fashion Prize (MFP)/ Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Diplômée de l'Académie Royale des Beaux-arts d'Anvers (Belgique), de l'École Nationale Supérieure d'Architecture (Paris) et de l'École polytechnique (Milan)

Grand Prix de la création de la Ville de Paris (2011) et lauréate 2025 de la Villa Kujoyama (Kyoto, Japon)

Collaborations avec Céline, Lacoste, Christofle, Bernardaud, Hermès

© # Marguerite Bornhauser

Quelles que soient les matières qu'elle explore (céramique - sa signature, bois, métal, pierre, Plexiglas, textile), Marion Vidal poursuit une approche non-conventionnelle du bijou en créant des pièces graphiques et colorées, aux formes sensuelles et organiques, inspirées par l'architecture, les expositions ou ses voyages. Véritables « sculptures à porter » dans la continuité du corps en mouvement, ses créations s'amusent avec les oppositions : rigidité et souplesse, force et fragilité, rudesse et raffinement. En 2018, elle ajoute le Plexiglas à sa gamme : découpé, façonné, poli et thermoformé à la main, il ouvre un nouveau champ de possibilités autour des notions de lumière et de transparence dans des coloris inédits.

French brand created in 2005 by Marion Vidal, 2011 winner - Mediterranean Fashion Prize (MFP)/ Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Graduate of the Royal Academy of Fine Arts in Antwerp (Belgium), the École Nationale Supérieure d'Architecture (Paris) and the École Polytechnique (Milan)

Grand Prix de la création de la Ville de Paris (2011) and winner of the 2025 Villa Kujoyama Prize (Kyoto, Japan)

Collaborations with Céline, Lacoste, Christofle, Bernardaud, Hermès

Marion Vidal takes a non-conventional approach to jewellery, crafting graphic and colourful pieces inspired by architecture, exhibitions, and her travels. Exploring materials such as ceramic (her signature), wood, metal, stone, Plexiglas, and textiles, her creations are «wearable sculptures» designed to complement the body in motion. Her work plays with contrasts : rigidity versus flexibility, strength versus fragility, roughness versus refinement. Since 2018, she has expanded her material palette to include hand-shaped and polished Plexiglas, unlocking new creative possibilities around light and transparency.

Mossi Traoré (France)

Marque créée en 2016, par Mossi Traoré, lauréat 2024-2026 - Prix Antik Batik – Culture et Artisanat/Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Lauréat 2020 du prix Pierre Bergé de l'ANDAM (National Association for the Development of Fashion Arts)

Collaborations avec La Redoute, Lalique, Courir, Asics, Adidas et des artistes Marie-Agnès Gillot, Léonore Baulac, Simone Pheulpin, Lee Bae ou encore Hassan Massoudy.

© Filippo Fior

Mossi Traoré est un créateur indépendant proposant une mode engagée. A travers son label, il se bat pour l'intégration sociale et l'accès à la réussite de tout un chacun. L'école qu'il a créée - nommée Les Ateliers Alix, en hommage à Madame Grès, immense source d'inspiration - permet à de jeunes passionnés issus de tous horizons d'être formés aux techniques de la haute couture depuis presque une décennie.
Le bleu est un élément clé dans les collections. En résonance avec les valeurs artistiques et sociales de la griffe, le bleu ne se limite pas à une déclaration visuelle : il est une invitation à croire en un avenir meilleur, tout en célébrant la richesse des savoir-faire et la beauté du multiculturalisme. Ce choix de couleur devient un langage universel, un fil conducteur qui relie la marque à des valeurs profondément humaines.

Brand created in 2016 by Mossi Traoré, winner 2024-2026 - Prix Antik Batik - Culture et Artisanat/Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Winner of the 2020 Pierre Bergé Prize from ANDAM (Association Nationale pour le Développement des Arts de la Mode)

Collaborations with La Redoute, Lalique, Courir, Asics, Adidas and artists Marie-Agnès Gillot, Léonore Baulac, Simone Pheulpin, Lee Bae and Hassan Massoudy.

Mossi Traoré's independent label champions socially engaged fashion. His creation of Les Ateliers Alix—a couture school named after his muse, Madame Grès—has trained passionate students from diverse backgrounds in haute couture techniques for nearly a decade.

Blue plays a central role in his collections, symbolising hope for a brighter future while celebrating craftsmanship and multiculturalism. This colour transcends mere aesthetic appeal, serving as a universal language that reflects deeply humanistic values.

Reform studio (Égypte)

Marque créée en 2014 par Mariam Hazem et Hend Riad, lauréates 2020 - Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Bachelor en Sciences appliquées Sciences et Arts

Diplômée de l'Université allemande du Caire, major en Design de produit

© Reform Studio

L'histoire de Mariam et Hend a commencé en 2011 avec la révolution du « Printemps arabe » qui venait de se produire en Égypte et le désir de participer aux grands changements qui s'annonçaient, notamment en matière d'écologie.
La mission de Reform est de sensibiliser à l'environnement et promouvoir l'utilisation de matériaux durables en transformant sacs en plastique en une nouvelle matière première. Grâce à cette innovation baptisée « Plastex », Reform juxtapose une technique ancienne - le tissage - à un nouveau concept et crée de nouveaux produits upcyclés, réduisant ainsi l'impact écologique sur notre environnement. Sur le plan social, en encourageant cet artisanat millénaire en voie d'extinction, Reform entend favoriser l'autonomisation de femmes défavorisées disposant de ressources limitées, en leur offrant de nouvelles possibilités d'emploi avec un revenu régulier et durable.

Brand created in 2014 by Mariam Hazem and Hend Riad, 2020 winners - Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Bachelor's degree in Applied Sciences Sciences and Arts

Graduate of the German University of Cairo, major in Product Design

Mariam and Hend's journey began during Egypt's 2011 Arab Spring, driven by a desire to contribute to significant ecological change. Reform Studio's mission is to raise environmental awareness and promote sustainable materials by transforming plastic bags into a unique raw material called Plastex. This innovation combines ancient weaving techniques with modern concepts to create upcycled products, significantly reducing ecological impact.

On a social level, Reform Studio supports the empowerment of disadvantaged women with limited resources by reviving a near-extinct craft. It offers these women sustainable employment opportunities and a steady income, ensuring the preservation of traditional skills for future generations.

Salim Azzam (Liban)

Marque créée en 2016, par Salim Azzam, lauréat 2024-2026 - Fashion Enthusiasm Prize/Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Diplômé de l'Université d'Alberta au Canada

Lauréat 2019 du Fashion Trust Arabia

Collaboration avec la Maison Cartier

© Rayan Ayash

Né non loin des hauts sommets du Mont Liban, ancien centre de production textile, Salim Azzam rend hommage à l'histoire et au patrimoine libanais en puisant son inspiration dans le savoir-faire ancestral des brodeuses druzes. Mélange de modernité, de tradition et d'engagement social, ses créations haute couture se caractérisent par leurs coupes nettes, leurs couleurs franches et leurs motifs élégants à la symbolique parfois naïve (oiseaux, chevaux, végétaux), évocation de sa jeunesse passée en harmonie avec la nature et de la vie simple des montagnes libanaises. Situé dans la région du Chouf, au sud-est de Beyrouth, l'atelier emploie désormais plus de 60 brodeurs et artisans locaux, reliant ces communautés rurales isolées et leur artisanat au reste du monde.

Brand created in 2016 by Salim Azzam, winner 2024-2026 - Fashion Enthusiasm Prize/Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Graduate of the University of Alberta in Canada

2019 winner of the Fashion Trust Arabia

Collaboration with Maison Cartier.

Born near the peaks of Mount Lebanon, a historic textile production centre, Salim Azzam celebrates his local heritage and draws inspiration from the ancestral craftsmanship of Druze embroiderers. Combining modernity, tradition, and social commitment, his haute couture creations feature clean cuts, bold colours, and elegant motifs with symbolic undertones—birds, horses, and plants—reflecting his youth spent in harmony with nature and the simple mountain life. His workshop in the Chouf region, southeast of Beirut, now employs over 60 local artisans and embroiderers, connecting these rural communities and their artistry with the global fashion landscape.

ZYNE (Maroc)

Marque créée en 2016 par Zineb Britel et Laura Pujol, lauréates 2018 – OpenMyMedPrize/Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Parsons School of Art de New York, ESMOD Paris, Central Saint Martins School de Londres, Moda Pelle à Milan (Zineb Britel)

École Internationale du Marketing de Luxe à Paris (Laura Pujol)

© Frédéric Burger

Née au Maroc, Zineb passe de la théorie à la pratique chez Christian Dior et Sonia Rykiel en tant qu'assistante en stylisme soulier. S'étant découvert une passion pour la chaussure, elle décide de poursuivre sa formation à en Angleterre et en Italie. De son côté, Laura, la française, fait ses armes chez Christian Louboutin. ZYNE signifie « beau » en arabe. Fondée à Casablanca, la marque entend revisiter dans un style multiculturel la babouche traditionnelle marocaine en une pièce de mode haute couture ancrée dans le 21e siècle. ZYNE est aussi une aventure éthique : les pièces uniques, assemblées dans le respect de l'artisanat d'art traditionnel marocain, sont fabriquées à la main, par une vingtaine de femmes salariées d'une coopérative basée à Casablanca. Ainsi, la marque participe à améliorer la condition féminine et sa réinsertion professionnelle mais aussi à promouvoir de l'excellence africaine.

Brand created in 2016 by Zineb Britel and Laura Pujol, 2018 winners - OpenMyMedPrize/Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

Graduate of Parsons School of Art in New York, ESMOD Paris, Central Saint Martins School in London, Moda Pelle in Milan (Zineb Britel) ; International School of Luxury Marketing, Paris (Laura Pujol)

Zineb honed her skills with Christian Dior and Sonia Rykiel as a shoe design assistant, while Laura gained experience at Christian Louboutin. United by their shared passion for craftsmanship, they founded Zyne in Casablanca (Morocco). The brand reimagines the traditional Moroccan babouche as a multicultural, haute couture fashion statement fit for the 21st century.

Zyne is also an ethical venture, producing handmade, one-of-a-kind pieces that respect Morocco's artisanal heritage. Employing around 20 women from a Casablanca-based cooperative, the brand enhances women's working conditions, supports professional reintegration, and champions African excellence in craftsmanship.

Alcôve de la galerie Mode
Alcove of the fashion gallery

FRANÇOISE PÉTROVITCH

Artiste aux pratiques multiples – gravures, peinture, sculpture, céramique, verre, vidéo, livres, Françoise Pétrovitch (Chambéry, 1964) a conçu en 2013, un service de table en porcelaine de Sèvres, limité à huit exemplaires, constitué de vingt assiettes, dont treize sont présentées ici. Elle y explore les thèmes qui nourrissent ses dessins : le double, la cruauté et l'enfance, qu'elle aborde sans naïveté. Son travail se caractérise par la précision du trait et par le souci du détail qui capte le regard et suscite une émotion particulière, une présence.

Le choix de la porcelaine s'explique par sa proximité avec le lavis d'encre, l'une de ses techniques picturales de prédilection : « Le recouvrement, la translucidité, la brillance m'étaient familiers. J'ai retrouvé avec l'émail les couleurs changeantes que j'ai toujours recherchées dans les lavis et la peinture, des couleurs difficiles à qualifier, d'ailleurs : on ne sait pas s'il s'agit d'un gris, d'un bleu ou d'un vert ». Françoise Pétrovitch, Sémiose Editions, 2014

An artist with a multidisciplinary approach – engravings, painting, sculpture, ceramics, glass, video, books – Françoise Pétrovitch (Chambéry, 1964) designed a porcelain table service for the Sèvres Manufacture in 2013. Limited to eight editions, the set consists of 20 plates, 13 of which are displayed here. In this series, she delves into recurring themes in her drawings : duality, cruelty, and childhood, which she portrays without naivety. Her work is marked by precise lines and meticulous detail, capturing the viewer's gaze and evoking a unique emotional resonance and presence.

Her choice of porcelain reflects its kinship with ink wash, one of her favoured painting techniques : « The layering, translucency, and glossiness were familiar to me. In the enamel, I rediscovered the ever-shifting colours I have always sought in washes and painting – colours that are hard to define if it is grey, blue, or green ».

« *Câlin Caniche*
Elle serre le vieux caniche dans ses bras : il tremble, il est bleu de froid
(comment peut-on s'attacher à ce pauvre fantôme en papillotes ?) »

Texte de Marie-Christine Gayffier illustrant chaque assiette du Service de fables, ici « Le caniche ».

« Cuddly Poodle
She hugs the old poodle : he's shivering and blue with cold
(how can you get attached to this poor ghost in wrappers?) »

Text by Marie-Christine Gayffier illustrating each plate of the Service de fables, here «The Poodle».

Service de fables : Jeune fille en équilibre sur un os
Françoise Pétrovitch
2011
Porcelaine, édition limitée à 8 exemplaires
Paris, Manufacture de Sèvres
Marseille, Château Borély - Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode, inv. 2014.4.3
© Musées de Marseille – R. Chipault

Service de fables (The tabled service): Young girl balancing on a bone
Françoise Pétrovitch
2011
Porcelain, limited edition of 8
Paris, Manufacture de Sèvres

Le Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée et le Château Borély : mémoire et renouveau

La Maison Mode Méditerranée (MMM) réinvente le dialogue entre héritage et modernité en s'associant au Château Borély - Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode à Marseille, pour dévoiler *Infiniment bleu*.

Plus qu'une exposition, c'est une odyssée sensorielle où les savoir-faire séculaires côtoient la création contemporaine, révélant la richesse infinie de la Méditerranée et de l'Afrique. Cette initiative incarne l'âme de la MMM : une maison qui, depuis Marseille, éclaire les créateurs confirmés et leur offre une scène d'expression culturelle, où se tissent les liens entre mémoire et renouveau.

Depuis ses origines, la MMM veille à la préservation et à la transmission des métiers de la mode tout en cultivant l'innovation. Son engagement se manifeste à travers des alliances et des partenariats historiques, comme avec CHANEL et son pôle d'artisanat d'excellence, le 19M, aujourd'hui Grands Partenaires. Depuis 35 ans, cette maison emblématique accompagne et soutien la MMM, fondée par Maryline Bellieud-Vigouroux, dans ses missions de préserver et valoriser les savoir-faire d'hier et d'aujourd'hui.

Infiniment bleu est une invitation au voyage, une ode au bleu qui unit les cultures et traverse les siècles. Douze marques lauréates de la MMM expriment aux travers d'une fresque vibrante le foisonnement créatif de leurs pays désormais dans la lumière du Liban aux rivages du Maroc, du foisonnement du Sénégal aux azulejos du Portugal, de l'élégance intemporelle de l'Italie à l'excellence française. Chaque création exposée écrit une histoire, celle des fils et de la couleur, des créatifs et des gestes, tissant un dialogue nourri entre héritage et devenir. Avec audace et passion, ces entrepreneurs de mode réinventent la mémoire méditerranéenne et insufflent une vague nouvelle à la mode contemporaine.

Jina Luciani
Présidente du Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

The Maison Mode Méditerranée (MMM) Memory and Renewal

The Maison Mode Méditerranée (MMM) reimagines the dialogue between heritage and modernity through its collaboration with Château Borély – Museum of Decorative Arts, Ceramics, and Fashion in Marseille – to unveil ***Infiniment bleu***.

More than an exhibition, it is a sensory odyssey where age-old craftsmanship meets contemporary creation, revealing the boundless richness of the Mediterranean and Africa. This initiative embodies the very essence of the MMM: a house that, from its base in Marseille, illuminates the work of established designers and provides them with a platform for cultural expression, intertwining memory and renewal.

Since its inception, the MMM has been dedicated to preserving and passing down the art of fashion while fostering innovation. Its commitment is evident through enduring alliances and historic partnerships, including those with CHANEL and its exceptional craftsmanship hub, le 19M, now esteemed as a Grand Partner. For 35 years, this iconic institution has supported the MMM, founded by Maryline Bellieud-Vigouroux, in its mission to safeguard and celebrate the savoir-faire of yesterday and today.

Infiniment bleu is an invitation to journey, a tribute to the colour blue that unites cultures and transcends centuries. Twelve brands, laureates of the MMM, bring to life a vibrant fresco that celebrates the creative abundance of their homelands, now in the spotlight—from the shores of Lebanon to the coasts of Morocco, the vitality of Senegal to the azulejos of Portugal, the timeless elegance of Italy to the excellence of France. Each creation exhibited tells a story—one of threads and colours, of creative minds and skilled hands—nurturing a dialogue between heritage and the future. With boldness and passion, these fashion entrepreneurs reinvent Mediterranean memory and breathe fresh energy into contemporary fashion.

Jina Luciani
President of the Maison Mode Méditerranée Endowment Fund

Les grands partenaires de la Maison Mode Méditerranée
Chanel, galerie 19M

Les partenaires de la Maison Mode Méditerranée
LVMH, Sandro, Tajima Europe, Fragonard, Antik Batik, GAS bijoux, Occidente, Sakina M'sa, IFM et les Musées de Marseille dont le Château Borély – Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode.

Regards croisés avec le musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode

Marie-Josée Linou, directrice et conservatrice en chef du patrimoine

Quel regard portez-vous sur l'effervescence créative de la mode méditerranéenne et africaine, et sur la manière dont cette créativité dialogue avec les collections historiques du musée ?

La mode méditerranéenne et africaine témoigne d'une remarquable dynamique créative, où les traditions, les savoir-faire et les innovations se rencontrent. Ces régions aux cultures multiples mettent en valeur une richesse textile et artisanale unique – teinture à l'indigo, tissage, broderies - qui s'enrichit d'influences contemporaines, souvent en réponse à des enjeux identitaires, sociaux et environnementaux.

Cette effervescence créative contemporaine ne se contente pas de refléter un héritage, elle le complète, le questionne et le propulse dans le futur. En exposant côte à côte des créations modernes et des pièces historiques, le musée Borély offre une plateforme pour explorer la continuité et les métamorphoses de ces dialogues culturels. Cela permet au public de comprendre que la mode, bien qu'éphémère par nature, s'inscrit dans une longue histoire d'échanges, de réinventions et de récits partagés.

Comment percevez-vous le rôle d'une institution comme le Château Borély dans la mise en lumière et la reconnaissance patrimoniale des jeunes créateurs, lauréats de la MMM, issus de la Méditerranée et de l'Afrique ?

Le Château Borély occupe une place importante dans la préservation du patrimoine mais aussi dans la reconnaissance de jeunes créateurs, notamment les lauréats de la MMM qui ont déjà fait l'objet d'expositions. En tant que Musée des Arts décoratifs, il offre légitimité et visibilité, attire un public varié et facilite la rencontre entre créateurs, institutions et acteurs du marché, favorisant les collaborations. En exposant des designers émergents engagés dans des démarches sociales et environnementales, le musée promeut une vision contemporaine de la mode comme discipline artistique

et outil de transformation culturelle. En les montrant dans un cadre prestigieux, il contribue à leur reconnaissance internationale, tout en célébrant l'union du patrimoine et de la création contemporaine.

En quoi le partenariat avec la Maison Mode Méditerranée contribue-t-il à enrichir le dialogue entre patrimoine muséal et création contemporaine ? Selon vous, en quoi ce soutien est-il essentiel à l'émergence et à la valorisation de nouveaux talents ?

Le partenariat entre la Maison Mode Méditerranée (MMM) et le Château Borély s'impose naturellement, porté par des valeurs et une vision partagées. Le Château Borély, lieu emblématique dédié aux arts décoratifs et à la mode, offre un écrin idéal pour célébrer cet héritage. Ce partenariat tisse un lien harmonieux entre tradition et modernité, enraciné dans la richesse culturelle méditerranéenne tout en s'ouvrant sur la scène internationale. Ensemble, ces acteurs mettent en lumière l'excellence du savoir-faire, tout en assurant sa transmission aux générations futures. Ils incarnent une vision commune de la mode : un art universel, intemporel et profondément enraciné dans le patrimoine et l'innovation.

Crossed perspectives with the Museum of Decorative Arts, Faience and Fashion

Marie-Josée Linou, director and Chief Heritage Curator

What is your perspective on the creative effervescence of African and Mediterranean fashion and how does this creativity engage with the museum's historical collections?

African and Mediterranean fashion embodies a remarkable creative dynamism where traditions, craftsmanship, and innovation converge. These culturally diverse regions showcase a unique a unique wealth of textiles and artisanal techniques—such as indigo dyeing, weaving, and embroidery—that are enriched by contemporary influences, often in response to identity, social, and environmental issues.

This contemporary creative effervescence does not merely reflect a legacy ; it complements, questions, and propels it into the future. By juxtaposing modern creations alongside historical pieces, the Borély Museum provides a platform to explore the continuity and transformations within these cultural dialogues. This enables the public to appreciate that fashion, despite its ephemeral nature, is deeply rooted in a long history of exchanges, reinventions, and shared narratives.

How do you perceive the role of an institution like Château Borély in highlighting and recognising the heritage contributions of young designers, particularly the MMM laureates from the Mediterranean and Africa?

Château Borély plays a pivotal role not only in heritage preservation but also in recognising young designers, particularly the MMM laureates who have already been featured in exhibitions. As a Museum of Decorative Arts, it offers legitimacy and visibility, attracts a diverse audience, and fosters connections between designers, institutions, and market actors, encouraging collaborations.

By showcasing emerging designers committed to social and environmental initiatives, the museum promotes a contemporary vision of fashion as both an artistic discipline and a tool for cultural transformation. By presenting these designers in a prestigious setting, the museum contributes to their international recognition while celebrating the union of heritage and contemporary creation.

How does the partnership with the Maison Mode Méditerranée enrich the dialogue between museum heritage and contemporary creation? Why, in your view, is this support essential to the emergence and recognition of new talents?

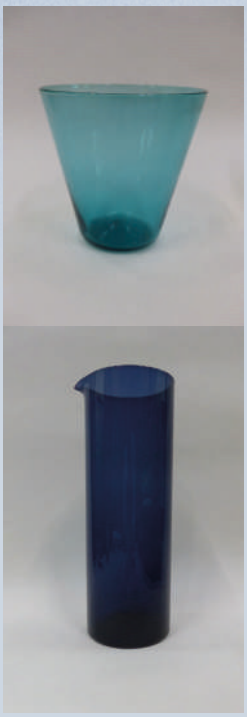
The partnership between Maison Mode Méditerranée (MMM) and Château Borély is a natural collaboration, driven by shared values and a common vision. Château Borély, an iconic venue dedicated to decorative arts and fashion, serves as the perfect setting to celebrate this heritage.

This partnership weaves a harmonious link between tradition and modernity, rooted in the cultural richness of the Mediterranean while embracing the international stage. Together, these entities highlight the excellence of craftsmanship while ensuring its transmission to future generations. They embody a shared vision of fashion as a universal, timeless art deeply rooted in heritage and innovation.

Les œuvres « surprise »
« Surprise » works

Indépendantes du parcours Infiniment bleu, une poignée d'œuvres liées à la couleur bleue ont été placées dans plusieurs salles du musée de manière inattendue. Elles invitent à explorer le château et à porter un regard nouveau sur les espaces et les collections.

Independent of the Infinitely Blue tour, a handful of works related to the colour blue have been unexpectedly placed in several rooms of the museum. They invite visitors to explore the château and take a fresh look at the spaces and collections.



Œuvres « surprise » 1
« Surprise » works 1

Deux verres d'une série de sept et un pichet droit de la série « Kartio »
Kaj Gabriel Franck (Finlande, 1911 - Grèce, 1989) - Verrerie Nuutajärvi
1956 (verres) ; 1954 (pichet)
Verre soufflé coloré
Marseille, Château Borély - Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode, inv. 1995.4.1 et 1995.4.6, 1995.5.1
© Musées de Marseille – D. Giancatarina

Nuutajärvi est la plus ancienne verrerie de Finlande encore en activité. Fondée en 1793, elle est reconstruite suite à un grave incendie en 1950. Nommé directeur général du design l'année suivante, Kaj Franck va explorer, vingt-trois années durant, des techniques nouvelles et produire des pièces colorées aux formes épurées (à l'image de la célèbre série « Kartio ») qui vont faire de lui l'un des principaux designers finlandais de la seconde moitié du XX^{e} siècle.

Two glasses from a series of seven and a straight jug from the «Kartio» series
Kaj Gabriel Franck (Finland, 1911 - Greece, 1989) – Glass factory Nuutajärvi
1956 (glasses) ; 1954 (jug)
Blown coloured glass

Nuutajärvi is the oldest glassworks in Finland still in operation. Founded in 1793, it was rebuilt following a devastating fire in 1950. Appointed Artistic Director the following year, Kaj Franck devoted twenty-three years to exploring innovative techniques and creating colourful, minimalist designs, epitomised by the renowned «Kartio» series. His work cemented his reputation as one of Finland's foremost designers of the latter half of the 20th century.

Œuvres « surprise » 2 et 3
« Surprise » works 2 & 3

Han Zhongli
Théodore Deck (1823-1891)
France, XIX[e] siècle, après 1874
Faïence, bleu « Deck »
Don Nicolas Zarifi, 1936. Fonds Musée Cantini
Marseille, Château Borély – Musée des Arts décoratifs, de la Faïence
et de la Mode, inv. GF 4164 – © Musées de Marseille – D. Giancatarina

Han Zhongli fait partie des huit Immortels taoïstes. Théodore Deck a reproduit à l'identique un bronze japonais du XVII[e] siècle, issu de la collection Henri Cernuschi (1821-1896), découvert sans doute à l'exposition organisée par le collectionneur en 1873, au palais de l'Industrie à Paris.

Han Zhongli
Théodore Deck (1823-1891)
France, 19th century, after 1874
Faience, blue « Deck »

Han Zhongli is one of the eight Taoist Immortals. Théodore Deck has reproduced an identical 17th-century Japanese bronze from the Henri Cernuschi collection (1821-1896), probably discovered at the exhibition organised by the collector in 1873 at the Palais de l'Industrie in Paris.

Théière
Angleterre, XIX[e] siècle ?
Grès fin Jasperware
Dépôt Musée national de Céramique, Sèvres, inv. D 1995.93
© Musées de Marseille / Musée National de la Céramique,
Sèvres - Gérard Bonnet - Magellan

Cette théière évoque les productions emblématiques de la manufacture anglaise Wedgwood créée en 1759 dans le Staffordshire par Josiah Wedgwood (1730-1795). Appelé jasperware, leur technique présente des motifs en relief biscuité sur un fond uni, le plus souvent bleu. Inspirée à l'origine par le vase Portland du Ier siècle avant J.-C. conservé au British Museum, elle se réfère à la fois à l'art des camées antiques et à la porcelaine chinoise.

Tea pot
England, 19th century ?
Jasperware

This teapot is reminiscent of the emblematic products of the English Wedgwood factory, founded in 1759 in Staffordshire by Josiah Wedgwood (1730-1795). Known as jasperware, their technique features biscuit relief motifs on a plain background, usually blue. Originally inspired by the first-century BC Portland vase in the British Museum, the technique was inspired by both ancient cameo art and Chinese porcelain.

Œuvres « surprise » 4
« Surprise » works 4

Paire de vases cornet
Anonyme, fin XVIII[e] siècle, début XIX[e] siècle
Porcelaine
Legs Jules Cantini, 1917. Fonds Musée Cantini
Marseille, Château Borély – Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode, inv. GF 4006.1 et 2 – © Musées de Marseille – G. Bonnet

Ces deux vases empruntent leur forme aux vases extrême-orientaux en vogue en Europe tout au long du XVIII[e] siècle. Les personnages traités en ronde-bosse arborent des tenues de style Directoire même si la culotte serrée aux genoux de l'homme renvoie plutôt à la période pré-révolutionnaire.

Pair of Trumpet-Shaped Vases
Anonymous, late 18th century, early 19th century
Porcelain

These two vases take their shape from the Far Eastern vases that were fashionable in Europe throughout the 18th century. The figures, rendered in the round, wear garments in the Directoire style, although the man's knee-breeches are more reminiscent of the pre-revolutionary period.

Œuvres « surprise » 5
« Surprise » works 5

Statuette : Vache
Jacobus Adriaens Halder (actif 1756-1768)
Delft, manufacture De Grieksche A, vers 1965-1968
Faïence, décor de grand feu
Legs Philippe Jourde, 1913. Fonds Musée Cantini
Marseille, Château Borély – Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode, inv. GF 3897 – © Musées de Marseille – J.-L. Mabit

Jacobus Adriaens Halder fit l'acquisition en 1764 de la très renommée fabrique De grieksche A fondée en 1658 à Delft. D'abord identifié comme propriétaire, Halder obtint le titre de maître-potier et fit enregistrer sa marque « A IH » en 1765.

Statuette : Cow
Jacobus Adriaens Halder (active 1756-1768), Delft, De Grieksche A factory, circa 1965-1968
Tin-glazed earthenware, painted in Grand Feu

In 1764, Jacobus Adriaens Halder acquired the highly reputed De grieksche A factory founded in Delft in 1658. Initially identified as the owner, Halder earned the title of a master potter and registered his trademark «A IH» in 1765.

ANIMATIONS & PROGRAMMATION CULTURELLE

SUPPORTS DE VISITE EN AUTONOMIE : aide à la visite, aide à la visite en gros caractères, livret-jeu pour les plus jeunes, chasse aux détails à mener en famille, coloriages, jeu des 7 erreurs...
Visitor Aids : General guide and large-print materials. Family-Friendly Activities : activity booklets, detail hunts for families, colouring pages, and «spot the 7 differences» games.

VISITES COMMENTÉES de l'exposition et des visites commentées thématiques.
La visite peut être prolongée d'avril à juin par le parcours « Fleurs bleues » proposées par le Jardin botanique du Parc Borély.
Exhibition Tours and Thematic Guided Visits : delve into the exhibition with expert guidance. | From April to June, these visits can be extended by the «Fleurs Bleues» tour, organised in collaboration with the Botanical Garden at Parc Borély

VISITE SENSORIELLE pour les personnes aveugles et malvoyantes, en situation d'handicap mental ou souffrant d'une maladie psychique (...)
Inclusive Sensory Tour designed for blind or visually impaired visitors, individuals with mental disabilities, or those experiencing psychological conditions.

VISITES LUDIQUES pour les plus jeunes / **Playful Tours** for Younger Visitors

- **Sacrebleu ! | pour les familles, à partir de 7 ans | durée 1h**
  Une visite pour découvrir l'exposition comme les grands... mais avec plein de jeux et devinettes !
  Families, ages 7+ | Duration : 1 hour | Discover the exhibition with fun games and riddles !
- **Mémo, loto & co | pour les 2-5 ans | durée 45 mn**
  Qui a dit que les tout-petits n'étaient pas assez grands pour apprécier les oeuvres d'art ?! Venez jouer au coeur du parcours ***Infiniment bleu*** et comparez vos capacités d'observation... Vous risquez d'être surpris !
  Ages 2-5 | Duration : 45 minutes | Even the youngest visitors can engage with art ! Join in for observation games that will surprise and delight.
- **Safari bleu | pour les 4-7 ans | durée 1h**
  Lion, singe, grue ou dragon... La faune, réaliste ou stylisée et parfois farfelue, est omniprésente à Borély. En avant pour un safari d'observation : les enfants doivent débusquer les animaux qui jouent avec le bleu dans le musée !
  Ages 4-7 | Duration : 1 hour | Lions, monkeys, cranes, and dragons-animals, both realistic and fantastical, abound at Borély. Children can embark on a blue-themed safari to spot these creatures in the museum.

VISITE-JEU DE RÔLE / Role-Playing Tour

- **Affabula** | à partir de 16 ans | durée 1h
  Ouvrez vos chakras ! Par groupe de deux ou trois, les participants sont invités à se glisser dans la peau d'un guide affabulateur et, inspirés par un mot et une teinte de bleu, à donner leur version fantasque des objets et de l'Histoire ! Une manière singulière de plonger dans le parcours ***Infiniment bleu.***
  Ages 16+ | Duration : 1 hour | Let your imagination soar ! Participants, in pairs or small groups, step into the role of fictional guides. Inspired by a word and a shade of blue, they craft whimsical interpretations of the objects and their history - a unique way to explore Infiniment Bleu.

VISITES-ATELIERS / Workshops and Creative Activities

- **Azul** | pour les 8-12 ans | durée 1h30
  Depuis le siècle des Lumières, porcelaines et faïences sont décorées grâce à un principe simple mais efficace : le poncif. À l'aide de calques, les enfants retrouvent le geste des céramistes et composent un décor bleu sur un carreau de céramique.
  Ages 8-12 | Duration : 1.5 hours | Inspired by 18th-century porcelain and faience decoration techniques, this workshop introduces participants to the art of stencil-based design. Children will create their own blue ceramic tile.

- **Blue swag bag** | pour les 9-14 ans | durée 1h30
  Un atelier pour personnaliser son tote bag en le recouvrant, dans différents tons de bleu créés par ses soins, d'une multitude de motifs prélevés dans les œuvres du parcours Infiniment bleu, et notamment dans les faïences du 18e siècle.
  A workshop to personalise one's tote bag by covering it, in various shades of blue created personally, with a multitude of patterns inspired by the works featured in the Infiniment bleu exhibition, particularly the 18th-century faience.

Une offre de médiation pour les familles est particulièrement développée durant les vacances scolaires.

POUR LES GROUPES (scolaires, centres sociaux ou de loisirs, handicap...), une offre spécifique est accessible sur réservation. Merci de vous rapprocher du musée pour en obtenir le détail.

Family-oriented activities are specifically offered during every school holiday period.

Group Visits : specific programmes are available for school groups, social centres, leisure groups, or visitors with disabilities. Reservations are required - please contact the museum for detailed information.

PROGRAMMATION CULTURELLE
CULTURAL PROGRAMMING

Samedi 17 mai 2025 **NUIT EUROPÉENNE DES MUSÉES** / **EUROPEAN MUSEUM NIGHT**

- **Déambulation musicale** | Une création d'Iris Le Fur
  Musical promenade | Une création d'Iris Le Fur | A creation by Iris Le Fur

- **Défilé de mode** | Par l'École de Condé
  Fashion show | By the École de Condé

VISITES COUPS DE COEUR « MON BLEU À MOI »
FAVOURITE TOURS AND WORKSHOPS : « MY OWN SHADE OF BLUE »

- **Ateliers et visites par de jeunes créateurs** | En partenariat avec le Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée. En cours de programmation
  Cultural programming in progress

PROJECTION DE CINÉMA / FILM SCREENING

- **Projection Ciné Plein Air Marseille** | En cours de programmation
  Cultural programming in progress

Programmation non exhaustive. / Non exhaustive programming

Toute la programmation sur / **Full programme at**
musees.marseille.fr

Renseignements et réservation / **Information and booking**
Téléphone • 04 91 55 33 60
Courriel • chateau-borely-musee@marseille.fr

Remerciements
Acknowledgements

Nous adressons nos sincères remerciements à nos partenaires privilégiés, en particulier le Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée, représenté par :

Maryline Bellieud-Vigouroux, fondatrice de la Maison Mode Méditerranée
Jina Luciani, présidente du Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée
Charlotte Mas, chargée de mission au Fonds de Dotation Maison Mode Méditerranée

ainsi qu'à l'École de Condé et aux créateurs exposés : a guery (Anaïs Guery), Ahmed Amer, Anissa Aïda... (Anissa Meddeb), Flore Girard de Langlade, Gomis (Mélanie Gomis), Judy Sanderson, Maison Kébé (Cheikh Kébé), Marion Vidal, Mossi Traoré, Reform studio (Mariam Hazem et Hend Riad), Salim Azzam, ZYNE (Zineb Britel et Laura Pujol)

Marseille, capitale culturelle euroméditerranéenne

Riche de la diversité de ses populations, de son histoire pluriséculaire et de la vitalité de son tissu culturel, Marseille s'affirme en tant que capitale culturelle euroméditerranéenne. Capitale européenne de la culture en 2013, la cité phocéenne n'a cessé de renforcer son rayonnement national et international, attirant artistes et chercheurs du monde entier. Depuis 2020, la ville mène une politique ambitieuse d'accès à la culture et aux loisirs pour toutes et tous, en proposant une offre artistique diversifiée, ancrée dans son patrimoine et son environnement méditerranéen.
Cette dynamique positionne Marseille comme une métropole moderne, inclusive et innovante.

Marseille, Euro-Mediterranean Cultural Capital

Enriched by the diversity of its population, its centuries-old history, and the vitality of its cultural landscape, Marseille asserts itself as a Euro-Mediterranean cultural capital. Designated as the European Capital of Culture in 2013, the Phocaean city has continuously strengthened its national and international influence, attracting artists and researchers from around the globe. Since 2020, the city has pursued an ambitious policy of promoting access to culture and leisure for all, offering a diverse artistic programme deeply rooted in its heritage and Mediterranean environment. This dynamic positions Marseille as a modern, inclusive, and innovative metropolis.

Les Musées de Marseille

Forts d'une richesse patrimoniale considérable, près de 120 000 oeuvres dans les collections, les musées de la ville de Marseille bénéficient d'une renommée à l'échelle nationale et internationale. Répartis dans plusieurs quartiers de la ville, les 19 musées marseillais proposent une programmation riche et éclectique, mêlant héritage historique, création contemporaine et influences méditerranéennes. Ils développent également des projets en écho à la mondialité culturelle et aux grandes thématiques sociétales actuelles. Installés dans des édifices patrimoniaux du XVII^{e} siècle ou dans des bâtiments d'architecture contemporaine, ils constituent des lieux incontournables pour les amateurs d'art, d'histoire et de culture. Soucieuse de rendre la culture et le patrimoine accessible à toutes et tous, la municipalité a instauré la gratuité d'accès aux collections permanentes des Musées de Marseille et de leurs expositions temporaires le premier jour d'exposition ainsi que tous les premiers dimanches du mois.

The Museums of Marseille

Boasting an impressive heritage with nearly 120,000 works in their collections, the museums of Marseille enjoy national and international acclaim. Spread across various districts of the city, Marseille's 19 museums present a rich and eclectic programme that blends historical heritage, contemporary creation, and Mediterranean influences. They also develop projects that resonate with global cultural perspectives and current societal issues. Located in historic 17th-century buildings or contemporary architectural structures, they are essential destinations for art, history, and culture enthusiasts. Committed to making culture and heritage accessible to all, the municipality has introduced free access to the permanent collections of the Museums of Marseille, as well as free entry to temporary exhibitions on their opening day and every first Sunday of the month.

Le Château Borély – Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode

Construite dans les années 1760-1770, la fastueuse bastide Borély se distingue par son élégante façade et la qualité de ses aménagements intérieurs. Fait rare, elle conserve la majeure partie de son décor d'origine. Classée Monument Historique, la bastide est devenue le « Château Borély - Musée des Arts décoratifs, de la Faïence et de la Mode » depuis sa complète rénovation en 2013.

Réunissant en un seul lieu des collections issues des dons et legs de généreux collectionneurs, le château Borély présente une sélection d'oeuvres d'une riche diversité : céramique, mobilier, verre, tapisserie, objets d'art, mode, du XVIII^{e} siècle à nos jours. Les collections de faïence du XVIII^{e} siècle des manufactures de Marseille et de Moustiers côtoient ainsi de grands ensembles décoratifs, des tentures de cuir, un papier-peint panoramique, des suites de toiles peintes ou encore des oeuvres contemporaines...

Dans un accrochage renouvelé régulièrement, le département mode permet d'admirer les modèles de grands couturiers (Gabrielle Chanel, Pierre Balmain, Christian Dior, Paco Rabanne) mais également de jeunes créateurs, souvent issus du pourtour méditerranéen.

Constructed during the 1760s-1770s, the lavish Borély bastide is renowned for its elegant façade and the exceptional quality of its original interior design, much of which remains intact. Listed as a Historic Monument, the estate was transformed into the Château Borély - Museum of Decorative Arts, Faience, and Fashion following a complete renovation in 2013. The museum houses a remarkable collection brought together through the generous donations and bequests of private collectors. Its exhibits encompass a diverse range of works, including : ceramics, furniture, glassware, tapestries, art objects, and fashion, spanning from the 18th century to the present day. Highlights include 18th-century faience from the renowned factories of Marseille and Moustiers, major decorative ensembles such as leather hangings, panoramic wallpapers, painted canvases, and contemporary works.

The fashion department, with its exhibitions regularly updated, features designs by legendary couturiers such as Gabrielle Chanel, Pierre Balmain, Christian Dior, and Paco Rabanne, alongside pieces from emerging designers, many with ties to the Mediterranean region. The Château Borély stands as a testament to Marseille's rich artistic heritage, seamlessly blending history and innovation.

Le Château Borély - façade nord © Musées de Marseille - R. Chipault & B. Soligny