

KOCHÉ

OPEN MY MED #3



Edito

ERES

Dans le cadre d'Open My Med, la Maison Mode Méditerranée a mis sur pied un exceptionnel révélateur de talents. Pour sa huitième édition, son appel à projet a réuni quelque 300 candidats issus de 19 pays du pourtour méditerranéen, dont les 13 lauréats bénéficieront d'une formation de haut niveau dans le cadre du Fashion Booster Campus. Marketing, business et communication sont au programme de cette « université d'été » extrêmement dense. Fruits du professionnalisme internationalement reconnu de la Maison Mode Méditerranée et de ses partenaires, les besoins fondamentaux des jeunes marques ont été particulièrement ciblés. Je souhaite à ces jeunes candidats la bienvenue à Marseille, ville inspirante pour les créateurs et véritable creuset pour l'ensemble de la filière. Au-delà de cette belle initiative qui illustre l'esprit de compagnonnage cher aux métiers de la mode, le Festival Open My Med constitue une vitrine de l'excellence de la Maison Mode Méditerranée et de ses actions, qui placent Marseille parmi les capitales mondiales de la mode. Ce festival illustre le dynamisme d'une filière historique à Marseille et comme dans l'ensemble de notre territoire métropolitain. La mode et l'industrie de l'habillement constituent, en effet, une tradition ancrée dans notre ville depuis des siècles dont témoignent d'innombrables success stories. Près de 10 000 emplois directs et 2 500 emplois indirects sont liés à cette filière qui génère plus de 2 milliards d'euros de chiffre d'affaires sur l'aire métropolitaine. Riche des échanges, des influences et cultures mêlées qui la nourrissent, la création fait de Marseille la deuxième ville de mode de France. Une ville que des initiatives comme Open My Med contribuent à faire rayonner à l'international.

Jean-Claude Gaudin
Maire de Marseille
Président de la métropole Aix-Marseille Provence
Vice-Président honoraire du Sénat

Définition

Marseille est une ville de mode. Pure et dure. La mode comme une seconde nature à son image, urbaine, métissée, populaire, née des multiples influences venues au fil du temps enrichir son territoire, et d'un état d'esprit qui embrasse énergie et talent, tempérament et inspirations multiples. Si cette conscience est aujourd'hui une réalité, il est bon de rappeler que la Maison Mode Méditerranée y a pris une part importante. Depuis 30 ans, par sa capacité à dénicher les créateurs et à les soutenir, sa volonté de structurer et professionnaliser la formation, en partenariat avec Aix-Marseille Université, son action pour favoriser l'émergence de la filière et mettre en lumière ses acteurs aux yeux du public le plus large, elle a directement contribué à valoriser un secteur qui aujourd'hui représente un poids économique décisif pour Marseille de même qu'un modèle culturel unique, faisant de la ville un épiscentre créatif au cœur du bassin méditerranéen.

Open My Med, édition #3, est plus qu'une illustration de ce foisonnement créatif, il y participe avec audace, en confiant une nouvelle Carte Blanche à Christelle Kocher dont la marque Koché a réussi la prouesse d'incarner, en quelques collections à peine, un style street couture qui résonne de façon étrangement familière à Marseille. Première femme aux commandes du festival, Christelle incarne une approche hybride et multiculturelle de la mode qui correspond en tous points aux valeurs du festival. Open My Med, c'est aussi un prix qui récompense 13 créateurs méditerranéens et les associe à un ambitieux programme d'accélération professionnelle unique en son genre. Enfin, le festival donne à voir quelques images fortes, au J1 avec une exposition d'art contemporain, tout au long de la rue de la République, avec une série de vitrines investies par Koché, deux propositions de la commissaire Anissa Touati invitée par Christelle Kocher en collaboration avec le collectif The Community, sans oublier le premier défilé croisière de la marque dans le cadre insolite du Danielle Casanova de la compagnie maritime Corsica Linea.

Avec la création de la première chaire mode universitaire Fashion, crafts and high tech, toujours en collaboration avec Aix-Marseille Université, et la nouvelle organisation de la Maison Mode Méditerranée, qui repose désormais sur un binôme formé d'Aurélia Vigouroux, co-directeur en charge de la stratégie et de la direction artistique, et Jocelyn Meire, co-directeur en charge du management et du développement, la MMM s'apprête à redéployer son action en faveur d'un territoire brillant nommé Marseille. L'aventure continue.

Matthieu Gamet
Président de la Maison Mode Méditerranée

Avant-propos

Aujourd'hui, on parle beaucoup de start-ups, de digital, de recherche technologique et scientifique. La filière mode innove sur ces sujets. Comment envisagez-vous son avenir pour le département et ses jeunes générations ?

Nous aimerions en effet développer, pour la filière mode, des partenariats porteurs de nouvelles opportunités pour cette industrie, qui se tourne de plus en plus vers la haute technologie, les outils connectés, le développement durable... Le Département porte surtout la volonté politique de s'inscrire pleinement dans les projets structurants et innovants porteurs d'emploi et d'attractivité pour le territoire. Nous parions avant tout sur l'innovation comme facteur de croissance.

Justement, dans le département, nous avons des start-ups innovantes dans de nombreux domaines impactant la filière mode. Notre territoire a donc de nombreux atouts pour jouer un rôle de précurseur et de visionnaire, au niveau national et international. Dans le département la filière mode génère plus de 12 000 emplois, et pourrait en représenter encore d'avantage. Bon nombre de recruteurs peinent à trouver sur notre territoire les compétences dont ils ont besoin. Comment le CDI3 peut-il contribuer à améliorer le rapprochement entre l'offre et la demande d'emploi ?

La MMM est un acteur qui a fait ses preuves, dans des domaines que nous partageons et auxquels nous prenons part.
-Martine Vassal

Développer l'emploi fait partie de nos principales préoccupations. Nous nouons de partenariats avec l'ensemble des professionnels. La MMM entre dans ce dispositif. Nous avons organisé avec elle, en mars 2018 dans notre Accélérateur de l'emploi en Provence, un premier Fashion Job Dating, qui a rencontré un vif succès. Les demandeurs d'emploi avaient été préparés pour rencontrer les recruteurs, et à l'issue de cette manifestation, de nombreux postes avaient été pourvus. Notre Accélérateur est un outil formidable. Depuis 2016, plus de 2000 personnes ont bénéficié de ses services.

Depuis 3 ans, le CDI3 soutient fortement les missions de la MMM, pour quelles raisons ?

La MMM est un acteur qui a fait ses preuves, dans des domaines que nous partageons et auxquels nous prenons part. Tout d'abord, l'emploi : c'est une filière importante puisqu'elle compte plus de 12 000 salariés dans le département. Notre territoire comprend de nombreuses grandes marques créatives et industrielles, aurayonnement international. Leurs dirigeants sont ambitieux, et s'investissent dans le commerce de centre-ville. Nous soutenons aussi l'ouverture euroméditerranéenne de la MMM, qui, au travers du Concours Open My Med Prize, positionne Marseille et la Provence comme un révélateur, un incubateur de nouveaux talents en les repérant, puis en les formant à devenir des chefs d'entreprises. Enfin, le festival Open My Med installe un rendez-vous avec le grand public, mixant des talents inspirés par notre art de vivre, par la Provence, au cœur duquel la culture est omniprésente. Les Archives départementales programment cette année une semaine de la Mode et la MMM y participe en invitant le Comité Français de la Couleur qui réunit les plus grands spécialistes internationaux de la couleur, pour définir les tendances de 2020. Des conférences ouvertes au grand public, et notamment aux collégiens que nous souhaitons sensibiliser à ces métiers d'avenir.

Martine Vassal
Présidente du Conseil Départemental des Bouches-du-Rhône

Avec un dynamisme sans pareil, Marseille s'est imposée comme l'un des viviers français de la création.
-Françoise Nyssen

Si la France incarne la mode aux yeux des professionnels du monde entier, c'est grâce à toutes celles et ceux qui la font vivre sur l'ensemble de notre territoire. Le festival Open My Med, la Maison Mode Méditerranée et les créateurs qu'ils réunissent en font partie. Avec un dynamisme sans pareil, Marseille s'est imposée comme l'un des viviers français de la création. Engagée depuis 30 ans pour l'intégration professionnelle des jeunes talents, la Maison Mode Méditerranée y contribue largement. Le festival Open My Med, soutenu par le ministère de la Culture, est l'une de ses actions phares. Véritable levier de valorisation, d'exportation et de soutien aux créateurs de mode, il a permis l'envol de nombreuses marques, ambassadrices de la création française à l'international. Et en favorisant les échanges avec les créateurs du reste du bassin méditerranéen, il fait grandir la mode française. La prometteuse maison Koché, qui sera à l'honneur de cette troisième édition du festival, incarne parfaitement la richesse de ces échanges. La mode est un vecteur de dialogue, d'ouverture culturelle et de rayonnement exceptionnel pour la France. Je souhaite développer les aides consacrées par le ministère de la Culture au secteur. Cette année, pour la première fois, nous lancerons ainsi un appel à projets dédié aux marques émergentes, qui permettra aux lauréats de gagner en visibilité. Nous devons accompagner les talents qui font notre fierté, comme le fait Open My Med avec exemplarité. À toutes et à tous, je souhaite un magnifique festival.

Françoise Nyssen
Ministre de la Culture et de la Communication

sessùn



American Vintage



Printemps/Été 2018
Shaneke, Dani, Florence et Britt
Ténérife

Entretien

Aurélia Vigouroux
Co-directeur de la Maison Mode Méditerranée
en charge de la stratégie

Jocelyn Meire
Co-directeur de la Maison Mode Méditerranée
en charge du développement

Notre travail, c'est de dénicher les talents, les jeunes créateurs émergents et de les faire réfléchir sur leur identité créative, la développer en cohérence pour atteindre le marché international.
-Aurélia Vigouroux

Quel est le rôle de la Maison Mode Méditerranée ?

AV : Notre nom dit tout, comme une base-line. Maison marque notre volonté de réunion : Mode, notre champ de compétence : Méditerranée, notre géographie. L'objectif, c'est réunir. D'abord, à travers la formation universitaire, en rassemblant la nouvelle génération que nous formons en partenariat avec Aix-Marseille Université. Ensuite, en valorisant les jeunes créateurs du bassin méditerranéen, pour faire rayonner un modèle culturel et promouvoir l'école stylistique méditerranéenne. La Maison, c'est la convivialité, l'accueil, chacun est ici chez lui. Le prix Open My Med compte déjà 104 lauréats, autant dire une vraie famille, que fédère notre travail de mentoring.

JM : Depuis sa naissance il y a 30 ans, la MMM a fait un travail considérable. Aujourd'hui son action se déploie beaucoup hors les murs, dans un maillage actif, une dynamique dans la ville offrant une mise en lumière différente de Marseille, son patrimoine architectural mais aussi son histoire de mode. N'oublions pas que Marseille est aussi un berceau du jean avec le commerce de l'indigo. Aujourd'hui, nous travaillons sur des projets de fab lab, de co-working, nous accompagnons une nécessaire réflexion sur la production, à l'heure où les stocks sont taxés et les destructions interdites. De nouvelles problématiques et responsabilités pour lesquels nous sommes aux côtés des créateurs.

Quelle est votre vision pour Marseille ?

AV : Marseille est un épiscentre scientifique et culturel. Point d'entrée, mosaïque de cultures, un espace où chacun peut trouver sa place, une ville d'une infinie richesse. On le constate avec les créateurs invités pour Open My Med. 3 invités, 3 visions de Marseille. Pour Yacine Aouadi, invité 2016, le jeu d'ombre et de lumière qui caractérise Marseille. Dans l'imaginaire de Simon Porte Jacquemus, invité 2017, on retrouve les calanques, la nature omniprésente, en écho à la topographie unique de Marseille. De son côté, Christelle Kocher, Carte Blanche 2018, joue le mélange de couleurs qu'elle revisite dans un esprit urbain et moderne, caractéristique de sa maison Koché mais aussi de Marseille. Nos invités jouissent d'une liberté quasi-totale, c'est d'ailleurs un parti-pris audacieux. Ici, pas de contrainte de style ou de format, c'est une nouvelle ville culturelle.

JM : La MMM est un outil de développement au service du territoire, avec la structure mentale d'une start-up. Si elle s'est recentrée pour des questions économiques sur une forme d'élitisme, elle doit trouver des ressources pour redéployer une offre de services plus large. Ouvrir le spectre, recréer des liens, réfléchir à tous les niveaux de la filière textile. Jusqu'aux questions de logistique, par exemple, et la problématique du dernier kilomètre, cruciale pour les boutiques de centre-ville. Nous pourrions également accompagner la digitalisation du secteur où un gros travail reste à faire, avec notamment des solutions de plateformes e-commerce. Autre piste de réflexion pour la MMM, la valorisation de sa collection privée, constituée aujourd'hui de 800 à 1000 pièces, qui représente non seulement une valeur historique mais aussi un support pour les maisons de mode et les créateurs.

Qu'entendez-vous par école stylistique méditerranéenne ?

AV : D'abord, c'est une cartographie du style. D'Alaïa à Saint Laurent, la Méditerranée a toujours été une source d'inspiration, bien que ce style n'ait jamais été structuré ou valorisé comme tel. C'est une démarche scientifique et culturelle, un travail d'archivage et de scouting contemporain pour lequel nous travaillons avec Xavier Rey, directeur des Musées de Marseille, dans l'optique d'une exposition à l'horizon de la Biennale Manifesta, en 2020 à Marseille. Si l'on y pense, Anvers, Tokyo, les grandes villes de mode s'inscrivent dans un territoire finalement limité, alors que Marseille est au cœur d'un espace pluriculturel de



Je suis comme je suis

KAPORAL

J E A N S

KAPORAL.COM

Le prix Open My Med illustre bien l'esprit de la Maison, pas de podium, pas de supériorité de l'un sur l'autre, tout le monde est sur le même pied d'égalité et travaille ensemble.
- Jocelyn Meire

19 pays, à l'échelle de la Méditerranée, soit un formidable potentiel. Pour l'activer, nous jouons les pionniers, en participant à la création d'écoles comme Casa Moda au Maroc et dialoguant avec des partenaires comme le Shenkar College en Israël, la nouvelle antenne de La Cambre au Liban avec pour objectif de fédérer ses écoles pour définir ensemble ses codes stylistiques. Notre travail, c'est de dénicher les talents, les jeunes créateurs émergents et de les faire réfléchir sur leur identité créative, la développer en cohérence pour atteindre le marché international. Nous travaillons sur cette question avec d'autres partenaires tels que le colloque Anti_Fashion avec qui nous allons construire des passerelles puisque nos préoccupations – mode éthique et consciente – se rejoignent.

En quoi consiste le volet formation ?

AV : La MMM fonctionne en partenariat professionnel avec Aix-Marseille Université, constituant un véritable pôle de compétence. Licence, master, nouvelle chaire universitaire, summer camp en mode fashion booster campus, nous visons partout l'excellence, tour à tour initiateur, accélérateur et matrice pédagogique, en lien direct avec les services RH des grandes maisons, et les directeurs des diplômes, un binôme innovant. Nous pouvons compter sur un conseil d'administration très actif où interviennent LVMH ou Chanel qui partagent eux aussi ces attentes. Le but, offrir aux diplômés la meilleure employabilité par une formation très opérationnelle qui n'occulte pas la part de recherche. Nous activons notre réseau, comme le montre l'intervention récente auprès de nos étudiants de Karin Raguin, directrice développement des talents de Christian Dior Couture. Et les résultats sont là puisque notre taux d'insertion atteint 95%.

Quel est le rôle d'Open My Med ?

AV : C'est le label qui qualifie les opérations de la MMM. Avec le prix et les cartes blanches du festival, nous avons déjà atteint un public enthousiaste, fan de mode comme en atteste le succès d'instagram, et plus réceptif à la création. Des entreprises telles que Sessùn, American Vintage ou Kaporal montrent bien le potentiel de développement de Marseille au niveau international. La mode en France est le premier recruteur et la première industrie, Open My Med doit porter Marseille sur ce plan. Avec les Rencontres de la Mode, un nouveau format testé cette année, le festival permettra dès 2019 aux étudiants de participer pour s'identifier, dialoguer et bénéficier d'une ouverture au grand public.

JM : Le prix Open My Med illustre bien pour moi l'esprit de la Maison, pas de podium, pas de supériorité de l'un sur l'autre, tout le monde est sur le même pied d'égalité et travaille ensemble. Par ailleurs, c'est un système très ouvert où tout le monde a ses chances. Sur 300 candidatures cette année, 25 créateurs étaient Marseillais et l'un d'entre eux – Maxime Barthel – récompensé, ce qui est une belle proportion. L'année prochaine, ils pourraient être plus nombreux encore.

Quelle est votre feuille de route pour la MMM ?

JM : Il me semble essentiel de respecter les 30 années passées et le travail accompli, pour mieux le poursuivre aujourd'hui, s'inscrire dans une logique d'ascendance et de descendance, comme dans une vraie maison – on y revient. Nous avons opté pour une direction collégiale, parce que la MMM n'a pas besoin de titres ronflants, mais aussi parce qu'il y a deux vrais pilotes dans le cockpit et que nous fonctionnons sur la notion de co-direction, en phase avec l'esprit d'aujourd'hui. Aurélia est co-directeur en charge de la stratégie et de la direction artistique avec son expertise mode, Je suis co-directeur en charge du développement et du management de l'association. Notre modèle associatif « mais » professionnel doit s'appuyer sur une vraie démarche commerciale, reposant sur les besoins du territoire de la MMM et de ses acteurs. Nous portons un projet global et c'est à nous de le vendre. Nous venons tous deux du marketing produit, notre positionnement fait le lien entre associatif et privé, ce qui nous permet sans doute de mieux concilier intérêt général, public et développement économique. L'associatif n'empêche pas d'entreprendre, de réussir et de partager les succès.

AV : Maryline Bellieud-Vigouroux, mère, a initié un travail incroyable à force de passion, d'audace et de grande persévérance. Elle a réussi à faire de Marseille la ville de Mode que l'on connaît aujourd'hui. Une femme précurseur qui a créé le premier musée de la Mode à Marseille, un prix pour accompagner la jeune création, une formation de haut niveau accessible, avec Aix-Marseille Université. C'est aujourd'hui pour moi une grande fierté de voir ce travail accompli et un challenge à relever pour le porter, avec Jocelyn, dans les années à venir.

Visions

Création, création, création ! -Françoise Montenay

Chanel est un soutien important de la Maison Mode Méditerranée (MMM) depuis longtemps, au nom de la création. Encourager la création, aider les jeunes créateurs à devenir grands, montrer la mode dans tous ses aspects, encourager tous les métiers de la mode sont dans nos gènes et nous avons trouvé cela dans la MMM. Le cursus métiers de la mode créé à la faculté d'Aix-Marseille Université, en collaboration avec la MMM depuis 10 ans, était précurseur et unique et nous sommes fiers d'y participer depuis le premier jour. Ceci est en accord avec l'action, que nous menons depuis près de 25 ans, de maintien, préservation et développement des métiers d'art français qui travaillent pour la mode du monde entier. Ce cursus va s'enrichir de deux initiatives, sur les nouvelles technologies et l'artisanat, et le retail d'excellence sous toutes ses formes. La Méditerranée est en plus, elle évoque la chaleur, la lumière, la passion, les couleurs tant vives que sourdes. C'est un kaléidoscope de cultures et d'inspiration. Les choix successifs de Yacine Aouadi et Jacquemus puis de Christelle Kocher permettent de développer à chaque édition de Open My Med une nouvelle facette de la mosaïque culturelle de Marseille et de la Méditerranée.

Françoise Montenay
Présidente du conseil de surveillance Chanel

Le Festival Open My Med crée du désir et nous ouvre sur l'imaginaire créatif et culturel des talents naissants. -Sidney Toledano

La Maison Mode Méditerranée (MMM) a désormais de solides fondations et en tant qu'administrateur, j'interviens et je partage notre savoir-faire et mon expérience. J'ai des liens forts avec Marseille, où j'ai fait une partie de mes études, et la Méditerranée, où sont mes racines. La MMM a su en quelques années installer ses missions dans une dimension internationale, en s'appuyant sur une géographie légitime à partir de Marseille : la Méditerranée. L'enseignement est un outil merveilleux, il est nécessaire de structurer la transmission et d'y participer. L'une des missions principales de la MMM porte sur les nouvelles formations Masters DESU, DU... créées avec Aix-Marseille Université (AMU). Les étudiants bénéficient d'un cursus complet et 92% des diplômés sont recrutés. La formation s'étend aussi aux lauréats du concours Open My Med Prize, 13 jeunes entrepreneurs de mode travaillent à Marseille avec des experts pour la création de leur première plateforme de marque. Enfin, je dirai que le Festival Open My Med crée du désir et nous ouvre sur l'imaginaire créatif et culturel des talents naissants... Yacine Aouadi, Jacquemus et cette année, Christelle Kocher. Il y a sur place un vrai terreau de talents, une énergie que je ressens. La MMM + Marseille + la Mode, c'est une belle équation.

Sidney Toledano
Président-directeur général de LVMH Fashion Group





106 rue Paradis, Marseille 6°
Place de la Garonne, Saint-Tropez

Koché x Open My Med.....

Troisième Carte Blanche du festival Open My Med initié par la Maison Mode Méditerranée. Christelle Kocher livre sa vision personnelle de Marseille. Où l'on retrouve, façon affinités électives, les thèmes majeurs qui fondent l'univers de la créatrice.



p.15



Open My Med Festival, Le Programme.....

Dans sa version publique, le festival réunit une exposition d'art contemporain qui investit le J1 et irrigue la rue de la République, en partenariat avec MP 2018. Sans oublier le défilé Croisière Koché sur le pont du Danielle Casanova. Une première.

p.27

Marseille et la Mode.....

À Christelle Kocher qui a placé "Le Sud Bébé" en exergue de ce festival, emprunt suprême à NTM, les acteurs marseillais de la mode et de l'économie pourraient répondre en chœur "Demain c'est loin", moins pour payer leur tribut au groupe IAM qu'en vue de marquer leur engagement durable pour l'essor d'une région au potentiel, en effet, explosif.

Côté Créateurs.....

Chabrand, Gas Bijoux, American Vintage, Kaporal, témoignages de ces marques et entreprises au succès confirmé, partenaires de la Maison Mode Méditerranée, qui démontrent ici et ailleurs que le talent s'épanouit au soleil.

p.28



Côté Économie.....

Galleries Lafayette, McArthurGlen, Tajima Europe, ISEN, Hôtel NH Collection, le regard des enseignes, industriels et professionnels, partenaires de la Maison Mode Méditerranée, sur la mode, la transversalité et les enjeux d'avenir à Marseille.

p.30

Open My Med Prize, Lauréats 2018.....



p.32

Open My Med Prize, Les Coulisses.....



Family Affair.....

Ils ou elles ont été lauréat.e.s du prix Open My Med depuis son origine, ont bénéficié du programme de mentoring puis volé de leurs propres ailes tout en gardant un attachement pour Marseille qui les a reconnu.e.s. Galerie de portraits d'une nouvelle génération euro-méditerranéenne, notre famille.

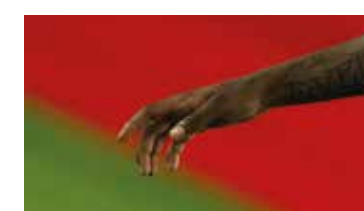
p.37

p.39

Fashion Tweets & Letters.....

Points de vue experts ou pensées en passant, quelques mots sur la mode des 9 pays du bassin méditerranéen d'où sont issu.e.s les lauréat.e.s Open My Med Prize 2018.

p.42



L'école Stylistique Méditerranéenne.....

Peut-être trop riche, trop libre ou trop vaste pour avoir été jusqu'ici identifiée comme telle, la création méditerranéenne possède pourtant des traits de caractère qui la structurent. Cartographie d'un style.

p.43

CHABRAND

www.chabrand.net

Photo: P. Giudicelli - Styling: M. Carabatta / Sacilioni coll. AH18-19

The **K**oché
Universe

Un Dialogue Entre La Mode Et L'Art

Par *Christelle Kocher & Anissa Touati*

Comme Yacine Aouadi et Simon Porte Jacquemus avant elle, Christelle Kocher a été conviée dans le cadre de sa Carte Blanche Open My Med 2018 à concevoir une exposition personnelle. Pour ce faire, la créatrice a souhaité inviter Anissa Touati, commissaire d'exposition internationale, et le collectif The Community, pour un dialogue créatif où la marque Koché s'efface aux profit d'une sélection d'artistes plasticiens contemporains. Une proposition généreuse et altruiste qui n'en révèle pas moins la personnalité d'une créatrice hors norme.

Christelle : Cette expo est le fruit d'une belle rencontre avec Anissa. C'est vrai que mon travail a un écho plus grand que la mode et j'ai toujours ressenti un très fort intérêt pour l'art contemporain. Quand la MMM m'a invitée à concevoir une exposition de Koché, je me suis dit que ce n'était pas juste. Je n'ai pas vraiment besoin d'hommage, ma marque a trois ans tout juste. Mes pièces sont faites pour être portées, voire pourquoi pas poser des questions, mais pas exposées, mes vêtements n'ont pas de place dans les musées. J'avais plus envie de donner la parole à des artistes de ma génération — mais pas seulement — et une commissaire d'expo de ma génération, avec un regard international, positif et permettre un dialogue entre la mode et l'art.

Anissa : Cette exposition n'est pas construite sur une vraie thématique. Dès l'adolescence, Christelle adorait partir à Londres pour écumer les musées, voir toutes les expos, elle a un vrai atome crochu avec l'art contemporain. C'est là, en fréquentant les galeries, qu'elle a pu développer son sens de la couleur, du motif, de provoquer des sensations.

Christelle : C'est vrai que l'art a le pouvoir de poser des questions importantes, de faire rêver, amorcer des réflexions, susciter des émotions fortes. A cette époque, j'ai découvert le travail de Gary Hume, Tracey Emin, Sarah Lucas, Damien Hirst alors qu'il n'était absolument pas connu, des artistes qui amenaient de nouvelles réflexions sur la féminité, l'art, la couleur. L'influence de ces artistes n'est pas forcément visible dans mon travail, c'est comme un moodboard personnel. L'art et la mode ne sont pas la même chose, il ne faut pas tout mélanger, même si mon projet a un cadre très large et même si je collabore avec de nombreux artistes, également venus du théâtre ou de la danse.

Anissa : Pour évacuer la question de la forme ou d'une influence visible, il faut savoir que les artistes choisis pour l'exposition ne font pas forcément des tableaux. La proposition consiste plutôt à rassembler une époque, faire un monde. Comme le dit ce proverbe africain, « il faut tout un village pour élever un enfant. » J'ai cherché à réunir des artistes du monde entier, argentin, américains, des gens inspirants qui ont un rapport réel avec leur région. A l'image de Christelle qui conçoit ses défilés comme de véritables performances et choisit des mannequins qui viennent de la rue. Ces artistes inventent de nouveaux mondes et s'inscrivent aussi dans une vraie prise de risque. Dans les faits, cette exposition est conçue comme un espace de workshop, où se rencontrent différents univers, différentes pratiques artistiques et différentes générations avec un véritable éclectisme.

Christelle : Nous avons fait tomber les frontières et fonctionné en brainstorming pour retenir quelques propositions fortes à même d'interpeler le spectateur et reliant des maîtres et de jeunes artistes. Le contraste est bon et au final la proposition, généreuse.

Anissa : Christelle m'a laissée faire, elle n'a surtout pas cherché à imposer ses goûts personnels. Elle m'a encouragée à proposer quelque chose de différent de ce qu'elle aime d'habitude, une façon de voir ailleurs, plus loin. Au J1, tout est blanc, on ne voit rien de prime abord, seul appel visuel, un cube avec une ouverture à travers laquelle on aperçoit un papier peint à paillettes, une collaboration de John Armleder et Morgane Tshiember. Un peu comme dans un défilé quand on voit les mannequins de dos, les cimaises ne montrent rien et ce n'est qu'en se retournant après avoir traversé l'espace que l'on découvre les œuvres. Ici, le J1 est un corps et invite à une réflexion sur la nudité, je travaille moi-même beaucoup sur la question du vide. Et finalement, un nu, on n'a pas forcément envie de l'habiller.

Christelle : C'était un défi parce qu'il fallait que l'espace puisse vivre. C'est ce qui nous a donné envie d'une proposition radicale, surprenante, qui interpelle le spectateur. Cette installation doit amener à réfléchir.

Anissa : Quant aux vitrines dans la rue de la République, elles sont pour moi comme des ateliers, reliés entre eux par ce principe de brainstorming collectif entre les artistes. Les artistes se confrontent ici à la dimension physique des lieux, dans des espaces parfois en attente de rénovation, avec des encadrement rouges, marrons, ils sortent du white cube et sont obligés de se surpasser. C'est un peu le résultat d'une résidence d'artistes tous très différents et qui se seraient bien entendus, ces vitrines constituent une forme de workshop, un espace d'expérimentation dont le J1 serait l'aboutissement, le défilé final. Tout comme le travail de Christelle qui est ultra-radical et qui n'a de sens que comme ça.

Christelle : Cette proposition est aussi l'occasion de penser différemment la façon de faire une exposition, avec un thème, un espace figé, un groupe d'artistes et d'œuvres. On peut aller au J1 ou pas, suivre l'intégralité du parcours ou voir juste une vitrine, par hasard, et être touché. Pour cela, la rue de la République est intéressante, un peu mystérieuse, en devenir, aujourd'hui encore, un peu entre deux.

Anissa : C'est vrai que cette rue est très particulière, ce lien entre les ports et la vieille ville. Ce qui m'intéresse, par exemple, c'est la cohabitation entre le magasin H&M et l'œuvre des artistes Gregory Ruppe et Jeff Cibbons qui, avec leur installation à base de néons dans la vitrine voisine, provoquent une sensation d'étrangeté, presque d'enfermement, je m'attends à ce que les passants clients de la grande enseigne soit interloqués.

Christelle : Ou peut-être pas du tout.

Anissa : Oui, c'est possible. Ce qui est étrange aussi, c'est le défilé sur ce navire de croisière. Quand j'étais jeune, c'est là que je prenais le bateau pour aller en Tunisie, on venait au J1 pour faire des heures de queue avant d'embarquer, pourtant, j'avais fini par oublier et je n'ai pas reconnu le lieu. Me retrouver, des années plus tard, pour un huis clos sur ce bateau qui, justement, fait la ligne vers la Tunisie, c'est incroyable.



Ulysse Klotz, Koché Team

Marseille m'apparaît comme l'une des villes les plus cosmopolites d'Europe. Elle semble se nourrir d'une multiplicité de cultures et c'est cela qui lui donne toute son énergie !

Il suffit de voir un défilé Koché pour comprendre le lien avec Marseille. Pas de barrière culturelle tout est permis ! J'aime beaucoup Delphine (l'égérie Koché), son énergie part dans tous les sens...

Harmony Coryn, Koché Team

L'univers Koché reflète bien Marseille, ville cosmopolite.

J'ai choisi cette photo parce que ça représente bien le côté street urbain que j'aime de Marseille, étant issue de la culture skate, en outre, c'est pour moi un magnifique endroit, ce bowl de Marseille.



Crédit : photo prise par Margot Waslet

Delphine Rafferty, Koché Team

Marseille m'enrichit, me stimule, me fait vibrer par sa culture, son énergie. Je retrouve dans un seul endroit toute la puissance et la beauté d'une mixité sans égale. Marseille éveille mes sens par sa musique, sa grandeur, sa couleur.

Koché comme Marseille est le berceau d'un soleil montant qui porte en son cœur les mêmes valeurs de famille, de gang et d'amour. C'est une marque pleine de couleurs et d'énergie créatrice en perpétuel mouvement. C'est un univers dans lequel on peut s'exprimer tel que nous sommes BEAU et UNIQUE.

Cette photo est prise sur le haut du cours Estienne d'Orves, c'est le lieu de toutes mes belles rencontres, mes débauches, mon point de départ à ma plus belle histoire d'amour : Marseille la plus belle <3

Julien Lacroix, Koché Team

Marseille, c'est le Sud : la lumière, éclatante, la chaleur. Puis la musique de son accent, avec des expressions improbables, on sent que cela invente tout le temps, que l'on s'amuse avec le langage, c'est très imagé. Il y a ce côté joueur avec les mots que j'adore. Marseille c'est aussi un point d'arrivée et un point de départ. De milliers de traversées chaque année. Cela ne peut que rendre la ville émouvante, chargée de toutes ces histoires.

Koché crée en permanence une sorte de chaos organisé pour que jaillissent de la beauté et une émotion particulière, dans les vêtements, les photos, les défilés. Marseille possède cette même énergie, ces mêmes contrastes, ces clashes de culture.

J'ai pris le Danielle Casanova des dizaines de fois, enfant, pour rejoindre ma famille en Corse. J'y ai dormi un peu partout, sur les banquettes, en cabine.. Des traversées de nuit toujours. Cela a été une telle émotion de savoir que l'on pouvait y créer quelque chose. Lors de ma première visite du bateau pour la préparation du défilé, j'ai été stupéfait par cette imposante structure flottante à l'arrêt en plein jour. Et j'ai vu cette petite ouverture avec un tuyau qui en sortait, un tout petit détail dans un immense tableau. Aucune idée de ce que c'était. Mais je redécouvrais le bateau autrement, avec ses mystères. J'étais de nouveau comme un gosse.





Antoine Boulé, Koché Team

Marseille est une ville très cosmopolite, au carrefour des cultures méditerranéennes. Pour moi c'est LA capitale de la Méditerranée. Koché c'est une énergie incroyable, un mix interculturel, comme Marseille !

J'ai choisi cette photo du stade Vélodrome parce que Marseille c'est aussi le foot ! Et que le Vélodrome c'est un stade mythique en Europe !

Ludovic Azémar, Koché Team

Je connais peu [Marseille] mais beaucoup de personnes autour de moi en disent vraiment du bien en ce moment, particulièrement au niveau artistique. Il y a l'air d'avoir une bonne scène underground. J'imagine, au niveau de la mixité, et du côté street. Le mélange des matières, des genres.

J'aime bien l'idée de ce panneau dans le nuage. Comme si le pictogramme voulait fuir, prendre la porte et partir dans les nuages...



Marissa Seraphin, Koché Team

Marseille c'est multiculturel, la plus orientale des villes françaises, c'est le soleil, la chaleur, la mer, le bordel, le pastis, la bouillabaisse, la rue, Belzunce breakdown, IAM, le Port et le Panier, un tourbillon d'odeurs, un bouillon d'énergie, le sud. Marseille c'est la VIE. Koché est multiculturel, multicolore, prend son souffle dans la rue.

J'ai choisi cette photo car j'ai vu à Marseille le plus beau turquoise. Marseille c'est aussi ça, un paradis sur terre, un bijou naturel à couper le souffle caché derrière les montagnes à juste quelques mètres de l'agitation urbaine... On peut pas faire mieux comme contraste...

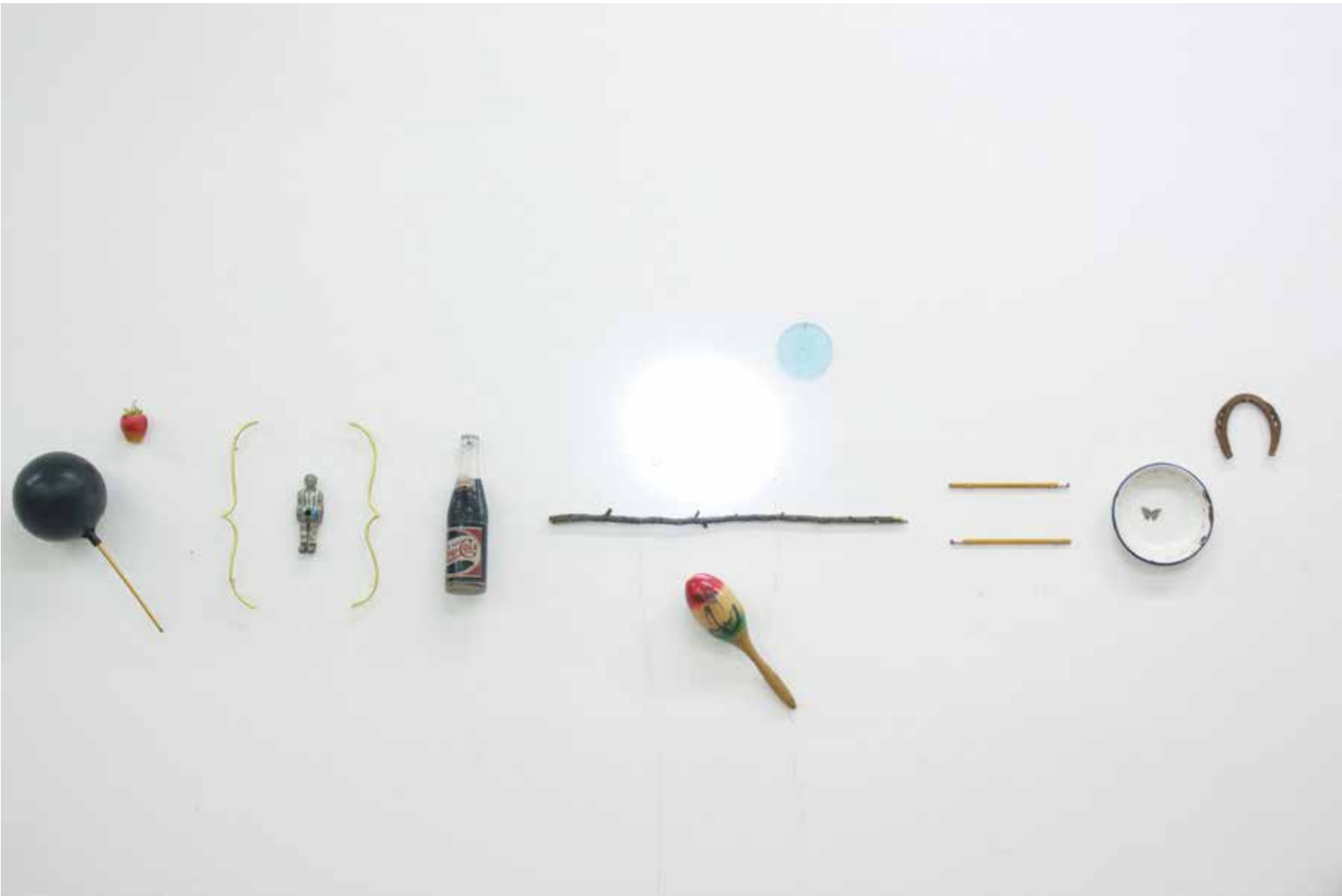


Gregory Ruppe & Jeff Gibbons, Artists

We are very excited about Marseille in our universe. "Dream Body and Mop Don't Go to the Circus" is a film about looking away from the window... Now you are looking through the window.

Gabriel Rico, Artist

The geographical situation of Marseille is the first ideological link between the aesthetic situation of my work and the identity of a port. The things and objects necessary to compose a state like this city is directly proportional with the time and experience. Like in my work the life is the breaking point of the final morphology of the pieces and is here when I feel a connection with Marseille. The life is important to invent us. And the life close with the sea is an open situation every time, I just can imagine how many objects I can get through a single walk in City.



Diecielocho, from the series
-Reducción objetiva orquestada-, 2018
Gabriel Rico

México
Sculpture
Unique

Valve, plastic strawberry, brass,
foosball figure, glass Pepsi, branch,
glass teddy bear figure, maracas,
branch, two pencils, pewter plate,
horseshoe & neon.

220 x 35 x 10 cm

Photo credit: Diego G. Argüelles

Courtesy: OMR Gallery/Galerie Perrotin/
Gabriel Rico Studio



Lucille Uhlich, Artist

Marseille est un exhausteur. Sa mixité culturelle pivote autour d'un quartier populaire central et fabrique une atmosphère de jungle, comme une intersection en formation continue, entre l'orient et l'occident. La marque Koché se distingue par la radicalité de ses assemblages entre un vocabulaire de la rue et une culture raffinée de l'histoire du vêtement.

Marseille allie de la même manière son identité populaire et la richesse de son histoire. Elle représente ma manière de travailler qui se focalise sur des principes dynamiques: je cherche des points d'équilibre fragiles, il s'agit pour moi de « stabiliser » quelque chose alors que tout est en circulation. Cela implique des vitesses différentes, de lentes négociations avec certaines idées mais aussi une attention aux accidents.

Diego Bianchi, Artist

I like to think in layers of time, layers of lifetimes, layers of information. I like port city because the doors are usually more open to the unexpected meetings, the overlays and hybridization. The commerce is a primary human communication, a permanent traffic of data. To live in the abundance of info exercises flexibility. A round trip between richness and semantic, I understand art as a process of infection and impurity that happens just in the unusual collisions.

The info pumps through the casual fissures; time, beauty and decadency could work together. A poetic and compositive moment happens outside of the programing.



Urban Capture, 2016

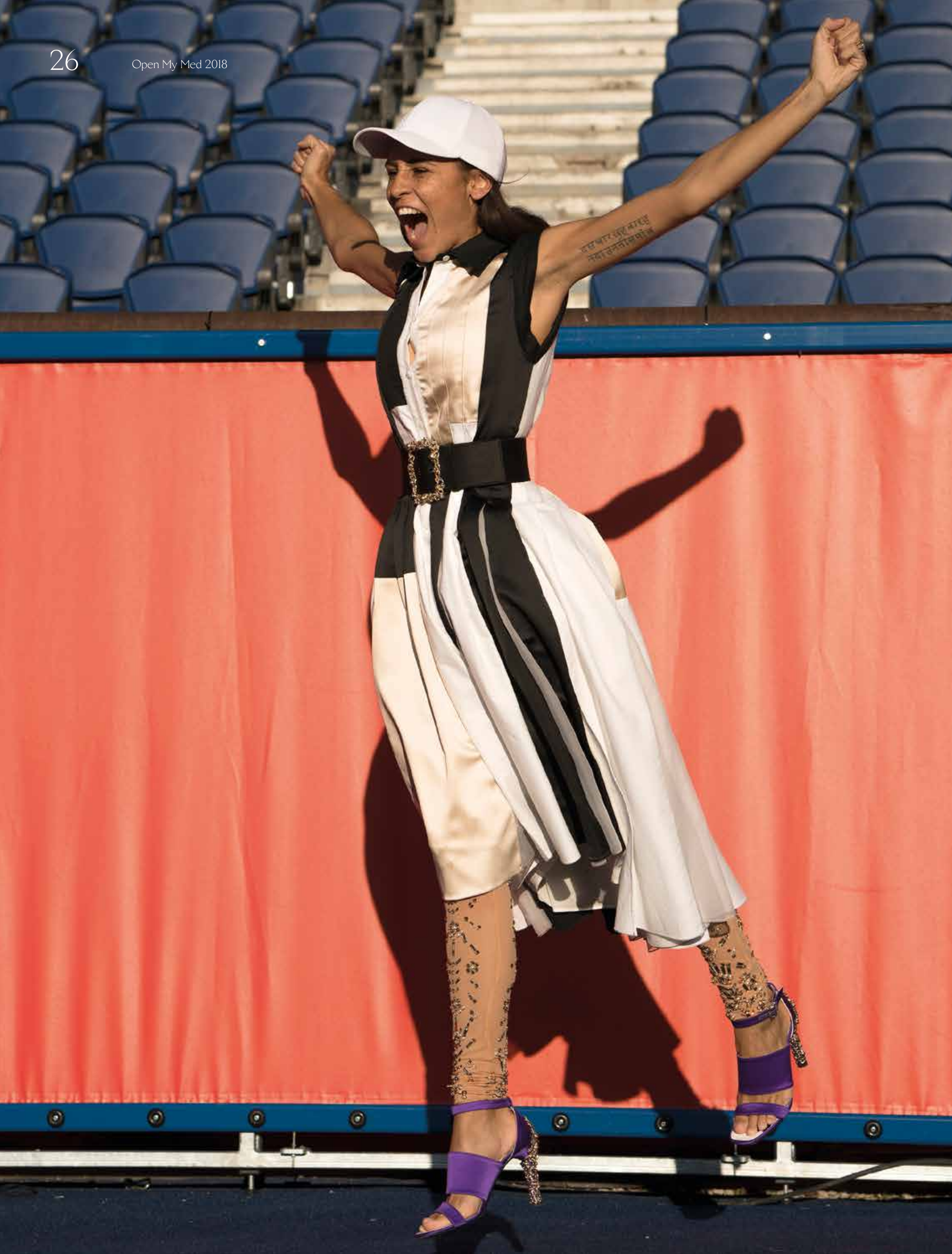


The Community, Scenographer

Now that I'm older, I think back on the times my parents told me, "When you're older, you'll realize I was RIGHT" and realize they are still wrong mostly. I believe MARSEILLE is very interesting.

But on the other hand, as a kid, you never think you look like your parents. As an adult, the resemblance is terrifying. Even though Koché is very Parisian, there are many similarities between Marseille and Koché – such as street attitude and non-elitist.

(names of the core team of the ad) [...]



Open My Med Festival, Le Programme

Fidèle à l'esprit de Marseille et celui, rassembleur, de la Maison Mode Méditerranée, le festival Open My Med, troisième édition, place le curseur sur les cases hybride et multiculturelle. Avec pour ambassadrice Christelle Kocher – dont c'est l'une des marques de fabrique – le programme, forcément, est étonnant.

Après Central Saint Martin's à Londres, Christelle Kocher s'est tracé au talent une trajectoire ascendante à travers une collection de grandes Maisons – citons Bottega Veneta, Dries van Noten, Chloé, Sonia Rykiel, Martine Sitbon, Emporio Armani – et des distinctions professionnelles – nommée pour le LVMH Prize 2016 et l'Andam Fashion Award 2016 et 2017. Chanel lui confie en 2010 la direction artistique de sa filiale, la Maison d'art Lemarié, challenge qu'elle relève avec brio tout en créant sa propre marque Koché en 2015.

Entre héritage couture, art contemporain et culture street, le style Koché naît d'une réflexion singulière sur le corps qui, de maquillage en camouflage, travestissement ou enfouissement, invite à un nouveau regard sur des questions liées à son environnement, l'espace et la matière, mais aussi la tradition, l'identité et l'hybridité, placés au cœur de ce festival Open My Med 2018.

Pour l'occasion, Christelle Kocher a inscrit sa proposition dans une collaboration avec Anissa Touati, commissaire d'exposition indépendante, co-directrice avec Marc-Olivier Wahler de Chalet Society, et The Community, collectif artistique expérimental et pluridisciplinaire.

Au J1, la curatrice, dont on connaît l'intérêt pour les lieux d'exposition inhabituels et le travail sur la question du vide, livre une proposition radicale, totalement en phase avec l'esprit et la pratique qui caractérise Koché, où l'espace immaculé ne révèle les œuvres que par un retournement du point de vue. Une réflexion sur le corps et la nudité, pensée comme l'aboutissement – le défilé – d'un travail de workshop ou de résidence collectif entre les artistes qui prend forme dans les vitrines de la rue de la République.

Là, les artistes se confrontent à des espaces commerciaux ou en cours de rénovation, loin des white cubes dans lesquels ils sont les plus souvent montrés. Des espaces non conventionnels et potentiellement difficiles qu'ils investissent par une série d'œuvres et d'installations une fois encore radicales. En dialoguant entre elles, se répondant et venant perturber les habitudes des passants, elles composent un parcours étrange, inattendu, dont la proximité avec quelques grandes enseignes ne manquera pas d'interroger.

Enfin, Open My Med 2018 offre à la créatrice de présenter sa toute première collection Croisière sur le mode performatif qu'elle affectionne mais dans le cadre totalement inédit d'un paquebot de la compagnie maritime Corsica Linea, dans un ultime détournement des codes signé Koché.

Demain C'est Loin

Plus radieux que dans le titre éponyme du groupe IAM, l'avenir vu par les partenaires de la MMM, créateurs de mode, enseignes, industriels et professionnels, est riche d'espoirs et d'opportunités pour Marseille.

Olivier Gas, Gas Bijoux

Un jeune créateur ou une jeune créatrice doit être libre. Avec l'ultra-concurrence qui règne aujourd'hui dans la mode et la création, il ne faut pas essayer de rentrer dans les clous. Il faut se démarquer et le faire en toute sincérité. Ce n'est pas une étude marketing qui peut faire qu'une collection de jeune créateur attire l'œil. C'est que l'on ressent que'elle lui ressemble et qu'elle est sans compromis. C'est exactement la recette qu'avait suivie mon père André Gas, en lançant sa marque de bijoux à l'été 1969. Il n'a pas cherché à proposer ce qui se faisait à l'époque, mais bien ce qu'il avait en tête, en avançant sans préjugé et assoiffé de liberté.

L'avènement du digital ouvre des possibilités sans fin à un jeune entrepreneur. Et encore plus agréable, aujourd'hui, personne ne travaille dans son coin ou dans un garage, comme Bill Gates ou Steve Jobs l'ont fait à l'époque. Une synergie incroyable se crée entre tous les acteurs du digital qui, avec leurs spécialités, aident à la construction d'un projet. Il faut donc garder les yeux ouverts et être en perpétuelle recherche d'avancées technologiques, car cela peut être extrêmement inspirant.

Le travail effectué en quelques années par l'équipe de la MMM est impressionnant. Désormais, Marseille est marqué sur la carte de la mode européenne et se démarque par ses projets créatifs et différents. L'événement Open My Med apporte une belle visibilité à la ville et à la création méditerranéenne et ouvre un champ des possibles beaucoup plus large à l'institution.

Le soleil, la mer, les couleurs, l'appétence aux voyages, le brassage culturel... Cela, rien ne pourra l'enlever à Marseille. Alors son futur s'écrit avec la même encre. Il sera juste encore plus radieux, en s'appuyant plus que jamais sur ce qui fait de Marseille une ville à part. Marseille ne doit pas essayer d'être une autre ville, elle doit s'affirmer encore plus.



Julien Lin, Chabrand

Côté pile – Pour un jeune créateur, être à Marseille est une chance car ici règne une énergie créative multiforme qui irrigue toutes les couches de la société. Le fruit de la réputation d'une ville à part où rien ne se passe vraiment comme ailleurs, d'une multi-culturalité qui provoque le choc des idées, d'une réalité sociale qui incite chacun à tracer sa propre voie. Créer, c'est sortir du cadre, remettre en cause les schémas établis, s'éloigner du chemin commun, confronter et créer des liens entre des idées éloignées, voire paradoxales. Marseille, ville de contraste et de mixité, est un terrain fécond pour la créativité. Côte face – Dans une France hyper-centralisatrice où la capitale, objet de toutes les attentions, aspire tous les talents, les capitaux et les énergies et assèche les territoires, écrire un cursus professionnel réussi sans « monter à Paris » est très difficile. difficulté encore exacerbée pour les métiers artistiques. Si la question pour un jeune créateur de mode est « Peut-on accéder à la notoriété, la reconnaissance en ancrant sa vie à Marseille ? » malheureusement la réponse actuellement est non et le restera certainement compte tenu de l'internationalisation des métiers et la



concentration des intervenants. Si la question est de vivre de son talent, il existe ici un tissu d'entreprises de mode en plein développement dans la région, pouvant permettre un épanouissement aussi bien personnel que professionnel.

Développer son propre business en Provence est devenu aujourd'hui plus facile grâce à Internet et la qualité des moyens de communication et de transport physiques où numériques. La métropole marseillaise a des atouts indéniables pour favoriser la réussite d'un projet entrepreneurial : réseau de services, capacité d'attirer ou de retenir des talents, facilité de recrutement... Pour tous ceux qui ont un projet réaliste, c'est le bon moment, c'est le bon lieu, il faut oser, il faut se lancer !

La MMM, un beau challenge. Comment fédérer, coordonner, porter la parole de toutes ces énergies pour faire du secteur de la mode l'un des piliers de l'économie locale et le faire exister au niveau national. Une nécessité, convaincre les pouvoirs publics de la pertinence de s'appuyer sur ce secteur d'activité pour l'avenir de la Métropole.

Marseille, une opportunité. Le renouveau économique de la métropole passera par le choix et le soutien de filières économiques pertinentes par rapport aux enjeux, à l'image et aux savoir-faire, dont il convient de favoriser l'émergence et le développement. Le secteur de la mode en fait naturellement partie, il peut contribuer à la dynamisation de l'image et de l'économie de la métropole Aix-Marseille.

Laurence Paganini, Kaporal

Le jeune créateur de demain sera connecté, lié à son territoire, son environnement mais aussi au monde par la force de l'intelligence artificielle et des médias sociaux et digitaux. Il devra conjuguer son intelligence émotionnelle et créative avec une nouvelle forme d'intelligence, elle, plus technologique. Cela n'est pas paradoxal, rester libre et audacieux en s'appuyant sur les avancées technologiques, est un principe même d'innovation ; les jeunes générations l'ont parfaitement intégré dans leur schéma de création.

Des jeunes punks gréco-romains de 2030, qui porteront uniquement des vêtements connectés, au fermier high-tech (le fermier de 2090) qui cultivera ses terres en combinaison Martin Margiela adaptée aux changements climatiques, l'homme du futur aura parfaitement intégré le vêtement connecté à sa garde-robe.

Le jeune e-entrepreneur, encore plus jeune et engagé. L'économie digitale est ouverte et appartient à tous les audacieux. J'ai d'ailleurs pu constater, en marrant le programme les Entrepreneurs en avril dernier pour notre région, toute l'énergie, l'inventivité de jeunes étudiants de 20 ans qui, encore dans leur cycle d'études, projettent déjà leur e-business. Un sujet qui me tient à cœur pour notre industrie notamment. Je tiens à ce que Kaporal travaille en open innovation avec un éco-système de start-ups et de jeunes dirigeants qui nous apportent une vision et des solutions innovantes sur tous les sujets, qu'ils soient liés à la création mais aussi à la logistique, l'informatique. Il faut effectivement penser notre filière

différemment. La mode est la deuxième industrie en France et pourtant les schémas de fonctionnement restent encore classiques, elle n'a pas complètement intégré le digital comme une opportunité. C'est une chance aujourd'hui pour une marque digital native de tester son idée, d'élargir ses réseaux et trouver des appuis, de créer sa e-réputation et de toucher le plus grand nombre. Le jeune e-entrepreneur de demain ne sera plus isolé mais bien au contraire connecté aux autres.

« La Méditerranée is the limit ... » Inspirée du célèbre adage « the sky is the limit », je retiendrais que les horizons de La MMM sont aussi vastes et profonds que la belle Bleue qui nous borde. L'ambition est claire, le schéma dessiné : faire de Marseille une capitale de l'Excellence de la Mode sur la formation, la création, la diffusion mais en jouant sa singularité. Il faut placer le curseur ailleurs, ne pas prétendre à être « le petit Paris » de la mode. Il y a encore beaucoup à faire, notamment pour soutenir et relancer le tissu économique et industriel local, amener des jeunes créateurs sur la scène nationale et internationale, former les futurs acteurs de la filière, attirer l'éco-système de la mode et ses prescripteurs. Je suis admirative et soutiens l'action de Maryline Bellieu Vigouroux et Matthieu Camet qui portent un projet sincère et audacieux pour toute la filière et pas uniquement notre région.

Marseille, un projet économique structurant, à fort rayonnement. En tant que Membre Élu à la Chambre de Commerce et d'Industrie Marseille-Provence, je suis convaincue que la ville a un potentiel d'attractivité inégalé et qui reste à développer pour lui assurer un futur solaire et radieux. La mixité des savoirs et des cultures, l'ouverture géographique, les filières historiques notamment celles de la confection sont autant d'atout qu'il faut dynamiser, parfois repenser et digitaliser ! Notre cité phocéenne a une forte énergie, héritée de ceux qui l'ont bâtie et relèvera tous ces défis, j'en suis sûre.

Mickaël Azoulay, American Vintage

Je passe 80% de mon temps dans le produit, en étroite relation avec mes équipes, toujours en recherche d'équilibre entre la sphère émotionnelle, celle de la création – je suis à fond dans la création – et la sphère rationnelle, celle du commerce. Cool management sans doute, mais très exigeant. Aujourd'hui, il ne suffit plus d'être manager pour asseoir son autorité. Par l'exemplarité et la capacité à tirer tout le monde vers le haut, le respect s'instaure, naturellement. Alors, oui, mon bureau, c'est ma maison mais mon moteur, ce n'est pas l'argent, c'est le développement, le challenge, je suis fou de ça.

Si je soutiens le travail de la Maison Mode Méditerranée, c'est d'une façon non théorique ou institutionnelle, plutôt de mon point de vue totalement connecté à la réalité. Quand on commence à travailler très jeune, on a vite l'expérience de la vie, de la rue, des copains, on apprend avec les grands. Pour moi, la transmission, c'est essentiel, c'est ce qui tient le monde. L'important, c'est de s'assumer, ne rien attendre, ne rien demander, y aller. Simplement, par respect des anciens,

essayer de faire mieux. Bien sûr, le monde est difficile, il faut s'adapter sans cesse.

Ce qui me paraît essentiel, c'est d'abord d'éveiller la conscience de chacun et surtout la confiance en soi. L'époque est différente, elle connaît moins de règles, moins de patron, l'uberisation a changé la donne, si on travaille et qu'on croit en soi, elle offre de vraies opportunités. La nouvelle génération est saine, elle est potentiellement plus forte, plus mature, plus autonome, il faut juste lui montrer qu'on peut réussir, que c'est possible. L'autre facteur essentiel, s'ouvrir au monde. Pour moi, l'expérience décisive a été la découverte des États-Unis, d'un positivisme permanent, de cet esprit ouvert qui m'a littéralement boosté.

Aucun doute, on peut réussir à Marseille. Marseille peut exploser. C'est une grande ville, magique, cosmopolite. Le mélange, c'est magnifique. Depuis 12 ans, deux fois par an, chez American Vintage, on fait venir presque le monde entier pour nos sales meetings, on est un peu des ambassadeurs de Marseille. Les entreprises marseillaises qui s'exportent redonnent le goût de leur ville. On voit bien qu'elle a un potentiel, elle plaît. C'est une ville à la fois humble et riche, qui possède la chaleur, l'émotion, simplement, elle doit s'ouvrir encore plus au monde et au business. Les frontières n'existent plus, la planète est un pays, il faut penser global et ne pas craindre l'avenir.

Aujourd'hui, on s'interroge sur la mode. Pour moi, tout est mode, c'est un état d'esprit, une remise en question permanente, qui conduit à ne jamais vivre d'acquis et à ne pas se fixer de limite. J'aime cette forme de créativité, qui rend éternellement jeune. À Marseille, il faut qu'on aille plus loin dans ce sens, en stimulant partout la créativité, au cœur de la ville, pour la rendre plus attractive, stimuler également le sens du partage, le respect, le civisme, les valeurs de solidarité. Il faudra peut-être deux voire trois générations mais si on ne se comporte pas en enfants gâtés, on peut redevenir un pays riche et fort, créer de la valeur pour la redistribuer.

Frédéric Montaud, Galeries Lafayette

Authenticité, liberté et responsabilité guideront les inspirations et les réalisations des créateurs de demain. « L'éco durable », en constante évolution, deviendra une norme établie et un probable repère majeur pour les consommateurs, qui de manière exponentielle, s'identifieront et s'attacheront aux sensibilités exprimées par les créations. Cette nouvelle ère, véritable filigrane du « vintage » sur le fond, devra trouver écho au même titre que le bio dans l'alimentaire, l'électrique dans l'automobile ou le photovoltaïque, l'éolien, la géothermie dans les différentes industries. Et ainsi pouvoir diminuer de manière drastique les impacts sur l'environnement. La mode de demain, véritable laboratoire d'idées, se jouera des codes et des genres (no gender) et décomplexera d'autant plus les différentes sensibilités. Véritable « pépinière » de talents, Marseille demeure l'une des villes les plus richement dotée en matière de créateurs/trices. Les Galeries Lafayette, au sein de nos 2 entités Prado et Bourse Vieux-Port, y expriment une part importante de leurs collections, qu'elles soient textile, accessoire, beauté ou déco. La MMM, véritable incubateur et dénicheur de talents, poursuivra son accompagnement des jeunes créateurs, en les aidant à devenir les acteurs émergents de la mode à venir. Les Galeries Lafayette soutiennent cet engagement et exposeront certains créateurs lors du festival de juin prochain « Open My Med ».

Didier Coguenheim, ISEN

Cette génération de jeunes designers/ créateurs (génération Y et Z) est très sensible à son environnement, à l'autre et à la notion de responsabilisation. Elle veut enfin penser une mode pour toutes et tous, une mode accessible, intégrer la réalité de leur vie dans son esthétique, son quotidien, celle des quartiers populaires où sont souvent ancrés les studios et start up, du système D et de la récup. Il faut certainement oublier la vision condescendante du créateur émergeant aux vêtements importables et invendables qui a longtemps prévalu sur la scène internationale, dominée par les mastodontes du luxe. Cette notion ne l'empêchera pas d'intégrer des objets connectés intelligents dans les vêtements et autres créations de mode... bien au contraire. Ils sont très attirés par le numérique. On voit bien aujourd'hui qu'avec la miniaturisation des systèmes nous pouvons toucher des secteurs non accessibles il y a encore 20 ans...celui de la mode l'intègre totalement. Aujourd'hui on peut mettre des puces souples dans les vêtements, intégrer des concepts de lunettes types Google Glass... On est à l'heure de convergence de modèle où l'on mélange : créateurs, designers, ingénieurs, vendeurs... on le voit de plus en plus sur nos modèles pédagogiques à l'ISEN Méditerranée. La créativité c'est avant tout encourager à faire travailler des personnes d'univers différents.

Custavo Martinez, Hôtel NH Collection

L'hôtel NH Collection Marseille est le premier de la marque en France. Les hôtels de la marque NH Collection sont comme la mode, ils expriment un souffle innovant, puisé plus ou moins consciemment dans un certain héritage culturel. Comme pour la mode, la marque NH Collection est conçue pour que ses clients se l'approprient, mais aussi et surtout pour qu'ils en deviennent « addicts » et cherchent à la retrouver partout dans le monde. L'hôtel NH Collection Marseille se vit en mode chic-professionnel ou en mode casual-loisirs, selon l'humeur de la journée ou du moment. Chic-professionnel dans ses belles salles de réunion équipées des dernières technologies multimedia ; casual-loisirs entre amis pour déguster les meilleurs vins provençaux et les meilleurs produits de la cuisine provençale et espagnole au bar culinaire Tablafina. Comme Marseille et le quartier de La Joliette dans laquelle il se trouve, l'hôtel NH Collection Marseille est un lieu ouvert sur la nouveauté et le mouvement. On vous y attend !

Michelle Frattini, McArthurGlen

L'avènement du digital ouvre le champs des possible. Aujourd'hui, un jeune créateur, une nouvelle marque peuvent être découverts d'où qu'ils viennent. C'est une réelle opportunité pour le secteur de la mode, mais attention, la concurrence est active ! Il faut alors faire preuve d'audace et de persévérance pour se démarquer tant en termes de visibilité image que commerciale. L'action de la MMM que soutient McArthurGlen leur offre un tremplin. Open My Med Prize est un vivier de jeunes talents que nous accompagnons au sein de notre village à Miramas avec la co-crédation de la boutique Galeries Clandestines dédiée à ces marques émergentes. Aujourd'hui, Entreprendre c'est développer une vision singulière, c'est développer un réseau complémentaire pour porter et faire exister son projet sur un marché. L'esprit collaboratif sera de plus en plus au cœur du système entrepreneurial. Ces mutations se traduisent déjà par des duos créatif/business qui naissent dans les structures mode. L'enjeu est de parvenir à construire un système collectif où les ressources humaines sont partagées ; c'est essentiel pour développer une marque... L'essor des espaces de coworking dessinent déjà ces nouveaux contours et permettent une agilité optimale pour les jeunes entrepreneurs. Chez McArthurGlen, nous croyons en la nouvelle génération d'entrepreneurs qui est bien plus ambitieuse que ses aînés. Elle va vite, comprend les enjeux et sait saisir les opportunités qui s'offrent à elle. Les « digital native » inventent les nouveaux modèles économiques de demain et nous ne sommes qu'au commencement. La MMM s'est construite autour de deux volets la formation et la culture pour porter Marseille en capitale de Mode, un pari innovant réussi. Elle est et restera une Maison ouverte sur son territoire avec sa géographie méditerranéenne unique qui fédère 19 pays et la fait rayonner à l'international. Côté Culture, elle aura créé avec les écoles de mode méditerranéennes, le glossaire du courant stylistique méditerranéen contemporain et valorisé ce patrimoine unique en le rendant accessible à tous, via un musée digital... Côté Formation avec son partenaire AMU, le campus mode regroupera formation, colloques, workshop, 'think-tank' pour écrire les nouveaux chapitres de cette filière en perpétuelle mutation. Nous avons construit une relation privilégiée avec la MMM en menant des opérations communes et notre partenariat a pour vocation d'être pérenne. En mutualisant nos forces, nous continuerons de valoriser la filière textile régionale et de détecter les nouveaux talents. Plusieurs acteurs du textile ont posé les bases dans la cité phocéenne. Ce n'est pas un hasard si nous avons choisi cette région pour installer notre troisième centre français McArthurGlen Provence. Ici, nous prenons le temps d'attirer les bonnes marques au bon moment. Marseille bouillonne, on peut y faire beaucoup de choses. Nous sommes aux prémices de quelque chose d'énorme : demain, Marseille sera devenue un véritable centre culturel et scientifique international de la Mode réunissant les acteurs de la Tech, une station M.



Franck Raynal, Tajima Europe

Notre société Tajima Europe est la filiale d'un grand constructeur japonais de machines à broder, une entreprise remarquable qui, en 70 ans d'existence, a su développer la technicité de ses machines dédiées à l'industrie de la mode, dans une recherche d'innovation permanente. Pour son implantation en Europe, Tajima n'a pas choisi La Ciotat par hasard. Marseille et sa région, carrefour de cultures multiples, est un territoire qui nous convient parfaitement, puisque nous sommes, par notre maison-mère, sous influence japonaise mais aussi, par nos relations avec nos distributeurs et clients à travers toute l'Europe, amenés à des échanges culturels constants. Lorsque la Maison Mode Méditerranée est venue nous proposer un partenariat, il s'est imposé comme une évidence. Depuis notre arrivée en 2014, nous souhaitons vraiment participer activement à la vie de la région en ouvrant les portes et donnant aux jeunes créateurs un accès privilégié à notre savoir-faire industriel et technologique. Tajima est naturellement tournée vers l'avenir et la recherche de nouvelles applications, offrant des solutions innovantes et poussant le contraste entre le métier de la broderie traditionnelle et les machines de haute technologie que nous fabriquons. Travailler avec la MMM nous met en prise directe avec les futurs créateurs, qui pourront bien sûr utiliser nos machines et faire rayonner notre image. Mais au-delà, nous avons souhaité nous inscrire, à travers ce partenariat, dans une perspective plus créative que notre milieu naturel, axé sur le monde de la communication. Nos machines, nos clients sont plutôt impliqués dans des questions de productivité, nos machines industrielles permettant d'optimiser les quantités produites pour mieux répondre au marché de la communication textile. Mais il faut savoir que Tajima est également précurseur en matière de machines spéciales, qui offrent une étendue quasi illimitée de créations, et c'est de ce point de vue que nous travaillons avec la MMM. En 2017 par exemple, les lauréates du concours Open My Med, Okhtein, ont pu mettre leur créativité en application sur des machines Tajima et produire une pièce unique à tous points de vue. Demain, avec la MMM, nous continuerons d'être à l'écoute des créateurs afin de leur apporter les réponses qu'ils attendent et les moyens d'exprimer leur talent.

Open My Med

Prize

Lauréats 2018

13, le chiffre fétiche de Marseille a porté chance à autant de créateurs, qui décrochent avec Open My Med Prize 2018 un coaching personnalisé en mode fashion booster d’une valeur de 30 000 euros. Un exceptionnel accélérateur de talents.



T.a.g.g. TURQUIE

Né en Turquie, Gökay Gundog étudie la gestion de marque à l'Université de New York, et à la Domus Academy de Milan. Après avoir travaillé avec de nombreuses marques en tant que directeur créatif et consultant en marques, il lance son propre label en 2014. T.A.G.G. impose une vision moderne en créant des vêtements à la fois luxueux, facilement portables, et avec une attitude féminine forte. La culture de la marque réside dans l'équilibre d'éléments contrastés : fragilité et force, tradition et modernité, fluidité et masculinité.

www.taggfashion.com

Lautem ESPAGNE

Avec plus de dix ans d'expérience dans l'architecture et le design, Elena García Silva passionnée par la mode et les accessoires co-crée Lautem avec son mari. La force motrice de son design réside dans le mélange de ses connaissances et techniques architecturales pour créer des accessoires de mode. Elle travaille en étroite collaboration avec les meilleurs spécialistes espagnols du cuir, et a appris comment utiliser, concevoir et travailler le cuir ; ses caractéristiques, ses limites, les différentes façons de piquer...

www.lautemofficial.com

Zyne MAROC

Zineb Britel créatrice marocaine, est née à Casablanca au Maroc. Après des études de stylisme à l'Esmod Paris et une expérience acquise dans deux Maisons de couture françaises, Christian Dior et Sonia Rykiel, elle découvre sa vraie passion et son talent dans le design de chaussures. Avec son associée Laura Pujol, elles fondent la marque Zyne, et veulent ramener au 21^{ème} siècle, les fameuses « babouches », chaussures marocaines ancestrales à l'artisanat traditionnel. Nées dans les années 90, elles jouent sur un style multiculturel décontracté, une vibe rendue populaire par leur génération.

www.zyneofficial.com



Lrnce MAROC

Laurence Leenaert étudie la mode pendant 4 ans à l'Académie Royale des Beaux-Arts de Gand en Belgique. En 2013, elle rejoint l'équipe de BLESS à Berlin, et la même année elle lance sa marque LRNCE, et commence à fabriquer ses propres sacs. En 2015, elle prend la décision de déménager au Maroc pour développer sa marque, et travailler avec des artisans locaux. Depuis, elle fabrique également des couvertures tissées à la main, des tapis, des oreillers, des céramiques, des miroirs en bois, des sandales, des kimonos, et propose ainsi tout un lifestyle. En 2017, LRNCE ouvre son premier showroom à Marrakech, et accueille un nouvel associé Ayoub Boualam.

www.lrnce.com

Amr Saad EGYPT

Amr Saad est une marque de lunettes et de bijoux basée au Caire, offrant des produits de haute qualité, délicatement fabriqués à la main en métaux précieux. Son créateur Amr est déterminé à bouleverser l'univers du bijou, en imposant une vision plus large de sa conception et en introduisant une marque qui met l'accent sur les concepts se rapportant aux perceptions et émotions humaines. Son objectif principal est de façonner différentes formes de bijoux et d'adapter ses pièces pour créer une nouvelle identité.

www.amr-saad.com



Barthel FRANCE

C'est à 25 ans que Maxime Barthel décide d'apprendre le métier de bottier. Il entre en formation au sein de la célèbre Maison Corthay à Paris, puis à Venise dans l'atelier de sur-mesure de Gabriele Gmeiner. En 2013, à Londres, il devient responsable de la production de la toute nouvelle cordonnerie officielle « mesure et réparation » de la Maison Christian Louboutin. Prêt pour une nouvelle aventure, il crée sa propre marque de souliers haut de gamme, du demi-mesure de luxe, un style mêlant élégance et extravagance, originalité et classicisme. C'est à Marseille qu'il décide d'installer son atelier-boutique en juin 2017 : L'Atelier Barthel.

www.atelier-barthel.com

Anissa Aida TUNISIE

Née à Paris, et ayant grandi entre la Tunisie et la France, Anissa Meddeb est diplômée de la Parsons New School for Design de New York, et du College of Art and Design de Central Saint Martins (Londres). Anissa est une créatrice de mode et d'accessoires féminin travaillant sur l'interaction entre les vêtements et les cultures, et créant un langage qui reflète à la fois la tradition et la modernité. Elle a fondé sa marque Anissa Aida visant à atteindre la sophistication moderne avec des classiques intemporels.

www.anissaaida.com



Louis-Gabriel Nouchi FRANCE

Diplômé de l'école des Arts visuels de la Cambre en Fashion Design, Louis-Gabriel Nouchi (LGN) lance en 2014 une collection capsule avec les Galeries Lafayette, avant d'intégrer l'équipe de Jeffrey Rudes en Italie pendant un an. En parallèle, il signe une nouvelle collection capsule avec La Redoute en 2015. Il reviendra ensuite à Paris chez Editions M.R, au sein de la direction créative, et vient de lancer une collection capsule avec Agnelle pour la saison Automne/Hiver 2018.

www.louisgabrielnouchi.com



O P E N M Y M E D P R I Z E L A U R E A T S 2 0 1 8



Noliju FRANCE

Diplômée de l'ESSEC Paris en Management du Luxe et forte de plus de 15 années d'expérience en tant que directrice marketing dans le prêt à porter, Norah Luttway est aussi une sportive accomplie. Face à la difficulté de trouver une tenue de running lui permettant de combiner bien-être et style, elle décide de lancer au printemps 2016 Noliju, sa marque de vêtements de running tendance, en réinterprétant les codes de la mode et les intégrant à l'univers du sport. No Li Ju = No Limits, Just U.

www.noliju.com

Luis-Carvalho PORTUGAL

En 2013 Luis Carvalho, diplômé en Design de Mode et Textile de l'Ecole des Arts Appliqués du Portugal crée sa marque éponyme après plusieurs expériences dans des studios de designers portugais de renom. Il lance sa première collection capsule en mai 2013, quelques mois plus tard il est invité à Modalisboa, et y participe chaque année depuis. Ses collections marquent un équilibre entre classique et décontracté avec une touche d'audace. Ses mélanges et contrastes sont déjà une signature reconnaissable au sein de la sphère mode portugaise.

www.luiscarvalho.net



Second St. LIBAN

Second St. a été conçu dans la seconde rue : Alphabet City à New York, où Sarah Hermez et Tracy Moussi ont vécu tout en étudiant à la Parsons School de New York. Désillusionnées par le comportement des consommateurs de mode, les deux créatrices entreprennent un chemin alternatif à travers lequel la production de vêtements urbains et dynamiques pourrait aider à développer le talent des designers en herbe. Sarah et Tracy ont conçu un plan pour soutenir une formation créative gratuite dans le cadre d'un partenariat avec le Creative Space de Beyrouth, une école à but non lucratif dédiée au design de mode. Par la suite, le partenariat avec George Rouhana fera naître Second St., une marque socialement responsable.

www.second-st.com



O P E N M Y M E D P R I Z E L A U R E A T S 2 0 1 8



Niuku FRANCE

Le label parisien Niuku (prononcé New Kou) est né en 2013 de la rencontre de Kiadata Diallo & Lenny Guerrier, deux personnalités aux savoir-faire complémentaires. C'est dans le Marais que Lenny Luerrier installe en 2012 son quartier général, créant ainsi son « cabinet de curiosités » : Coïncidence. Il développe en parallèle le projet "future institut", une agence de conseil dans les nouvelles visions de la mode et de la beauté. Kadiata Diallo, intègre en 2009 le Studio Berçot, et c'est au cours d'un stage qu'elle rencontre Lenny Guerrier. Ensemble, ils imaginent et créent l'uniforme de l'équipe de coïncidence, des silhouettes de denim intemporelles. L'unisexe devient la signature de la toute première collection de Niuku, intitulée "Pages Blanches".

www.niuku.fr

Tres ISRAËL

Tres est une marque de prêt-à-porter féminin basée à Tel Aviv, fondée par Noa Gur, Noy Glez et Dafna Rubin, toutes trois diplômées du Shenkar Fashion Design School de Tel Aviv. Après l'obtention de leur diplôme en 2012, elles travaillent chacune de leur côté pour différentes marques de mode israéliennes telles que Alon Livne, Maskit, etc... Au printemps 2014, elles se retrouvent pour lancer leur propre marque de mode et l'appelleront Tres (trois en espagnol). Destinée à une clientèle urbaine avant-gardiste, la philosophie de Tres est de rendre chaque femme sophistiquée, belle et confiante, quel que soit son âge ou sa silhouette. Tres fabrique localement.

www.trestlv.com





Open My Med Prize. les Coulisses

Issus d'un millésime à haute teneur créative, les nouveaux lauréats ont intégré le programme de mentoring made in Maison Mode Méditerranée. Coaching, dotation, valorisation, une dynamique professionnelle qui fait émerger des créateurs et un modèle culturel unique.

Cette année, il aura fallu un jury hors norme réunissant 20 professionnels de renom, et le vote d'un public attentif pour choisir parmi quelque 300 candidatures de grande qualité, issues de 19 pays du bassin méditerranéen, les lauréats d'Open My Med Prize 2018. Une réussite qui consacre pleinement l'excellence du festival, sa dimension d'exceptionnel révélateur de talents et la vocation de la MMM à porter une nouvelle génération de créateurs.

Il faut savoir que, depuis 1989, sous l'égide de Maryline Bellieud-Vigouroux, la Maison Mode Méditerranée a accompagné l'émergence de plus de 300 jeunes entrepreneurs de mode, parmi lesquels 55% sont toujours en activité, à la tête de leur entreprise, 20% ont rejoint d'autres entreprises et 25% ont choisi de bifurquer vers d'autres horizons. En outre, depuis 2010, Open My Med Prize s'est ouvert à 19 pays en vue d'identifier et de promouvoir la nouvelle école stylistique méditerranéenne.

Au total, 104 créateurs ont été distingués et coachés dans leur développement international. Bien au-delà d'une compétition pour le prestige, Open My Med Prize s'inscrit dans une optique d'accélération professionnelle et offre à chacun de ses lauréats d'intégrer le Fashion Booster Campus, conçu et piloté par Jayne Estève-Curé pour la MMM. Au programme de ce summer camp, 5 jours très denses à Marseille incluant une série de workshops et de rencontres individuelles, concentrés sur les 3 dimensions fondamentales d'une entreprise de mode contemporaine : Identité, Retail et Communication digitale. Tout aussi essentielle, la construction d'une plateforme de marque, un outil à la fois conceptuel et opérationnel qui s'avère aujourd'hui indispensable à tous les créateurs pour piloter le développement de leur marque. Côté technique, une Master Class Fashion Tech Marseille-Tokyo-Milan

réalisée avec Tajima, un groupe international spécialiste de la broderie industrielle et partenaire de la MMM, permet aux lauréats d'accéder à de nouvelles sources d'inspiration tech. Dans ce cadre, le Tajima Fashion Tech Prize offre d'ailleurs à un lauréat un accompagnement professionnel personnalisé pour la réalisation d'une pièce unique au sein d'une usine partenaire à Milan. Ce dispositif d'actions entièrement dédié aux professionnels a été complété par un événement à destination du grand public, avec la mise en place d'un pop-up store en partenariat avec les Galeries Lafayette Marseille et la création d'un Fashion Talk autour de personnalités influentes du monde de la mode en collaboration avec Anti_Fashion. En 2018, sur les 13 profils sélectionnés dans le cadre du programme de mentoring de la MMM, 95% sont diplômés de l'enseignement supérieur, soit une évolution de 19% sur les années précédentes, et 95% sont déjà distribués en multi-marques. Une nouvelle génération de créateurs méditerranéens à l'énergie solaire.



Galleries Lafayette

GALERIESLAFAYETTE.COM



GALERIES LAFAYETTE MARSEILLE BOURSE VIEUX-PORT
28 RUE BIR HAKEIM - TÉL. : 04 91 56 82 12 - DU LUNDI AU DIMANCHE DE 10H À 20H

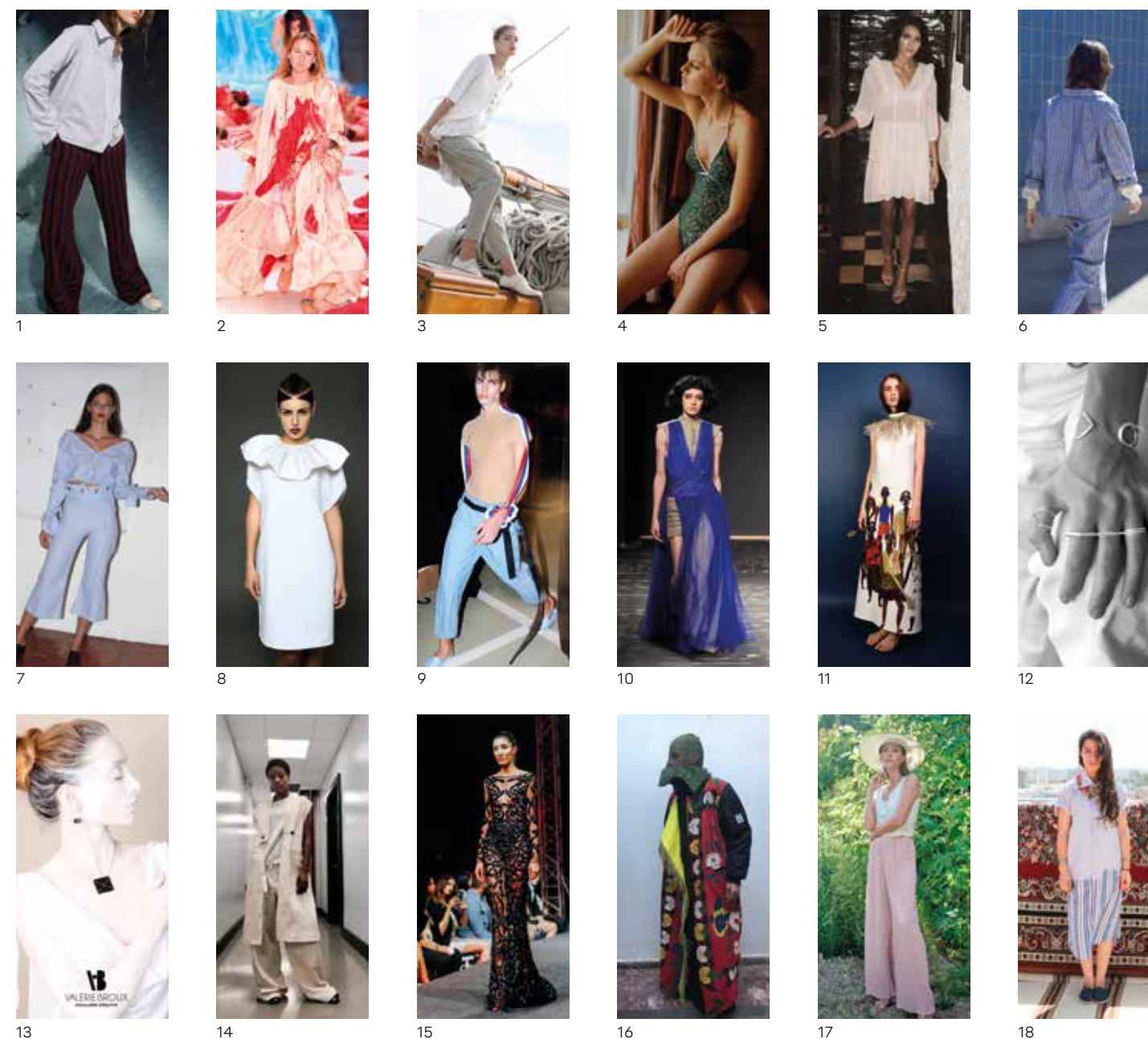
GALERIES LAFAYETTE MARSEILLE PRADO
CENTRE COMMERCIAL PRADO – ALLÉE RAY GRASSI – TÉL. : 04 91 16 23 00
DU LUNDI AU VENDREDI DE 9H30 À 20H ET LE SAMEDI JUSQU'À 20H30

*The ultimate shopping destination

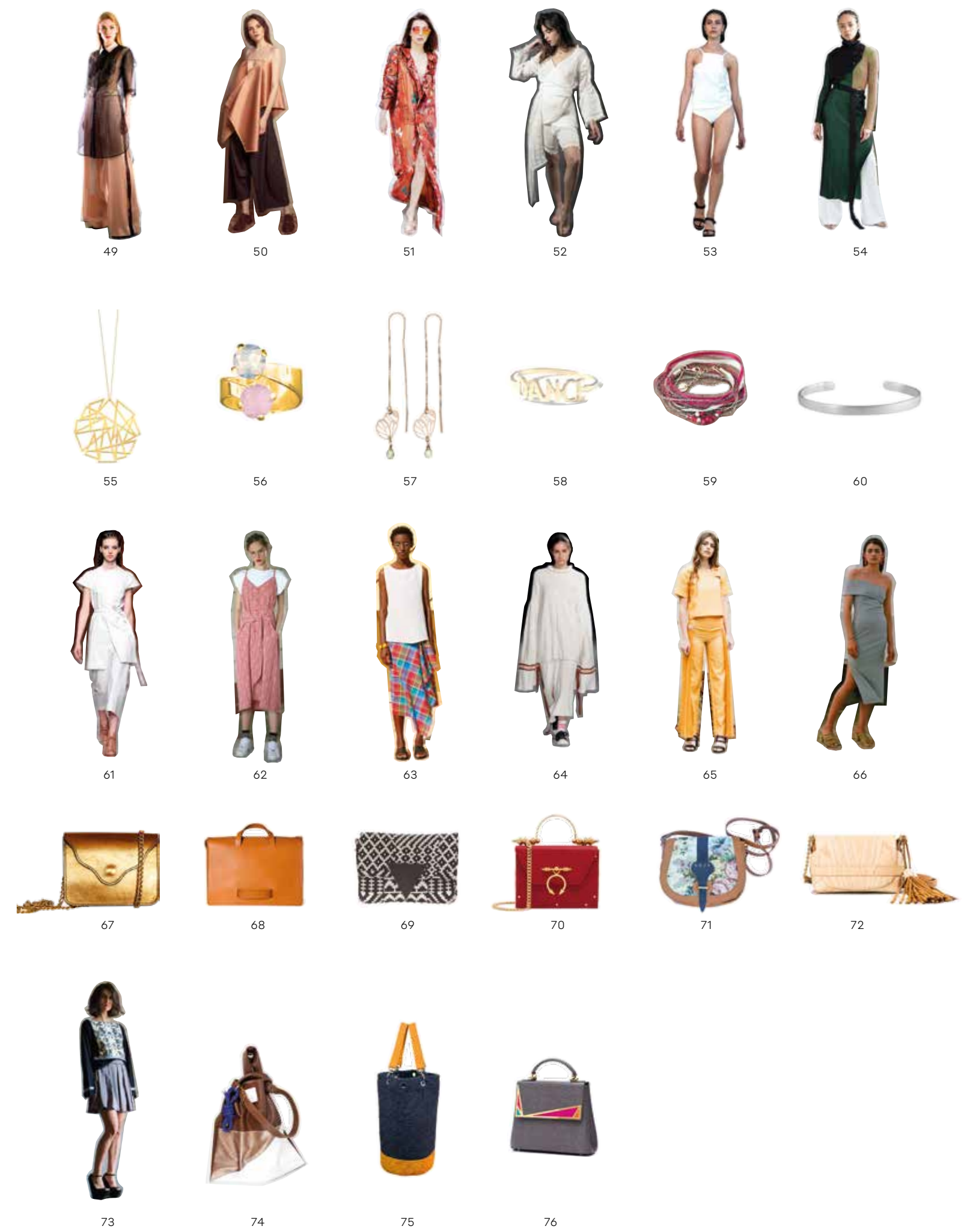
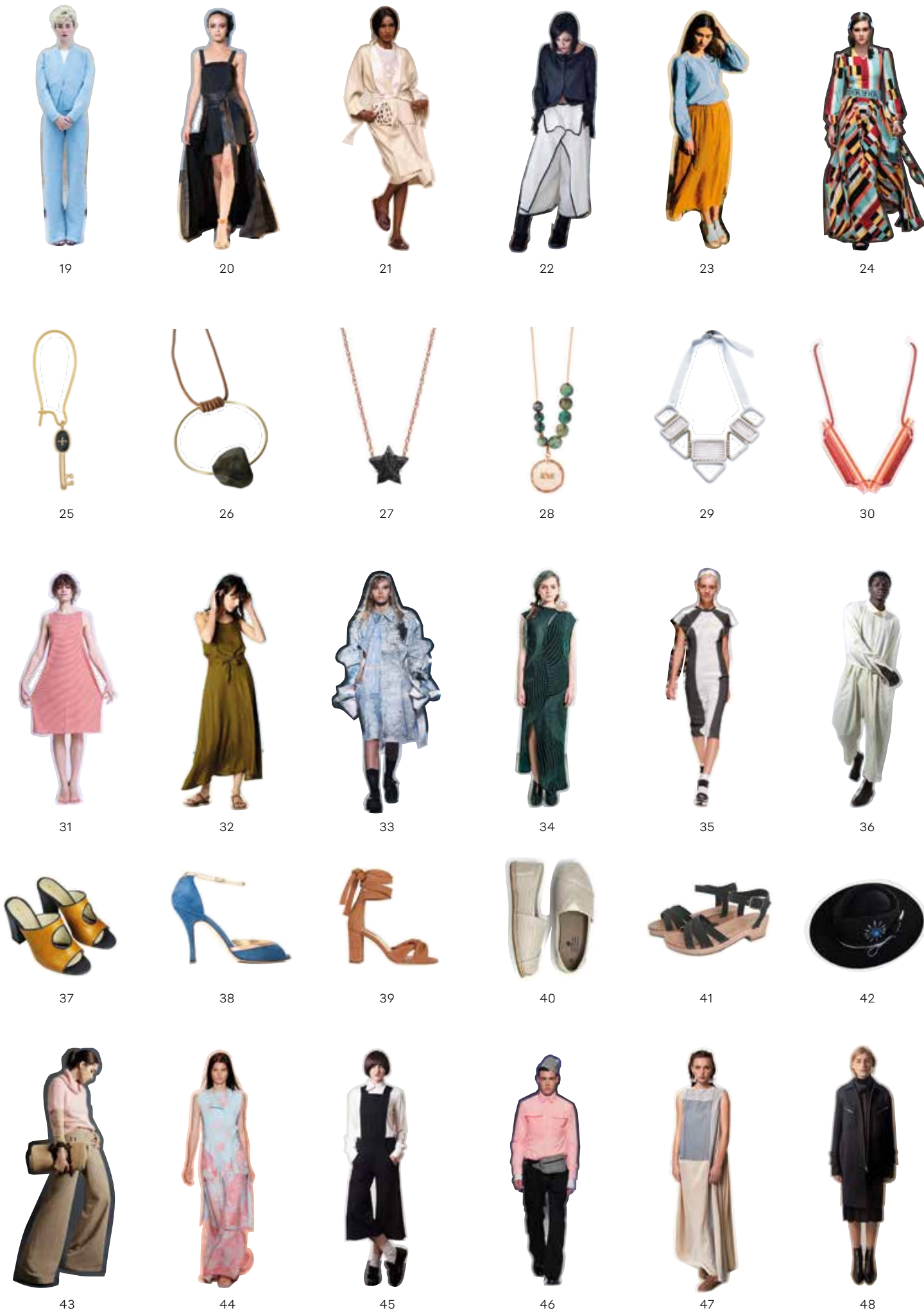
44 GL 552 116 329 RCS PARIS - PHOTO RETOUCHEE

Family Affair

Depuis 2010, Open My Med Prize découvre des jeunes talents, et forme une famille de designers méditerranéens.



1. Atelier Bartavelle. 2. Bashaques. 3. Jayko. 4. La Nouvelle. 5. Mademoiselle Hecy. 6. Leï 1984. 7. No Season Atelier. 8. Noëlle Praticci Roux. 9. Petja Zorec. 10. Nuno Balthazar. 11. Sara Melki. 12. Adi Lev. 13. Valérie Broux. 14. Virginia Bizzi. 15. Karoui Luxury. 16. Art C. 17. Mademoiselle Socialite. 18. Ghitta Laskrouif.



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. La mode israélienne est multiculturelle, sophistiquée, sexy, novatrice et raconte l'Histoire des peuples de la Méditerranée à la perfection. La mode israélienne a encore de beaux jours devant elle, aussi bien en termes de production que de création, de par sa grande diversité de tissus et sa capacité à mélanger parfaitement les tenues habillées et décontractées.

Korin Avraham, fondatrice du blog *Yasalam*. ISRAËL

Longtemps, la jeune création française a été trop inspirée de l'esprit couture, la nouvelle génération a su s'en éloigner pour mieux la célébrer en l'ancrant dans la réalité.

Lucien Pagès, Fondateur du bureau de presse Lucien Pagès FRANCE

Fashion Tweets & Letters

THE QUALITY OF CRAFTSMANSHIP AND TEXTILE IN TURKEY IS OUTSTANDING. SO, YOUNG DESIGNERS LIKE ME ARE VERY LUCKY TO BE ABLE TO EXPLORE IN EVERY ASPECT OF PRODUCTION WHILE CREATING A COLLECTION.

Ece Ozalp, designer Ece Ozalp, Open My Med Prize TURQUIE

Si l'on regarde de près, la Mode avec un grand M s'inspire énormément de la mode de la rue au Maroc : les babouches, les paniers en osier par exemple, qu'on retrouve chaque été sur des femmes aux look très "parisien". Néanmoins, quelques créateurs marocains ont su rebondir sur cette inspiration générée, comme mon amie Sofia, créatrice de Bakchic, qui mixe à merveille les codes de la mode et de l'artisanat marocain.

Kenza Sadoun-el Glaoui, fondatrice du site La Revue de Kenza MAROC

Although Spain shows talent and, progressively, names like those already international and so diverse Boris Bidjan Saberi, Monse, Moisés Nieto, Nouman or Palomo Spain attest to this, there is still much to be done in the fashion field from a contemporary perspective in our country. Not only at the level of training, but in all aspects related to the industry itself. In the absence of support, both private and institutional, the designers have turned themselves to a dynamic that requires permanent investment; in fact, many of those who have achieved national and even international recognition have vanished or, fortunately, have to be maintained through collaborations or other works in the fashion universe. This lack of support also translates to the scarcity of fashion events to promote young talent and encourage the much-needed international exchange; thus, the BIAFF (Bilbao International Art & Fashion) is worthy to have in mind. Surprised to make public the data of the latest edition of its international fashion design competition: in its sixth edition, it begins to consolidate as a European reference of emerging design with 1.673 registered from 90 countries. All of them have presented creations inspired by the art world. We need more events related to Fashion so it can be driven as a sector. Events that revive those who disappeared for reasons beyond success and that brought much light to the path to knowledge. And dynamic entities that understand perfectly the role of fashion as a cultural and industry factor capable of generating interest for their artistic and human role".

Maria del Rosario, Noovo Editions ESPAGNE

À l'image de la griffe Anissa Aïda qui remet au goût du jour le savoir-faire traditionnel du tissage et la fibre naturelle au service de coupes au minimalisme intemporel, on se délecte aujourd'hui devant une jeune scène créatrice tunisienne prônant une mode de plus en plus responsable, éthique et revenant à l'essentiel !

Anissa Mahdaoui, HuffPost TUNISIE

FASHION IN PORTUGAL HAS ALWAYS BEEN PRAISED BY ITS CREATIVE DESIGN AS MUCH AS MANUFACTURE AND HAS EVOLVED SO MUCH. NOW, THE WORLD IS ACKNOWLEDGING IT MORE AND MORE AND YOUNG DESIGNERS HAVE BETTER CHANCES OF BUILDING A BRAND. IT'S A BEAUTIFUL TIME TO BE (IN) PORTUGUESE (FASHION).

Sara Andrade, Online Editor for Vogue PORTUGAL

Pont entre l'orient et l'occident. Le Liban foisonne de jeunes et talentueux créateurs qui s'inspirent fièrement de cet héritage.

Maria Nadim, rédactrice en chef adjointe chez Prestige Magazine LIBAN

Fashion plays a big part in our culture as Egyptians. We value every aspect of it starting from the textile and fabric to the accessories. Egyptian fashion is mainly acknowledged for its unique touch of heritage applied to the product. Over the past couple of years Egypt has been influencing streetwear brands from all over the world and has been opening a lot of opportunities for designers to be recognized internationally.

Aya Abdelraouf, designers Okhtein, Open My Med Prize EGYPT

L'école Stylistique Méditerranéenne

Henri van de Velde n'était pas seulement belge et architecte, il était aussi visionnaire. Bien avant l'éphémère république, il dota Weimar, sa ville adoptive, d'une ambitieuse école d'arts appliqués créée en 1901, la bien nommée Kunstgewerbeschule, d'où il sera délogé non sans ingratitude pour cause de Première Guerre Mondiale. Qu'à cela ne tienne, notre homme se consolera dès 1926 en



offrant à Bruxelles l'Institut Supérieur des Arts Décoratifs, plus connu aujourd'hui sous le joli nom de La Cambre. Dans l'intervalle, un visionnaire pouvant en appeler un autre, Walter Gropius, recommandé comme successeur par le fondateur de l'école de Weimar lui-même, s'employa à la transformer avec bonheur en Staatliches Bauhaus zu Weimar ou Bauhaus, pour les intimes. En un mot, l'école qui, au fil d'une courte existence, exercera la plus forte influence sur notre monde moderne, n'en déplaise au régime nazi qui, ne goûtant guère son mélange d'architecture et de pratiques artistiques croisées, allant du design à la photographie, du textile à la performance, en décréta la fermeture brutale en 1933. Trop tard, le bien était fait et ses effets s'étendirent par-delà l'Atlantique où le mythique Black Mountain College entreprit, dans ses montagnes de Caroline du Nord, d'associer l'enseignement pragmatiste de John Dewey aux avancées artistiques de l'école germanique pour engendrer une génération qui, de John Cage à Merce Cunningham, de Kooning à Buckminster Fuller, Rauschenberg à Cy Twombly, fera basculer de façon irréversible le tropisme de la création de la vieille Europe vers le Nouveau Monde. Aujourd'hui encore, l'impact du Bauhaus peut aussi bien se lire

sur les skylines de Chicago ou New York que dans le patrimoine architectural classé à l'Unesco de Tel Aviv, la Ville Blanche. Où il n'est pas anodin de noter la naissance, quelques décennies plus tard, du Shenkar College of engineering and design, cher à Alber Elbaz comme aux lauréats du prix Open My Med Eizenberg Alla (2011), Helena Blaunshtein & Philip Blau Tsekhansky (2014), Adi Lev Dori (2016), Nir Goeta & Rotem Mitz-Goeta, (2017) ou Dafna Rubin, Noy Goz & Noa Gur (2018). Mais revenons au Bauhaus. Parmi ses sources d'inspiration figuraient les arts d'Asie, dont l'esthétique et la philosophie ne manquèrent pas de frapper tous ceux qui découvrirent les productions artisanales chinoises et japonaises à la faveur des expositions universelles de Paris ou Vienne, au tournant du XX^e siècle. Or, au moment même où les premiers lehrlinge (apprentis) s'initiaient à l'art de la couleur ou du tissage avec Johannes Itten ou Paul Klee à Weimar, l'honorable Isaburo Namiki ouvrait les portes d'une école de couture pour filles dans son échoppe tokyoite. Une école inspirée par l'engouement de la belle société nippone d'alors pour la mode occidentale et qui, connaissant un succès fulgurant, investira ensuite les 21 étages d'un immeuble de Shinjuku sous le nom de Bunka Fashion College. Celui-là même d'où jaillirent des bataillons de designers japonais décoiffants parmilesquels Kenzo Takada, Yohji Yamamoto, Junya Watanabe ou plus récemment Jun Takahashi (Undercover) ou Nigo (A bathing Ape). On peut raisonnablement penser que, sans Bunka, le monde et la mode n'auraient pas connu l'invasion de l'avant-garde japonaise. De même, sans la canonique Académie des Beaux Arts d'Anvers, qui aurait parlé d'école belge ? D'ailleurs, existe-t-elle ? Pas évident même en observant sous toutes les coutures Haider Hackermann, Ann Demeulemeester, Martin Margiela, Kris van Assche, Dries van Noten, Demna Gvasalia ou Rushemy Botter, lauréat du dernier festival de Hyères. Postez-vous devant le Granary Building à King's Cross et essayez de dire si Central Saint Martin's est à l'origine d'une école anglaise (avant de répondre, pensez à Stella McCartney, John Galiano, Alexander McQueen, Phoebe Philo, Riccardo Tisci ou Sarah Burton). Enfin, que dire de la dernière pépite en date, la Head Genève, avec des diplômés aussi différents que Serge Ruffieux (Carven), Marie-Eve Lecavalier (Hyères 2018), Vanessa Schindler et ses vêtements en uréthane sans couture, Marina Chedel (Hyères 2017), ou la marseillaise Flore Girard de Langlade ? Si l'émergence de créateurs doit beaucoup à la qualité des écoles dont la plupart sont issus, n'oublions pas l'étincelle créative et le substrat culturel qui les propulse. Dans un passé proche, de Cristobal Balenciaga à Yves Saint Laurent en passant par Azzedine Alaïa, la Méditerranée rayonne, à la fois muse, réservoir inépuisable de style et source d'éblouissement. Comme une myriade de reflets miroitant, la Méditerranée compose un paysage multiculturel brillant qui inspira aux plus grands des collections restées légendaires et continue de porter en France des créateurs tels que Yacine Aouadi ou Simon Porte Jacquemus. Consciente que cette dimension restait à explorer, structurer et valoriser, la Maison Mode Méditerranée à Marseille travaille à son grand œuvre, la création de l'école stylistique méditerranéenne. Une démarche qui vise à conjuguer la richesse d'un territoire constitué de 19 pays, bien plus vaste encore qu'Anvers ou Tokyo, à l'efficacité d'un nouvel outil de formation et booster de la création. Ambition in fine ? Fédérer les écoles qui, localement, portent cette nouvelle génération, en vue de définir ensemble les codes stylistiques de cette école méditerranéenne. Témoin de cette ambition, le festival Open My Med 2018 dont les 13 lauréats sont la plus éloquente démonstration de la vitalité, de la diversité et de la créativité puisée en Méditerranée.

Luc Clément, directeur de la rédaction Marie Claire Méditerranée

ISEN

ALL IS DIGITAL!

MÉDITERRANÉE



yncréa

#welcomelSENmarseille



LE NUMÉRIQUE EST PARTOUT
ALL IS FASHION

TOULON NÎMES MARSEILLE

L'ÉCOLE DES INGÉNIEUR·ES DU NUMÉRIQUE

NOUVEAU CAMPUS À MARSEILLE

À L'ESPACE MODE MÉDITERRANÉE - 19 RUE FAUCHIER - 13002 MARSEILLE

www.isen-mediterranee.fr

Ressentir l'âme de la ville.
Ressentir combien un cadre élégant et idyllique est propice à l'inspiration.
Ressentir le privilège de recevoir un service unique.
Découvrez le vrai sens du mot ressentir.

feel
the extraordinary



nh-collection.com | 496 11 31 20
[instagram.com/nhcollectionhotels](https://www.instagram.com/nhcollectionhotels)

NH Collection Marseille



NH COLLECTION
MARSEILLE

Remerciements

Spéciaux pour Maryline Bellieud-Vigouroux

*Je connais peu Maryline, mais suffisamment
pour aimer la regarder et l'écouter.
Elle est de ces femmes dont l'élégance s'exprime
aussi par sa détermination à faire bouger les choses.
Ce qu'elle a créé pour Marseille et
pour la mode est remarquable, et restera longtemps.*

Bye Maryline et Merci !

♥ ☀️ ≈
XXX Christelle

Christelle Kocher, carte blanche Open My Med 2018

Les créateurs, les étudiants, les partenaires privés et publics, et l'équipe de la MMM remercient Maryline Bellieud-Vigouroux pour cette ambition de faire de Marseille un pôle mode, et son engagement au quotidien depuis 30 ans pour la réaliser. MERCI !



Directeur de la rédaction : Luc Clément. Rédactrice en chef : Aurélia Vigouroux
Direction artistique : The Community. Responsable marketing : Coralie Tong
Chef de studio : Mai-Phi Nguyen. Chargée de production : Edith Méni
© Maison Mode Méditerranée, 2018



Comment résister !

Grandes marques de -30% à -60% toute l'année

mcarthurglenprovence.fr

Outlet = Prix réduit par rapport aux prix des saisons précédentes.



CHANEL

COCO MADEMOISELLE



LA NOUVELLE EAU DE PARFUM INTENSE

DISPONIBLE SUR CHANEL.COM