



Définition générale MMMM, quatre lettres identiques dessinent la Nouvelle Vague Mode, singulière et avant-gardiste. Le premier M, Maison amorce la réunion, celle de la Méditerranée, de la Mode et de la diversité des Métiers qu'elle englobe. Il met le cap sur la vision unique, transversale et incubatrice de la Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode. Rassembler, les deux rives créatives de la Méditerranée, Rassembler les Métiers de la Mode, à Marseille pour révéler la Now Generation. Pari audacieux et tenu. OpenMyMed Prize accompagne et fédère 19 pays euro-méditerranéens et 91 lauréats. Le Festival OpenMyMed pour sa seconde édition offre une Carte Blanche au jeune et talentueux Simon Porte Jacquemus au MAC et au Mucem. Last but not least, le cursus complet Licence – Master 1&2 « Management des Métiers de la Mode et du Textile » co-créé avec Aix-Marseille Université (AMU) s'enrichit prochainement de 2 Chaires de Mode, « Fashion Crafts and High-Tech » et « Retail 3.0 », 2 enjeux phares qui tracent les contours du nouveau Système Mode. Marseille est à Paris ce que Los Angeles est à New York, un vivier de talents, d'énergie et de créativité réuni autour de 4 M.

Par Matthieu Gamet, Président de la Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode (MMMM)

Incipit Discussion avec Jean-Claude Gaudin, Maire de Marseille, Président de la Métropole Aix-Marseille Provence et Vice-Président du Sénat.

MMMM Pour sa seconde édition, OpenMyMed produit la double exposition au MAC et au Mucem « Marseille je t'aime », du jeune et talentueux créateur JACQUEMUS. Une déclaration d'amour qui séduit la presse mondiale et place Marseille Métropole en vitrine de la Mode internationale. En offrant à cette exposition qui mêle la Mode et les Arts, le privilège d'inaugurer la saison des Festivals en Provence, quelle vision culturelle souhaitez-vous apporter ?

JCG La déclaration de Simon Porte Jacquemus, brillant invité d'honneur de la 2ème édition du Festival OpenMyMed, est à l'image du dynamisme du festival OpenMyMed et du travail fourni par la Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode, depuis 30 ans, dans cette filière d'excellence que représentent la mode et l'habillement. Elle concourt à renforcer l'image internationale de Marseille impulsée par le succès de l'année européenne de la Culture en 2013 et ses 10 millions de visiteurs. Aujourd'hui, plus d'1,6 million de croisiéristes font escale dans notre ville classée parmi les destinations les plus prisées au monde grâce à son exceptionnel patrimoine culturel. C'est en développant nos filières d'excellence et en organisant des manifestations à fort rayonnement que nous intensifierons notre attractivité. Ce sera notamment le cas, dès l'an prochain, avec les événements culturels de MP 2018 qui conjugueront les talents, puis en 2020 avec la biennale d'art contemporain Manifesta.

MMMM Quel regard portez-vous sur cette filière qui offre une formation universitaire unique en France grâce au Président Yvon Berland ? La mode à Marseille rassemble une grande diversité culturelle qui a donné naissance à des marques internationales comme Sessùn, Kaporal, Gas bijoux... Ces marques et le festival OpenMyMed contribuent-ils à l'attractivité du territoire ?

JCG Je dois rappeler que l'économie de la mode et la culture du textile à Marseille ne sont pas des nouveautés puisqu'il y a plus de 40 ans, la toile de jeans avait déjà contribué à l'émergence de nombreuses marques. Plus globalement, notre ville a toujours été un creuset de création, inspirée d'échanges, d'influences et de cultures mêlées. Elle est donc un vivier de la mode et de l'habillement, ainsi qu'un secteur phare de l'activité économique. À lui seul dans les Bouches-du-Rhône, ce secteur dégage plus de 2 milliards d'euros de chiffres d'affaires pour 150 marques et 10 000 emplois. Marseille pèse évidemment très lourd dans ces statistiques et s'affiche aujourd'hui comme la deuxième ville de France dans ce domaine. L'ouverture cet été, dans la Zac de Saint-André, du Marseille International Fashion, avec plus de 200 entreprises chinoises et représentations de commerces de gros, ne fait que renforcer cette image attractive. Près 700 emplois vont être créés, permettant à Marseille de jouer pleinement son rôle de locomotive du développement économique du territoire métropolitain. Toutes ces conditions réunies rendaient logique la création d'un Master en Management des Métiers de la Mode et du Textile, sachant que l'étude de tous les

champs universitaires qu'il est possible d'étudier en France sont réunis sur Aix-Marseille Université (AMU).

MMMM Matthieu Gamet, le Président de la MMMM et Didier Parakian votre adjoint, s'accordent à dire, pour la mode et les médias, que Marseille est pour Paris ce que Los Angeles est à New York. Allez-vous les encourager ?

JCG Paris est une place internationale très réputée de la haute couture et du luxe. À Marseille, l'environnement économique et culturel nous situe dans une mode plus urbaine, une alternative de choix avec un savoir-faire et un goût qui caractérisent la mode française. Mais, finalement, l'un ne va pas sans l'autre et tout est réuni, ici, pour faire de notre ville la métropole de mode de l'Europe du sud, en lien étroit avec la capitale avec qui nous devons travailler de concert. Quant à ce parallèle avec Los Angeles et New York, disons qu'à l'échelle de la France, c'est peut-être une vérité. Cela dit, nous regardons avec attention ce qui se passe de l'autre côté de l'Atlantique où est parti tout récemment Didier Parakian, avec une délégation de la ville pour une mission économique et cinématographique à Los Angeles. Cette démarche de promotion de nos atouts sur le marché américain sera suivie d'une nouvelle rencontre au festival de Cannes puis de l'accueil de scénaristes et de producteurs de cinéma à Marseille en juin.

DIOR



Edito

Je suis très heureux et fier, au nom du Groupe La Provence, d'être partenaire pour la deuxième année consécutive, du Festival OpenMyMed. L'impression sur nos rotatives de cette magnifique « édition spéciale » en est une belle illustration.

Ce festival audacieux, qui célèbre la créativité des talents de la Méditerranée, participe à faire de Marseille la Métropole de Mode de l'Europe du Sud, et à ce titre de faire rayonner notre territoire à l'international. C'est donc pour nous un levier majeur de développement économique, et un vecteur d'image très positif pour notre ville et notre région.

Véritable événement interculturel, la diversité de sa programmation, qui mixe la Mode, la Photo, et l'Art Contemporain nous a évidemment séduit. Encore une fois, la Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode a su fédérer des créateurs autour de la Méditerranée, avec notamment son invité d'honneur, Simon Porte Jacquemus, véritable amoureux de la Provence, dans des lieux prestigieux, comme le MAC (Musée d'Art Contemporain) et le Mucem. Notre mission est de le faire savoir, auprès du grand public ou des acteurs influents de notre territoire, au travers de l'ensemble de nos différents supports, « papier » et « digitaux », en leur donnant un coup de projecteur médiatique. Je remercie chaleureusement ses ambassadrices, Maryline Bellieud-Vigouroux et Aurélia Vigouroux, ainsi que Matthieu Gamet, son Président, pour leur engagement et leur confiance.

Par Claude Perrier, Président Directeur Général de La Provence & Corse Matin

Programmation du festival Pour sa seconde édition, le Festival OpenMyMed produit par la MMMM, inaugure la saison des Festivals de Provence avec « Marseille je t'aime », la double exposition Carte Blanche de Simon Porte Jacquemus : « Maisons » et « Archives » au MAC le 12 Mai et « Images » au Mucem le 14 Mai. Le 14 Mai encore, Jacquemus présente spécialement pour Marseille le défilé de sa collection Printemps-Été 2017 « Les Santons de Provence » sur la place d'Armes du fort Saint-Jean.

La programmation du Festival OpenMyMed s'enrichit également avec des acteurs culturels défricheurs de nouveaux talents qui mettent en lumière les lauréats OpenMyMed Prize autour d'un dialogue interculturel et interdisciplinaire. Photomed, le rendez-vous de la photographie méditerranéenne, de Marseille à Beyrouth, s'interroge sur l'image de la femme méditerranéenne dans la photographie de mode à travers une collaboration entre 3 lauréats OpenMyMed Prize 2017 et 3 grands photographes. Les séries des 3 duos, Erin Adamson et Nicolas Comment, No season Atelier et Tarek Moukaddem, Nour Najem et Charbel Saadé, seront exposées à Beyrouth de janvier à février 2018.

Art-O-Rama, le salon international incontournable d'art contemporain qui réunit à la Friche de la Belle de Mai une sélection exigeante d'une vingtaine de galeries, invite la lauréate marocaine OpenMyMed Prize 2010 Amina Aguezny à présenter une pièce exclusive du 26 au 29 août. Un programme qui réunit à Marseille l'éclectisme de la NOW GEN MED en marche!

Par Aurelia Vigouroux, Consultante stratégie et image MMMM



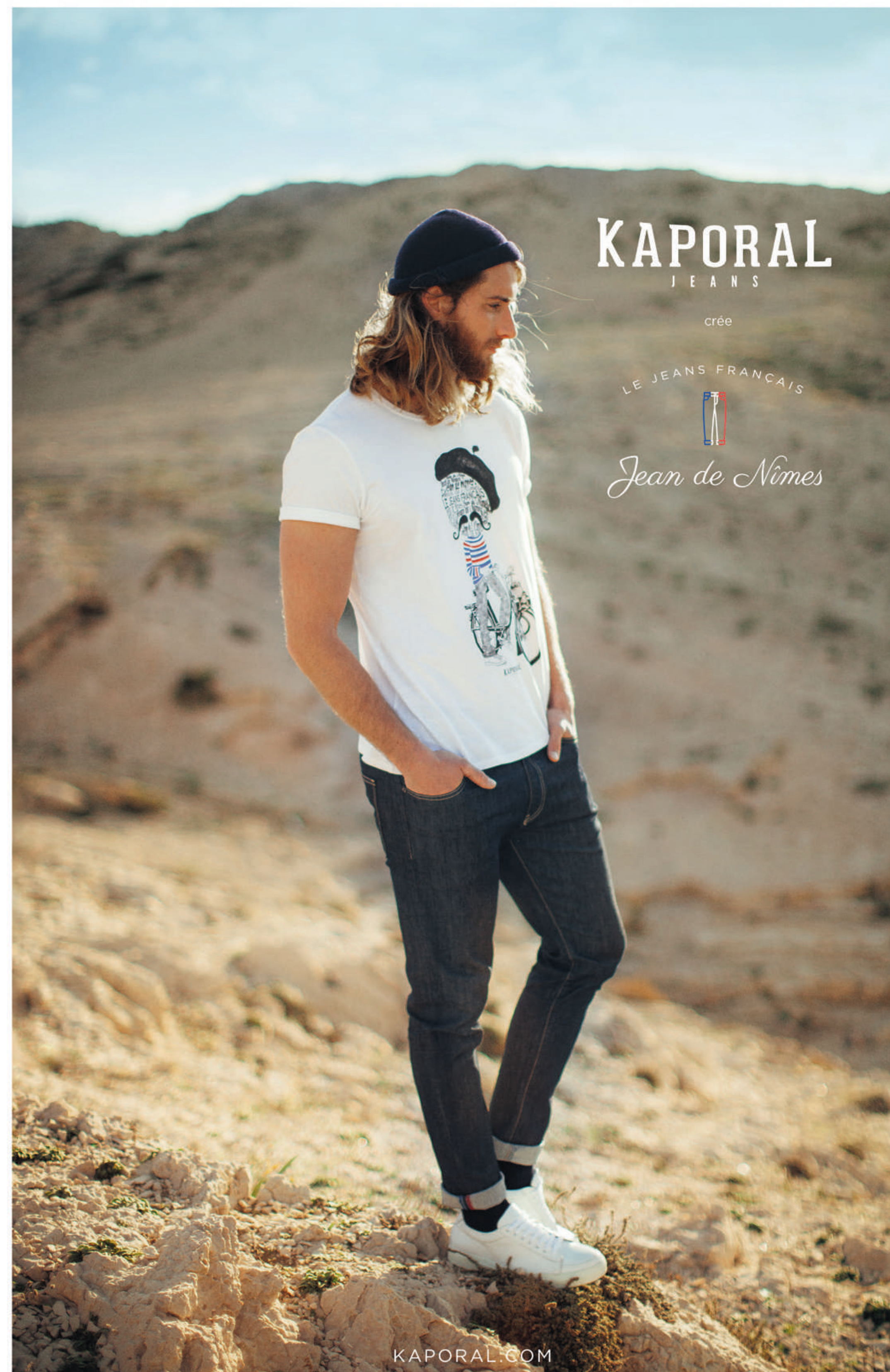
sessùn

GAS
BIJOUX



106 rue Paradis, Marseille 6^e

gasbijoux.com



KAPORAL
JEANS

crée

LE JEANS FRANÇAIS



Jean de Nîmes

KAPORAL.COM



21, RUE PARADIS MARSEILLE
22, COURS MIRABEAU AIX EN PROVENCE



Sommaire

3	Définition générale
3	Incipit
5	Edito
12-13	Avant-propos
26-27	MAC et Mucem, conversation
28-29	Slasher mode : le choc des cultures
32-35	Treize autour du M
38-41	Les lauréats d'OpenMyMed Prize
43	Fashion letters from...

Discussion avec Jean-Claude Gaudin, Maire de Marseille, Président de la Métropole Aix-Marseille Provence et Vice-Président du Sénat.

Françoise Montenay, Présidente du Conseil de Surveillance de la Maison Chanel, et membre du Board de la MMM.

Sidney Toledano, Président Directeur Général de Christian Dior Couture, et membre du Board de la MMM.

14-21 Jacquemus

27 ans, 16 collections, environ 7 millions d'euros de chiffre d'affaires, un compte Instagram avoisinant 300 000 followers, une distribution sélective mondiale, un parterre de stars s'arrachant ses dernières créations, un prix spécial du jury LVMH Prize en 2015. Simon Porte Jacquemus s'est imposé à la vitesse de l'éclair dans la cour des grands de la Mode.

22-23 Marseille je t'aime, le livre

«Je voulais faire un livre depuis longtemps sur Marseille, et j'avais envie de réunir des amis, des artistes du monde entier autour de cette ville que j'aime, pouvoir partager Marseille au-delà des frontières.»

30 Photomed et OpenMyMed

31 Art-O-Rama et OpenMyMed

Lauréate marocaine d'OpenMyMed Prize 2010, la créatrice Amina Aguezay est invitée cette année, dans le cadre du Festival OpenMyMed, au salon international d'art contemporain Art-O-Rama, dirigé par Jérôme Pantalacci. Portraits croisés.

36 Marseille Nouvelle génération!

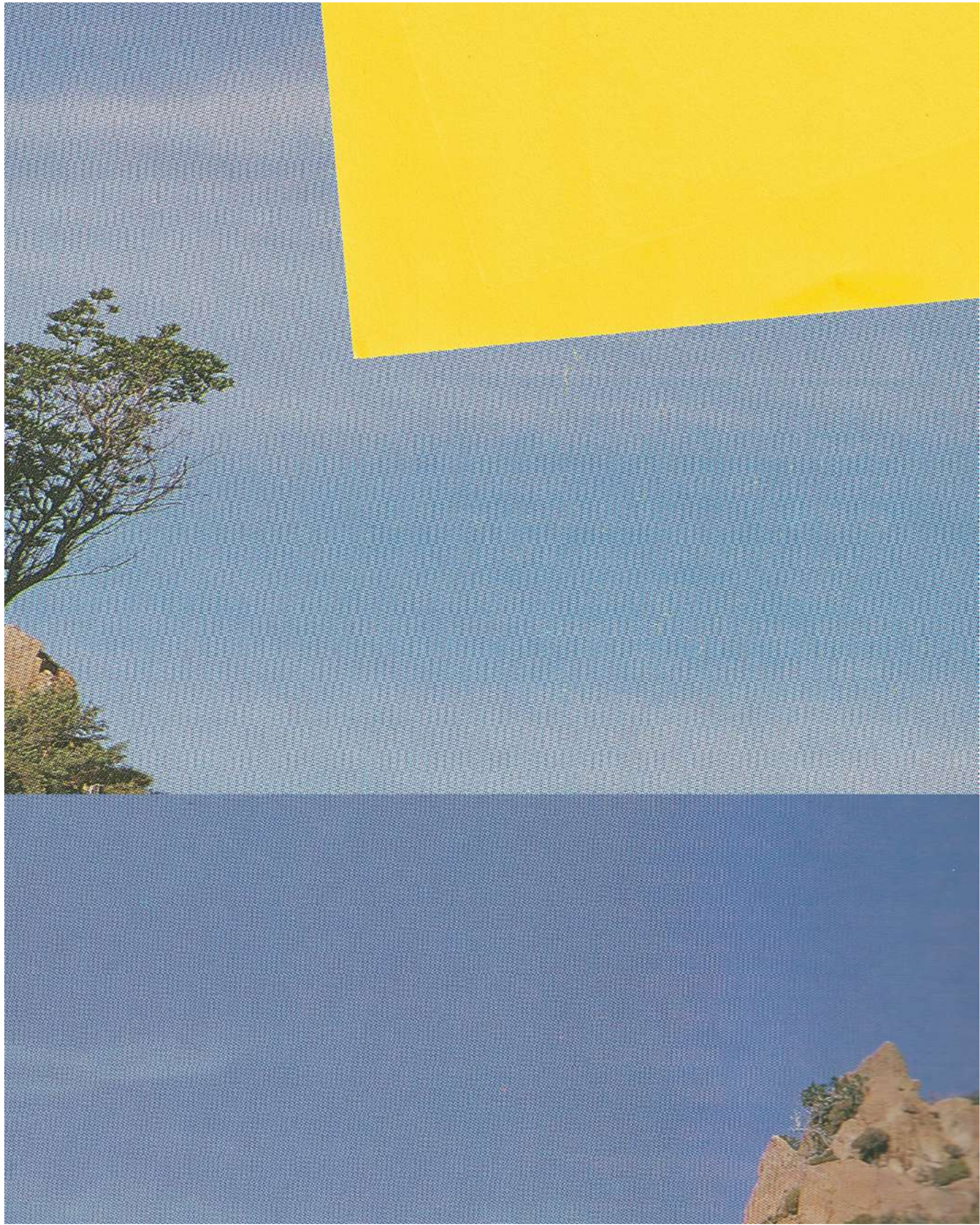
37 OpenMyMed Prize, mode d'emploi

Ils sont 20 lauréats, reconnus à l'issue d'un vote en ligne réunissant plus de 15 000 suffrages, triés sur le volet parmi 156 prétendants, puis 40 short-listés par un jury international. Tous intimement liés à la Méditerranée mais tous différents, plus ou moins avancés sur le chemin aventureux de leur propre Maison de mode.

45-48 Translations

50 Remerciements

Matthieu Gamet Président de la MMM et Maryline Bellieud-Vigouroux, Conseiller Mécénat, remercient tout particulièrement les contributeurs d'OpenMyMed.



Avant-propos Françoise Montenay, présidente du Conseil de surveillance de la Maison Chanel, et membre du Board de la MMMM. Sidney Toledano, président directeur général de Christian Dior Couture, et membre du Board de la MMMM.

Discussion avec Françoise Montenay

MMMM La Maison Chanel est un mécène privilégié de la Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode (MMMM), quelles sont les raisons ? Quels sont les atouts de la MMMM ?

FM Nous sommes mécènes depuis très longtemps et nous avons suivi toutes les initiatives depuis le Musée de la mode ! Notre engagement est certain pour tout le cursus de formation proposé mais aussi pour soutenir le prix OpenMyMed, qui encourage la création. Nous soutenons toujours la création car les créateurs sont des artistes. Il faut les aider à pouvoir en vivre, à être internationaux.

MMMM Quelle rôle peut jouer Marseille en tant que ville de Mode ?

FM Depuis le début, nous sommes convaincus qu'il y a un vrai style méditerranéen. Celui des couleurs, des talents du bassin. Marseille peut être →

vraiment ce creuset, ce porte-parole de ce style dans le monde entier. Elle peut devenir cette capitale. Elle a désormais une vraie structure, un festival, OpenMyMed, qui fait avancer dans ce sens. Je ne suis pas sûre d'ailleurs que la ville se rende compte des atouts qu'elle a... Il faut que la mode soit portée par les institutions. Le financement public est encore un peu faible : la mode est pourtant un pan culturel important. Et les Marseillais ont fait comprendre leur intérêt pour la création, Marseille devrait vraiment saisir cette occasion... Son rôle de Capitale Européenne de la Culture en 2018 est inespéré !

MMMM La MMMM a co-créé le premier cursus universitaire des métiers de la Mode, Licence, Master et Chaire. Comment intervenez-vous dans ce cursus ?

FM Nous avons beaucoup encouragé le cursus universitaire avec Aix-Marseille Université (AMU). C'est un enseignement pragmatique, très adapté aux besoins des entreprises. C'est un cursus idéal car les professeurs et les intervenants connaissent parfaitement le monde professionnel actuel et l'univers de la mode. Nos chefs de services, comme la directrice du merchandising pour le monde entier font des interventions à la MMMM et à AMU. Elles adorent ça ! Elles retrouvent des étudiants motivés qui ont de bonnes bases. Elles leurs enseignent par exemple la théâtralisation des produits. Nous prenons régulièrement des stagiaires dont nous sommes très contents.

MMMM De Yacine Aouadi en 2016 à Simon Porte Jacquemus cette année : Que vous inspire le succès du Festival OpenMyMed ?

FM OpenMyMed montre la voie ! C'est bien d'avoir deux partenaires de plus cette année. Les deux expositions de Yacine Aouadi l'an dernier étaient remarquables. C'est amusant de montrer cette fois, avec Jacquemus, un deuxième talent totalement différent. C'est un pas de plus pour révéler comment la création interprète le monde. La création du sud !



Discussion avec Sidney Toledano

MMMM La Maison Dior est un mécène privilégié de la Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode (MMMM). Pourquoi ce soutien historique ?

ST Nous sommes en parfaite convergence sur les objectifs avec la MMMM. Nous partageons notre expérience et notre savoir-faire. C'est certainement aussi le mot Méditerranée ! Cela a le même effet sur moi que le mot Marseille, cette ville ouverte sur toutes les civilisations du bassin. Marseille a été ma première étape en France. Je lui dois beaucoup. J'y suis resté quelques années et j'y ai fait une partie de mes études. Cette ville est une porte d'accueil dans une France qui a su accueillir et je souhaite que cela continue. La mode est d'ailleurs un des aspects de la culture qui est très important. Regardez des parcours comme celui d'Azzedine Alaïa. Il a pu exprimer son art très rapidement en arrivant de Tunis. On vient avec sa culture, ses bagages. Et la Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode permet cela : elle permet à des jeunes talents de rapidement travailler.

MMMM Quelle rôle peut jouer Marseille sur l'échiquier mondial ?

ST Les solides fondations sont en train de se faire. Moi je suis un bâtisseur et je regarde les racines. Marseille a tous les atouts : Aix-Marseille Université (AMU), la MMMM avec Maryline Bellicud-Vigouroux, Matthieu Gamet, et ces jeunes qui viennent de tout le bassin. Marseille sait aussi attirer les entreprises et les success story. Il y a des marques mondiales nées à Marseille. Les frères Marciano qui ont créé Guess, sont nés au Maroc, mais ont grandi à Marseille ! Les mélanges ont du bon, n'en déplaisent à M. Trump... Cela donne une énergie culturelle. Par ailleurs, la mode a besoin de réactivité. A Marseille, on trouve cette qualité essentielle d'agilité et de réactivité. Marseille est une ville de mode de la rue. Il y a sur place un vrai terreau de talents, une énergie que je ressens, une implication aussi. Marseille + la mode, c'est une belle équation.

MMMM La MMMM a co-créé le premier cursus universitaire des métiers de la Mode, Licence, Master et Chaire. Comment intervenez-vous dans ce cursus ?

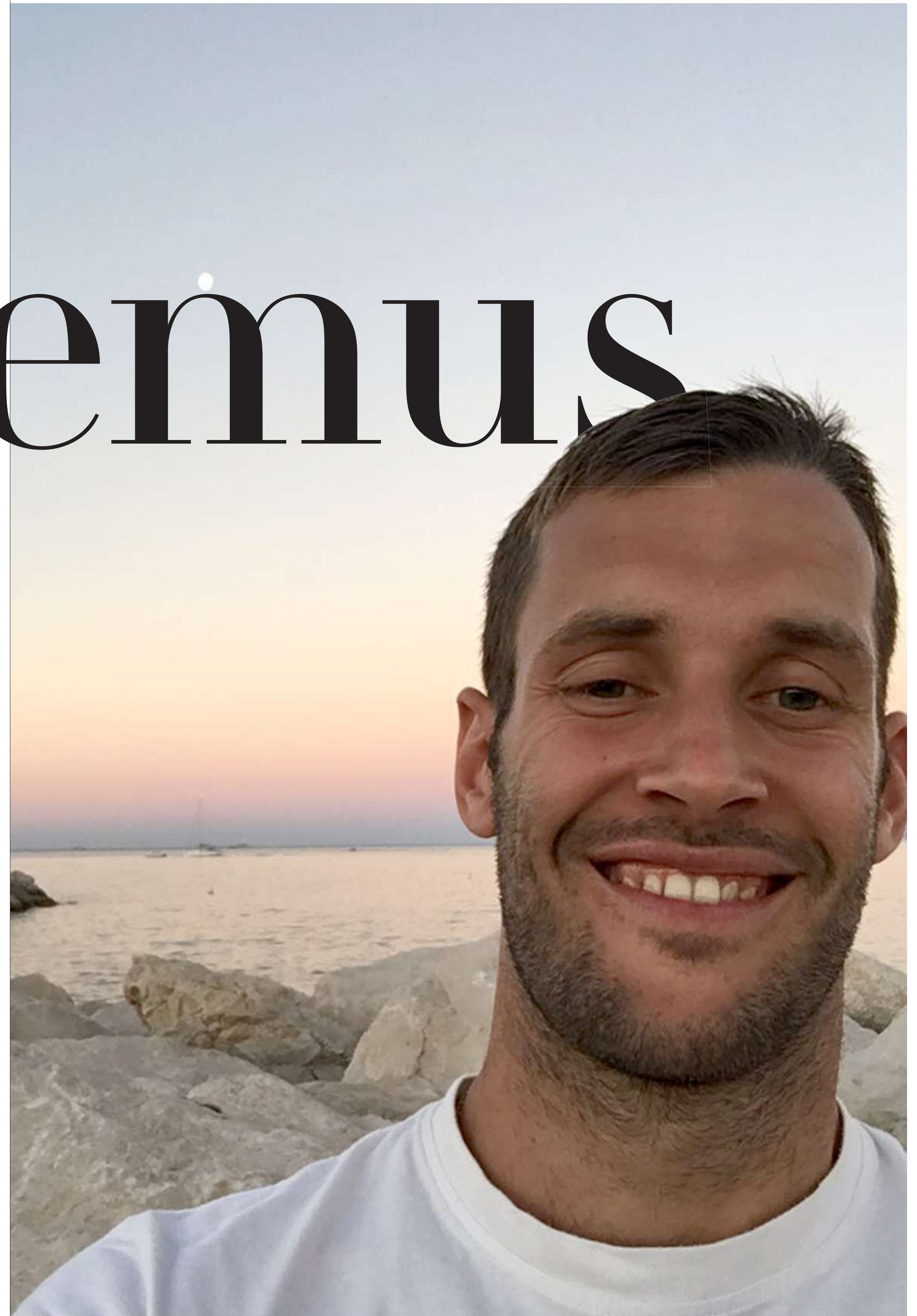
ST L'enseignement est un outil fabuleux. AMU est une très grande université. J'en ai des souvenirs précis puisque j'étais moi-même étudiant à la fac Saint-Charles. Il est nécessaire de structurer la transmission et d'y participer. AMU en a pris conscience et s'en donne les moyens, à l'image de cette nouvelle chaire. Mes équipes viennent régulièrement expliquer les métiers de la mode : design, marketing, retail, merchandising... Il faut que les étudiants sachent parfaitement aborder l'entreprise, mais aussi se présenter. On a ainsi fait une intervention pour apporter des conseils en matière de CV en vidéo.

MMMM Que vous inspire OpenMyMed qui a pour invité d'honneur JACQUEMUS cette année ?

ST Il faut toujours que les grands créateurs inspirent les jeunes. OpenMyMed est donc primordial. JACQUEMUS est formidable. Il faut frapper l'imaginaire, créer le désir. La part de rêve vient des créateurs.

Jacquemus

27 ans, 16 collections, environ 7 millions d'euros de chiffre d'affaires, un compte Instagram avoisinant 300 000 followers, une distribution sélective mondiale, un parterre de stars s'arachant ses dernières créations, un prix spécial du jury LVMH Prize en 2015, Simon Porte Jacquemus s'est imposé à la vitesse de l'éclair dans la cour des grands de la Mode.





« La femme au pain »
David Laurschi

Un succès couronné en mai, où il est l'invité d'honneur du festival OpenMy-Med à Marseille produit par la Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode. Il y présente « Marseille je t'aime » une double exposition, « Archives » et « Maisons » au MAC et « Images » au Mucem, mettant en scène son univers créatif poétique et ludique. Le 14 mai il réalisera son rêve de grand enfant, faire défiler sa collection « Les Santons de Provence » sur les terres de Marcel Pagnol.

Par Aurélia Vigouroux

AV Comment se prononce Jacquemus ?
SPJ Avec un S !
AV Pourquoi as-tu opté pour l'univers mode ?
SPJ J'ai choisi la mode malgré moi, je voulais raconter des histoires et la mode est un bon véhicule pour cela.
AV Jeune et autodidacte, comment as-tu appris ton métier ?
SPJ Dans la mode, il ne faut pas connaître par cœur comment faire un patron mais savoir exactement ce que l'on veut, jusqu'au moindre détail, comme les boutons. Il faut dessiner des silhouettes précises.
AV Quelle est pour toi la définition contemporaine d'un créateur de mode ?
SPJ Associer l'image et la vente. Etre précis dans son image et faire adhérer, créer des images fortes avec des vêtements qui se vendent en même temps.
AV Le rond et le carré, que représente cette signature ?
SPJ J'ai toujours été obsédé par les formes géométriques. Des formes spontanées que j'ai voulu qu'on identifie à Jacquemus pour créer une signature visuelle forte.
AV « Les parasols de Marseille », « Les santons de Provence », « L'amour d'un gitan », quelle est la part du Sud dans ton inspiration ?
SPJ Il y a toujours quelque chose du Sud dans mes créations car cela renvoie à l'énergie solaire et positive. Toutes mes collections sont autobiographiques, je suis un enfant du sud et le serai toujours. Cet attachement est encore plus direct dans les deux dernières collections « Les santons de Provence » et « L'amour d'un gitan ». La collection « Les santons de Provence » a marqué un tournant dont je suis fier car elle est à la fois sentimentale, liée à mes racines et un succès auquel je ne m'attendais pas. Je suis à chaque fois ému quand je la vois dans les magazines.
AV Tu as toujours une touche d'humour dans tes collections pourquoi ?
SPJ Je souris tout le temps, j'aime le sourire dans la mode, c'est mon caractère, je m'amuse de tout. Ces derniers temps, il y a un peu moins cette touche d'humour, la femme JACQUEMUS est plus profonde.
AV Si tu ne devais garder qu'une seule de tes créations, laquelle ?
SPJ Je ne garde pas de vêtements. Les moments me marquent mais on ne peut pas les garder car on les vit et ils passent. Le défilé « La piscine » avec



« Le santon accroupi »
David Laurschi

toute mon équipe a été un tournant tout comme celui « Les santons de Provence ».
AV Le vêtement que tu aurais voulu créer ?
SPJ Je vais copier Karl Lagerfeld, la chemise blanche.
AV La mise en scène a un aspect essentiel pour toi, pourquoi ?
SPJ Je raconte des histoires via les vêtements, l'image est une partie essentielle de mon travail. Quand je commence une collection je connais déjà le défilé, la campagne... Je crée quasiment l'image de cette femme avant le vêtement. →



« La femme aux potiches »
David Lauraschi



« La femme à la lavande »
David Lauraschi



« Le couple santon »
David Luraschi

AV Quel rapport as-tu avec ton image sur les réseaux sociaux ?

SPJ J'ai toujours été sur les réseaux. J'ai créé mon premier blog à 12 ans. Je me mettais en scène et racontais des histoires avec mes petits cousins et mes amis. Je ne me censure pas avec internet du moment que c'est dans mon univers et que c'est moi, c'est publiable. Ce n'est pas mettre sa vie pour mettre sa vie mais avoir quelque chose à dire avec une image.

AV Comment as-tu envisagé ta première exposition ?

SPJ Quand la Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode m'a invité, j'étais excité mais j'avais un peu peur, je ne voulais pas juste mettre des vêtements sur des mannequins mais rentrer dans ces musées avec une approche différente.

AV Pourquoi as-tu choisi ce titre « Marseille je t'aime » que souhaites-tu exprimer ?

SPJ Ce titre était une évidence ! Je suis tombé amoureux de Marseille quand j'étais adolescent, c'est ma déclaration d'amour à Marseille.

AV C'est également le titre d'un livre que tu édites à l'occasion, quel regard veux-tu apporter sur Marseille ?

SPJ C'est un livre purement poétique, plein de métaphores. Marseille en images via mes yeux et ceux des artistes qui ont collaboré.

AV Qu'as-tu voulu exprimer dans tes expositions au Mucem et au MAC ?

SPJ Le Mucem est lié à moi et les images que je fais tous les jours, plus de 400 ! « Images » est une exposition personnelle qui met en scène mes vidéos et photos sur un mur d'écrans. Pour le Mac, j'ai créé des objets plus artistiques. « Maisons » avec des sculptures-maisons, une ronde et une carrée, qui montrent les archives Jacquemus de manière différente et nouvelle. « Archives » avec des photographies qui nous plongent dans la sculpture humaine de Willi Dorner réalisée dans les calanques de Marseille.

AV Pourquoi as-tu souhaité compléter cette invitation par le défilé « Les Santons de Provence » ?

SPJ Une envie qui s'est manifestée dès le départ de l'invitation ! Et « Les santons de Provence » est le défilé à faire vivre à Marseille. C'est un rêve et un honneur d'inaugurer le premier défilé de mode à Marseille.

AV As-tu une daily routine ?

SPJ Je me lève tôt, je déjeune, quand je suis motivé je cours, je vais au bureau en vélo, mon vélo et moi c'est une histoire d'amour. Arrivé au bureau, j'ai deux casquettes, celle de Directeur de ma marque et celle de Directeur Artistique. Le matin j'enchaîne les réunions de développement et l'après-midi les fittings des nouveaux modèles. Après, chaque jour est assez différent, je bouge souvent en ce moment.

AV Ta mauvaise habitude ?

SPJ Mon téléphone, je suis trop souvent dessus !

AV La chanson que tu écoutes en secret ?

SPJ Je n'ai aucun secret, je partage tout avec tout le monde.

AV La rencontre que tu aurais rêvé de faire ?

SPJ Picasso, les rencontres impossibles sont les plus belles rencontres car on les rêve.

AV As-tu le trac ?

SPJ Cela dépend, je n'ai pas le trac avant un défilé car je sais exactement ce que je vais montrer, en revanche je peux l'avoir avant de rencontrer une personne.

AV Tu es cette année dans le jury OpenMyMed Prize, quel est le conseil essentiel que tu donnerais à un jeune créateur ?

SPJ Ne recevoir aucun conseil, c'est le meilleur des conseils. S'écouter soi, il n'y a pas de route de succès, juste son chemin.

AV Quel est ton prochain rêve ?

SPJ J'en ai beaucoup. Fonder une famille...

Paru dans Les échos Série Limitée

Festival OpenMyMed et Jacquemus
« Marseille je t'aime ». « Maisons »
et « Archives » au Mac, du 12 mai 2017
au 14 janvier 2018. « Images »
au Mucem, du 14 mai 2017 au 31 juillet
2017. « Les santons de Provence »,
défilé 14 mai 2017 à 19h.



« La femme au blé »
David Luraschi



Marseille je t'aime, le livre « Je voulais faire un livre depuis longtemps sur Marseille, et j'avais envie de réunir des amis, des artistes du monde entier autour de cette ville que j'aime, mêlant leur travail respectif, Marseille et ma vision. Pouvoir partager Marseille au-delà des frontières. »

Par Simon Porte Jacquemus

Afin de partager « Marseille je t'aime » avec le plus grand nombre, Simon Porte Jacquemus a décidé de réaliser un livre sur Marseille.

Un livre d'images conçu comme un poème. De nombreuses séries comprenant des photographies, des natures mortes, des portraits, des peintures, des collages, réalisés spécialement pour le livre. Des artistes et des amis, réunis autour du thème de Marseille. Des images exclusives réalisées par une vingtaine d'artistes, notamment les photographes Pierre-Ange Carlotti et David Luraschi, ou encore l'artiste contemporain Ruth Van Beek. Sous la direction artistique de Simon Porte Jacquemus, avec Philippine Chaumont et Agathe Zaerpour, orchestré par Marion Amadeo.

Une séance de dédicace du livre sera organisée le 13 Mai, au MaMo, et il sera en vente sur le site www.jacquemus.com.



« The lonely sea », Octavio Garabello

« Valérie à la plage », Archives personnelles
« Sadiaco », Stefan Burger

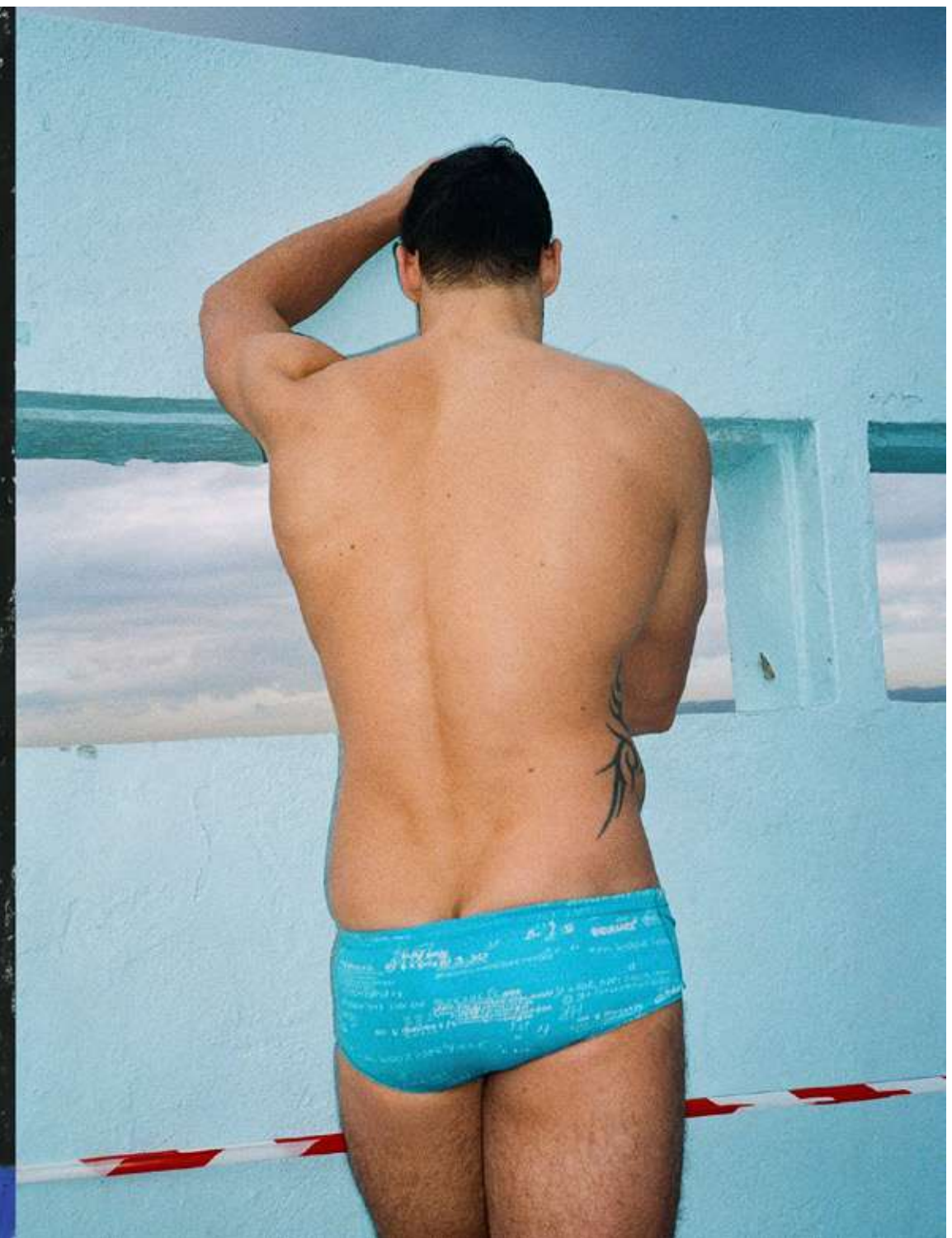
« Paysages », David Luraschi
« Paysages », David Luraschi





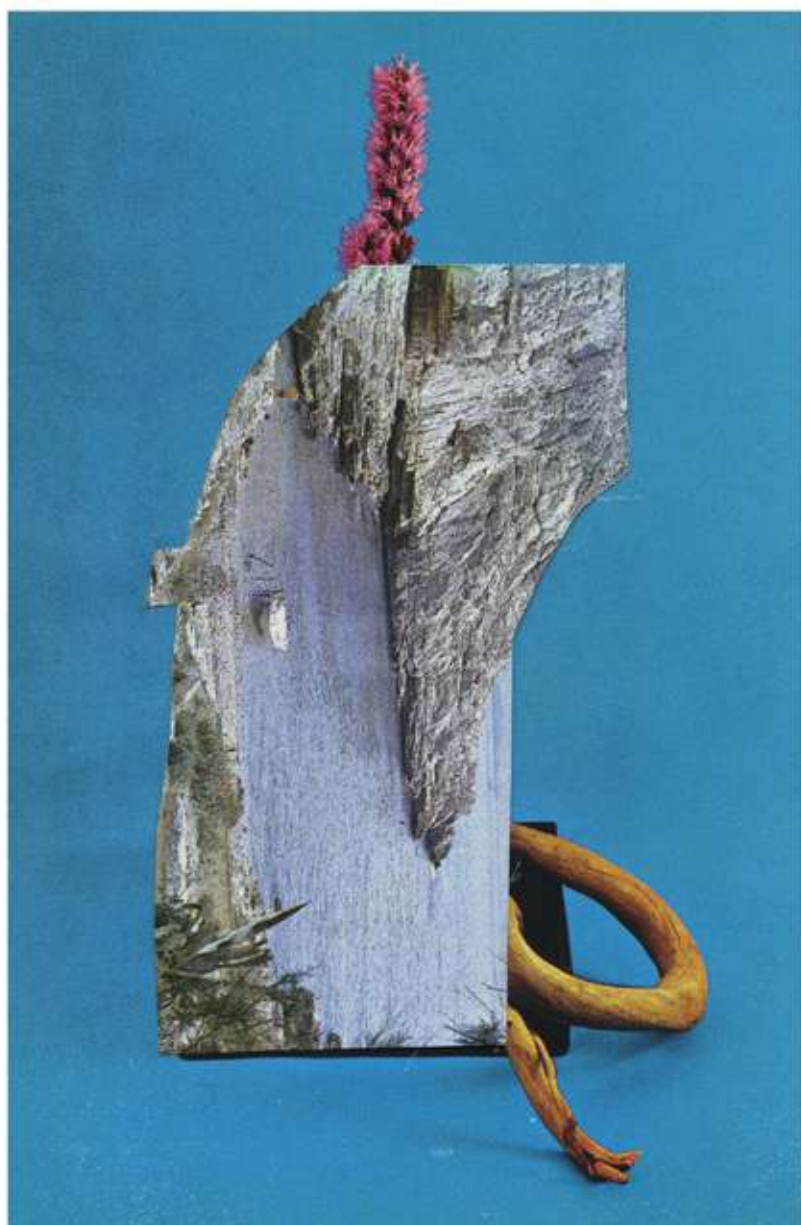
« Mes fruits et légumes »,
Simon Porte Jacquemus

« Sadiaco », Stefan Burger
Sans titre, Jonas Marguet



« Les potiches de Liline », Philippine
Chaumont et Agathe Zaerpour
« Valérie et son petit chat », Archives
personnelles

Sans titre, Ruth van Beek
Sans titre, Ruth van Beek



« Cruiser »,
Jordy van den Nieuwendijk
« Les vagues sur ton torse »,
Pierre-Ange Carlotti

MAC et Mucem, conversation Jacquemus, à double je (eux). D'un côté le Mac, de l'autre le Mucem, Thierry Ollat et Jean-François Chougnnet, respectivement à la tête des deux institutions, échangent autour de l'œuvre et l'univers de Simon Porte Jacquemus, invité d'honneur d'OpenMyMed 2017 avec une double exposition dans ces deux musées, partenaires du festival.

Par OJR

Le décor est posé, d'entrée : « Désormais, la mode s'invite de plus en plus dans les musées de beaux-arts, d'arts décoratifs et d'art contemporain ». Thierry Ollat ne contredira pas Jean-François Chougnnet. Le constat est partagé. « Les conservateurs et historiens de l'art développent de plus en plus un travail sur les couturiers et la compréhension du processus créatif, complète le président du Mucem, la mode étant envisagée à partir de ses acteurs et de ses représentations ».

En 2016, le Mucem était partenaire, déjà, de la première édition d'OpenMyMed, en exposant le couturier Yacine Aouadi. Cette année, le Musée d'art contemporain de Marseille (MAC) le rejoint pour s'investir à son tour au côté du festival.

« La Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode (MMMM) est venue nous proposer de travailler avec Simon Porte Jacquemus, détaille Thierry Ollat, elle a eu cette intuition, quelque chose d'une évidence par rapport à l'art contemporain. Et c'est très juste, il y a dans le travail de Simon une relation claire avec les arts visuels, qui passe aussi à travers l'esprit de ses créations, avec une vraie liberté, une sorte d'élégance et de joie de vivre ». Un univers qui n'est pas sans référence. Le directeur du MAC y voit quelque chose de l'esprit dandy qu'on retrouvait dans les années 80 chez les jeunes gens qui participent alors au mouvement hip hop. « Cette vraie sensibilité transparait dans les photos de Jamel Shabazz, avec la manière dont ces jeunes ont de créer leur propre look, une recherche de style incroyable, extrêmement ludique et rafraichissante. Dans les travaux de Simon Porte Jacquemus, on retrouve le même esprit, sautillant et très attachant, dans les choix de formes et de couleurs. La résonnance est là, on la sent vraiment, elle rappelle les images et l'univers d'OutKast ».

Visiblement, autant que son interlocuteur qui préside l'établissement qui fait face à la rade de Marseille, Thierry Ollat est convaincu lui aussi que la mode et ses créateurs ont leur place aujourd'hui dans les musées. « Entre les arts visuels et la mode, des croisements opèrent régulièrement, rappelle-t-il, il y a une vraie porosité. D'abord pour une raison toute simple : les gens qui achètent les créateurs de mode sont souvent les mêmes qui achètent de l'art ». Jean-François Chougnnet confirme à sa façon, citant Olivier Saillard, directeur du palais Galliera et ex-directeur du Musée de la mode de Marseille : « de manière

pragmatique, une expo de mode fait beaucoup d'entrées car il est plus facile de pousser la porte d'un musée pour de la mode que pour de l'art conceptuel, un peu hostile pour beaucoup de gens. C'est une discipline vivante ; tout le monde s'habille. » « En 2012, le musée d'Orsay n'avait pas désempli avec « Les Impressionnistes et la mode » », rappelle encore Jean-François Chougnnet. Cette année-là, l'exposition parisienne avait enregistré 500 000 visiteurs, avec une mise en scène de Robert Carsen. « Un Hussein Chalayan est devenu dans les années 2000 un invité régulier des biennales d'art contemporain, poursuit l'ex-directeur du magnifique Musée Collection Berardo de Lisbonne. ». Mais pour Thierry Ollat, cette liaison entre la mode et l'art doit également beaucoup à ceux qui en sont les acteurs premiers. « Certains créateurs de mode sont très intéressés par les arts visuels mais c'est vrai aussi, et sans doute plus encore, dans l'autre sens. Je vois plus souvent les traces de ce rapport avec la mode chez les artistes plasticiens que l'inverse, en y réfléchissant. Il n'y a qu'à voir ce que fait un Jeff Koons... Autre exemple, quand vous regardez les boutiques Vuitton, vous voyez qu'ils développent tout un programme avec des plasticiens ».

Pour monter l'exposition présentée au MAC, Thierry Ollat et l'équipe de MMM ont donné carte blanche à Simon Porte Jacquemus « Simon a créé son propre espace, il a invité deux artistes, Willi Dorner et David Luraschi, pour justement montrer les relations entre les arts plastiques et son travail ». Le photographe David Luraschi a ainsi réalisé une série de photos d'une performance produite par Willi Dorner dans le Parc National des Calanques, avec les danseurs de la compagnie de Julien Lestel. « Il y a vraiment une sorte d'unité très intéressante et forte dans ce projet autour du contexte local, reprend Thierry Ollat, avec Marseille, les calanques. Ça fait sens par rapport aux choix de la MMM, producteur de ces expositions, et qui soutient également les talents du Sud, en montrant l'univers d'un de ses enfants parmi les plus talentueux. Et y compris pour nous, qui travaillons aussi à la promotion des scènes locales ».

En écho à l'exposition du MAC, Simon Porte Jacquemus présente au Mucem une installation ludique qui met en scène ses images personnelles, mais aussi ses inspirations. Pour, ainsi que le résume le créateur, que « le public rentre dans mon téléphone ».



« Vue quatre »
Willi Dorner
et David Luraschi

Cliché réalisé en partie dans le
Parc National des Calanques,
espace naturel protégé soumis à
une réglementation spéciale.

Mode/Art: Revival vs Citations « Il y a dans la mode une forme de revival des années 80 relève Thierry Ollat, ce qu'on voit nettement à travers l'exposition « Maisons » et « Archives » (présentée au MAC, ndr). Et là, c'est une vraie différence entre la mode et les arts visuels : dans le monde de la mode, il y a régulièrement cette façon de revisiter le passé, autour de thématiques qui développent un propos rétrospectif ; c'est en revanche assez rare dans les arts visuels. Bien sûr, on a des citations, mais certainement pas cette récurrence des retours en arrière ».

OJR

« Vue deux »
Willi Dorner
et David Luraschi

Cliché réalisé en partie dans le Parc National des Calanques, espace naturel
protégé soumis à une réglementation spéciale.



Slasher mode : le choc des cultures Dialogue interculturel entre Amelia Tavella (Prix de la jeune femme architecte 2016), Julia Sammut (épicerie L'Idéal), Julien Lestel (danseur-chorégraphe) et Ora Ito (designer). Ensemble, ils nouent un dialogue intime autour de tout ce qui les relie : un attachement viscéral pour Marseille et sa région, pour la Méditerranée, et pour la création sous toutes ses formes !

Par Sandro Piscopo-Reguieg

SPR Tout d'abord, pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?

AT Amelia Tavella. Je suis architecte : je dirige une agence à Aix-en-Provence et une autre en Corse, mon île natale. Mon métier a la particularité d'être utilitaire en même temps que d'être un art. Je puise de l'énergie dans cette ambiguïté.

JS Julia Sammut. Ancienne journaliste culinaire et fille de restaurateurs, je suis épicière à Noailles, le « ventre de Marseille », depuis un an. L'Idéal est une épicerie où l'on peut déjeuner, mais aussi et surtout goûter à tous les produits que je sourse en Méditerranée et ailleurs... Ce n'est pas une bijouterie ! On ouvre les pots, on partage, on raconte les produits, les producteurs, les recettes...

JL Julien Lestel. Je suis danseur chorégraphe à Marseille depuis dix-huit ans. Après un début de carrière au Ballet de Monte Carlo, au Ballet National de l'Opéra de Paris et au Ballet de Zürich, j'ai rejoint le Ballet de Marseille, puis j'ai créé, ici, ma propre compagnie en 2006. Par ailleurs, j'enseigne à l'Ecole Nationale de Danse où je transmets ce que j'ai appris. Mes deux pôles sont la création et la transmission.

OI Ora Ito. Je suis designer, j'ai ouvert il y a cinq ans le MaMo, un centre d'art sur le toit terrasse de la Cité radieuse à Marseille.

SPR Quel est votre rapport à la Méditerranée ? En quoi influence-t-elle votre travail ou vos créations ?

AT L'horizon méditerranéen dont je suis originaire a laissé son empreinte en moi. J'aime particulièrement bâtir sur ses rivages mais aussi sur ses îles : l'influence du lieu, dans mon métier, est déterminante, il recouvre le souci de contextualisation qui me préoccupe. L'architecture que je crée en Méditerranée est donc absolument méditerranéenne, jusque dans le choix des matériaux : pin laricio, granit, cuivre... Ce qui n'est pas du tout le cas lorsque je travaille à Paris !

JS La Méditerranée m'a construite et continue de me nourrir. Je suis la petite-fille d'une Tunisienne et d'un Maltais sicilien. Je ne pouvais pas aller ailleurs qu'à Noailles pour parler de cuisine, de goût et de produits... Je n'aurais d'ailleurs jamais ouvert d'épicerie si je n'avais pas trouvé de local dans ce quartier-là. Loin de ma mer, j'ai vite le vague à l'âme...

JL J'entretiens pour ma part un rapport intime avec la Méditerranée, puisque nous sommes géographiquement liés depuis mon premier jour. Je ne me lasse pas de

sa couleur et de sa lumière... Toutefois je n'arrive pas à me résoudre au fait qu'elle soit aujourd'hui un danger pour tous ces peuples qui fuient le malheur. Son influence est sous-jacente puisqu'elle est là tout près de moi.

OI Je suis un enfant de la Méditerranée ! Son influence ne se ressent pas tant dans ma création, plutôt dans ma vie. Cela se traduit par mes rêves pour le Frioul, le projet « Marsa » : il s'agit de créer une « base », un territoire créatif en Méditerranée, où se conjugueraient plusieurs activités, notamment autour de l'écologie. Un lieu, qui, à partir du Frioul, aura vocation à travailler sur l'ensemble de la mer en rassemblant chercheurs, architectes, artistes... Tout types de créateurs qui déterminent ensemble des idées et des opérations en lien avec la protection de la Méditerranée.

SPR Que représente la mode dans votre système créatif ? Influence-t-elle, de manière directe ou indirecte votre travail ?

AT La mode a ceci de commun avec l'architecture qu'elle est quotidienne : on s'habille tous les jours et il est bon que le vêtement soit beau et confortable. Il est aussi bon qu'il raconte une histoire. C'est Roland Barthes, je crois, qui explique qu'il existe une poétique de la mode dès lors que la matière de celle-ci rencontre la langue. Cette poésie, cette beauté de la mode me touche et m'inspire. J'aime dire des parois de mes bâtiments qu'ils en sont la peau. Dans beaucoup de langues primitives, il existe un mot unique pour désigner peau et vêtement. On pénètre cette étoffe qui découpe et structure l'espace.

JL Je préférerais parler d'acte de création plutôt que de système. En tant qu'artiste, je suis bien sûr très intéressé par tous les mouvements créatifs actuels, et la mode en particulier, en cela qu'elle est elle-même la trace tangible d'un souffle créateur. D'ailleurs le Marseillais Patrick Muru, qui conçoit tous les costumes des ballets de ma compagnie, a longtemps été un membre très actif de la Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode, et il y reste encore très attaché. Il est animé d'un véritable esprit créateur et se réinvente continuellement.

JS La mode est une délicieuse gourmandise... Mais gare aux effets de mode ! Ils ont le malheur d'endormir la cuisine, de la rendre ronronnante... Selon moi une cuisine ne fait écho que lorsqu'elle est incarnée. L'effet de mode peut avoir des conséquences terribles dans l'assiette... Je prône la liberté !

OI Pour moi, la mode est à l'opposé du design ! Elle est faite pour se réinventer constamment, alors que le design, lui, est fait pour durer. Créer un objet est un acte écologique... Changer l'ensemble de son intérieur tous les six mois, c'est compliqué !

SPR Pouvez-vous, chacun, dire un mot sur le travail de l'une (ou plusieurs) des personnalités participant à cet entretien ?

JL Je pense que nous avons tous les quatre des points communs : le désir de création chevillé au corps, un esprit d'entreprise, un engagement personnel dans notre rapport à l'espace et un attachement certain à la région. Que ce soit le geste architectural d'Amelia Tavella, le talent de designer d'Ora Ito ou le désir de faire déguster de bons produits de Julia Sammut, tout cela signifie une volonté de partage, un élan vital qui nous propulse vers les autres.

AT J'ai travaillé avec des danseurs, notamment avec certains du ballet de Preljocaj, je suis ouverte à ce que les danseurs s'emparent de l'architecture, utilisent autrement les bâtiments. Lorsqu'ils parviennent à le faire de manière créative et talentueuse ils y laissent une sorte d'aura. Le répertoire de Julien Lestel me plaît. Il est sensuel. Sensuelle, aussi, l'épicerie L'Idéal de Julia Sammut. Comme elle, je cherche à ce que les choses les plus quotidiennes aient un supplément d'âme. Quant à Ora Ito, qu'en dire ? Si ce n'est que mon métier ne s'envie pas sans le sien.

JS Ce qui nous lie... Un amour viscéral du territoire méditerranéen et, je crois, un véritable engagement !

OI Tout cela me fait penser au « Festival de l'Art d'avant-garde » qui a eu lieu en 1956 sur le toit de la Cité radieuse et qui rassemblait arts plastiques, musique, danse, théâtre, cinéma, avec des artistes comme Maurice Béjart, Jean Tinguely, Nicolas Schöffer... Il y avait déjà des sculptures sur le toit de la Cité radieuse ! La preuve que le croisement des disciplines était au cœur du projet de Le Corbusier.

SPR Un mot, enfin, sur votre lien ou votre attachement à Marseille, votre regard sur cette ville, ses transformations, ses perspectives d'avenir...

JS Cette ville m'habite, m'aimante. Chaque jour la lumière sur la mer, l'énergie de vie de la rue d'Aubagne m'émeut inlassablement...

JL J'ai moi aussi un attachement très profond pour Marseille. C'est à la fois l'une des plus anciennes villes de France et l'une

des plus modernes ; le réaménagement de certains quartiers la rend ancrée dans la contemporanéité. Elle est en perpétuelle évolution, bien vivante. Elle reste ouverte certes sur la Méditerranée, mais surtout sur le monde ; je crois que sa mixité est un bel exemple de ce que l'on peut espérer, car elle n'a pas de frontières. Je suis fier d'appartenir à Marseille.

AT Je ne peux pas ne pas parler de Rudy Ricciotti et de son Mucem : un bâtiment érotique, si l'on considère que l'érotisme est de voir palpiter du vivant sous une résille noire. C'est un bâtiment intime, finalement, et qui porte un vêtement et, en dessous du vêtement, on peut voir de la peau. Marseille mérite cette qualité architecturale. C'est une femme allongée, capricieuse et changeante, qui mérite d'être mise en beauté par une mode indémodable.

OI Le regard sur Marseille a changé... Et ce n'est que le début ! On a d'abord réaxé la ville vers la mer alors qu'elle lui tournait le dos. Sans parler de tous ces projets qui l'ont métamorphosée : le développement de la piétonisation, la création du Mucem, relié à la future grotte Cosquer de la Villa Méditerranée, reliée à la Major, elle-même reliée aux Docks ; tout ça s'enchaîne avec des projets plus extras les uns que les autres... Et je le répète, ce n'est qu'un début !



Photomed et OpenMyMed *La femme méditerranéenne, une fiction ?* « Où trouve-t-on ailleurs que sur le rivage de la Méditerranée une civilisation entretenant avec la féminité un rapport si intense, si exalté ? Que l’on pense à la beauté tragique de La Callas sous le regard de Pasolini, ou au destin de Dalida, fille de l’Égypte et de l’Italie, dont le Palais Galliera révèle en ce moment l’étincelante garde-robe. »

Un essai de Guillaume de Sardes

La photographie a apporté une puissante contribution à la formation du mythe. Alors même que la modernisation transformait rapidement les sociétés traditionnelles, les grandes figures de la photographie humaniste, Édouard Boubat, Marc Riboud, etc., popularisaient les archétypes féminins : l’aïeule toute de noir vêtue, la mère au sein généreux, la nymphette aussi, dans un dialogue permanent entre photo de rue et cinéma. Dans les années 1960 s’impose ainsi l’image de la jeune femme de Naples, d’Athènes ou d’Alexandrie : elle incarne la sensualité par son port provocant, ses robes légères, sa chevelure brune, et son regard qui ne se détourne pas quand il croise celui des hommes. Une femme que Brigitte Bardot a incarnée de manière quintessentielle dans *Le Mépris*, roman d’Alberto Moravia adapté par Jean-Luc Godard en 1963... Clichés d’hier ? Pas seulement, si l’on en juge par la jeune photographie féminine contemporaine, particulièrement au Proche-Orient. Lara Tabet montre ainsi l’émancipation des Beyrouthines, tandis que Danielle Arbid, à qui le cinéma a donné une notoriété méritée, prend plaisir à mettre en avant l’énergie, le sens de la fête, la liberté érotique de celles qu’elle appelle affectueusement « punkettes ». Sous le soleil, au vent de mer, mais bien plus encore la nuit, à la lumière crue des néons qui fait briller le gloss et le fard à paupières, la ville méditerranéenne reste un espace privilégié de circulation du désir où triomphe une certaine idée de la jeunesse et de la beauté.

Le « voyageur amoureux », s’il confirme un tel diagnostic, aura aussi tendance à le nuancer au gré de ses pérégrinations. Marseille, Beyrouth, Tanger... Les jeunes femmes rencontrées, suivies, photographiées y partagent assurément bien des traits. Que de petits riens, toutefois, qui empêchent de les confondre ! Des détails presque imperceptibles dans la façon de se tenir, de lever des yeux lourdement maquillés, de porter un verre ou une cigarette à leur bouche. De danser, de se déshabiller. Une infinie variété de séduction qui donne envie de poursuivre, encore et toujours, d’île en ville, les errances d’Ulysse.



Art-O-Rama et OpenMyMed Lauréate marocaine d’OpenMyMed Prize 2010, la créatrice Amina Agueznay est invitée cette année, dans le cadre du Festival OpenMyMed, au salon international d’art contemporain Art-O-Rama, dirigé par Jérôme Pantalacci. Portraits croisés.

Par Sandro Piscopo-Reguieg

Jérôme Pantalacci, directeur d’Art-O-Rama, salon international d’art contemporain « On nous dit parfois qu’Art-O-Rama, c’est trop conceptuel... Mais le plaisir intellectuel n’empêche pas le plaisir rétinien ! » Jérôme Pantalacci assume. Voilà plus de dix ans que le directeur d’Art-O-Rama défend ses choix : un salon d’art contemporain à taille humaine, un intérêt revendiqué pour la jeune création, une certaine exigence comme gage de qualité. Dans le monde de l’art, le salon marseillais cultive sa différence : ici, prime à l’audace et à la prise de risque... artistique.

Une façon, peut-être, de perpétuer l’œuvre du galeriste marseillais Roger Pailhas, qui avait montré la voie dès 1996 avec l’atypique foire Art Dealers... C’est auprès de lui que Jérôme Pantalacci a tout appris. Master d’arts plastiques en poche, le jeune Rennais lie son destin à celui du brillant Pailhas en 2001 : il sera son assistant durant quatre ans, aussi bien dans sa galerie du Vieux-Port qu’au sein des différentes éditions d’Art Dealers. Au décès de son mentor, Pantalacci se décide à reprendre le flambeau et crée, avec Gaïd Beaulieu (elle aussi disciple de Pailhas), une nouvelle foire sur les cendres d’Art Dealers : la première édition d’Art-O-Rama a lieu en 2007 à la Friche la Belle de Mai. Elle avait alors réuni cinq galeries... Cette année, elles seront vingt-six. De quoi mesurer le chemin parcouru en dix ans.

« Art-O-Rama est désormais reconnu au niveau national, bien identifié en Europe et même au-delà : lors de la prochaine édition, nous allons par exemple accueillir deux galeries américaines. » Un positionnement à contre-courant, des propositions curatoriales sans concession... Pantalacci peut assumer : Art-O-Rama, la petite foire « qui monte, qui monte », n’en finit plus de grandir !

Amina Agueznay, créatrice, lauréate marocaine d’OpenMyMed Prize 2010 Amina Agueznay pratique l’art de la (dé)mesure : qu’elle réalise des installations majestueuses ou des parures fines et gracieuses, elle passe constamment de l’infiniment grand à l’infiniment petit... jusqu’à nous donner le vertige. Pas étonnant, lorsqu’on connaît son parcours.

Architecte de formation, elle a d’abord, pendant huit ans, dirigé plusieurs projets d’envergure à Washington et à New York avant d’amorcer un virage à 180 degrés : le bijou plutôt que le building ; le corps plutôt que la ville ; le Maroc plutôt que les États-Unis.

C’est ainsi qu’en 1998, elle rentre chez elle, à Casablanca, pour y débiter une nouvelle vie, tournée vers l’art, le design et la création. Sa recherche la mène bientôt vers les maîtres artisans de son pays, auprès desquels elle va retrouver savoir-faire traditionnels et matières oubliées, un art du geste ancestral qu’elle va mêler à ses propres expérimentations et à son regard d’architecte. De cette rencontre naîtra d’impressionnantes installations textiles aussi bien que de délicates parures finement ouvragées : mariant assemblages modernes et tissages traditionnels, matière brute et raffinement des formes, mémoire du geste et oubli des usages prédéterminés, l’œuvre d’Amina Agueznay contient le passé, le présent et le futur : elle tend à l’universel.

De fait, elle opère à l’avant-garde de la création marocaine. Dès 1999, elle est invitée à présenter ses créations à l’Institut du monde arabe à Paris,



avant de participer à expositions et défilés à Rabat, Lille, Rotterdam, Alger, Mons, Brighton, Stuttgart, ou encore Marseille... Une ville où la lauréate marocaine d’OpenMyMed Prize 2010 devrait, cette année, effectuer un retour remarqué : c’est au prestigieux salon international d’art contemporain Art-O-Rama que la MMMM, dans le cadre de son Festival OpenMyMed, présentera l’une de ses créations à la croisée du bijou et de la sculpture, dont seule Amina Agueznay a le secret...

Collier Amina Agueznay, Olivier Ansellem

Treize autour du



Agnès Pellegrin

La Maison Agnès Pellegrin. Joaillerie Horlogerie depuis 1840 offre au côté d'une sélection de marques emblématiques (Dinh Van, Rolex, Breitling, Hublot, Tag Heuer, Longines...) des collections en propre audacieuses.

M comme Marseille Marseille est une pierre brute qui regorge de lumière, désolée pour la métaphore! C'est d'ailleurs au couché du soleil que s'exprime toute sa beauté. J'apprécie la simplicité avec laquelle les marseillais s'arrêtent sur la corniche en fin de journée juste pour contempler 5 min et repartir... et s'immortaliser avec le fameux Selfie Corniche!

M comme Mode Avec la mode, si vous avez un assez grand dressing, rien ne se perd! J'aime la notion de l'indémoudable et de pouvoir ressortir des pièces de ma cachette un peu comme un hymne à la vie, c'est un peu la même histoire qu'avec un bijou.

M comme MMMM Depuis toujours Marseille a été une ville d'entrepreneurs et de mode. Elle mérite bien cette belle Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode et ses jeunes créateurs aussi.

M comme Meeting Peut être un concert de Caetano Veloso au Théâtre Silvain... Il faut toujours rêver.

M comme Places La Passarelle en été et Le Baron Perché en hiver. L'Épicerie l'Idéal le samedi midi, et la boutique Jogging de la rue Paradis toute l'année!

Art-O-Rama

Initié à l'Art Contemporain par Roger Pailhas, Jérôme Pantalacci fonde avec Gaid Beaulieu-Lambert, Art-O-Rama, à la Friche la Belle de Mai en 2007. Aujourd'hui seul aux commandes, il a fait de ce salon, un incontournable international de l'art contemporain, qui réunit chaque année une sélection exigeante d'une vingtaine de galeries. Il collabore pour la première fois cette année avec le Festival OpenMyMed en invitant la

lauréate OpenMyMed Prize 2010 (Catégorie MFP) Amina Agueznay à présenter une pièce exclusive du 26 au 29 août.

M comme Marseille Marseille véhicule un grand nombre de clichés. Et dans tout cliché il y a une part de vérité. Parmi ces clichés il est souvent dit que Marseille ne laisse pas indifférent. On l'aime ou on la déteste. Et c'est assez vrai! Nous avons pu le mesurer depuis que nous organisons Art-O-Rama. Généralement les étrangers adorent Marseille. Les artistes aussi. Chez les français c'est beaucoup plus partagé. Mais ça a aussi beaucoup évolué. Grâce notamment à Marseille-Provence 2013. Cela se poursuit avec Marseille-Provence 2018 et Manifesta en 2020, qui suscite beaucoup d'intérêts et positionne encore plus Marseille sur la carte des grands événements internationaux de l'art contemporain.

M comme Mode Les passerelles entre la mode et l'art contemporain sont nombreuses. Les grandes marques en sont devenues des acteurs incontournables, comme LVHM ou Prada. Les deux univers se nourrissent et beaucoup de créateurs se plaisent à brouiller les frontières à l'instar de Simon Porte Jacquemus qui sera exposé dans le cadre d'OpenMyMed au MAC et au Mucem. Nous sommes heureux d'être associé cette année au festival et d'accueillir sur le salon une pièce unique d'Amina Agueznay, ancienne lauréate d'OpenMyMed Prize (2010).

M comme MMMM Le travail réalisé par la MMMM est crucial. Nous nous retrouvons sur la volonté de mettre en lumière les jeunes talents de notre région et de participer à leur professionnalisation. Il est important d'affirmer que Marseille est une place de création depuis laquelle on peut exister à l'international.

M comme Meeting Notre ambition a toujours été de faire de Marseille un des «meetings points» de l'art contemporain, car un salon est avant tout un lieu de rencontres et d'échanges, autant intellectuels que commerciaux. Une de nos missions est de faire venir le plus grand nombre d'acteurs de l'art à Marseille afin de favoriser les rencontres avec les acteurs locaux et de valoriser notre territoire et ceux qui y travaillent.

Eres

Directeur Général d'Eres depuis deux ans, Anne Kirby exerçait au préalable son expertise dans les cosmétiques.

M comme Méditerranée La lumière, la plage, le soleil, les couleurs... L'univers d'ERES est là! La Méditerranée fait aussi partie de notre actualité, avec les très prochaines ouvertures de boutiques à Bonifacio et Mykonos.

M comme Mode Exprimer et devancer les envies, être dans l'air du temps, se renouveler chaque saison. Repenser constamment l'accord des formes et des couleurs. Créer une identité singulière, parier sur le minimalisme...

M comme MMMM Une démarche innovante et courageuse. Les jeunes créateurs ont besoin de soutien. Nous devons les mettre en lumière et leur permettre de rencontrer très vite des professionnels de la mode. C'est toujours un grand plaisir de découvrir des talents et de leur permettre de réaliser leurs rêves!

M comme Meeting Sans hésiter, Matali Crasset. J'aime son travail, son approche et notamment son dernier projet sur les kiosques parisiens. J'ai failli travailler avec elle à ses tous débuts. Cela ne s'est pas fait, et c'est un vrai regret. Mais qui sait...

Gas Bijoux

A la tête de Gas Bijoux et membre du board de la MMMM, Olivier Gas a assis en quelques années la notoriété à l'international de la marque familiale tout en conservant son ancrage artistique méditerranéen.

M comme Marseille Marseille a plusieurs facettes importantes pour moi. C'est tout d'abord la ville où j'ai grandi, dans un cadre magique dont je reste forcément empreint. J'y reviens très souvent et naturellement, pour le plaisir de se retrouver en famille ou pour travailler (même si cela est souvent mélangé pour nous!). Justement, c'est là une des autres visions que j'ai de Marseille, celle de notre atelier. C'est ici que tout naît, des idées aux bijoux

finis. C'est le véritable poumon créatif de notre entreprise et je suis certain que nos créations ne seraient pas les mêmes si elles étaient nées ailleurs. Car, et c'est là la troisième facette de Marseille pour moi, notre atelier se situe face à la mer Méditerranée, cette incroyable source d'inspiration qui abreuve mon père et les artisans depuis presque 48 ans. Notre luxe est là, devant nos yeux.

M comme Mode Nous préférons toujours parler de «création» plutôt que de «mode». En effet, notre cheminement pour créer nos bijoux ne passe jamais par des carnets de tendances ou l'étude de ce que font les grandes Maisons. La philosophie ancrée par mon père André Gas à l'entreprise, celle d'avancer avec ses convictions, reste le fil conducteur de Gas Bijoux. Ce que nous aimons donc dans la mode, c'est l'acte créatif, la réflexion autant que l'instinct, la part de soi donnée aux autres, la remise en questions, la volonté de différence, la technique et la lecture que chacun peut se faire d'une œuvre ou d'un vêtement. C'est l'essence même de ce que devrait être la mode, loin de l'éphémère vie des tendances saisonnières.

M comme MMMM Nous soutenons la MMMM depuis plusieurs années car nous voulons encourager la créativité et le savoir-faire nés dans notre berceau. La transmission à la jeune génération est pour nous extrêmement importante. Il n'est pas rare, par exemple, que des enfants d'artisans rejoignent leurs parents dans notre atelier. Ils sont le futur et entraîneront Gas Bijoux avec eux. Ce sont ces valeurs que nous voudrions transmettre, à travers la MMMM: Créer pour perdurer, perdurer pour continuer à créer.

M comme Meeting Mon rendez-vous parfait serait de passer un moment avec mes deux architectes préférés, India Mahdavi et Joseph Diran, dans un lieu urbain et magique, à la Friche de la Belle de Mai.

M Places Bien entendu, la boutique de ma sœur Marie sur la rue Paradis, BY MARIE, où elle propose une sélection raffinée et audacieuse. C'est lieu de rencontres, de découvertes, d'évasion, et donc... de Mode! J'aime également prendre l'apéro le jeudi soir au bar de la relève. C'est plein de vie, sans aucune prétention et s'y retrouvent ceux qui font bouger Marseille. Les autres jours, j'adore aller prendre un Pisco Flower au Gaspard, un superbe bar à cocktails ouvert par mon ami d'enfance, Edouard Giribone. Sinon, Marseille offre un endroit vraiment unique, la quincaillerie Maison Empereur, la plus belle et la plus complète au monde. On y trouve vraiment de tout, c'est un lieu où l'on pourrait se perdre des heures, et surtout tout acheter!

Kaporal

Laurence Paganini, directeur général de Kaporal et membre du board de la MMMM, insuffle une vision mode alliant éthique et business pour faire de Marseille le nouveau modèle 3.0!

M comme Marseille ou Méditerranée Les deux mon capitaine! Je suis née et ai grandi à Nice au bord de la Méditerranée et Marseille m'a adopté il y a 3 ans. La Méditerranée, c'est ma Maison Bleue, un lieu d'enchantement intarissable, une lumière apaisante, énergisante et Marseille représente à mes yeux l'Intense, entière et contrastée, à la fois vibrante, rebelle, audacieuse mais aussi paresseuse, joyeuse et savoureuse.

M comme Mode La Mode, celle qui est engagée, créative, évolutive. Je suis très attachée au sens de la mode, son implication culturelle, son sens écologique, technologique, politique, citoyen. Ce sont des valeurs que je m'efforce d'insuffler dans les collections et les actions de communication internes ou externes que nous entreprenons pour la marque Kaporal. Par ailleurs, je pense qu'il existe aussi un made in Marseille, que nous devons tous, en qualité d'acteurs mode de la région, développer, amplifier. La mode à Marseille a toujours été à la confluence de multiples tendances et techniques venues de la méditerranée. Elle abrite notamment un savoir-faire historique dans la confection du jean que nous souhaitons faire renaître.

M comme MMMM Une maison bienveillante. J'insiste sur l'adjectif parce qu'il revêt à la fois le rôle de veille attentive, de détection de jeunes talents et celui d'incubateur pour former et faire grandir ces talents en son sein et à l'extérieur. Une mission indispensable aujourd'hui pour faire de Marseille une →

plateforme incontournable de la mode en France après Paris. Elle en a toute légitimité. Une belle rencontre aussi avec Maryline Bellioud-Vigouroux et Mathieu Gamet, les porte-voix de la MMMM, auprès de qui je siège dans le conseil d'administration.

M comme Meeting Marseille ville ouverte, riche de multiples cultures et de nombreuses personnalités qui veulent faire bouger les lignes. Depuis 3 ans, j'y ai rencontré un réseau associatif dynamique avec lequel nous avons tissé, pour Kaporal, des liens forts sur de nombreux projets RSE; je citerais l'école de la deuxième chance, l'ouvre-boîte, one piece of rubbish.... Ce sont aussi les nouveaux acteurs de la vie économique locale qui ont motivé mon engagement auprès des Chambres de Commerce et d'Industrie de Marseille Provence et Région depuis novembre dernier. Pour faire faire rentrer la cité phocéenne dans une ère 3.0!

Kulte

Guillaume Flahaut, Directeur de GILOBA AGENCY, vient d'acquérir l'emblématique marque Kulte, aux côtés de Matthieu Gamet et Nicolas Faure, qui fêtera ses 20 ans en 2018.

M comme Marseille Partenaire de la marque Kulte puis désormais propriétaire, j'ai passé beaucoup de temps dans la cité phocéenne. Le mélange des genres, la lumière, la convivialité et cette notion de vivre ensemble m'irradie à chaque séjour. Il y a ici un quelque chose qu'on ne retrouve pas ailleurs, une certaine idée du vivre ensemble et un dynamisme certain.

M comme Mode Marseille est un vivier de mode, nombreuses sont les initiatives dans ce secteur. Marseille est à la mode ce que San Francisco est à la High-Tech. Ici tout est possible et dans notre secteur on peut tout avoir sur place. Il y a une énergie positive qui nous donne des ailes.

M comme MMMM La MMMM participe à l'élan général de la région, même en Asie où je réside régulièrement, certains designers méditerranéens lancés par la MMMM sont reconnus. La MMMM permet de faire rayonner l'image de Marseille et de la France.

M comme Meeting Sans hésiter, il faut rencontrer Kulte!

M Places Je ne suis pas de Marseille mais à chaque fois que je viens, chaque semaine, je ne manque pas de déjeuner ou dîner au Café des Epices, il y a là-bas de la vérité dans les assiettes en plus c'est à deux pas du concept store Rive Droite, un vrai délice :-). Je me balade aussi souvent dans le quartier Saint Victor qui m'inspire et enfin pour boire un verre, la terrasse du bar de l'Abbaye.

Longchamp

Directrice Artistique de la Maison Longchamp, et membre du Jury OpenMyMed Prize, Sophie Delafontaine, fait rayonner à l'international, la créativité et le savoir-faire de cette Maison familiale.

M comme Méditerranée La méditerranée fait partie de ma vie depuis mon enfance. J'ai toujours passé mes vacances en Corse, sur l'autre rive. Elle est belle, chaleureuse, douce et forte à la fois. Elle détend, elle vivifie, le bonheur!

M comme Mode La mode pour moi c'est raconter une histoire chaque saison. En 10 ans, j'ai construit un vestiaire pour une femme active, confiante en elle, des vêtements et des souliers dans lesquels on se sent si bien que l'on oublie qu'on les porte.

M comme MMMM Il me semble important de maintenir et développer le savoir-faire de la mode française et d'encourager et soutenir les jeunes créateurs, je suis vraiment admirative de tous ces talents qui se lancent et du travail d'accompagnement de la MMMM. Longchamp s'engage également depuis plusieurs années à perpétuer le savoir-faire de ses artisans français. Pour asseoir sa démarche de transmission du savoir, notre Maison a ouvert plusieurs ateliers-école dans les Pays-de-la-Loire. On y forme de jeunes recrues au métier de la maroquinerie.

M comme Meeting J'aime les voyages car ils sont toujours source de rencontre. Pour moi,

rencontrer quelqu'un c'est découvrir son univers. C'est toujours très enrichissant et inspirant. C'est aussi pour cela que j'aime faire des collaborations avec des artistes car cela me permet de rentrer dans leur bulle l'espace d'un instant. La plus belle rencontre (après mon mari) c'est sûrement celle à venir.

McArthurGlen

Après un long parcours parisien, Claire Lacondemine, Responsable marketing du nouveau centre McArthurGlen Design Outlet Provence, a depuis quelques années posé ses valises à Marseille, et est très heureuse de partager avec toute la Provence cette nouvelle adresse: un village provençal créé à Miramas, réunissant une centaine de marques que nous adorons tous, à prix outlet! une nouvelle expérience shopping dans le sud!

33

M comme Marseille Comme Mystère... Ma ville d'adoption... Intuitive, j'ai ressenti une telle énergie créative, une lumière, un relief, une personnalité qui m'a tout de suite attirée, et je ne me suis pas trompée. Une niche d'artistes, de créateurs qui ne manquent pas d'inspiration..

M comme Mode Comme Mood Je vis la mode en fonction de mon humeur, en fonction de la météo... J'ai envie de couleur quand le soleil brille, envie de noir quand il pleut.. Ou le contraire!

M comme MMMM Merci, J'ai connu la MMMM quand j'étais à Paris, une exposition avec Agnès b, avec qui j'ai longtemps collaboré. J'adore l'énergie de Marilyne et Aurélia à promouvoir les jeunes talents du sud. Jacquemus est un bel exemple.

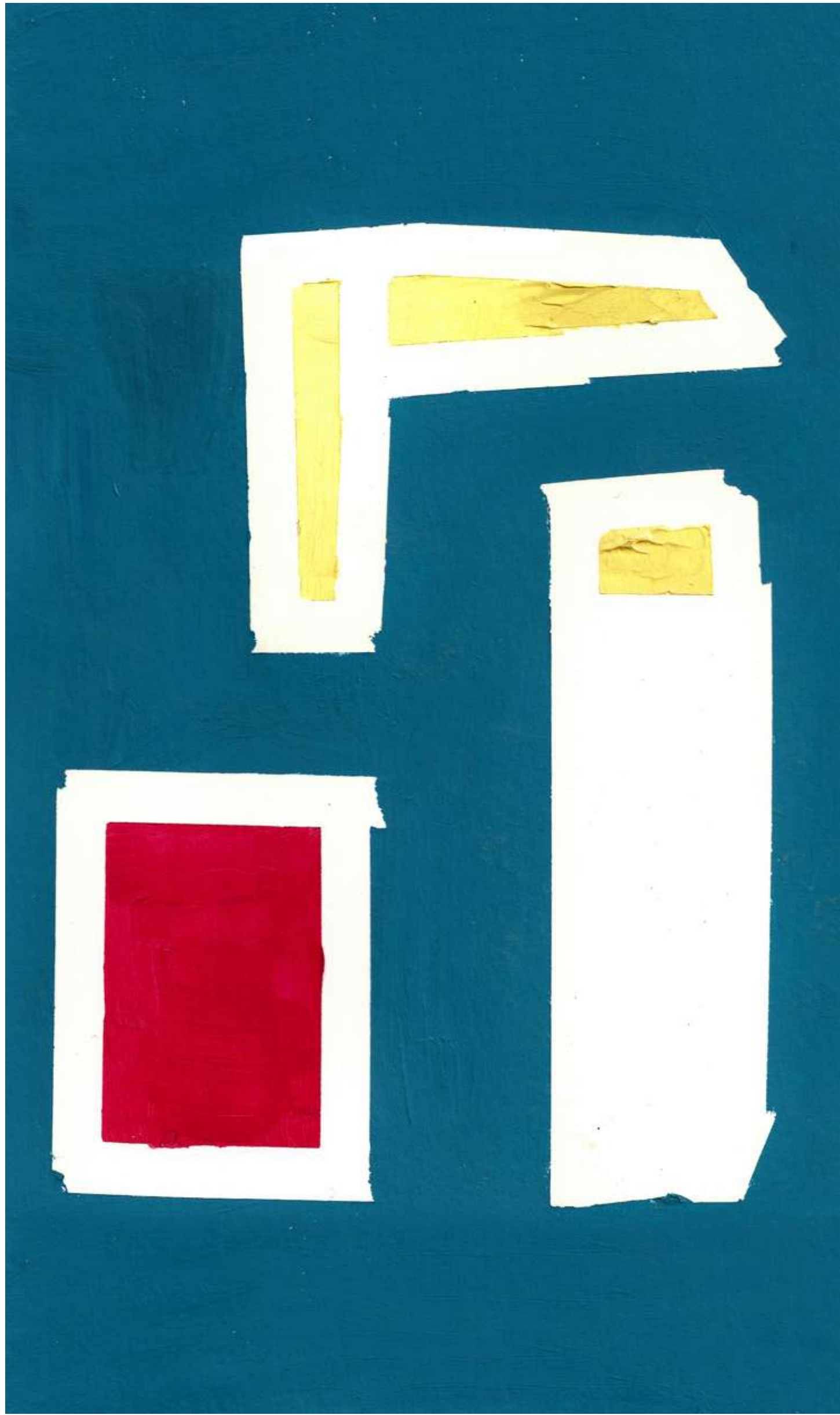
M comme Meeting Comme Melting pot avec les marseillais, qui m'enrichissent, qui m'amuse, que j'adore!

M Places L'empereur, une institution qui perdure grâce des mains de maître. Arnaud, qui a eu l'audace de créer Les Garçons Faciles, une marque incontournable pour Homme, 19 rue Venture 13001. Casa Ortega, des chambres d'hôtes pleines de charme à côté de la gare St Charles, gérées par la talentueuse Caroline.

Photomed

Écrivain (son dernier roman, L'Eden la nuit, vient de paraître chez Gallimard), photographe et vidéaste, Guillaume de Sardes est le commissaire des expositions du festival Photomed, consacré à la photographie méditerranéenne, qui se tient à Marseille du 17 mai au 14 août 2017 et collabore avec le Festival OpenMyMed.

M comme Marseille À mes yeux, Marseille se définit par sa lumière. Une plénitude de lumière qui me rend plus léger qu'à Paris. →



M comme Mode La mode m'intéresse surtout dans ses rapports avec l'art, notamment avec la photographie. Certains des artistes que je préfère ont fait de la mode: Helmut Newton, bien sûr, qui est un maître, mais aussi Juergen Teller et Corinne Day dont le style direct et âpre, inspiré du quotidien, a révolutionné l'iconographie des campagnes publicitaires dans les années 90. J'aime aussi la poésie des images tremblées de Sarah Moon.

M comme MMMM Photomed et la MMMM ont noué un partenariat autour des lauréats du Prix OpenMyMed. Trois d'entre eux seront associés à trois photographes qui créeront une série à partir de leurs vêtements et de leurs accessoires. Le résultat de cette collaboration sera exposé à Beyrouth, en janvier-février 2018, dans le cadre de Photomed Liban. Philippe Hellant et Serge Akl, qui ont créé cette « édition miroir » il y a quatre ans, ont fait un travail magnifique

au point d'en faire le plus grand festival de photographie du Proche-Orient.

M comme Meeting J'ai à Marseille de plus en plus de connaissances, et même un couple d'amis: Soraya Amrane et Rafael Guarido. Ensemble ils ont créé une belle maison d'édition: Zoème. Ils défendent une ligne photographique exigeante dont je me sens proche. Soraya Amrane est d'ailleurs co-commissaire de deux des expositions de cette édition de Photomed Marseille 2017.

M Places Pour moi, la photographie à Marseille reste associée à l'Atelier de Visu, qui a hélas fermé. C'était un lieu extraordinaire, une résidence d'artiste et une galerie d'art. Grâce à Antoine D'Agata, j'y ai séjourné en 2013. C'est à ce moment-là que j'ai vraiment découvert la ville Marseille et que je me suis mis à l'aimer.

San Marina

A la tête de San Marina, Nathalie Le Brun développe avec brio sa notoriété à l'international depuis son berceau originaire.

M comme Marseille Marseille est le berceau de San Marina. C'est là que tout a commencé en 1981. Le siège est toujours resté dans la région, sous le soleil. Je suis enchantée de perpétuer l'histoire de la marque, teintée de couleurs et de soleil que l'on retrouve d'ailleurs dans les collections.

M comme Mode J'aime la mode et ses différentes facettes, l'idée que l'on peut la décliner selon ses envies et son humeur. La mode n'est pas figée, elle évolue en permanence et s'adapte à chacun d'entre nous. J'aime aussi beaucoup l'idée qu'elle reflète la personnalité de celle et celui qui la porte.

M comme MMMM Le rôle de la MMMM pour la ville et sa région est très important. La mode est partout, dans toutes les villes, toutes les régions. Donner l'opportunité à des jeunes designers de se faire connaître est essentiel pour la région et son développement. Nous avons beaucoup de jeunes talents qui ne demandent qu'à être soutenus.

M comme Meeting J'aimerais beaucoup rencontrer l'artiste Mika, qui, avec sa personnalité joyeuse, pétillante, sa bienveillance et ses chansons pop, correspond tant à ce que nous souhaitons véhiculer comme valeurs dans nos collections chez San Marina. Il a par ailleurs un style incroyable, ses vestes notamment sont d'une créativité tout en élégance, et ce chic m'interpelle tout particulièrement. Comme il le dit lui-même, le style doit raconter une histoire, c'est un moyen d'exprimer qui on est, et c'est aussi ainsi que nous aimons construire nos collections chaque saison.

M Places Le Mucem, ce magnifique musée national consacré aux civilisations de l'Europe et de la Méditerranée en plein cœur du Vieux Port, est pour moi un endroit exceptionnel, une vraie prouesse architecturale et un véritable lieu d'inspiration. J'aime m'y retrouver, pour flâner dans ses jardins, faire une pause sur sa terrasse panoramique avec une vue imprenable sur la mer, ou pour découvrir les expositions du moment. C'est un lieu fascinant où s'associent de façon si poétique architecture médiévale et structure moderne.

Sessùn

Découverte il y a 20 ans par la MMMM, Emma François créatrice de la marque Sessùn apporte à son tour son soutien à la MMMM, en tant que membre de son board et partenaire de ses missions.

M comme Marseille Marseille est ma terre, ma terre d'accueil, qui m'a permis d'avoir une très grande qualité de travail et de vie. J'aime en partir, mais toujours pour mieux revenir. J'y suis tant attachée, sa lumière, ses humeurs et puis la mer bien-sûr! De plus son dynamisme fraîchement acquis me persuade que je ne m'en éloignerai vraiment jamais.

M comme Mode J'aime la mode qui est connectée à la vraie vie et au réel, celle que va pouvoir s'approprier une cliente avec style. Je suis moins sensible à la mode fantasmée, trop liée à la tendance et qui devient aliénante. La notion de « bonne pièce » qui va sublimer un style suscite plus mon intérêt. En effet au-delà de la mode ce qui m'intéresse c'est bien sûr cette notion de style, qui est une façon très personnelle d'associer des vêtements et de se les approprier sans que cela ne paraisse jamais trop travaillé.

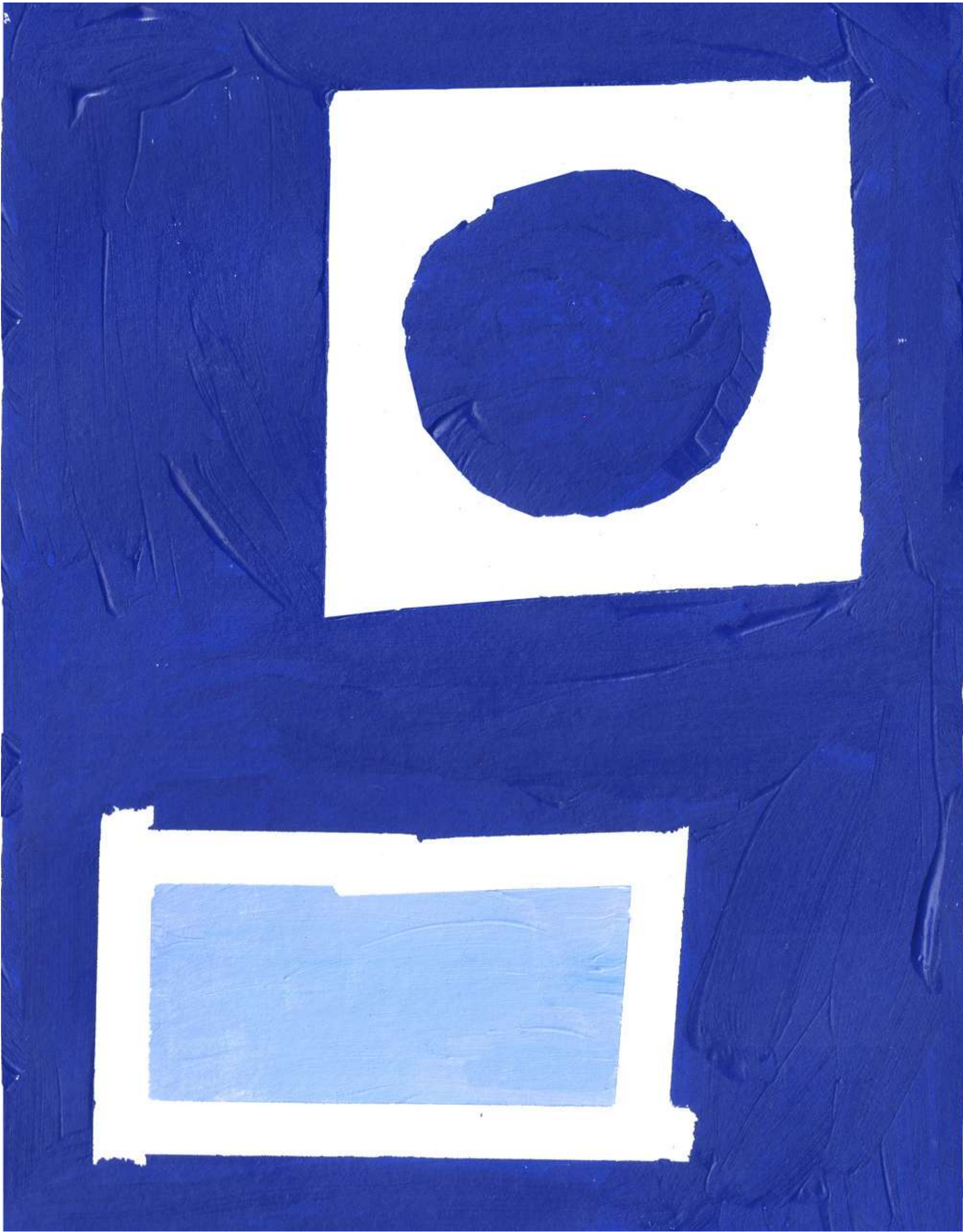
M comme MMMM Je me sens très liée à la MMMM, qui m'a soutenue à mes débuts (Prix des créateurs en 1999). Depuis sa création, elle permet un véritable rayonnement de Marseille grâce notamment à son action unique en matière de formation; au-delà, la qualité de la programmation d'OpenMyMed vient plus encore renforcer et crédibiliser notre image de ville de mode.

M comme Meeting Nous sommes très attachés chez Sessùn à l'idée de rencontre des savoir-faire, de croisement des compétences. Travailler autour de thématiques croisant et mêlant plusieurs corps et cœurs de métiers, et disciplines, avoir une approche polymorphe de notre métier est un moteur.

Sonia Rykiel

Jean-Marc Loubier dirige First Heritage Brands qu'il a créé avec des partenaires de Hong Kong et Singapour. Sont ainsi regroupées Sonia Rykiel, Robert Clergerie et Delvaux, des Maisons très différentes, très locales mais avec un savoir-faire et un esprit enracinés et spécifiques et qui possèdent donc une forte capacité d'attraction autour du monde. Il évoque ici ce qui pour lui fait la richesse de la ville.

M comme Marseille J'ai toujours aimé Marseille. Je n'y ai jamais vécu, j'y suis passé souvent. Je l'ai toujours rêvée. Rêve, amour, il faut des preuves: lorsque j'ai créé le Louis Vuitton City Guide et l'ai publié en 1998, la présence de Marseille fut une évidence pour moi et cela en surprit plus d'un. Quand on est exigeant avec le terme, il y a peu de villes « cosmopolites » dans le monde, bien →



qu'il y a beaucoup de villes avec de nombreux étrangers. La nôtre dépasse les intérêts particuliers et immédiats et se nourrit des installations multiples et séculaires d'individus et de populations. Enracinée au Nord, c'est la « ville monde » de la Méditerranée. C'est la ville de l'avenir, malheureusement, elle ne le sait pas toujours.

M comme Mode Surtout pas futile mais surriante, nécessaire, évidente, surprenante, inventive, fonctionnelle. Au minimum un vêtement et toujours une allure. Un point de vue changeant, une projection qui doit toujours se nourrir du respect du travail, du métier, des matières et de ceux et celles qui la portent.

M comme MMMM M comme nécessité, d'arrimer à la ville un savoir ancré dans la jeunesse, la formation et la transmission. M comme initiative, capable d'irriguer d'autres domaines

dont la ville a besoin. M comme devoir, pour chacun d'enrichir et partager ce qu'il a reçu et appris. M comme avenir.

M comme Meeting Rencontres, croisements, mouvements... Marseille a la possibilité d'être un carrefour extraordinaire. Ceci n'est pas donné. Chacun, à son niveau aidera à le concrétiser.

Tajima

Spécialiste de la broderie industrielle, le groupe japonais Tajima a implanté son antenne Européenne à la Ciotat pour développer ses marchés en Méditerranée. A la Direction, Franck Raynal œuvre pour apporter aux créateurs une meilleure connaissance des technologies et innovations et donner ainsi toute sa dimension au duo Fashion Tech.

M comme Méditerranée M comme bassin Méditerranéen qui résonne comme un lieu fort dans mon parcours. Reflet d'une culture chargée d'histoire et commune à de nombreux pays proches de nous, qui aujourd'hui joue un rôle primordial dans mes fonctions au sein d'une entreprise japonaise ouverte sur le monde.

M comme Mode La Mode reste un des défis majeur de notre activité. Le plus souvent associée à une image d'industriel (que nous sommes), Tajima Europe aime à se rapprocher des créateurs, designers ou artistes pour transmettre des technologies innovantes au service de cet art majeur.

M comme MMMM La MMMM reste un lien incontournable pour rencontrer les jeunes créateurs. C'est un formidable outil pour former les futures générations en chemin vers le monde de la mode. Notre objectif est

d'accompagner ces étudiants et nouveaux créateurs vers une connaissance technologique plus approfondie au service de leur art.

M comme Meeting Notre prochaine rencontre avec les jeunes talents, lauréats du OpenMyMed Prize 2017 sera pour nous une belle expérience de partage et d'échange. Le workshop prévu cette année sera certainement source d'inspiration pour certains d'entre eux, et le début d'une belle aventure pour les 3 gagnants qui réaliseront une pièce unique dans nos ateliers.

Marseille Nouvelle génération! Interview croisée entre Jean-Philippe Agresti, Vice-Président aux partenariats avec le monde socio-économique d'Aix-Marseille Université (AMU) et Maryline Bellieud-Vigouroux, en charge du Mécénat à la Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode (MMMM) et à l'initiative du cursus complet Licence Professionnelle en Gestion et Développement des Produits de Mode et du Master 1&2 en Management des Métiers de la Mode.

Fabienne Berthet

La Génèse

FB Quels sont les enjeux du Master des Métiers de la Mode?

JPA Après la création d'une licence professionnelle de Mode en 2006, le Master des Métiers de la Mode, créé par Yvon Berland, le président d'Aix-Marseille Université (AMU) au sein de la Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode (MMMM), rencontre un grand succès. Ses enjeux? Former aux métiers connexes à la création et au stylisme à un niveau Bac + 4 et 5. Il répond aux besoins économiques des entreprises nationales et internationales. Avec un million d'emplois et 150 milliards d'euros de chiffre d'affaires par an à l'échelle de l'hexagone, le succès de la filière mode et textile n'est plus à démontrer.

FB La MMMM milite depuis le départ pour le renforcement de l'offre de formation?

MBV La MMMM est reconnue à la fois par les collectivités, et par les partenaires privés pour sa vision globale sur la filière mode habillement. Sa vocation première est la formation, nous avons un partenariat exclusif avec AMU pour développer ce cursus et nous partageons une ambition, faire de Marseille un hub de formation universitaire, accessible aux étudiants étrangers, venus de tout le pourtour méditerranéen - qui représentent 35% des effectifs - pour favoriser l'émergence de futurs entrepreneurs de mode.

Une offre updatée

FB L'AMU travaille en collaboration avec les partenaires industriels?

JPA L'université a pour but d'être innovante et de développer une offre de formation pointue en réponse aux besoins des industriels et du territoire métropolitain... Au sein du conseil d'administration de la MMMM, les échanges avec les partenaires du monde du luxe tels que Dior et Chanel, font émerger les profils recherchés. Le secteur manque de managers mais aussi de commerciaux, de vendeurs, de directeurs de boutiques. Un besoin en phase avec le développement des réseaux de retailers, fer de lance de l'univers du luxe et du prêt-à-porter.

MBV Il existe aussi un vrai intérêt de la part des entreprises nationales et régionales, ces dernières sont en plein développement international, comme Sessùn, American Vintage, Kaporal, Gas Bijoux... Cette génération installée, fleuron du prêt-à-porter industriel et de l'accessoires, recherche de futurs collaborateurs pour étoffer son réseau de boutique et ses équipes marketing pour soutenir leur développement international.

FB Quels sont les débouchés pour les étudiants?

JPA La professionnalisation est immédiate. Les liens sont étroits entre la licence professionnelle qui sélectionne 35 étudiants et le master qui en compte environ 25 par promotion. Les étudiants sont recrutés après leur formation, et 76% reçoivent même avant la fin de leur stage une proposition de CDD et CDI.

MBV Il est aussi intéressant de constater que les étudiants de la Licence comme ceux du Master émanent de tous les secteurs diplômants ce qui favorise l'ouverture d'esprit et l'émulation dans les enseignements. Ils trouvent rapidement des postes intéressants au sein de toute la filière.

FB Toujours à la pointe de l'innovation, quelles sont les perspectives d'évolution de cette offre de formation?

JPA L'une des perspectives de développement que nous partageons avec la MMMM et de répondre aux attentes des Maisons de Mode, en créant deux nouvelles Chaires «Fashion Crafts & High-Tech» et «Retail 3.0», qui intégreront à la fois une vision de recherche universitaire et une expertise opérationnelle. Une approche innovante qui contribue à l'image internationale de l'université, et d'un territoire de mode en plein essor.

OpenMyMed Prize, mode d'emploi Ils sont 20, reconnus à l'issue d'un vote en ligne réunissant plus de 15 000 suffrages, triés sur le volet parmi 156 prétendants, puis 40 short-listés par un jury international. Tous intimement liés à la Méditerranée mais tous différents, plus ou moins avancés sur le chemin aventureux de leur propre Maison de mode. Les créateurs lauréats d'OpenMyMed Prize 2017, fruits d'une sélection particulièrement ardue se retrouveront à Marseille du 6 au 9 juin 2017, invités par la Maison Méditerranéenne des métiers de la Mode (MMMM). «Je suis sincèrement bluffée par le niveau de qualité général, y compris au stade de la pré-sélection. On sent qu'un œil très sûr s'est exercé en amont.» On appréciera le compliment dans la bouche de Jayne Estève Curé, consultante d'élite, diplômée de l'Ecole Supérieure des Industries du Vêtement et l'Institut Français de la Mode, qui, aux côtés de ses alter ego Olivier Guillemain – directeur créatif et président du Comité Français de la Couleur – et Olivier Védrine – architecte-designer et enseignant à l'école Camondo – s'apprête à coacher les lauréats à la faveur d'une mission stratégique en mode parcours initiatique : aider chacun d'eux à élaborer sa plateforme de marque.

Luc Clément, Editeur délégué Marie Claire Méditerranée

Balenciaga ou Schiaparelli avaient-ils une plateforme de marque?

Entre les mimétismes de la fast fashion, la multiplication des collections resort, croisière, à-voir-et- acheter-maintenant, et les capsules stratosphérisées par le who's who des pop up people, blogueuses ou floutus* désœuvrés – on a les héros qu'on mérite –, difficile de séparer le bon grain de l'ivraie. Comment appréhender la création? Et surtout, comment inscrire sa singularité dans le temps avec cohérence et lisibilité? C'est le rôle de la plateforme de marque que Jayne et Olivier(s) savent bâtir en experts. «Les créateurs ont une signature bien à eux. A l'origine, bien sûr, ils n'avaient pas besoin de plateforme de marque. Mais aujourd'hui, l'offre mode est pléthorique.» Cette plateforme s'avère de facto un outil essentiel pour le créateur lui-même, comme une aide à la création. Travail introspectif qui consiste à sonder la personnalité du créateur pour comprendre ce qui l'anime. «Lorsque nous créons, dit Alber Elbaz, nous devons d'abord commencer avec un rêve et une intuition. Le marketing arrive après, pas avant.» Jayne Estève Curé cherche ainsi à circonscrire l'univers du créateur, inspirations et aspirations, muses et icônes. Pour pouvoir capter l'inconscient, elle a développé sa méthode exploratoire, fondée sur les 5 sens. «Je tâche de remonter jusqu'à cette inspiration instinctive, cette émotion à la source du processus créatif.» En complément s'élabore un travail quasi- anthropométrique de collecte de signes et d'indices – logo, visuels, verbatim ex-réseaux sociaux, visites de points de vente, témoignages – qui, façon puzzle, composent l'identité perçue de la marque. Cet état des lieux est-il le reflet fidèle de l'univers mental du créateur, son client d'aujourd'hui, conforme à son client idéal? Le rôle de la plateforme est de garantir cette cohérence. «Une marque doit entrer en résonance avec son public.» confirme Jayne Estève Curé, «on vit dans une époque en quête d'authenticité, où émerge immanquablement la notion de communauté.» La plateforme de marque devient alors le scénario qui, puisant dans ses éléments fondateurs, permet au créateur de «venir raconter une histoire différente par saison» tout en enrichissant son grand récit de fond, cœur de son projet créatif.

Same old storytelling?

Malgré une terminologie légèrement pompeuse, la plateforme de marque cache un apport stratégique et opérationnel bien concret, voire décisif au bon développement de la griffe. «C'est un guide, qui rend tangible l'intangible, une matérialisation physique de la marque qui traduit sa mission, son statement, ses valeurs, sa personnalité. De l'idée à l'offre, le processus peut ainsi devenir très efficace.» Revenons à nos lauréats. Pour eux, Jayne et Olivier(s) ont conçu un programme de coaching en 3 dimensions. Analyse de l'existant, sources d'inspiration et exploration des 5 sens, 5 demies journées de travail collectif qui débouchent sur 3 workshops réalisés en parallèle. A Jayne, la recherche de l'identité créative et sa relation à l'air du temps. A Olivier Guillemain, la question essentielle de la couleur. A Olivier Védrine, la projection vers le retail, le display et la scénographie. Les échanges prennent la forme de mini-briefs, de mood boards, de documents écrits. «Il ne s'agit pas d'inventer une histoire, ce serait un échec, mais d'identifier une forme de vérité et de l'affiner pour aider chaque créateur à franchir une grande marche, à travers une méthodologie de mise en place individualisée qui tienne compte du niveau d'évolution de chacun.» L'identité créative est sauve, le marketing est là pour lui offrir un cadre propice à son épanouissement. Jayne précise qu'il lui arrive de travailler avec des managers qui pensent comme des créatifs. Pour quoi les créatifs ne penseraient-ils pas comme des managers? Si, comme le rappelle celle qui enseigne aussi bien à l'IFM qu'à l'Ecole des Arts Décoratifs, «les créateurs de mode sont des artistes qui ont choisi le médium du vêtement.», ils savent aujourd'hui recruter des collaborateurs, concevoir des boutiques ou des campagnes de communication et présider des groupes internationaux.

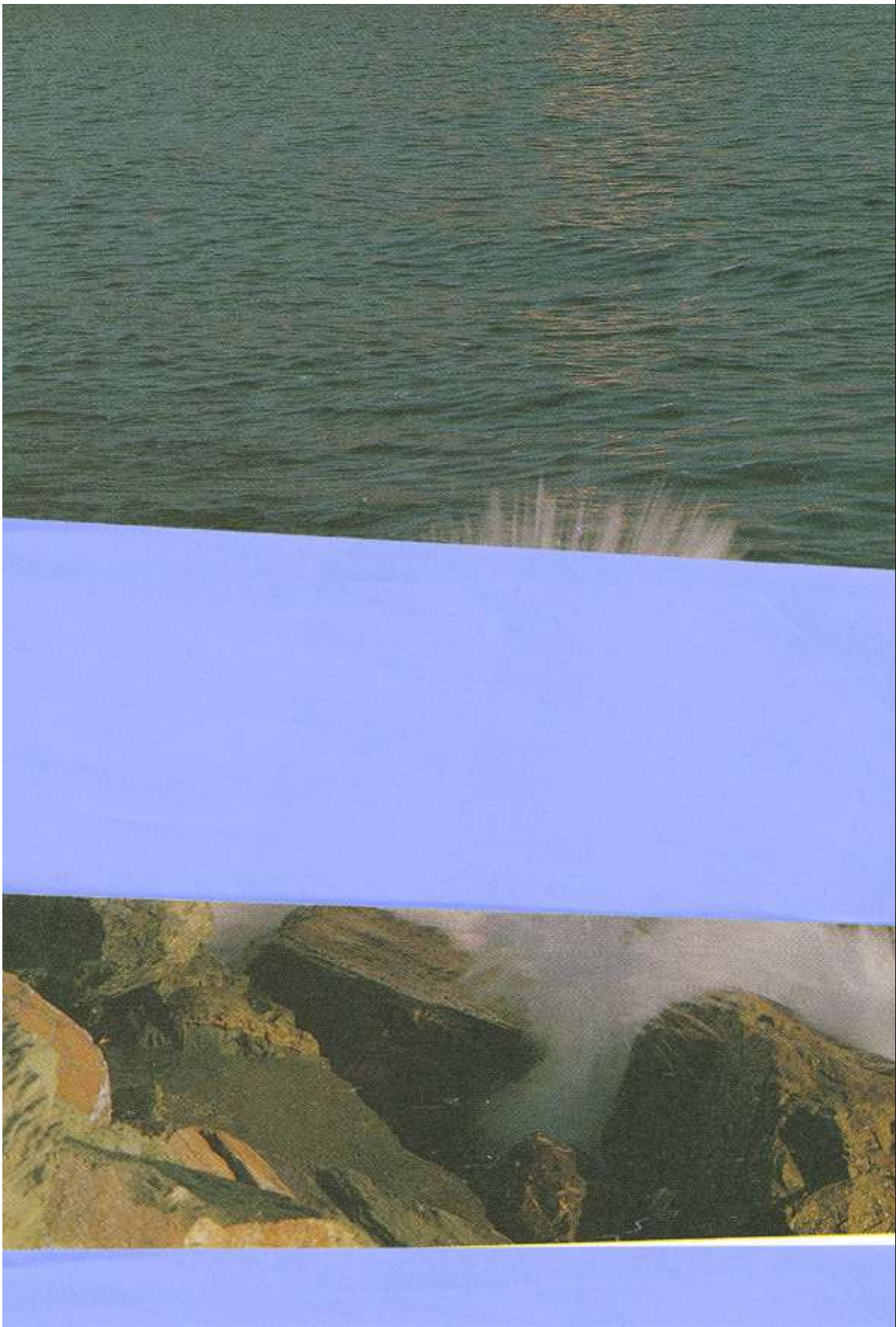
Business is Muriel

Ils ont de la chance, nos 20 lauréats. Au coaching marketing prodigué par les 3 experts en plateforme de marque, vient s'ajouter le savoir-faire hors pair de Muriel Piasser en matière de développement commercial à l'échelle internationale. Experte référente de la MMMM tout au long de l'année, elle détient ce qui est communément admis comme le nerf

de la guerre, en l'occurrence un carnet d'adresses où figurent les noms de quelque 300 acheteurs sélectifs, parmi les plus influents du monde, grands magasins, concept-stores, bureaux d'achat ou e-stores. Si Muriel possède les connexions qui pourraient faire pâlir d'envie tous les designers du marché, ce serait une erreur de réduire son talent à quelques vCard, fussent-elles gold. Sa vision stratégique, nourrie par plus de 15 années d'expérience à Paris, New York ou Tokyo, représente un atout précieux pour les lauréats 2017, qui vont participer à sa master class, prosaïquement intitulée : «International business development & promotion Buyers process.» En clair, l'opportunité offerte à chacun d'eux d'affiner son positionnement, travailler sur la mise en place de plans de collection et d'une politique de prix pertinente, et développer sa propre stratégie de vente internationale. Objectif affiché, mise sur orbite de la collection printemps-été 2018.

Passer du lifestyle au mind style

«Aujourd'hui, les acheteurs sont tous en quête de sens, d'une expérience enrichie. Les créateurs doivent produire de la valeur ajoutée, créer de l'émotion, favoriser ce passage que l'on connaît maintenant du lifestyle au mind style.» Muriel Piasser double sa parfaite connaissance des rouages de l'industrie de la mode, côté business international, d'une véritable vision et d'une capacité à capter les dernières tendances. Sa mission, explique-t-elle, consiste à «structurer un outil de travail pour mieux comprendre le marché.» A ce titre, elle a choisi de consacrer pour la MMMM 6 mois de mentoring à l'un des lauréats, Susana Bettencourt. «Je l'ai vue défiler à la Lisboa Fashion Week, un très beau travail de maille créateur, c'est mon coup de cœur.» Si vous voulez tout savoir, le soutien offert à chacun des créateurs avoisine les 30 000 euros, un effort considérable de la part de la MMMM et des experts. Preuve que la planète mode, n'en déplaît à Saturne, ne dévore pas toujours ses enfants.



* First Lady Of the United States



Les 20 lauréats d'OpenMyMed Prize 2017 Prêt-à-porter 1. No Season Atelier, Marseille. 2. Eliran Nargassi, Israël. 3. Noëlle Praticci-Roux, Marseille. 4. Amine Bendriouch, Maroc. 5. Dioralop, Croatie. 6. Ece Ozalp, Turquie. 7. Nour Najem, Liban. 8. Hannah, Israël. 9. Petja Zorec, Slovénie. 10. Susana Bettencourt, Portugal.



Accessoires 1. Il Etait un Fil, Marseille. 2. Noa-Kis, Marseille. 3. Le Feuillet, France. 4. Massalia, Marseille. 5. Okhtein, Egypte. 6. Les Candides Joaillerie Sauvage, Marseille. 7. Erin Adamson, France. 8. Artém Atelier, Espagne. 9. Les Méduses Vertes, Marseille. 10. My Jeweler is W, Marseille.



1 2 3 4 5 6



7 8 9 10 11 12



13 14 15 16 17 18



19 20 21 22 23 24



25 26 27 28 29 30

Les 59 lauréats d'OpenMyMed Prize, éditions 2010–2016 1. Stella and Lori, Israël, 2015. 2. Bird Song, Marseille, 2015. 3. Karoui Luxury, Tunisie, 2014. 4. Maid in Love, Turquie, 2014. 5. Paolo Errico, Italie 2010. 6. Aleksandar Protic, Portugal, 2010. 7. La Nouvelle, Marseille, 2014. 8. Roze, Marseille, 2015. 9. Marion Vidal, France, 2011. 10. Senzou, Marseille, 2014. 11. Van Palma, France, 2016. 12. Lotocoho, Espagne, 2014. 13. Virginia Bizzi, Italie, 2016. 14. House of Ronald, Liban, 2010. 15. David Catalán,

Espagne, 2015. 16. Art/C, Maroc, 2011. 17. Charlotte Aire, Marseille, 2016. 18. Eymele Burgaud, France, 2010. 19. Occidente, Marseille, 2016. 20. Lsonge, Marseille, 2012. 21. Piment de Mer, Marseille, 2012. 22. Gwapita, Marseille, 2014. 23. Espigas, Marseille, 2016. 24. Amina Aguezay, Maroc, 2010. 25. Sara Melki, Liban, 2016. 26. Ali Drissi, Maroc, 2015. 27. Cozete, Marseille, 2016. 28. Charles & Ron, Malte 2015. 29. Bird on a Wire, Liban, 2014. 30. Le Stockholmsyndrome, Marseille, 2015.



31 32 33 34 35 36



37 38 39 40 41 42



43 44 45 46 47 48



49 50 51 52 53



54 55 56 57 58 59

31. Lara Khoury, Liban, 2011. 32. Günseli Türkay, Turquie, 2016. 33. Mademoiselle Hecy, Tunisie, 2015. 34. Jayko, Marseille, 2012. 35. Les Midinettes, Marseille, 2016. 36. Draz, Slovenie, 2016. 37. Adi Lev, Israël, 2016. 38. Rula Galayini, Liban, 2015. 39. J'ai épousé une Perle, Marseille, 2015. 40. Folklo by Ka, Marseille, 2015. 41. Zeldia Zang, Marseille, 2016. 42. Vadi Jewels, Marseille, 2016. 43. SayMyName, Portugal, 2015. 44. Gaffer and Fluf, Grèce, 2014. 45. Atelier Bartavelle, France, 2015. 46. Bashaques, Turquie, 2015.

47. Zorana Janjic, France, 2014. 48. Frau Blau, Israël, 2014. 49. Valérie Broux, Marseille, 2015. 50. Kodd'e's, Marseille 2016. 51. Olga Jeanne, Marseille, 2015. 52. Cabecco, France, 2015. 53. Aida Pekin, Turquie, 2011. 54. Miryaki, Italie, 2014. 55. Lei 1984, Marseille, 2016. 56. Baraa, Tunisie, 2010. 57. Mademoiselle Socialite, Marseille, 2016. 58. A. guery, France, 2016. 59. Ghitta Laskrouif, Maroc, 2016.



CREDIT PHOTO: FAUSTINE MARTIN

COLLECTION **AGNÈS PELLEGRIN** : BAGUE VERTIGE ET SAUTOIR OLYMPE,
BODY **NO SEASON ATELIER** (LAURÉATE **OpenMyMed Prize 2017**)

Agnès Pellegrin
JOAILLIER HORLOGER DEPUIS 1840



mm MAISON
m MÉDITERRANÉENNE
mm DES MÉTIERS
DE LA **MODE**

AGNÈS PELLEGRIN

8, RUE ANCIENNE MADELEINE – 13100 AIX-EN-PROVENCE – TÉL. 04 42 38 53 04
WWW.AGNES-PELLEGRIN.COM

Fashion Letters from... De Beyrouth à Tel Aviv en passant par Lisbonne, la Now Gen Med exprime sa vision Mode et ses enjeux.

From Beyrouth La Mode : ce rêve libanais.

Par Maria Nadim, journaliste chez Prestige Magazine. La mode va au delà du vêtement et de l'accessoire. C'est plus qu'une simple tendance. La mode représente une liberté d'expression. Une liberté pour la cliente d'exprimer sa personnalité à travers ses choix. Une liberté pour le designer d'exprimer ses émotions, de partager sa vision à travers ses créations et de laisser libre cours à son talent. De jeunes créateurs talentueux, il n'en manque pas au Liban. Bercés par la réussite internationale de leurs aînés - Elie Saab, Zuhair Murad, Rabih Kayrouz, Georges Chakra, Georges Hobeika... et tant d'autres - ils se permettent de croire en ce nouveau rêve libanais : se faire un nom dans le monde de la Mode. Mais le défi est de taille. ESMOD Beirut et trois universités libanaises de renom (qui ont chacune lancé leur école de Mode en collaboration avec des écoles internationales et des créateurs libanais) offrent un enseignement de qualité pour former les professionnels de demain. Après leur formation, ils font face à la dure réalité du marché. La Libanaise est connue pour son sens pointu du style, sa coquetterie assumée, son élégance à toute épreuve, s'affichant dans les dernières créations de ces grandes marques dont elle raffole : Chanel, Dior, Saint Laurent, Louis Vuitton... Elle se tourne vers les couturiers libanais (nouveaux ou établis, dépendamment du budget) pour leur robe de grand soir ou leur robe de mariée. Les couturiers libanais ont fondé leur empire et leur réputation sur la Haute Couture et le sur-mesure. Le savoir-faire des ateliers locaux est parallèle à celui des ateliers en France et en Italie.

Alors que la « vieille école » campe sur ce qui a fait sa renommée, la nouvelle génération s'efforce de se trouver une nouvelle identité, une signature propre à elle-même. Avec son style distinctif et ses créations contemporaines, Rami Kadi, vrai passionné de couture, lance sa maison de couture éponyme en 2014 à seulement 25 ans. Il aime expérimenter avec les techniques et les applique à la couture comme un alchimiste, comme avec ses robes glow-in-the-dark de la collection Hiver 2016 « Lucioles » utilisant du superluminova sur les fils et les paillettes. Jouant avec les contrastes, Hussein Bazaza, qui a lancé sa première collection en 2012, raconte des histoires au fil de ses imprimés et s'aventure dans le prêt-à-porter aux finitions couture. Sara Melki, lauréate 2016 du prix OpenMyMed, nous embarque avec elle dans ses différents voyages à travers les détails ethniques de ses créations. Nour Najem, lauréate 2017 du prix OpenMyMed, s'investit dans la mode durable en encourageant l'artisanat local. Silhouette épurée, elle s'inspire de l'architecture orientale pour habiller la femme moderne. La volonté de marier leur héritage oriental et leur inspiration occidentale réunit ces quatre étoiles montantes de la mode libanaise. Mais beaucoup reste à faire au niveau local pour encourager l'industrie et les nouveaux talents. Les initiatives sont rares. La Fondation Starch, fondée en 2008 par Rabih Kayrouz et Tala Hajjar est un incubateur de jeunes talents libanais. Le site Lebelik.com, jolie initiative lancée en 2011 par les jumeaux Louise et Michel Doumet, permet à des créateurs libanais de vendre en ligne et de partager leurs créations avec le plus grand nombre de gens. Parce que le design libanais doit être à la portée de tous. Le fond d'investissement Azure, ciblant le secteur de la mode libanaise, a vu le jour grâce à la Banque Centrale du Liban. Des initiatives qui restent timides. Encourager les créateurs et les couturiers reviendrait aussi à encourager le « Made in Lebanon » et à exporter ce savoir-faire aux quatre coins du monde.

From Lisbonne Une nouvelle ère au Portugal.

Par Carlota Pires, journaliste chez Vogue Portugal. Contrairement à l'Italie, la France et l'Angleterre qui ont une histoire remplie de références culturelles intimement liées à la Mode, le Portugal semble seulement maintenant s'éveiller à cet univers. Il y a, bien sûr, un passé marqué par les arts et un fort héritage architectonique – mais Lisbonne n'a jamais été un lieu de révolutions, comme celles qui se produisirent à Paris, à Londres et dans d'autres villes européennes, et qui ont tant propulsé la créativité dans le milieu artistique et culturel.

Nous avons vécu quatre décennies de dictatures qui ont suffoqué la liberté et, avec elle, les arts et la culture (supprimés par la censure), la volonté de créer et la soif d'innovation et d'avenir. Les idées sortant des sentiers battus ont été abolies et un conservatisme profond a été implanté. Pendant ce temps-là, dans l'Europe des années soixante des révoltes éclatent au nom de la paix, les Beatles se laissent pousser les cheveux et oublient les chansons d'amour pour écrire sur le sexe, les drogues et le rock'n'roll. C'est à ce moment-là qu'apparaissent des personnages androgynes comme David Bowie, qui a marqué autant la musique que la Mode et les groupes commencent à s'approprier les vêtements (ou leur absence) pour crier leur message. Le XXème siècle a assisté à l'apparition de quelques-unes des plus brillantes figures, des personnes en avance sur leur propre temps, qui secouèrent le monde de la Mode avec des idées avant-gardistes. Le Portugal n'a pas accompagné l'Europe dans cette évolution et a commencé à émerger de cet isolement après 1974. Dans les années 80, commencent à surgir les premiers magazines féminins avec un espace pour la Mode, comme Máxima. Elle et Marie Claire depuis disparu. Il y a pour la première fois de l'espace pour António Variações et d'autres figures de la nuit lisbonnaise qui ont commencé à créer leurs propres vêtements et accessoires.

En 1991 a lieu la première Fashion Week à Lisbonne et, des années plus tard, une association de jeunes entrepreneurs de Porto crée le Portugal Fashion, un événement à destination de l'industrie textile et de la chaussure, tous deux très fortement implantés au Nord du pays. Ces deux Fashion Weeks se maintiennent aujourd'hui entrecoupées

d'une semaine d'intervalle. Entre-temps est apparu Vogue dans les années 2000. C'était le premier magazine de Mode portugais et il est né de l'objectif de commencer à créer un nouveau paradigme au Portugal, au travers de la photographie, de l'esthétique, des arts, de la culture, de l'appropriation de nouveaux regards et du lancement de talents émergents du design.

Aujourd'hui l'industrie textile et de la chaussure continue à être l'une des plus fortes d'Europe, aux côtés de l'Italie, et c'est dans les usines du Nord du pays que Stella McCartney et Saint-Laurent produisent une grande partie de leurs collections. Cependant, la culture de la Mode est récente et il est encore difficile de trouver l'ouverture qui alimente la modernité – laissons à nos plus brillants créateurs, comme le duo Marques'Almeida, le designer de bijoux Valentim Quaresma, Alexandra Moura, Susana Bettencourt (OpenMyMed Prize 2017) et Luis Carvalho le soin de faire le premier pas en direction du futur.

From Tel Aviv La Mode plurielle

Par Korin Avraham, fondatrice du blog Yasalam. Je suis née sur une jeune terre, à la recherche de son identité. Israël a été bâtie sur la croyance que l'Histoire d'une petite nation peut survivre entre la religion juive et le libéralisme. Certains diront que ce mélange est impossible ; d'autres, plus optimistes, y verront un défi à relever.

Je suppose que je suis une personne optimiste. Une personne optimiste passionnée par la vie, par la création, l'art et la mode. Pour moi, la mode a toujours été plus que ce que l'on porte ; elle est notre attitude, notre histoire personnelle et ce que nous sommes. Je pense qu'au même titre que l'Etat d'Israël, la mode israélienne s'est cherchée - et se cherche toujours - une identité.

Pendant mes travaux, j'ai eu l'honneur de travailler avec certains des grands noms de l'industrie mondiale de la mode. J'ai apprécié leur travail et leur attention pour le détail et la qualité, mais malgré tout, lorsque j'étais invitée à certains événements importants tels que des Fashion Weeks ou le Festival de Cannes, je décidais de porter des modèles issus de la mode israélienne.

Pour moi, cette mode est une ouverture sur un Univers de talent, de créativité et de passion. J'ai découvert certains jeunes talents, tels que Sharon Moshi, Shahar Avnet, Shoran Efrati et Inbal Maimon, qui m'ont fait la grande joie de pouvoir donner vie à leurs pièces à l'occasion de Fashion Weeks diverses.

J'ai pu rencontrer certains créateurs régionaux spécialisés en tenues de mariés et de cocktail, qui, à mon sens, font partie des meilleurs au monde. Je veux par exemple parler d'Anael Levi, de Zahavit Tshuva, de Dorit Bar ou encore de Yuval Bavid, Vivi Bellaish, Elen Lukash, Hagar Kedmy et de nombreux autres. Et, bien évidemment, les créateurs régionaux d'accessoires et de bijoux qui excellent par leur talent (le créateur de chapeaux Tami bar lev, le créateur-bijoutier Keren Wolf, sans oublier Adi Lev Noritany et Ruby Star, la collection de sacs faits main par Ziv Fetter, la célèbre marque de maillots de bain Gottex, le talent tout neuf Shani Shemer, et bien sûr les collectifs PAP (pour les hommes) avec Eliran Nargassi et Studio Hannah (pour les femmes), tous deux lauréats OpenMyMed Prize 2017.

Je pense pouvoir affirmer que la mode israélienne est multiculturelle, sophistiquée, sexy, novatrice et raconte l'Histoire des peuples de la Méditerranée à la perfection. Je suis personnellement convaincue que la mode israélienne a encore de beaux jours devant elle, aussi bien en terme de production que de création, de par sa grande diversité de tissus et sa capacité à mélanger parfaitement les tenues habillées et décontractées (nombreux sont les gens qui assistent aujourd'hui aux cérémonies de mariage en jean !). Et tout ça sans bénéficier d'aucune aide extérieure... Mais, en tant qu'éternelle optimiste, je veux croire que la créativité et le talent de ce pays sauront se frayer une voie dans l'Univers de la mode, et dépasser les obstacles qui se dressent sur sa route.

SAN MARINA

ET SI TOUT COMMENÇAIT À VOS PIEDS

ESSAI N°7

DÉFENDRE LES COULEURS



sanmarina.fr

General Definition

By Matthieu Gamet, President of the Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode (MMMM) MMMM, four identical letters which symbolise the Nouvelle Vague Mode fashion scene, unique, exceptional and avant-gardist. The first M, Maison, stands for the institution which brings together the other Ms: M for Mediterranean, M for Mode... fashion and M for the diversity of Métiers and trades which it covers. The acronym also stands for the unique and transverse vision of the Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode which supports and develops new fashion talent.

Bringing together in Marseille creativity from around the Mediterranean basin along with all the different Fashion Trades, to create and reveal the NOW GENERATION, is an audacious challenge, but one which works. The OpenMyMed Prize brings together and supports 19 Euro-Mediterranean countries and 91 laureates so far. The second edition of the OpenMyMed Festival is giving carte blanche to the young and talented fashion designer Simon Porte Jacquemus, for two exhibitions of his work in Marseille; at the Museum of Contemporary Art, the MAC, and at the Mucem, the Museum of the Civilisations of Europe and the Mediterranean. Last but not least, the complete cycle of Degree Course (Licence) and Masters 1 & 2 in Fashion and Textile Trades, co-created with Aix-Marseille University, will soon benefit from the creation of 2 University Chairs in Fashion, "Fashion Craft and High Tech" and "Retail 3.0". Two major changes and challenges which follow the developments and directions of the new Fashion System. Marseille is to Paris what Los Angeles is to New York: a major concentration of talent, energy and creativity united around 4 Ms.

Editorial

By Claude Perrier, President of La Provence and Corse Matin On behalf of the La Provence Group I am very proud and pleased to be a partner of the OpenMyMed Festival for the second year running. The use of our rotary printing presses to produce this magnificent "special edition" is a fine illustration of our partnership.

OpenMyMed is an audacious festival which celebrates the talents of the Mediterranean and participates in making Marseille the Fashion Metropolis of Southern Europe. At the same time it also develops the reputation of our region on an international scale. For us it is a major tool and lever for economic growth, and a very positive vehicle for the image of our city and region.

We are attracted to this truly intercultural event by the diversity of its programme which mixes Fashion, Photography and Contemporary Art.

Once again the Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode has succeeded in bringing together creators and designers around the central theme of the Mediterranean, in some prestigious locations, like the MAC (Museum of Contemporary Arts) and the Mucem. This is particularly true of their guest of honour, Simon Jacquemus, who has a love affair with the Provence region.

Our mission is to advertise the Festival and make it known to the general public, as well as to the influential actors in our region, by putting it under a media spotlight. We use all the formats available to us, from "paper" to "digital".

I would like to warmly thank the MMMM's representatives, Maryline Bellieud-Vigouroux and Aurélie Vigouroux, as well as the institution's President Matthieu Gamet, for their commitment and confidence.

Foreword

By Françoise Montenay, President of the Maison Chanel's Supervisory Board & Member of the MMMM Board

MMMM The Maison Chanel is a privileged partner and sponsor of the Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode (MMMM). What are the reasons behind this support? What are the strengths and advantages of the MMMM?

FM We have been a sponsor and partner for a long time and have followed and supported their missions and initiatives since the creation of the Fashion Museum! Not only are we committed to supporting all their activities in terms of training and education, but we also support the OpenMyMed Prize which encourages creativity. We have always supported creation and creativity, as creators are artists. It is important to help them live from their artistic creativity and develop on the international scene.

MMMM What role can Marseille play as a city of Fashion?

FM We have been convinced since the beginning that there is a real Mediterranean style. It involves the colours and talent of the Mediterranean basin. Marseille is ideally placed to play a role as the melting pot and porte-parole of this style throughout the world. The city can even become its capital! It already has an efficient structure in place, a festival, the OpenMyMed, which is moving in this direction. Unfortunately, I am not completely sure that the city is fully aware of the strengths and advantages it has... Fashion needs to be supported by the city's institutions. Public finance is still very limited, even though fashion is an important cultural sector. Furthermore the people in Marseille have shown that they are interested in creation and creativity. Marseille should really take advantage of this situation and the Marseille-Provence year of culture in 2018 is an amazing opportunity!

MMMM The MMMM has co-created the first complete university course in Fashion Trades, to Degree level (Licence) and Masters, as well as the creation of a University Chair in Fashion. How are you involved in these courses?

FM We encouraged and supported the creation of these university courses with Aix-Marseille University (AMU). They are pragmatic courses very much adapted to the needs of companies. The teachers and external professionals perfectly understand how the modern business and fashion worlds work. Our Department Heads contribute to the courses at the MMMM and AMU. For example, our Head of Worldwide Merchandising adores being a guest speaker and finds the students motivated with a good basic knowledge. She teaches them about the creative dramatisation of products. We also regularly take students for work experience and are very pleased when...

MMMM From Yacine Aoudai in 2016 to Simon Porte Jacquemus this year, what inspires you about the success of the OpenMyMed Festival?

FM OpenMyMed is showing the way! It is good to have two more partners this year. Both exhibitions of Yacine Aoudai's work last year were remarkable. This year, with Jacquemus, it is excellent that they are showing a second talent which is completely different. It is another step in the process of revealing how creation and creativity interprets the world. Particularly creation and creativity from Mediterranean Europe!

By Sidney Toledano, CEO of Christian Dior Couture & Member of the MMMM Board

MMMM La Maison Dior is a privileged partner and sponsor of the Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode (MMMM). Why this historic support?

ST We totally agree with the objectives of the MMMM. We share with them our experience, skills and know-how. But it is certainly because of the word Mediterranean! It has the same effect on me as the word Marseille... this city which is open to all the civilisations around the Mediterranean basin. Marseille was my first stop in France. I owe the city a lot. I stayed a few years and did part of my studies here. This city is a welcoming door to a France which knew how to welcome people, and I hope it continues that way. Moreover, fashion is one of the aspects of culture which is very important. Look at the careers people have had, for example Azzedine Alaïa who was able to express his art as a couturier very quickly after his arrival from Tunisia. You arrive with your culture, your knowledge and your baggage. And the Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode helps with all that, allowing young talented designers to quickly find work.

MMMM What role can Marseille play on the world stage?

ST Some solid foundations are being put in place. I am a builder and I always look at the roots. Marseille has a number of advantages and strengths, for example Aix-Marseille University then there is the MMMM with Maryline Bellieud-Vigouroux, Matthieu Gamet, and these young talented designers who come from all around the Mediterranean basin. Marseille also knows how to attract businesses and success stories. There are some global brands which started off in Marseille. For example the Marciano brothers who created Guess, they were born in Morocco but grew up in Marseille! Mix is good, not wanting to upset Mr Trump... It generates a cultural energy. On top of that, fashion needs reactivity. In Marseille you find this essential quality of agility and reactivity. Marseille is a city of street fashion. It has a wealth of talented designers, and an energy which I can feel. It also has implication. Marseille + fashion, is a great equation.

MMMM The MMMM co-created the first complete university course in Fashion Trades, including Degree level (Licence), Masters 1 & 2 and now a Chair in Fashion. How do you get involved in this course?

ST Teaching is a fabulous tool. AMU is a very large university. In fact I have some very precise memories as I was also a university student at Saint-Charles. It is necessary to structure transmission and participate in it and AMU is fully aware of that and has provided adequate resources. My teams come regularly to explain their fashion trades, including design, marketing, retail, merchandising... The students really need to learn how to approach and deal with the corporate world and business and how to present themselves. We organised a session where we gave advice concerning putting together video CVs.

MMMM What inspires you about OpenMyMed with JACQUEMUS as guest of honour this year?
ST It is important that major creators and designers inspire young talent. To that extent OpenMyMed is essential. JACQUEMUS is fantastic. You have to touch the imagination and create the desire.

Translations

Jacquemus

By Aurélie Vigouroux A very private interview with Simon Porte Jacquemus, 27 years old, 16 collections, around 7 million Euros in sales, an Instagram account with around 300,000 followers, a selective worldwide distribution, a host of stars that snap up his latest creations, in 2015 the LVMH Prize special jury prize, Simon Porte Jacquemus has very quickly become a member of the upper echelons of the Fashion world. A success which will be crowned in May as the guest of honour at the OpenMyMed Festival in Marseille, produced by the Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode. He will be presenting "Marseille je t'aime" a double exhibition, "Archives" and "Maisons" at the Museum of Contemporary Art (MAC) and "Images" at the Museum of the Civilisations of Europe and the Mediterranean (Mucem) featuring his creative, poetic and fun universe. On 14 May he will realise a childhood dream, having a runway show of his collection "Les Santons2 de Provence" in the land of Marcel Pagnol.

AV How do you pronounce Jacquemus?
SPJ With an S!
AV Why did you choose the world of fashion?
AV I didn't choose fashion per se, what I really wanted to do was tell stories, and fashion is a good vehicle for that.
AV Young and self-taught, how did you learn your trade?
SPJ In fashion, you don't have to know by heart how to make a pattern; you have to know exactly what you want, down to the last detail, like buttons. You have to draw very precise fashion figures.
AV For you, what is the contemporary definition of a fashion designer?
SPJ Associating the image to sales. Being very precise with the image and sticking to it, creating strong images with garments which will sell at the same time
AV Circles and squares, what does this signature represent?
SPJ I have always been obsessed with geometric shapes. Spontaneous shapes and forms that I wanted to be identified with Jacquemus to create a strong visual signature.
AV "Les parasols de Marseille", "Les Santons de Provence", "L'amour d'un gitan", to what extent is the South of France part of your inspiration?
SPJ There is always something of the South of France in my creations, something about the sun and its energy which is pervasive. All my collections are autobiographical: I am a child of the South and always will be. This attachment is even more direct in my last two collections "Les Santons de Provence" and "L'amour d'un gitan". The "Les Santons de Provence" collection was a turning point, of which I am proud, because it was both sentimental and linked to my roots, and ended up being a success that I didn't expect. Every time I see it in a magazine I get all emotional.
AV There is always a touch of humour in your collections, why is that?
SPJ I smile all the time and I like a smile in fashion, it's my character, I'm amused by everything. Recently there is a little less of a touch of humour, as JACQUEMUS woman is a touch deeper.
AV If you had to keep only one of your creations, which one would it be?
SPJ I don't keep the garments I design. At the moment, they affect me, but I can't keep them, as at some point I actually live them, but time passes on and so do they. The "La piscine" runway show with all my team was a turning point, as was that of "Les Santons de Provence".
AV What are the garments that you would have liked to create?
SPJ I'll copy Karl Lagerfeld, the white shirt.
AV Scenography and production are essential aspects for you, why is that?
SPJ I tell stories through my garments, so the picture and image are an essential part of my work. When I start working on a collection I can already see the runway show, the campaign... I basically create the image of each woman before I actually create the garments.
AV How do you feel about your image on social networks?
SPJ I've always been on social networks. I created my first blog when I was twelve. I created a scenario for myself and made up stories for my young cousins and friends. I never censor what I put on the internet. If it's about my life, my style and me, then I can and I do freely published. I don't talk about my life just for the sake of it. I have something to say and images to show.
AV How did you envisage your first exhibition?
SPJ When the Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode invited me I was excited but I was also a little nervous. I didn't want to just put the garments on a mannequin, I wanted to take a different approach to being in a museum.
AV Why did you choose the title "Marseille je t'aime", Marseille I love you. What were you trying to express by that?
SPJ The choice of title was self-evident! I fell in love with Marseille when I was an adolescent. It's my way of saying I love Marseille.
AV It's also the title of a book you published at the same time. What is your view of Marseille?
SPJ The book is purely poetic and full of metaphors. Images of Marseille as seen through my eyes and those of the artists who worked with me on the project.
AV What did you want to express with the exhibitions at the Mucem and MAC?
SPJ The Mucem is linked to me and the images that I make every day, more than 400! "Images" is a personal exhibition which shows my videos and photos on a wall of screens. For the MAC I created some objects which are more artistic. "Maisons" is an exhibition with sculpture-houses: one round and one square, which show the Jacquemus archives in a new and different way. The exhibition "Archives" has photographs which plunge you into the human sculptures of Willi Dorner, made in the Calanques rocky creeks in Marseille.
AV Why did you want to complete this invitation with a runway show of the "Les Santons de Provence"?
SPJ It was something I thought about doing as soon as I got the invitation! And the "Les Santons de Provence" collection is the runway show which is made for Marseille. It is a dream and an honour to inaugurate the first fashion runway show in Marseille.
AV Do you have a daily routine?
SPJ I get up early and have breakfast. If I feel motivated enough I'll go for a run. I go to the office on a bicycle. My bike and me is a love story. When I get to the office I wear two hats, the first being the Director of my label, and the second is being Creative Director. During the morning I have one development meeting after another. In the afternoons we have fitting sessions for new models. Afterwards, each day is different, I'm moving around a lot at the moment.
AV Do you have any bad habits?
SPJ My telephone... I'm always on the telephone!
AV What song do you listen to in secret?
SPJ I don't have secrets, I share everything with everybody.
AV Who would you dream about meeting?
SPJ Picasso. People you can't meet are the best, because you dream about meeting them.
AV Do you ever get an attack of nerves or stage fright?
SPJ It depends. I don't get nervous before a runway show because I know exactly what I'm going to show. However, I sometimes get nervous before meeting people.
AV This year you were part of the jury for the OpenMyMed Prize. What essential advice would you give to a young creator or fashion designer?
SPJ Don't get any advice, is the best advice. Just listen to yourself. There is no road to success, just the road you take.
AV What is your next dream about?
SPJ I've got loads. Starting a family...

1. Houses
2. A santon is a small figurine used to adorn the Nativity scene at Christmas
3. The love of a gipsy
4. Swimming pool

Festival OpenMyMed and Jacquemus "Marseille je t'aime", "Maisons" and "Archives" at the Mac, from May 12th 2017 to January 14th 2018. "Images" at the Mucem, from May 14th 2017 to July 31st 2017. "Les Santons de Provence", runway show on May 14th 2017 at 7 pm.
Featured in "Les échos Série Limitée"

Marseille je t'aime, the book

"I've wanted to make a book about Marseille for a long time, and I wanted to make it with friends, artists from all around the world, bringing them together in this city that I love, mixing their work, Marseille and my vision. Sharing Marseille beyond borders."

In order to share «Marseille je t'aime» with as many people as possible, Simon Porte Jacquemus decided to make a book about Marseille. This is a picture book structured like a poem. Many series brought together photographs, still lives, portraits, paintings, collages, all made specially for this book. Artists and friends came together around a single theme: Marseille. Exclusive images created by some twenty artists, among whom

M for Marseille I have always loved Marseilles. I have never lived there, but I have often visited the city. I have always dreamed of it. Dreams, I say, but you need proof. When I created the Louis Vuitton City Guide which I published in 1998, it was obvious for me that Marseilles should be included, but it surprised plenty of people. When you are demanding about the term “cosmopolitan” you find that there are not many cities in the world that fit the description, but there are a lot which have a large mixed and foreign population. Ours has a much wider reach than a particular and short-term interest, it is carved by centuries of multiple arrivals and settlements of both individuals and populations. Deep-rooted in the North, it’s the Mediterranean’s “world city”. It’s the city of the future, but unfortunately Marseilles is not always aware of it.

M for “Mode” Fashion Definitely not futile but happy, necessary, obvious, surprising, inventive and functional. At least one garment but always an allure with a style. A point of view that is always changing, a projection that always feeds off respecting the work ethic, the know-how, the materials and those who wear fashion.

M for MMMM M for necessity, to secure the town with knowledge and skills attached firmly in the younger generation, training and transmission. M for initiative, capable of helping other sectors the city needs. M for duty, for everyone to improve, then share what they have received and learned. M for future.

M for Meeting Meetings, encounters, movements... Marseilles has the possibility to be an extraordinary crossroad. But it is not given. Everybody, each individual, must help at their level to achieve it.

Tajima Europe

The Japanese Group Tajima specialises in industrial sewing and embroidery equipment. They have opened their European site in La Giotat, outside of Marseille, to develop their markets around the Mediterranean. The mission of their CEO Franck Raynal is to provide fashion designers and creators with a better understanding of the innovative techniques and technologies used, thereby expanding the dimensions of the duo Fashion + Tech.

M for Mediterranean M for the Mediterranean basin, which has played a major role in my career so far. It reflects a culture full of history which is shared by many other countries geographically near to France. Today it plays a fundamental rôle in my functions working for a Japanese company which is open to the world.

M for “Mode”... Fashion Fashion remains a major challenge for our business. Although we are too often associated with an industrial image, which in fact is exactly what we are, the goal of Tajima Europe is to get close to fashion designers, creators and artists to explain to them the scope of our innovative technologies, which can be used as part of this major art form.

M for MMMM The MMMM is an important institution where you can meet and get to know young fashion designers. It is a formidable tool for training the future generations which will be involved in the fashion world. Our objective is to support these students and new designers and creators, and help them develop their knowledge and their own strategies in the future.

M for Meeting Our next meeting with these young fashion designers will be with the laureates of the 2017 OpenMyMed Prize. For us it will be an excellent opportunity to share and exchange ideas and opinions. The workshop we are organising this year will no doubt be a source of inspiration for them, and the beginning of an exciting experience for its 3 winners who will design a unique piece.

Marseille New Gen

Overlapping interview between Jean-Philippe Agresti, Vice President of the partnerships with the Aix-Marseille University (AMU) socio-economic organisations, and Maryline Bellieud-Vigouroux, in charge of Sponsorships at the Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode (MMMM) – the Mediterranean Structure for the Fashion Profession – and concerning the full course leading to the Professional Licence in Management of Fashion Products and the Master 1 & 2 in Management of the Fashion Professions. **By Fabienne Berthet**

FB What is at stake of the Master in Fashion Professions?

JPA After creating a professional Fashion licence in 2006, the Mastership in the Fashion Professions, created by Yvon Berland, chairman of the Aix-Marseille University (AMU) within the Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode (MMMM), is a great success. Its stakes? To train in the professions linked to creation and design at a Baccalauréat + 4 and 5. It meets the economic needs of national and international businesses. With one million jobs and 150 billion Euros annual turnover in the country, the success of the fashion and textile sector speaks for itself.

FB The MMMM has for ever been supporting the reinforcement of training opportunities?

MBV The MMMM is acknowledged altogether by the communities and the private sector for its global approach of the clothing fashion sector. Its main vocation is training, and the ambition to ensure that Marseille becomes a training university hub open to foreign students from all around the Mediterranean area – and they represent 35% of the students – in order to boost the rising of future fashion entrepreneurs.

FB The AMU works hand in hand with the industrial partners?

JPA The university aims at being ground-breaking, and at developing a state-of-the-art training course to meet the requirements of the industry and the country. Within the Board of Directors of the MMMM, exchanges with the partners in the luxury world such as Dior and Chanel define the profiles required. The sector lacks managers, but also commercial staff, salesmen, shop managers, which is of course in line with the development of retail networks, the spearhead of the luxury and fashion distribution.

MBV The regional businesses like Sessin or American Vintage, which are in full international development, also show an equal interest. This new generation, stars of the industrial ready-to-wear, is seeking staff for the future to enhance its shop network and marketing teams in order to support their international expansion.

FB What are the opportunities for the students?

JPA Entering the profession is immediate.

There are close links between the professional licence, which selects 35 students, and the Master, with approximately 25 per year. Students are recruited after their training, and 76% of them are even offered a fixed term or permanent contract before they are through.

MBV It is also interesting to note that students come from all sectors of tuition. Only 2% come from sectors traditionally linked to fashion, which is good for broad thinking and boosting the tuition. Since it appears to always be ground-breaking, what is the scope for development linked to this training offer?

JPA In order to meet the requirements of the Fashion businesses, one of the targets is to create two new Chairs: “Fashion Crafts & High-Tech” and “Retail 3.0”, which will blend together a vision of university research and an operational expertise. This represents an innovative approach, contributing to the international image of the university as well as of a fashion sector in full expansion.

OpenMyMed Prize : Manual Guide

By Luc Clément, Editor Marie Claire Méditerranée **Marketing, business, emotion** The great march of the 2017 OpenMyMed Prize. In the end they are 20! At the beginning they were 156 candidates, reduced to a short list of 40 by an international jury, then subjected to an on-line vote where more than 15,000 people participated. All of them intimately linked to the Mediterranean, but all different and more or less advanced along the road to creating their own Fashion House. The creators who are laureates of the 2017 OpenMyMed Prize are the winners of a particularly difficult and arduous selection process, will be invited by the Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode (MMMM), from June 6th to June 9th 2017. “I was sincerely amazed by the general level of quality, even at the pre-selection stage. A very experienced eye had been cast over them beforehand.” We appreciate such comments coming from Jayne Estève Curé, a consultant to the fashion elite and graduate from the French Higher School of Clothing Industries and the French Fashion Institute. She, along with Olivier Guillemain, Creative Director and President of the French Colour Committee, and Olivier Vedrine, a designer-architect and lecturer at the Camondo private school for the decorative arts in Paris, will be responsible for coaching the laureates as part of a strategic mission and initiation to help each one create and develop their own brand strategy.

Did Balenciaga or Schiaparelli have a brand strategy? Between the mimicry of fast fashion, the multiplication of intermediary collections, see-now-buy-now, and capsule collections with statospheric success generated by the Who’s Who of pop-up-people, bloggers or an inactive FLOTUS? – we have the heroes we deserve –, it is difficult to tell the wheat from the chaff. How do you go about creation? More importantly, how do you register and keep its singularity over time with coherence and legibility? That is the role of having a brand strategy, and Jayne and the two Oliviers are experts in this field. “Creators have their own specific signatures. Of course originally they didn’t need a brand strategy, but today there is too much fashion on offer, it’s excessive.” This strategy is de facto an essential tool for the creators themselves, like an aid for their creativity. An introspective exercise which involves probing the personality of the creator to understand what makes him or her tick. “When we create something, says Alber Elbaz, we should start first of all with a dream and intuition. Marketing comes afterwards, not before.” Jayne Estève Curé looks to define the universe of the creator, their inspirations and hopes, muses and icons, in order to capture the subconscious. To do this she has developed an exploratory method bases on the 5 senses. “My objective is to arrive at the instinctive inspiration, an emotion at the source of the creative process.” A quasi anthropometric exercise takes place in parallel, collecting signs and indications – logos, visuals, taken verbatim from social networks, visits to points of sale, testimonies and accounts which piece by piece make up the perceived identity of the brand. Is this inspection an accurate reflection of the mental universe of the creator? Does their existing customer match and conform with their ideal customer? The role of the brand strategy is to guarantee this coherence. “A label must have resonance with its public” confirms Jayne Estève Curé, “we live in a time which is looking for authenticity, where the notion of community inevitably emerges.” Brand strategy, therefore, becomes a scenario which draws from the brand’s founding elements and allows the creator to “tell a different story every season” while at the same time enriching their underlying, founding story, which is at the heart of their creative project.

Telling the same old story? Brand strategy makes a concrete operational and strategic contribution to the label, which is the key to its successful development. “It is a guide which makes the intangible tangible, a physical materialisation of the brand which translates its mission, its statement, values and personality. From the idea to the final offer, the process can become a very efficient exercise.” If we return to our 20 laureates, Jane and the two Oliviers have designed for them a coaching programme in 3 dimensions. Analysing what already exists, sources of inspiration and exploring the 5 senses, five half-days spent working together, ending

48

with 3 workshops being realised in parallel. Jayne will work on the process of researching creative identity and its relationship with what is currently fashionable. Olivier Guillemain will work on the essential question of colour. Olivier Vedrine will look more towards what happens in the retail sector, displays and scenography and creative dramatisation. Discussions and exchanges will take the form of mini-briefs, mood boards and written documents. “It’s not about inventing a story; that usually fails. It is more about identifying a form of truth and refining it to help each creator take a large step forward. We use a methodology which looks at each person and takes into consideration their individual levels of evolution and development.” Creative identity is untouched and marketing is there to provide a framework which encourages its fulfilment. Jayne makes the point that she sometimes works with managers who think like creative people. Why is it, therefore, that creative people do not think like managers? Based on her experience as a teacher at the French Fashion Institute and the School of Decorative Arts she points out that “if fashion creators and designers are artists who have chosen the medium of clothing, today they also know how to recruit their associates and co-workers, design boutiques or marketing communications campaigns and run international groups.”

Business is Muriel Our 20 laureates are very lucky! As well as the marketing coaching around brand strategy by our 3 experts, they also benefit from Muriel Piaser’s outstanding knowledge and know-how in terms of commercial development on an international scale. As one of the MMMM’s year round team of expert professionals, she is known in the industry to have a key asset, namely, one of the best address books with over 300 selected buyers, including some of the most influential in the world in major department stores, concept stores, buying offices, and e-stores. If Muriel has connections which make her the envy of all the designers in the market, it would be wrong to reduce her talent to a few vCards, even if they are gold. With 15 years experience in Paris, New York and Tokyo, her strategic vision is a precious strength and advantage for the 2017 laureates who will participate in her prospectively entitled master class “International business development & promotion Buyers process.” It will provide each one with the opportunity to refine their market positioning, work on adopting collection plans and a pertinent pricing policy, as well as developing their own international sales strategy. The main objective behind this work is to be in a position to successfully launch a 2018 Spring/Summer collection.

Moving from lifestyle to mind style

“Today’s buyers are looking for a sense, and a richer experience. Creators and designers must produce added value, create emotions, favour and support the passage we now know from lifestyle to mind style.” Muriel Piaser adds to her perfect knowledge of each facet of the fashion industry in terms of international business, with a real vision and aptitude for picking up the latest trends. She explains that her mission consists of “structuring a working tool to better understand the market.” To this end, she has chosen to provide the MMMM with 6 master classes mentoring for one of their laureates, Susana Bettencourt. “I saw her runway show during Lisbon Fashion Week, with excellent work of creative knitting, it was my favourite.” If you really want to know, the support provided to each laureate creator and designer has a value of around €0,000, a considerable effort by the MMMM and their team of experts. Which just goes to show that the planet fashion does not upset Saturn and doesn’t always devour its own children.

Fashion Letters

From Beirut to Tel Aviv via Lisbon, the Now Gen Med expresses its Fashion vision and its stakes...

From Beirut Fashion: that Lebanese dream by Maria Nadim, journalist at Prestige Magazine. Fashion is not limited to clothing and accessories. It is more than just a trend. Fashion is freedom of expression. Freedom for the customer to display her personality through the choices she makes. Freedom for the designer to disclose his/her emotions, to share his/her vision through his/her creations and to let his/her talent loose. Lebanon is not short of young creators. Comforted by the international success of their predecessors - Elie Saab, Zuhair Murad, Rabih Kayrouz, Georges Chakra, Georges Hobeika... and many others, they are keen to indulge in this new Lebanese dream: to make a name in the Fashion world. However, the challenge is tough. ESMOD Beirut and three renowned Lebanese universities (which have each launched their fashion courses in cooperation with international colleges and Lebanese creators) propose quality tuition to train tomorrow’s professionals. Once fully trained, they are confronted with the harsh reality of the market. The Lebanese woman is known to have a sharp eye for style, her assumed coquetry, her elegance in all situations, displaying the latest models from those great brands she loves: Chanel, Dior, Saint-Laurent, Louis Vuitton... She turns to the Lebanese fashion designers (new or well established, depending on the budget for the great evening or her wedding dress. Lebanese designers have built their empire and reputation on Haute Couture and tailor-made. The know-how in local workshops is as good as that found in France and Italy. While the “old school” rests on what made its status, the new generation attempts to define a new identity, its own signature. Supported by his specific style and contemporary creations, Rami Kadi, with his genuine passion for clothing, launched his eponym fashion business in 2014 aged only 25. He likes testing new techniques, and applies them like an alchemist, as can be seen in his glow-in-the-dark dresses of the “Fireflies” Winter 2016 collection where he uses Super-Luminescent on threads and glitter flakes. Using contrasts, Hussien Bazaaz, who launched his first collection in 2012, tells stories through his printed fabrics, and ventures into the ready-to-wear with couture finishings. Nour Najem, winner of the 2017 OpenMyMed prize, focuses on sustainable fashion while supporting local handicrafts. Sleek silhouette, she finds inspiration in oriental architecture to dress up her modern woman. The determination to blend their oriental heritage and occidental inspiration brings together these four Lebanese fashion rising stars. There is still a lot to be done however to encourage the industry and new talents. Initiatives are scarce. The Starch Foundation, launched in 2008 by Rabih Kayrouz et Tala Hajjar, is an incubator for young local talents. The www.lebelik.com website, a likeable program created in 2011 by the twins Louise and Michel Doumet, enables Lebanese creators to sell on-line and share their creations with the widest public. Because it is crucial that Lebanese design is made available to all. The Azure Investment Fund aiming at this specific sector was born thanks to the Lebanese Central Bank. Initiatives, however, remain inhibited. Encouraging creators and designers would simultaneously support the “Made in Lebanon” brand, and export this know-how worldwide.

From Lisbon The beginning of a new Fashion era in Portugal by Carlota Pires, journalist at Vogue Portugal. Contrary to Italy, France and Britain, which benefit from lengthy, intimately connected cultural links with the Fashion world, Portugal seems to be only now awakening to it. There are obviously strong connections from the past to art and a powerful architectonic heritage, but Lisbon has never been the place for revolutions like those that struck Paris, London and other European cities, and which have generated such creativity impulses in the art and cultural worlds.

We have supported four decades of a dictatorship, which have smothered freedom and, with it, arts and culture (enslaved by censorship), the will to create and the call for innovation and a future. Ideas outside the box were obliterated, and deep conservatism established. Meanwhile, throughout the ninety sixties Europe, social disturbances develop in the name of Peace, the Beatles lest their hair overgrow and forget love songs in favour of sex, drugs and rock’n’roll. This is the time when androgynous characters appear, and he has put his stamp on music as well as on Fashion, and groups begin to use their clothes (or lack of) to deliver their message.

The 20th century has witnessed the surge of some of the most outstanding characters, people way ahead of their time, who shook the world with futuristic ideas. Portugal did not follow that European trend, naturally, and only started to emerge (slowly) from its isolation after 1974. During the 1980’s appear the first women’s magazines including Fashion, such as Máxima, Elle and Marie Claire – now long gone. For the first time ever, there is an opening for António Variações and other stars of the Lisbon nights, who started creating their own clothes and accessories.

The first Fashion Week in Lisbon was in 1991 and, many years later, an association of young creators from Porto launched the Portugal Fashion, an event which was initially focused mainly on the textile and footwear industries (with a powerful stronghold in the North of the country). The two fashion weeks remain operational, now with a one week interval. Meanwhile, Vogue appeared in the years 2000. It was the first Portuguese Fashion magazine, and it’s initial purpose was to launch a new paradigm in Portugal, encompassing photography, aesthetics, arts, culture, as well as an opening towards new considerations and launching emerging design talents.

Today, the textile and footwear industries remain among the strongest in Europe with Italy, and Stella McCartney and Saint-Laurent have a great deal of their collections produced there. The Fashion culture still is a recent venture, and it remains difficult to find the opening towards modernity: let the Marques Almeida duet, the jewellery designer Valentim Quaresma, Alexandra Moura, Susanna Bettencourt (OpenMyMed Prize 2017, and Luis Carvalho take the first step into the future.

From Tel Aviv Pluralistic Fashion by Korin Avraham, founder of Yasalam blog. I was born in a young land that tried to find it’s own identity. Israel was built on a belief that the history of a small nation can survive in a combination of the Jewish religion and a liberal point of view, some will say the impossible combo, while optimist will say that’s an exciting challenge.

I guess I’m an optimist, an optimist that has a great passion for life, to design, to art and to fashion, and for me fashion was always much more than what you wear, it’s your attitude, your point of you and the story you tell. I believe that just like the state of Israel, the Israeli fashion looked for its own identity and still is in a way. During my work I’ve been very privileged to work with some of the big names in the worldwide fashion industry, I appreciate their work and attention to details and quality, but still, when I had a key events I attended like fashion weeks and Cannes Film Festival I’ve decided to appear with an Israeli designs. It opened for me a whole world of great talent, creativity, and passion for design.

I discovered some fresh talents like Sharon Moshé, Shahar Anvet, Shoran Efrati and Inbal Maimon that made me so proud bringing life to their graduation works during fashion weeks. I was exposed to local evening and bridal designers that to my opinion are one of the best in the whole world like Anele Levi, Zahavit Tshuva, Dorit Baror, Yuval Ravid, Vivi Bellaish, Elen Lukash, Hagar Kedny and much more. And of course, the accessories and jewelry local scene that is a super creative one (The hat designer Tami bar lev, the jewelry designers Keren Wolf, Noritany and Ruby Star, hand bags by Ziv Fetter, the legendary swimwear house Gottex and the fresh talent Shani Shemer), and the PAP with new exciting proposal for men with Eliran Nargassi & Studio Hannah for women (both OpenMyMed Prize 2017 laureates). I think that what I can say today about Israeli fashion is that it’s multi-cultural, sophisticated, sexy, innovative and tell an interesting Mediterranean story. I personally believe that there is still a long voyage ahead as designing or producing in Israel it’s still limited in terms of the fabrics you can find here, a culture of casual and even sloppy outfits (a lot of people actually show up to weddings in denim!) and no government support. But... as a Mediterranean optimist, I want to believe that soon the talent and the creativity will find it’s own way to keep on designing in the holy land and rise above all the difficulties on the way.



Remerciements Matthieu Gamet Président de la MMMM et Maryline Bellieud-Vigouroux Conseiller Mécénat, remercient tout particulièrement les contributeurs d’OpenMyMed :

Monsieur Jean-Claude Gaudin, Maire de Marseille, Président de la Métropole Aix-Marseille Provence et Vice-Président du Sénat, Madame Anne-Marie D’Estiennes D’Orves, Adjointe à la Culture Ville de Marseille, Madame Caroline Pozmentier, Adjointe au Maire de Marseille, Monsieur Didier Parakian, Adjoint au Maire de Marseille, Madame Martine Vassal, Présidente du Conseil Départemental des Bouches-du-Rhône, Madame Sabine Bernasconi, Vice-Présidente Culture du Conseil Départemental des Bouches-du-Rhône, Monsieur Christian Estrosi, Président du Conseil Régional Provence Alpes Côte d’Azur, Madame Audrey Azoulay, Ministre de la Culture et de la Communication, Monsieur Marc Ceccaldi, Directeur Régional des Affaires Culturelles PACA (DRAC), ainsi que les Administrateurs de la MMMM pour leur contribution.

La MMMM remercie chaleureusement Monsieur Thierry Ollat, Directeur du MAC et ses équipes, Monsieur Jean-François Chougnat, Président du Mucem et ses équipes, Ora Ito et le MaMo, Jogging et ses équipes, le Parc National des Calanques de Marseille, la Direction Générale de l’Aviation Civile (DGAC), les artistes David Luraschi, Willi Dorner et Fouad Bouchoucha, la Compagnie de danse Julien Lestel, Alexandra Le Garrec, Matthieu Pabiot, la société Playtime, les films Premices, la société Adronaline, l’école HCC Mode Marseille, l’école Tunon, Jérôme Pantalacci : Art-O-Rama, Amina Agueznay, Guillaume De Sardes : Photomed, et les photographes Nicolas Comment, Tarek Moukaddem, Charbel Saade et Faustine Martin, Muriel Piaser, Expert référent MMMM, Emmanuelle Simon et Cora Bouvier, Galeries Clandestines.

Nos remerciements vont également à Claude Perrier, Président Directeur Général de La Provence & de Corse Matin, Aline Moreau, Directrice Communication et Développement, Sandra Moullet, Nathalie Quesson, et l’équipe de la MMMM : Pascale Akiki, Coralie Tong, Aurélie Vigouroux, Audrey Vidarte, Leila Pelagic, Sébastien Delente, Lucie Stern, Yelena Bouchenaf et Marine Dalmer (étudiante AMU).

La MMMM remercie Simon Porte Jacquemus et ses équipes : Marion, Diane, Fabien, et le bureau de presse Lucien Pages et ses équipes.



MAISON
MEDITERRANÉENNE
DES MÉTÉTIERS
DE LA MODE



JACQUEMUS



OpenMyMed



Musées de Marseille
MAC
Musée d'Art Contemporain



Mucem



Photo
med



ART-O
-RAMA



CHANEL



Dior



MCARTHURGLEN
GROUP



ERES



LONGCHAMP
PARIS



KAPORAL
PARIS



sessùn



GAS



SONIA RYKIEL
PARIS



SAN MARINA
ET SI TOUT COMMENCÉ À VOS PIEDS



Agnès Pellegrin
JEANIERE HIGH-LOUIS BERNÉ JEAN



kulte.



DÉPARTEMENT
BOUCHES-DU-RHÔNE



AIX-MARSEILLE
PROVENCE



VILLE DE
MARSEILLE



Région
PACA



Aix-Marseille
université



Vegetalment
PROVENCE



RICARD



Sushizza



Rêvez Plus Fou

#FashionReimagined

McArthur
Glen

Provence

Grand marques à prix outlet

mcarthurglenprovence.fr

FashionReimagined = La mode réinventée, outlet = prix réduit par rapport aux saisons précédentes

ROUGE
COCO
Gloss

LE NOUVEAU GLOSS INTENSÉMENT BRILLANT

CHANEL

DISPONIBLE SUR CHANEL.COM #ILOVECOCO

