TECHNIKART

#
298



Sara
OUHADDOU

RÉVÉLATION 2026
PRIX BNP PARIBAS
BANQUE PRIVÉE

"FAIRE DIALOGUER LES CULTURES"

LA
RELÈVE DE L'ART

Victoire Inchauspé
Matya Boukir
Dayane Obadia
Garance Matton
Julie Navarro
Koukla Lapidus

+

Guillaume Piens
Raphaël Fontang
Fabrice Bagne
Inez & Vinoodh
Stéphane Manel
Eden Chalon
...

the art issue

BEL 8,30 - CH 9,50CHF
L 14465 - 298 - F: 6,90 € - RD

Ruinart

CULTIVER L'HARMONIE

Un savoir-faire né il y a près de 300 ans,
d'une relation singulière avec la nature.



FUSION PIMENTÉE

VODKA AROMATISÉE AU PIMENT

Fusion des notes caractéristiques de la vodka Absolut avec l'arôme du piment.

TABASCO et le logo DIAMOND constituent des marques déposées, exploitées sous licence par McIlhenny Co

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA



PERNOD RICARD FRANCE SAS. AU CAPITAL DE 54.000.001€ - SIÈGE : LES DOCKS, 10 PLACE DE LA JOLIETTE, 13002 MARSEILLE - 303 656 375 RCS MARSEILLE



SOPROD **P024SQ**

RÉSERVE DE MARCHE DE 38 HEURES
25 RUBIS
10 ATM

FESTINA

SWISS MADE

Miss France

2026

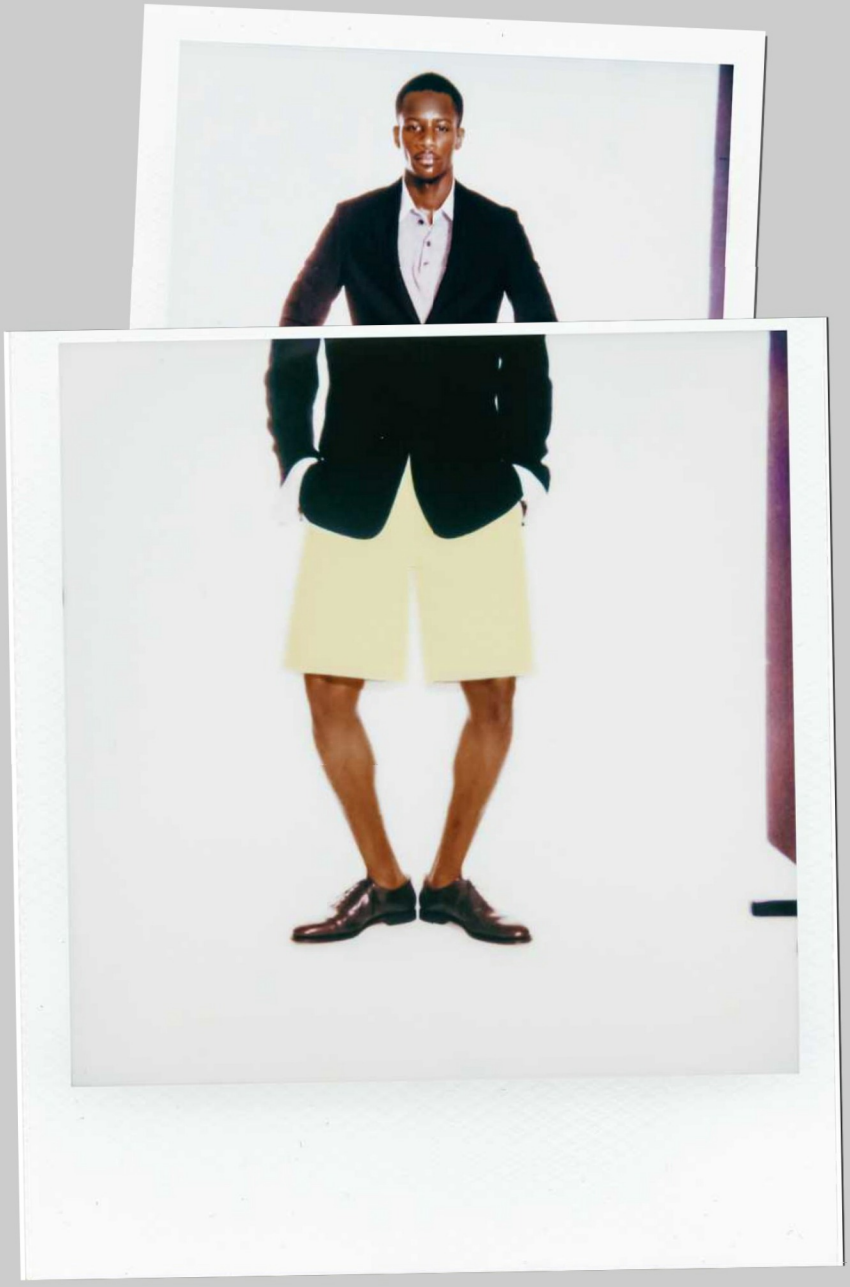
Hinaupoko Devèze




S T DUPONT
PARIS
Boutique S.T. Dupont 414 rue Saint-Honoré 75008 Paris
www.st-dupont.com

SOMMAIRE — AVRIL 2026

Numéro deux-cent-quatre-vingt-dix-huit



MAMADOU SIDIBÉ PAR
MARGOT BÉRARD POUR LE
TECHNIKART CREATIVE STUDIO

VESTE EN TOILE DE SOIE NOIRE,
PULL EN COTON GRIS,
CHEMISE EN POPELINE DE SOIE BLEUE,
SHORT CHINO EN TWILL DE COTON JAUNE,
RICHELIEU DIOR HEIR EN CUIR DE VEAU LISSE NOIR, **DIOR**

INSIDER

P.15
LA REVANCHE DES BLONDES ?
QUEL AGENT POUR SAUVER VOTRE IMAGE
STÉPHANE MANEL
MAMADOU SIDIBÉ
CLAÏMAX
DIEGO GUILLEN
ROSE VIDAL

MAGAZINE

P.39
COVERSTAR : SARA OUHADDOU
THE ART ISSUE : ART IN PARIS
THOMAS LÉVY-LASNE
LA RELÈVE
GUILLAUME PIENS
RAPHAËL FONTANG
FABRICE BAGNE
MARINA DE VAN
INEZ & VINHOOD
CHARLES CARMIGNAC

LE MEILLEUR DU MOIS...

P.87
CINÉMA, MUSIQUE, LIVRES, ART...

ÉDITO

ART & TECHNIK



Vu les trois dernières lettres du nom du magazine que vous tenez entre les mains, on me demande souvent (avec ce regard de compassion que doivent connaître les éditeurs de plaquettes de poésie) s'il ne s'agirait pas d'un titre dédié à l'art contemporain. Si je suis pressé, je marmonne un « *oui, entre autres* » afin de passer à autre chose dare-dare. Si je ne le suis pas, comme ce fut le cas avec le sympathique retraité qui s'était mis en tête de remplacer le turbo de la Volvo, je lui sors tout l'historique du titre. Sa création – sous forme de gazette distribuée dans les galeries d'art contemporain de Paris – par un trio de jeunots des beaux quartiers à l'orée des années 90's. Sa transformation en magazine fièrement pop à l'automne 1997. Sans oublier ses plus récentes évolutions…

Ce qui nous amène à ce second « Spécial Art Issue ». Fidèle au poste, nous investissons le Grand Palais pour Art Paris. Comme chaque mois d'avril désormais, notre numéro spécial Art Issue tombe pile au moment où l'art contemporain français prend ses quartiers d'honneur sous sa verrière. En couverture, l'artiste Franco-Marocaine Sara Ouhaddou, que nous habillons pour l'occasion de ses œuvres les plus parlantes. Son exposition monographique « Cosmogrammes », visible dernièrement à l'Institut des Cultures d'Islam, a été une révélation. Entre céramique, verre, broderie et sérigraphie monumentale, elle tisse un dialogue vivant entre héritage amazigh, savoir-faire artisanal et langage ultra-contemporain. Lauréate du Prix BNP Paribas Banque Privée : Un regard sur la scène française (elle succède ainsi à Thomas Lévy-Lasne), et présente à Art Paris avec la galerie Polaris, Sara incarne exactement ce que nous cherchons à mettre à l'honneur chaque mois : une voix nouvelle, capable de renouveler sa discipline tout en créant une oeuvre à portée universelle.

Bienvenue à *Technikart*, Sara, ainsi que les autres artistes de « La Relève de l'art contemporain » que nous vous présentons plus loin : Victoire Inchauspé et ses puissantes reliques ; Matya Boukir et son « Matta Museum » ; Dayane Obadia et son « Patmos » (notre île des Cyclades préférée, merci Saint Jean), tableau visible à Art Paris ; Garance Matton, digne héritière de Hockney ; Julie Navarro et ses « peintures géantes » en hommage à Monet ; ou encore Koukla Lapidus et ses élégants dessins en noir et blanc…

Sans oublier les autres artistes du numéro : Romin Favre et son ode à la tequila ; Marc Godin et sa resuscitation du mordant premier film de Marina de Van ; et Eden Chalon, mannequin débutant de notre numéro dédié aux « Tweens » (remember 2015), devenu notre model de la page « Editeur de talents » en fin de magazine.

Sur ce, je vous laisse avec les paroles d'Oli, coverstar de notre numéro d'avril 2025. Sur le revigorant *Karma*, album qu'il sort avec son frère BigFlo ces jours-ci, il rappe, sûrement en hommage à notre « Art Issue » : « *Comme tableau de Picasso, Je mélange les images* »…

Bonne lecture, on se voit dans un mois,

Laurence Rémila
Rédacteur en chef
laurenceremila@technikart.com

@laurenceremila
@technikart_mag

TECHNIKART
9 RUE MANDAR • 75002 PARIS
WWW.TECHNIKART.COM

RÉDACTION EN CHEF
DIRECTEUR DE LA RÉDACTION Laurence Rémila
RÉDACTRICE EN CHEF ADJOINTE Violaine Epitalon
CONTACT redaction@technikart.com

CRÉATION ARTISTIQUE
DIRECTION ARTISTIQUE Matthias Saint-Aubin
GRAPHISTES YoungJoo Kang, Hugo Jean, Adélaïde Billot

CHEFS DE RUBRIQUE
CULTURE Alexis Lacourte
HEAD OF CREATIVE PROJECT Max Malnuit
FASHION EDITOR Anaïs Dubois
CINÉMA Marc Godin
LIVRES Baptiste Liger
CHRONIQUE ÉCO Thomas Porcher
CHRONIQUE J'AI TESTÉ Adèle Thierry
CHRONIQUE L'ÉPINE Rose Vidal
ART Mathilde Delli
GRAND SEIGNEUR Serge Adam, Manu Mariani
SIGNATURES Klervia Lelong, Lenz Bonnet Lottin, Max Malnuit, Chloé Roubaud, Adèle Thiéry, Eliza Kurazova , Lina Bacchieri, Anna Prudhomme, Gabrielle Langevin, Julio Rémila, Léonard Desbrières, Sheldon Plankton
PHOTOGRAPHES Axel Vanhessche, Alexi Pavlov, Sacha Luisada, Samuel Fabia Boccara, Eva Chamosa, Louis Westerloppe, Amara Aït-Idir, Davide Carson, Julien Grignon, Louis Lepron, Eddy Brière, Florian Thévenard, Gabrielle Langevin, Yagiza-studio, Arnaud Juhérian, Louis-Adrien Le Bay, Romin Favre, Basile Bertrand, Kiara Lagarrigue, Aïssata Haïdara, Yves Bottalico, Alice Sourdès, Juliette Cordillot, Léo Baranger, Margot Bérard, Maxime Blais

ILLUSTRATEURS & 3D Matthias Saint-Aubin

TECHNIKART.COM
DIGITAL STRATEGY OFFICER Julien Arparin
jarparin@technikart.com
FILMS Gabrielle Langevin

ADMINISTRATION
Laurence Gaubert lgaubert@technikart.com
COMPTABILITÉ comptayakart@gmail.com

ÉDITEUR & DIRECTEUR DE LA PUBLICATION
Fabrice de Rohan Chabot
fchabot@technikart.com

PUBLICITÉ & OPÉRATIONS SPÉCALES
DIRECTEUR Arnaud Laborey
alaborey@technikart.com

Technikart est édité par la SAS YAKART au capital de 270.000 euros.
9 rue Mandar, 75002 Paris (RCS 817 493 216) N° Issn: 1162-8731.
N° de CPPAP: 0225K86821
Dépot légal : à parution
Imprimerie ILD
Le magazine décline toute responsabilité quant aux manuscrits et photos qui lui sont envoyés. Les articles publiés n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs. Tous droits de reproduction réservés.

TECHNIKART SERVICE ABONNEMENT
03 44 62 52 63 Pour s'abonner, se réabonner ou changer d'adresse, écrivez à : abo.technikart@ediis.fr ou rencez vous sur Technikart.com rubrique abonnements
Les abonnement par chèques sont a envoyer à :
Technikart service abonnement Bureau B 1412, 60643 Chantilly Cedex
ABONNEMENTS POUR LA SUISSE :
abonne@edigroup.ch 022/348 4428
ABONNEMENTS POUR LA BELGIQUE:
abobelgique@edigroup.org 070/23

TECHNIKART CANAL HISTORIQUE
FONDATEURS Fabrice de Rohan Chabot, Raphaël Turcat & Guillaume de Roquemaurel
GRAND SEIGNEUR Olivier Malnuit†

Prix de vente export : BE/LUX/GR/T 4.90€ - UK 4£ - Maroc 50MA - Suisse 7CHF ; DOM : 4,5 € - TOM : 800 XPF ; Canada 10.99$Cad

~~PROCHAIN NUMÉRO : MAI 2026~~

press reader ePresse.fr cafeyn

VICTORINOX



CONCEPT ONE SOLAR

FAITES-EN BON USAGE

PROFITEZ DE VOTRE JOURNÉE… ET DE L'ÉNERGIE DU SOLEIL

Nan Goldin

This Will Not End Well



Nan Goldin, *Untitled*, 1982 (Detail) © Nan Goldin. Courtesy Nan Goldin and Gagosian

GrandPalais

et Chapelle Saint-Louis
de la Salpêtrière

du 18 mars
au 21 juin 26

MINISTÈRE DE LA CULTURE
Liberté
Égalité
Fraternité

GrandPalais Rmn

Hôpital Pitié-Salpêtrière AP-HP

CHANEL
GRAND MÉCÈNE DU GRAND PALAIS

kvadrat

SAHCO

Libération

Les Inrockuptibles

TRANSFUGE

marie claire

views

spot

RATP

arte

PARIS PREMIÈRE

France Culture

INSIDER



CIGARETTES COMEBACK

La revanche DES BLONDES ?

SEXY CIGGY_
D'abord mise en avant dans de nombreux clips et shootings (ici, Sabrina Carpenter s'en grillant une dans « Manchild »), la cigarette fait une réapparition étonnante dans le milieu fashion. Mais où va le monde ?

L'ACCÉLÉRATEUR — L'AVANT-TENDANCE, C'EST MAINTENANT

Des couvertures de magazine aux défilés les plus prestigieux, la cigarette est de plus en plus présente dans les **hautes sphères** de la mode. Alors que de nombreuses associations luttent contre ce « very nasty habit », pourquoi cet accessoire plaît-il autant aux fashionistas ?

Par Klervia Lelong

Petit cours d'histoire : à l'origine porté par les hommes dans les fumoirs pour éviter l'odeur de tabac sur leurs vêtements du quotidien, Yves Saint Laurent fait du smoking une pièce androgyne qui devient, dans les années 1960, le symbole de l'émancipation féminine. Sa démocratisation est intrinsèquement liée à celle de la cigarette. À une époque où les femmes cherchent à gagner en indépendance, fumer est vu comme un moyen de se rebeller et de se libérer des injonctions. Et devinez quoi ? En 2026, le smoking est de retour. Au défilé Saint Laurent Automne-Hiver 26-27, le 3 mars dernier, Anthony Vaccarello remettait à l'honneur le mythique ensemble de costume. Le signe d'un retour en grâce d'une habitude disgrâcieuse ?

UN OBJET DE LUXE

Malgré la loi Évin interdisant toute forme de publicité du tabac, la pop culture continue de glamouriser la cigarette. *L'Amour Ouf*, *Stranger Things*, les clips de « Residue » par Kylie Jenner et « Manchild » par Sabrina Carpenter : on ne compte plus les exemples mainstreams. « *[La cigarette] renvoie une image d'autonomie et de pseudo-snobisme correspondant à une forme d'élite ou de différence* », analyse Olivier Châtenet, designer et ancien assistant d'Azzedine Alaïa et de Thierry Mugler.

Entre ce style mondain et l'augmentation de son prix, la cigarette devient un véritable accessoire de luxe. En étant plus chère, « *elle mérite d'autant plus de plaisir* » remarque Louis Jean Guy, passionné de mode, suivi par plus de 5000 abonnés sur Instagram et auteur d'une thèse sur la critique de la mode. Pour Olivier Châtenet, « *ça ne sert à rien et que ça coûte cher* », soit la recette parfaite pour plaire à une cible de luxe.

Dans les années 1980, Yves Saint Laurent collaborait avec la marque de cigarettes portugaise Ritz, le tout partagé par un shooting sexy et vintage signé Helmut Newton. Aujourd'hui encore, on retrouve cette esthétique dans de nombreuses Maisons de luxe. The Frankie Shop sort son étui à cigarette doré, accompagné d'un briquet épuré, pendant qu'Hermès vend des cendriers en mosaïque. Les exemples sont nombreux et influencent la mode dans son ensemble, de la *fast fashion* aux défilés hauts-de-gamme. Lors de la Fashion Week 2024 de New York, des mannequins pour Christian Cowan et LaQuan Smith défilaient cigarette à la main. Plus récemment, on a pu voir ce même phénomène sur les podiums SS26 de Natasha Zinko et Enfants Riches Déprimés. Beurk ?

FUMER, C'EST SEXY ?

De pair avec les défilés, on retrouve abondamment la cigarette dans les campagnes publicitaires et dans les magazines. En témoigne Willy Chavarria en couve de *Players* et plus récemment, en mars 2026, le shooting de Kylie Jenner pour *Vanity Fair US*. Certains retournent même leur veste pour ne pas être ringards. Maison Margiela avait sorti un t-shirt « I don't smoke » en 2006, n'empêchant pas Glenn Martens, le DA de la marque, d'apparaître en couverture du magazine *Fantastic Man* vingt ans plus tard, briquet à la main et clope pincée entre les lèvres.

Les célébrités favorites de la Gen Z vantent même la cigarette comme quelque chose de cool, normalisant le tabagisme, à rebours de la *clean girl*, définitivement passée de mode. Rosalía débarque à l'anniversaire de sa grande amie Charlie XCX avec un bouquet de cigarettes, Beyoncé n'a aucun scrupule à fumer sur la scène du Stade de France lors de sa tournée Cowboy Carter, ou Lola Young va jusqu'à déclarer à nos collègues d'*Interview* que « *fumer c'est mal, mais ce sera toujours plus sexy que de vapoter* ».

VINTAGE ET POLITIQUE

Pendant que le gouvernement interdit la vente de puffs, contribuant à la disgrâce de la vapote, le lobby des cigarettes rend ses produits toujours plus chics et esthétiques. En voulant à tout prix s'émanciper de la mode de la *clean girl* pour celle de la *messy girl*, la cigarette devient un moyen d'assumer son imperfection tout en restant stylée. De plus, avec le retour du vintage et de la mode Y2K revient cette envie d'allumer une blonde à l'ancienne, avec un briquet. « *Notre génération est nostalgique d'une époque qu'elle n'a pas connue* », explique Louis Jean Guy. Ces jeunes adultes, majoritairement parisiens, essaient de reproduire ce temps fantasmé de débauche en remettant notamment au goût du jour les discothèques… et la cigarette. Fumer est même devenu un moyen de se révolter contre les idéologies de Trump, qui prône une hygiène de vie irréprochable. Voyons, il y a tout de même une meilleure façon d'être engagé qu'en se tuant à petit feu, non ?

ON AIME (OU PAS)



DAVA SUR CANAL

Enfin une bonne émission sur Canal + ! Les DAVA (truculent duo absurdo-trash qui ont tenu la rubrique jeu de *Technikart* seconde moitié des 2010's) jouent aux journalistes dans l'émission sur-mesure « Protocole ». On adore.

VÉNUS YAFFA

Actrice et costumière de l'ultra-rythmée *Misanthrope* de Tigran Mekhitarian, Vénus Yaffa lance sa carrière sur les planches du théâtre Antoine avec brio.

31 RUE CAMBON

C'est le nom du magazine Chanel dont le 31e numéro vient de paraître sous la direction de Faye and Gina (de chez *Magma Journal*). Élégant et moderne !

DUA LIPA X NESPRESSO

La chanteuse britannique a troqué son paquet de chips Brets pour le café. Gros coup de la part de Nespresso, qui renforce son virage pop.

GABRIEL ATTAL

Une grève des relecteurs chez Renaissance ? Pour contrer la progression de LFI au municipale, Attal a repris le très très très droitier slogan de « La France aux Français » sans ciller. Un de plus contre qui faire barrage ?

L'INTERNATIONALE X

La traduction automatique des posts X est de loin la pire idée sortie du cerveau sur-dopamine de Musk (c'est dire) – si vous vous demandiez à quoi pourrait ressembler une dystopie infernale où tout langage serait approximatif et globalisé, allez faire un tour sur les divers comptes d'ambasssades (vous y aurez aussi un aperçu de l'humour le plus ringard). Et pour les vétérans du réseau social, bah, fuyez.

CHARLES ALLONCLE

« *C'était un homme petit, acharné (…) calomniateur, publiciste de ses mensonges…* » Sur Instagram, à Nicolas Mathieu de nous offrir la meilleure description de l'égotrip le plus intriguant de la commission d'enquête sur l'audiovisuel public.



CARON

PARIS 1904



ATMAH

CAMPAIGNS & COVERS

QUEL *agent* SAUVERA VOTRE *image* ?

Jeune acteur, votre carrière décolle mais les seules marques qui acceptent de vous habiller sont Décathlon et Veja ? Allons, l'un de ces agents vous trouvera bien une invitation pour la Fashion Week.

Par Adèle Thièry

KAROLYNE LEIBOVICI

PUBLICIST & CREATIVE

Karolyne Leibovici a monté son agence, **A&K Communication**, il y a vingt ans sur le modèle des publicists anglo-saxons. Elle fut la première à installer le métier en France : « *On gérait les relations médias pour les talents* ». Avec l'avènement du digital, ses propositions d'accompagnements se sont diversifiées pour une image 360°, avec les relations médias, les collaborations avec des marques, les apparitions publiques, le stylisme, la direction artistique de l'image, les réseaux sociaux, comme pour la chanteuse Claïmax ou les comédiennes Kim Higelin et Marina Hands, entre autres. « *Les talents doivent être à l'aise avec l'image qu'on renvoie d'eux. On crée un écrin, et cet écrin fonctionne quand le public a l'impression qu'il est sincère.* » Quant à la collaboration avec les agents artistiques ? « *La première image d'un talent, c'est sa carrière.* » Carrières qu'elle développe avec Girls Support Girls, des dîners du cinéma 100 % féminins qu'elle co-organise avec la productrice Vanessa Djian.

A&K Communication, Neuilly sur Seine



CHRISTELLE GRAILLOT

AGENTE DOUBLE

Agente artistique de métier, Christelle Graillot connaît tellement tout le monde, qu'elle s'occupe souvent de l'image de ses jeunes talents. « *Les gens s'imaginent que les acteurs roulent sur l'or, mais un agent image, ça coûte cher.* » Ancienne tête chercheuse de talents chez Canal + (2000 à 2015) – elle a lancé une génération entière de comédiens, dont Charlotte Le Bon (*White Lotus* S3). Avec **Lamepresario** (créée en 2019), elle a une idée stricte de la communication : « *Il y a manière de le faire. Ce qui fait la valeur d'un talent c'est sa rareté. On doit créer de la désirabilité, ne pas placer son talent dans les médias quand il n'a rien à présenter.* » Alors que *Couture* (Alice Winocour) était encore en production, elle plaçait Anyer Anei chez nous, avant de la ramener pour sa cover digitale 2026.

Lamepresario, 62 rue des Vignes, Paris 75016



ALBANE CLERET

CANNES OU RIEN

Depuis 25 ans, Albane Cleret est l'architecte de la présence des marques et des talents sur la Croisette. Elle orchestre le tout depuis LaTerrasse, son QG où passent chaque année les personnes les plus influentes du cinéma. « *Ça permet de parler de leurs films dans un cocon élégant* ». Et le reste du temps ? Publicist, elle encadre les événements et dîners où se concluent les deals (comme celui entre les voitures BYD et le groupe audiovisuel Mediawan, début 2026). Et veille à la carrière de quelques protégées – dont Isabelle Adjani et Hafsia Herzi. Entendu dans la rédac' : « *Elle sait tout avant tout le monde. Elle connaît tellement bien ses talents et ses marques qu'elle sait en avance ce qui va marcher ou non.* »

Albane Communication, Paris 75016



BARBARA DE PRÉMILHAT

AGENTE POLYVALENTE

Chez Barbara de Prémilhat, pas question de faire appel aux autres pour ce qu'on pourrait créer soi-même. Contenu dédié aux talents, encadrement, relations presses, apparitions médiatiques : tout est géré en interne. Ancienne attachée de presse puis manageuse de talents, elle a créé **BBR image** il y a huit ans. Partisane des suivis sur une dizaine d'années, elle aime miser sur de jeunes talents « *en identifiant leur potentiel image avant même qu'il ne soit pleinement exploité* ». Sa dernière fierté ? « *Une campagne Dessange avec la comédienne Thalia Besson et des événements cinéma forts avec la maison Chopard.* »

BBR Image, 64 bis Rue du Ruisseau, 75018



JANE FERREIRA

L'AGENTE NEW WAVE

Jane choisit d'accompagner « *exclusivement des talents queer, en France et à l'international* » afin de leur donner de la visibilité et de leur offrir une safe-place. Parmi eux, Ivan Ugrin (icône maculée de lait de la campagne « *Drink Your Milk* » de JW Anderson pour son ex-Maison Loewe, 2024), Marie Papillon (actrice, scénariste, réalisatrice qui développe 3 longs métrages en ce moment…) et Ailsa Ogden Studio (artiste-peintre londonienne). Photographe, réal, productrice, ancienne attachée de presse Mode, Jane, désormais à la tête de sa structure **Déjà Pris,** mise sur sa vision et son « *flair* » : « *Il faut en avoir pour reconnaître un projet/client/média qui saura correspondre au talent. Et puis il faut être « psy/soeur/mère ». Savoir écouter, accompagner, rassurer, fédérer.* »

Déjà Pris, Paris 75011



ISABELLE BRULIER

LA PLUS DISCRÈTE

Pensez aux taulliers du cinéma français : Gilles Lellouche ? Laurent Lafitte ? Benjamin Lavernhe ? Isabelle Brulier les représente tous. Le tout supplément fratrie Schneider. Cette ancienne dir' de com' chez Lancel – elle y sera restée 18 ans et aura lancé le sac Bardot avec BB – partage quand même le travail autour de quelques talents avec Karolyne Leibovici (dont Pierre Niney, pas fou). Papesse des agents images, elle a inventé le métier mais ne vous le racontera jamais. Et pour cause : elle refuse de communiquer sur elle, pour se dédier entièrement à la carrière de ses protégés, dont elle est très proche.

Brulier Communication, 217 rue Saint-Honoré, 75001



JOSEPH DEGBADJO & FRÉDÉRIC VILCHES

SPORTY & LUXE

Anciens sportifs de haut niveau reconvertis l'un dans la mode (photographe), l'autre dans l'architecture, Joseph et Frédéric ont lancé leur agence, **L'AM de Paris**, il y a six ans. Aussi à l'aise dans le sport que le luxe, le duo gère les carrières des escrimeuses Sara Balzer et Élodie Clouvel, du skipper Quentin Delapierre, de l'Égyptienne Farida Khalil (à quinze ans, elle est championne du monde de pentathlon)… « *On n'encadre que des sportifs qui lient ultra-performance et une attirance pour l'esthétisme,* expliquent-ils. *Et on repère les futurs champions, comme Kenzo Craigie, seize ans, junior-driver chez Mercedes.* » Leur formation en droit et leurs années de conseil auprès d'agences de football leur donnent une aisance naturelle sur les aspects juridiques. « *On peut discuter directement avec les marques et les avocats, sans intermédiaire, et ça change tout dans la négociation. On a des juristes, bien sûr, mais pour savoir que dans le milieu du sport il faut exclure les clauses de non contournement dans les contrats, il fallait venir de nos milieux.* »

L'AM de Paris, Paris 75001

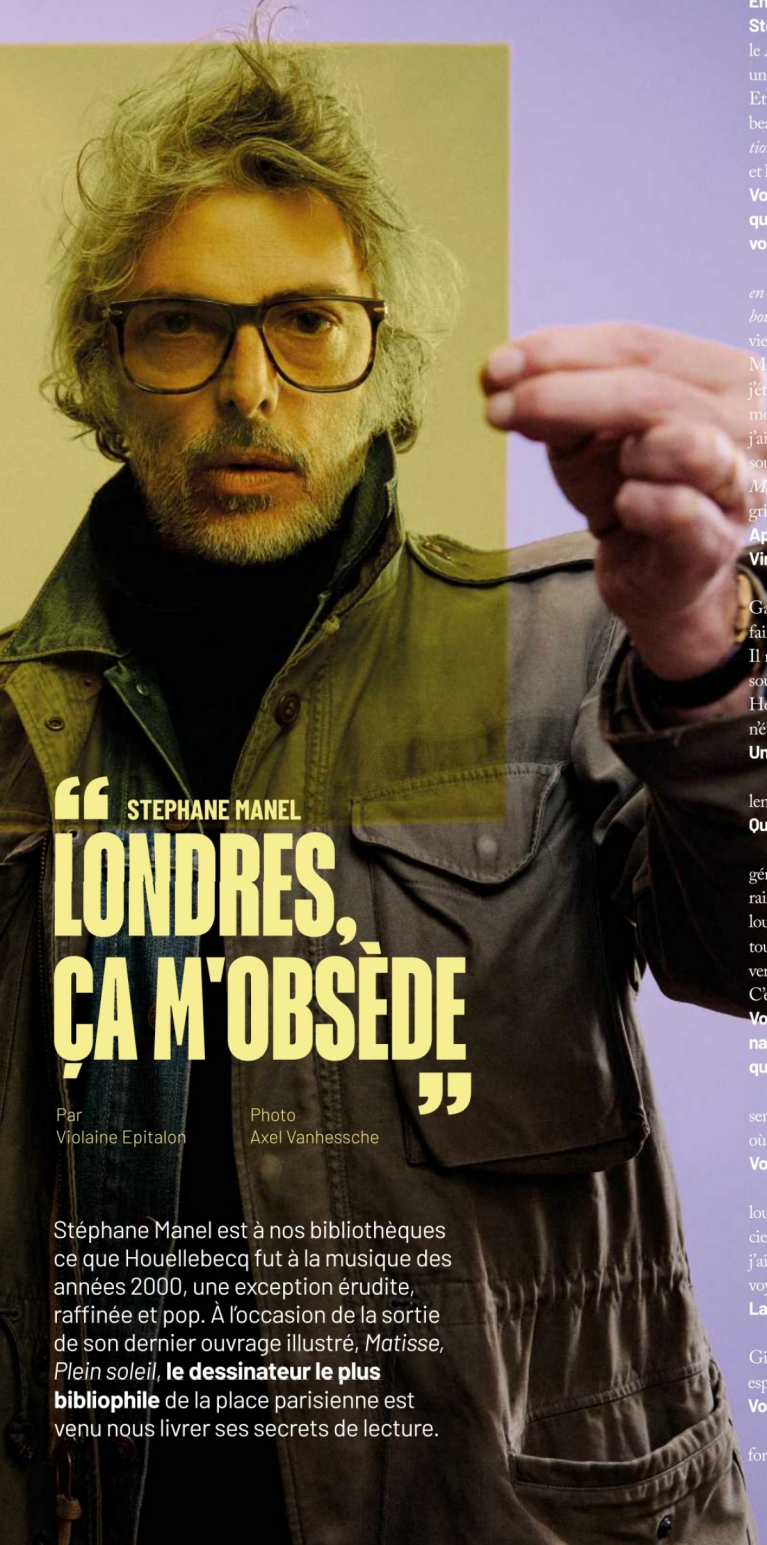


SAÏF MAHDI

LE SUPER-AGENT

Ancien président europe de Next Model Management – la machine à deal de la mode dans les années 2010 dont il a développé la partie « talents » – Saïf Mahdi a quitté la maison mère en 2019 pour fonder **SAFE Management**. Volontairement sélective et discrète, l'agence gère les carrières haut de gamme d'Alexa Chung, FKA Twigs ou Lyna Khoudri (signée chez son partenaire chéri : Chanel). Redoutable « Monsieur deal », il repère les nouvelles têtes avant l'heure et prend en charge la totalité de leur carrière sous ce mantra : « *Quand tu es signé chez Saïf, même tes DM insta sont gérés* ». Le plus ? Il accompagne avec brio Nadia Melliti, *rising star* de *La Petite Dernière*, de Hafsia Herzi.

SAFE MANAGEMENT, Paris 75001



STEPHANE MANEL

“LONDRES, ÇA M'OBSÈDE”

Par Violaine Epitalon

Photo Axel Vanhessche

Stéphane Manel est à nos bibliothèques ce que Houellebecq fut à la musique des années 2000, une exception érudite, raffinée et pop. À l'occasion de la sortie de son dernier ouvrage illustré, *Matisse, Plein soleil*, **le dessinateur le plus bibliophile** de la place parisienne est venu nous livrer ses secrets de lecture.

Enfant, quelles étaient vos lectures ?

Stéphane Manel : L'un des plus grands souvenirs que j'ai, c'est le *Nouvel Obs*, parce qu'il y avait *Les Frustrés*, de Claire Bretécher, une BD très sociologue, aussi importante que Barthes pour moi. Et puis mon père avait une petite agence de pub, donc il ramenait beaucoup de journaux à la maison : *Le Quotidien de Paris, Libération, Médias, Stratégies*... Il y avait aussi des magazines d'aviation et les *Playboy* qu'il s'empressait de ranger tout en haut de l'étagère.

Votre premier dessin vendu, c'est un ami de votre père qui l'a acheté. Mais à quel moment le dessin est-il devenu votre activité pro ?

Au départ, j'ai travaillé avec Matthias Debureaux *(rédacteur en chef de* Citizen K, *ndlr)* au journal des Galeries Lafayette, *40 boulevard de l'Info*, un petit fascicule en couleurs qui évoquait la vie du magasin. Avant qu'on nous propose de nous en charger, Matthias vendait des gants de toilette et des peignoirs, et moi j'étais au rayon Moulinex, au sous-sol. Lui, voyait passer des stars, moi je me tapais ceux qui voulaient acheter un grille-pain. Puis j'ai commencé à faire des dessins pour le journal, je faisais du sous-Sempé. Par la suite, j'ai coloré les planches de la collection *Max et Lili*, chez Calligram. On en profitait pour y planquer des gribouillis et des saletés dans les buissons…

Après cela, vous avez été embauché comme DA chez Virgin, puis vous avez rencontré Bertrand Burgalat…

Entretemps, j'avais fait une pochette pour un album de Gainsbourg, ce qui m'a permis de démarcher avec et de me faire embaucher chez Virgin, où je croisais souvent Bertrand. Il m'a proposé de venir travailler pour son label, Tricatel. Je me souviens d'avoir réalisé la pochette de *Présence Humaine*, de Houellebecq, et ça s'était mal passé : il trouvait que la photo n'était pas assez déprimante !

Une autre pochette qui vous a marqué ?

Celle de *Sessions*, de Sébastien Tellier. Elle est venue naturellement. Il est de profil, en noir et blanc, une cigarette dans le nez.

Quels illustrateurs vous inspiraient à l'époque ?

Je lorgnais du côté de Moebius, Enki Bilal, puis toute la génération de Berberian, Götting… Ça c'est pour les contemporains. Sinon je dirais que ma plus grande inspiration, c'est Toulouse-Lautrec. Il faut revenir à ça. Mais l'image qui me suivra toujours, ce sont les portraits de Breton et Soupault sur la couverture des *Champs Magnétiques* (Gallimard), par Francis Picabia. C'est la perfection du profil.

Vous avez aussi travaillé avec la presse mag' à l'international (*Citizen K, So Foot, The New Yorker*…). La commande qui vous a le plus marqué ?

C'était pour un magazine japonais, *Beikoku magazine*. La sensation de recevoir un colis qui venait du Japon, avec un mag' où je ne comprenais rien, j'adorais…

Votre régime de lecture aujourd'hui ?

Quand j'étais plus jeune, je lisais *Les Cahiers du cinéma* – j'en loupais pas un numéro et je les attendais avec impatience –, l'ancienne version des *Inrocks*, *Onze* (un mag de foot)… Maintenant, j'ai un peu perdu cette « attente », mais j'achète la PQR quand je voyage. Et nous achetons régulièrement le *New Yorker*.

La lecture que vous conseilleriez à un ami ?

Le Dernier été en ville, le seul livre d'un auteur italien, Gianfranco Calligarich, à avoir été traduit en français. C'est une espèce d'errance dans Rome, c'est presque modianesque.

Votre prochain livre ?

J'aimerais écrire sur Londres, ça m'obsède. Sinon, changer de format, et faire une dystopie.



PHOTOGRAPHIE RETOUCHÉE

LONGCHAMP

PARIS

L'ABSTRACTION QUEER D'HILMA

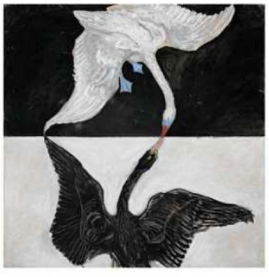
Hilma af Klint est une artiste immense, qui dépassait les codes abscons du genre, de **l'artiste star** et des frontières entre art, science et spiritualité il y a plus d'un siècle. Rencontre au Grand Palais.

Par Alexis Lacourte

L'ERMITE QUEER

Hilma af Klint. Vous n'avez jamais entendu son nom ? Elle l'écrivait dans ses carnets : c'est l'œuvre d'un temps à venir. Morte en 1944, ce n'est qu'à partir de 1986 et l'exposition « The Spiritual in Art au Los Angeles County Museum of Art qu'elle est largement découverte. Symbolisme radical, abstraction avant la gloire, volonté de renouer avec l'art religieux, le tout inspiré par la théosophie et une vision ésotérique de la *Bible*, Hilma af Klint bouleverse à rebours l'histoire du XXe siècle. L'exposition inédite au Grand Palais explore d'autres dimensions, peu connues : vous découvrirez son travail sur le genre (exit la binarité homme/femme), le dépassement de l'individualité de l'artiste au profit de la sororité, et le sens, ardue, de ses toiles, dont certaines sont phénoménales. Hilma af Klint, une ermite queer, guidée par les anges, nous est présentée par Pascal Rousseau, commissaire de l'exposition.

«Hilma af Klint» au Grand Palais, du 6 mai au 30 août 2026



CYGNE, N° 1 (1914-1915)_

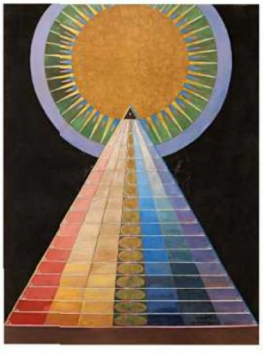
YING & YANG

« Cette polarité yin et yang entre le cygne noir et le cygne blanc, entre les pattes et becs jaunes et bleus, c'est d'abord la lutte contre le bien et le mal. C'est aussi une référence au mythe lesbien de Léda, la lutte contre le masculin et le féminin qu'Hilma af Klint veut dépasser, au profit d'un troisième genre… »

INCONNUE

« Elle est dans une production schizophrénique qu'elle mène parallèlement. D'une part, une œuvre conventionnelle, des portraits naturalistes et des paysages post-impressionnistes. D'autre part, cette œuvre spirituelle et avant-gardiste que son époque n'a pas voulu voir, qui peut inspirer notre époque . »

RETABLE, N° 1 (1915)_



LES DIX PLUS GRANDS, N°7 (1907)_



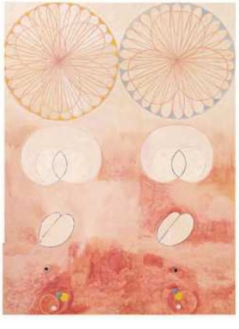
LES GRANDES PEINTURES FIGURATIVES (1907)_



SPIRITUALITÉ

« Ce sont les œuvres les plus frappantes ! Elle utilise de la tempera à l'œuf, une technique ancestrale, courante à la Renaissance, qui a pour particularité de préserver la puissance vibratoire des éléments. C'est pour elle, comme pour Fra Angelico à l'époque, la peinture de l'esprit. »

LES DIXPLUS GRANDS, N°9 (1907)



SORORITÉ

« Derrière sa créativité formelle et son symbolisme radical, si elle est importante aujourd'hui c'est pour son innovation conceptuelle, en particulier sur la question de l'auteur. Elle appartient à un groupe de cinq femmes, avec l'artiste Anna Cassel. Au sein de ce groupe, réunit autour de la spiritualité, l'identité est collective. »



LONGCHAMP

PARIS

“UNE NOUVELLE VIE”

Photos
Margot Berard

Par
Klervia Lelong

Il y a quelques années encore, Mamadou Sidibé était ailier dans l'équipe de football d'Amilly, en Nationale 3. Aujourd'hui, il a plaqué son rêve pour en réaliser un autre : **devenir comédien**. Rencontre.

Ton rôle de Malik, personnage principal dans la série *Un Prophète* (réalisée par Enrico Maria Artale) est ta première apparition à l'écran. Comment en es-tu arrivé là ?

Mamadou Sidibé : J'ai grandi avec Eddie Murphy, Franck Dubosc, Louis de Funès... Je me disais qu'à la fin de ma carrière de footballeur, je pourrais essayer le cinéma. Il y a deux ans, le foot ne fonctionnait plus pour moi, je cherchais quelque chose à faire professionnellement. Je suis tombé sur le casting d'*Un Prophète*, j'ai postulé, et ça s'est bien passé. Je ne connaissais rien au cinéma, c'est la curiosité qui m'a amené là.

Sans expérience au préalable, comment as-tu procédé pour incarner ce jeune Mahorais arrêté pour possession de drogue ?

J'ai eu six mois pour préparer mon personnage. J'ai travaillé avec Karine Nuris, une coach formidable. Ensuite, avec Enrico [Maria Artale], on a beaucoup travaillé sur le corps, la posture, la démarche, etc. Il voulait que je sois vrai. Ça tombait bien, parce que Malik arrive dans l'inconnu en prison, moi j'arrive dans l'inconnu dans le cinéma. Il y avait quelque chose de naturel dans notre ressemblance.

Malik est incarcéré dans la prison des Baumettes, à Marseille. Comment l'équipe de tournage et toi avez-vous travaillé pour être réaliste ?

Comme Malik, je ne connaissais pas du tout le monde carcéral. Enrico a parlé avec des gens qui travaillent aux Baumettes et avec des détenus, pour avoir les codes, mais il ne m'a rien partagé. Il voulait vraiment que, comme le personnage, je ne sache rien. Le décor de la prison a été construit dans une université abandonnée, en Italie. Ils ont essayé de tout faire à l'identique, avec le même fournisseur qu'aux Beaumettes. C'était grand, il y avait des étages et des couloirs avec de vraies cellules. C'était incroyable. Quand on sortait, on arrivait dans la cour avec les grilles, tout était fermé. En plus, il faisait 40 degrés, c'était pesant.

Sur Instagram, tu aimes prendre la pose. Souhaites-tu développer une carrière de mannequin ?

Ça m'a toujours intéressé. L'année où j'ai passé le casting pour *Un Prophète*, j'avais déjà candidaté pour du mannequinat. Avec mon petit frère, on a toujours aimé la mode. Lui aime beaucoup le luxe, il est un peu plus fashion que moi. Mon style est subtil, sobre et épuré, mais il faut qu'il y ait un détail qui sorte du lot. J'aime beaucoup Jonathan Anderson, que j'ai rencontré à la Fashion Week. Ce qu'il fait est très joyful, il aime bien jouer avec les couleurs. Il prend des trucs formels, et il les déconstruit. J'aime beaucoup Jacquemus aussi. Des couleurs simples, des belles coupes, c'est propre, j'adore.

Avec tes deux passions pour le foot et le cinéma, tu as le profil parfait pour un rôle de footballeur...

Après *Un Prophète*, j'ai fait trois projets sur le foot. Il y a *Privilèges*, une série sortie le 27 mars sur HBO, dans laquelle je suis un joueur du PSG. Ensuite, j'ai fait *Bombonera*, un film de Syrine Boulanouar sur un tournoi de street foot. Ça sortira cet été. Et le troisième, c'est *L'une des leurs*, le premier long de Marie Rosselet-Ruiz, sur des Ultras lensois. C'est un film très sociétal, qui traite de groupes identitaires. On ne joue pas au foot, mais on raconte l'histoire des supporters. Ça devrait sortir dans l'année. On a tourné cette saison, quand ils étaient premiers du classement de Ligue 1. On était dans les tribunes avec les vrais Ultras, on filmait les buts, les réactions, les avant-matches, c'était incroyable.

Tu parles anglais, italien, français, bambara *(l'une des langues principales parlées au Mali, ndlr)*... Pourrais-tu faire du doublage ?

J'aimerais beaucoup. Je joue dans d'autres langues sur les castings, mais pas encore pour un rôle. Comme la série va être adaptée en Italie, je vais essayer de faire ma propre voix.

On te verra bientôt dans le nouveau film de Judith Godrèche, *Mémoire de fille*, adapté d'un roman d'Annie Ernaux. Qui vas-tu incarner ?

On est tous animateurs dans une colonie de vacances et je tombe amoureux d'Annie, mais elle va me rejeter. Dans le groupe, ils sont tous méchants envers elle, et je les rejoins parce que j'ai la haine contre elle. On est un peu des loups, mais c'est normalisé. Ça se passe en 1958, donc on a de beaux looks, on est magnifiques. Moi, j'ai une afro ! C'est trop bien parce que là, c'est une nouvelle vie. Je fais tout ce que je ne pouvais pas faire avec le sport. Je suis content d'avoir eu ces deux vies.

VESTE EN TOILE DE SOIE NOIRE,
PULL EN COTON GRIS,
CHEMISE EN POPELINE DE SOIE BLEUE,
SHORT CHINO EN TWILL DE COTON JAUNE,
RICHELIEU DIOR HEIR EN CUIR DE VEAU LISSE NOIR, **DIOR**



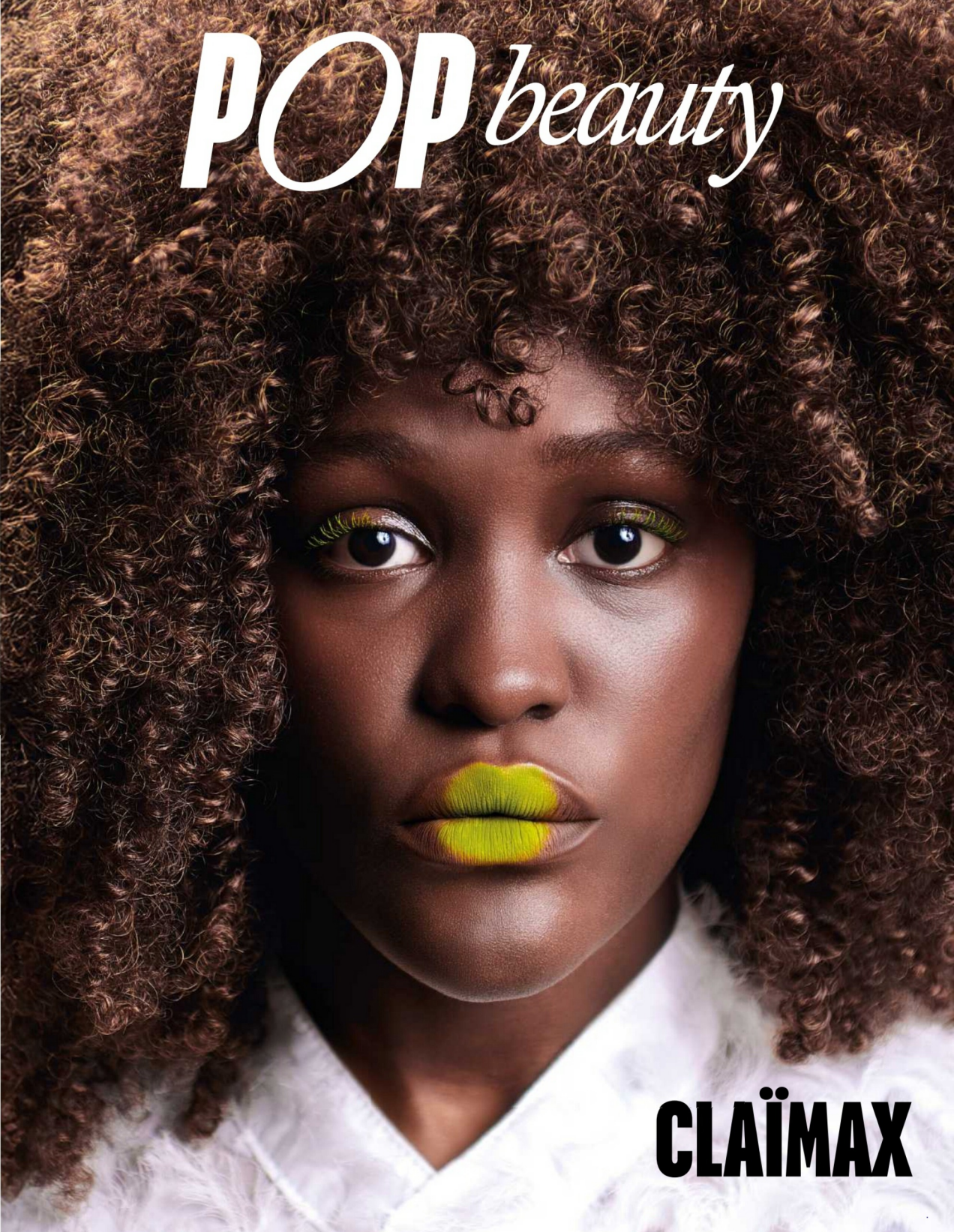
JACK DANIEL'S®



JACK, LA GOURMANDISE DE LA MÛRE EN PLUS.

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

JACK DANIEL'S EST UNE MARQUE DÉPOSÉE. ©2026 JACK DANIEL'S. TOUS DROITS RÉSERVÉS. BROWN-FORMAN FRANCE SAS CAPITAL 5 047 000€ - 47 RUE DE MONCEAU 75008 PARIS - RCS 793 408 113


POP beauty
CLAÏMAX

Par
Klervia Lelong

Photos
Maxime Blais

Makeup
Victor Rossi

“Rendre HOMMAGE”

Ancienne pensionnaire de la Comédie Française, Claïna Clavaron devient Claïmax pour se consacrer à la musique. Dans son premier EP, *Journal d’une adoptée*, elle met une **touche d’highlighter** sur des sujets souvent laissés dans l’ombre.

Tu as commencé le théâtre à cinq ans. Le maquillage est-il une façon pour toi de te mettre dans tes personnages ?

Claïna Clavaron : Oui, c’est très important. Peu importe le rôle, je garde ce temps pour moi. C’est le moment où je me concentre. À chaque trait, même si je ne mets presque rien sur ma peau, je me redis mes phrases, je me mets dans le rôle.

À mi-chemin entre slam et R&B, ton premier EP, *Journal d’une adoptée* (partie 1), est sorti le 27 mars. À quand la partie 2 ?

Surprise ! Je suis en pleine écriture et il y a des feats que j’aimerais faire, donc on réflechit encore. On travaille sur la structure, pour que ce soit vraiment une suite musicale et artistique. L’idée, c’est de mettre en valeur des vies invisibilisées et des récits dont on ne parle pas. C’est important de les raconter, de les ancrer quelque part, de leur rendre hommage. Il faut que ça me ressemble. En tout cas, un single de la partie 2 va sortir cet été.

Sur tes tournages, tu as eu l’occasion de côtoyer de nombreux makeup artists. Quel est le meilleur conseil que tu aies reçu ?

Une MUA m’a dit que mon teint avait des sous-tons jaunes. Maintenant, je trouve le fond de teint qui matche avec ma peau. J’en utilise un de la marque de Lady Gaga, Haus. Il n’est pas épais et c’est un soin, donc ce n’est pas gras et ça ne se met pas dans les ridules. Il est vraiment bien.

Théâtre, clip, cinéma… Quelles sont les caractéristiques de mise en beauté propres à chaque plateau ?

Pour le théâtre, il faut accentuer les contrastes avec des points de lumière particuliers pour mettre le visage en valeur. L’anti-cernes est très étalé et le teint est moins glow qu’au cinéma, où le maquillage est appliqué par touches, parce qu’on est très proches. À la Comédie Française, le maquillage doit être conventionnel. Dans mes clips, je suis plus libre car c’est moi qui produis, je peux tout faire.



COLORFIX MATTES TEINTE MATCHA **DANESSA MYRICKS**

Victor :
« J’utilise ce produit pour la base des lèvres. Par dessus, je vais mettre un fard de la même couleur. Le but va être de le tapoter pour y déposer beaucoup de matière et ainsi donner un effet velours. »



LIPGLASS TEINTE CLEAR **MAC**

« J’ai ajouté du gloss sur les paupières mobiles de Claïna pour capter la lumière et leur donner un effet mouillé. Ça permet de donner du contraste à un teint très mate et de faire ressortir ses yeux. »



SÉRUM TEINTÉ 1005 TYPE 5 BRUN **TYPOLOGY**

« J’ai fait un teint simple et hydraté avec un sérum Typology et un mélange d’anticernes, toujours de chez Typology. L’avantage de ces produits, c’est qu’ils sont très légers tout en floutant assez bien. »



MASCARA PERFECT STROKES UNIVERSAL **RARE BEAUTY**

« Je mets une pointe de vert sur les cils de Claïna, pour rappeler la bouche. Je vais donc mettre une base de mascara noir, pour ensuite appliquer le colorfix au pinceau sur l’extrémité des cils du haut. »

BYD

ATTO 2 DM-i

SUPER Hybride

JUSQU'À

1000 KM[1] D'AUTONOMIE



À PARTIR DE

26 990€ TTC[2]

RÉSERVEZ VOTRE ESSAI

A 41g CO_2/km

B

C

D

E

F

G

6 Ans De Garantie ou 150 000 km[3]

(1) Cycle wltp mixte.
(2) Prix TTC valable jusqu'au 30 juin 2026. Voir conditions sur byd.com/fr.
(3) 6 ans de garantie sur le véhicule.

BYD France 8 rue Léonard de Vinci 60000 Beauvais SIREN 829 635 820 RCS Beauvais

Pour les trajets courts, privilégiez la marche ou le vélo. #SeDéplacerMoinsPolluer



FUTURISTIC DESIGNER_
Depuis deux ans Diego Guillen (qui porte ici l'une de ses créations) réinvente le vestiaire féminin entre inspirations futuristes et réalisations couture.

Par
Anaïs Dubois

Photo
Léo Baranger & Gabriel Driot

“SCULPTURALE ET *futuriste*”

Passionné de dessin de mode depuis ses neuf ans, Diego Guillen a étudié la mode à l'école Esimode avant d'être diplômé chez Chardon Savard. Le créateur a fait ses armes dans le drapé chez Atlein, la maroquinerie chez Longchamp et le menswear chez Balmain avant de lancer sa propre marque, **sharp et radicale**. Interview couture.

Dans ta dernière collection « OVO ASTRA », tes onze pièces uniques explorent une vision à la fois cosmique et avant-gardiste des matières et des volumes. Comment définirais-tu l'identité de ta marque ?

Diego Guillen : J'explore le volume à travers des structures en baleine mais aussi le matelassage et le drapé, toujours dans l'idée de mettre en valeur la silhouette. La femme que j'habille est audacieuse et cinématique, elle se met en scène dans son propre film. Mais l'identité est surtout sculpturale et futuriste. Cette notion du futurisme c'est un ping-pong temporel, ça ne s'arrête jamais vraiment. Ce qu'on définissait comme futuriste à l'époque de Pierre Cardin, finalement l'est toujours car ce n'est pas arrivé, simplement l'idée qu'on s'en fait est désormais rétro, voire désuète. Je travaille de sorte à trouver une balance entre ce côté contemporain de notre imaginaire futuriste et ces références.

Quelles sont tes influences ?

Pierre Cardin est mon maître ! Après, ma mère m'a transmis l'amour de la mode et mon père celui du cinéma. C'est un bon compromis. Je m'inspire énormément du cinéma de science-fiction, j'ai grandi avec *Star Wars* et la franchise *Alien*. Le moodboard de ma dernière collection était rempli de références au film *2001, l'Odyssée de l'espace*, parce que l'astronomie est aussi une de mes influences majeures. Ensuite, pour construire mes silhouettes féminines, je me réfère aux héroïnes de ces films comme Sigourney Weaver dans le rôle d'Ellen Ripley dans Alien. Elle incarne l'idée que la force et la féminité ne sont pas contradictoires, bien au contraire. C'est le message que je veux véhiculer à travers mes pièces.

Comment utilises-tu les matières pour incarner ces idées ?

Je source mes matières dans des entrepôts de stocks dormants de maisons de luxe, comme Nona Source par exemple. J'utilise beaucoup le vinyle, c'est l'un des codes de ma marque. Pour cela, je recherche des alternatives plus responsables, il existe du latex naturel issu de forêts bien gérées. Mon objectif avec cette matière est de la dissocier de sa connotation érotique et BDSM. J'ai envie de rendre le vinyle luxe, raffiné et contemporain. En ce moment, sur mon moodboard, la figure centrale c'est Trinity dans *Matrix*. Elle est habillée en vinyle de la tête aux pieds quasiment tout le long du film. Beaucoup sexualisent le personnage, mais je ne le perçois pas du tout comme ça. Au contraire, c'est une combattante, elle est en lutte permanente. Elle pourrait être en jogging, mais non, elle fait du vinyle une forme d'armure.

Ce moodboard a-t-il vocation de devenir une prochaine collection ?

Je travaille ma première ligne de prêt-à-porter à destination d'un e-shop. Et je suis en train d'organiser un pop-up store pour dans quelques mois. Ma première collection est une production de pièces uniques, dessinées et réalisées entièrement à la main par moi-même et elle est plutôt destinée à être portée lors de shooting presse. J'ai donc besoin de voir comment réagit ma clientèle face à des produits plus commerciaux avec des références aux codes de la marque.

Tu travailles l'accessoire ?

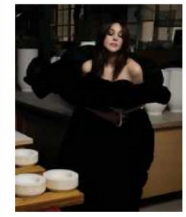
Oui ! C'était une partie importante de ma première collection. J'aime beaucoup la maroquinerie, j'ai d'ailleurs assisté les stylistes chez Longchamp avant de me lancer. Je faisais les dessins techniques sur tablette. En plus, il faut le dire, c'est nécessaire dans l'aspect vente. J'ai vraiment mis un point d'honneur à ce que mes onze silhouettes aient toutes un sac. J'ai déniché des objets avec des formes qui m'inspiraient en seconde main. J'ai acheté un cercle métallique d'abat-jour et au milieu j'ai ajouté une boule transparente qui constituait le sac, avec des anneaux autour. Ça reprenait Saturne.

Et comment réalises-tu tes bijoux ?

Je les ai fabriqués grâce à une imprimante 3D et en découpe laser sur Plexiglas. Les bijoux font actuellement partie de ma réflexion pour le pop-up. J'aimerais sans doute collaborer avec des créateurs de bijoux dans mon style à cette occasion.

DIEGO GUILLEN EN 3 CRÉA

PETITE ROBE NOIRE



« La forme dessinée s'inspirait d'un trou de vers. Pour créer ce volume, j'ai construit une armature en fil de fer, mais la robe prenait tellement de place que j'ai dû l'écraser littéralement sur elle-même pour la stocker. Le styliste Ali El Ayeb, l'a vu comme ça et il m'a suggéré de la laisser avec cette forme totalement étrange »

MOON JACKET



« Sur mon moodboard il y avait juste une image de lune. J'ai voulu partir sur une création gigantesque qui soit complètement ronde. L'idée était que la personne porte cette veste littéralement sur la tête. Je l'ai fabriquée en matière technique argenté pour faire écho à l'inspiration. »

LE TRENCH



« Je l'ai réalisé pour mon entrée dans le master. C'est la pièce la plus pointue que j'ai cousu. Elle décrit parfaitement mon ADN : le vinyle, le rouge, les volumes. Elle s'inspire des gardes rouges de *Star Wars*. Et elle a servi à Jaden Smith pour l'annonce de sa nomination en tant que DA chez Louboutin. »

LA CHRONIQUE STREETLUXE

NOUVEAUX DA, NOUVEAUX PRIX ?

PAR ANAÏS DUBOIS

Les premières collections des nouveaux DA, arrivés dans la foulée du mercato du luxe, sont enfin en boutique. Avec elles, une **nouvelle grille de prix**. Décryptage.

Au cours de l'année 2025, les maisons de luxe ont procédé à l'un des renouvellements créatifs les plus denses de leur histoire. Jonathan Anderson chez Dior, Matthieu Blazy chez Chanel, Demna chez Gucci, Glenn Martens chez Margiela, Michael Rider chez Céline, la liste est longue. Les départements communication et marketing ont eux aussi subi plusieurs changements. Luca de Meo a été nommé DG de Kering (ex-Renault), Francesca Bellettini préside désormais Gucci (ex-Saint Laurent), ainsi de suite. Sous couvert créatif, après cinq années de hausse tarifaire soutenue, les marques utilisent ces transitions pour recalibrer leur offre. On fait le point.

GRIGRI HAUTE COUTURE

Entre 2020 et 2023, les hausses moyennes ont atteint 36 % selon une étude de Bernstein, et certaines maisons ont été encore plus agressives. Dior a augmenté ses prix de 51 % et Chanel de 59 %. Par exemple, le sac à rabat Chanel a presque doublé depuis 2019. Les maisons ont progressivement recentré leurs propositions pour les clients fortunés, en optimisant les marges au détriment des points d'entrée (petits articles de maroquinerie, accessoires, charms ludiques). Ce faisant, elles ont progressivement exclu une partie significative de leurs acheteurs historiques, les aspirationnels. Ces consommateurs jouent pourtant un rôle structurel dans l'écosystème des marques. Leur décrochage estimé à plus de 50 millions de personnes à l'échelle mondiale selon Bain & Company n'est pas sans conséquence. À cela, s'ajoute la Gen Z, ayant développé un rapport au luxe porté par les enjeux écologiques. L'accumulation de ces facteurs a participé au ralentissement de l'industrie. Déjà en 2024, Frédéric Grangié, président de la division montres et bijoux de Chanel avait déclaré au magazine *Le Temps* que « *les clients en ont assez d'être matraqués par le luxe* ». Côté Kering, Luca de Meo aurait invité le groupe, dans une note interne fin 2025, à revoir sa stratégie de prix ainsi que sa gamme de produits.

Les changements de directeurs artistiques permettent ces restructurations. En effet, au-delà des prix, c'est aussi la composition de l'offre qui devait évoluer. Les créateurs entrants pensent donc très créativement les points d'entrée ayant un effet psychologique positif au-delà de leur valeur. L'objectif ? Redonner une raison aux acheteurs aspirationnels d'entrer en boutique. Chez Dior, les porte-clés et bijoux de sac prennent la forme de rubans de couture créant une rose, de trèfles à quatre feuilles (ci-contre, le bijou de sac Dior Swing) ou de petits miroirs de poche sous l'aspect d'un médaillon et le premier prix s'affiche à 350 euros. Ce grigri haute couture permet un accès à l'univers de Jonathan Anderson sans devoir faire un prêt à la banque. Ainsi, pour les enseignes, c'est une façon de relancer le volume des ventes sans mettre de côté la désirabilité. Win-win.



ASSOUPLIR LES ACCESSIBLES

Ce mercato crée une rupture suffisamment nette pour que de nouveaux prix s'imposent naturellement sans nécessiter de justification. Chez Chanel, les premiers sacs signés Matthieu Blazy donnent le ton. Le petit à rabat en cuir, sans fioritures s'affiche à 4500 euros, soit 32,2 % en dessous des autres modèles à rabat de la maison. Le grand sac bowling, autre silhouette lancée lors de la collection SS 26, est proposé à 5100 euros, quand les grands formats Chanel démarrent habituellement à 6000 euros. Blazy joue la continuité tarifaire sur l'essentiel de la gamme, tout en réservant les écarts significatifs aux pièces de runway les plus fortes comme la minaudière du soir en forme d'œuf, dont le prix, lui, n'est communiqué que sur demande.

Chez Celine, Michael Rider adopte une posture encore plus optimiste sur les prix d'entrée. La version plate du New Luggage, it-bag de sa première collection, est vendue 1700 euros, là où un sac de luxe est rarement présenté en dessous de 2000 euros de nos jours. Le reste de la collection est cohérent avec les prix existants de Celine, tels qu'un carré de soie à 490 euros et une mini robe en jacquard à 3800 euros. Chez Burberry, la logique est plus segmentée encore : les prix des sacs reculent de 12 à 18 % sur un an au Royaume-Uni, tandis que ceux du trench Kensington, pièce emblématique par excellence, progressent de 1 à 4 % sur la même période. Ces ajustements dessinent une nouvelle trajectoire pour 2026. Les maisons protègent les iconiques et tendent à assouplir les accessibles. C'est finalement au 31 rue Cambon que la démonstration a été la plus nette. Dès sa mise en rayon, la primo-collection Matthieu Blazy pour Chanel a provoqué files d'attente et ruptures de stock. Un succès commercial donnant la mesure de ce nouveau cycle créatif et économique.

↗ UP & DOWN ↘

ON ADORE



↗ L'EMBAUCHE DE MATTHEW WILLIAMS

La marque Oakley (groupe EssilorLuxottica) a annoncé Matthew M. Williams à la direction créative. L'ex-DA de Givenchy et co-fondateur de 1017 ALYX 9SM va faire duo avec Travis Scott, Chief Visionary Officer du groupe. L'objectif ? Un recentrage start' pour élargir l'offre entre performance sportive et lifestyle, technologie et héritage. Pro des collab' (Vans, Nike, Moncler), on attend son drop de pied ferme.

ON AIME



↗ LE SUR-MESURE BLAZY

Les Oscars 2026 ont offert à Matthieu Blazy une nouvelle scène mondiale pour affirmer sa vision de Chanel. Jessie Buckley, sacrée meilleure actrice pour son rôle dans *Hamnet* portait une robe bustier sur-mesure rose poudré avec une longue traîne couverte par une étole en cuir satiné rouge. Difficile de ne pas penser à Grace Kelly aux Oscars de 1956. Perfection !

ON PASSE



↘ ARCHIVES ZARA ?

Après ses adieux à Margiela en décembre 2024, John Galliano (ex-Givenchy, ex-Dior) a refait surface chez.. Zara. Le fer de lance du groupe Inditex a annoncé un partenariat artistique de deux ans afin de revisiter d'anciennes pièces de la marque avec une signature haute couture. Chez Zara, une collection vieille de 3 saisons n'est pas un héritage, c'est un invendu. Invoquer des archives pour une marque dont le modèle repose sur l'oubli immédiat est légèrement comique...

Création originale X Française





À LA FRENCH*

*À la française - 1664 est une bière brassée en France.

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

BK RCS Saverne 776 614 308

LA CHRONIQUE J'AI TESTÉ

DEVENIR DIDJÉ

Pour retrouver le **goût de la fête**, il n'y avait qu'une solution : passer de l'autre côté des platines.

PAR ADÈLE THIÉRY

Trois heure trente, je sors en traînant les pieds d'une boîte sordide sous le périf parisien. Encore une soirée passée à danser mollement et à fumer roulée sur roulée en animant de vagues conversations. Et à regarder les visages déconfits autour de moi, je ne suis pas la seule dans cette situation. Serait-ce la grisaille ambiante ? Il me semble que Paris a perdu le sens de la fête.

Dans le noctilien qui me ramène chez moi, je tombe sur un réel. « *Vous avez remarqué que tout le monde devient DJ ?* » J'avais remarqué. Et au vu des vilaines transitions entendues ce soir, celui de ma soirée faisait partie de cette vague de débutants. « *Une thèse est sortie récemment en Lettonie dessus : elle dit que cette mode intervient avec un changement de notre manière de consommer la fête, en particulier les musiques électroniques.* » En gros, on aurait de plus en plus de mal à vivre l'expérience collective et transformative de ces soirées depuis notre position de consommateur : en sortant de leur univers underground, ces organisations se seraient professionnalisées et individualisées, agrandissant la distance entre le public-consommateur et le DJ-acteur. Pour ressentir à nouveau la transe des débuts, il ne reste alors qu'une solution : traverser la frontière et devenir acteur. Ni une ni deux, j'envoie un MP au chevelu Restons Flex (Sasha de son vrai nom, musicien depuis une dizaine d'années, et résident à la radio pirate Rinse France).

ALIGNER LES BPM

Le lendemain matin, me voilà dans un studio du 14ème, les yeux clignotants devant la vingtaine de boutons d'une grande platine. « *Tu as de la chance, tu vas débuter sur du gros. Regarde, moi j'ai commencé là-dessus* », Sasha sort un petit contrôleur de son sac. « *C'est un Numark Mixtrack 3, ceux qui ont commencé à mixer il y a une dizaine d'années se reconnaîtront.* » Je m'avance vers la platine en visualisant les dizaines de « tutos DJ » qu'il m'a demandé de regarder sur YouTube avant de venir, et je lâche : « *Je sais qu'il faut commencer par aligner les vagues* ». Un sourire : « *Les BPM… Oui, tu dois commencer par les aligner. Le principe du DJing, c'est de passer harmonieusement d'une musique à l'autre. Si tu comprends le rythme de base de chaque musique, tu peux mixer en soirée dans une semaine* ». On commence par essayer de créer une transition entre deux sons de sa clef USB. J'apprends à aligner la deuxième musique avec la première, à introduire d'abord ses hautes fréquences, puis les moyennes, avant de couper les basses de la première pour les remplacer.

À la pause, assis sur un coin de trottoir, je demande à Sasha comment il se prépare pour une soirée : « *En fait, je dig. Et quand je suis booké pour un set, je pioche parmi tout ce que j'ai téléchargé toute ma vie. Ça peut m'arriver d'avoir 6/7h de musique dans une playlist pour un set d'une heure* ». Quant à trouver des clubs où mixer ? Au début, tout s'est joué grâce aux gens qu'il avait rencontrés en sortant à Paris. « *Quand on m'envoie des mix, je les écoute. Pour débuter, ça vaut le coup de se créer un Soundcloud et de l'envoyer partout. On est toujours à la recherche de nouveaux talents.* » Et quand je m'enquiers de ce qu'il ressent quand il mixe, il me répond : « *C'est comme faire la fête, mais en plus fort, parce que tu as la sensation de faire découvrir tes sons préférés* ».



TEST FINAL

Une semaine plus tard, on se retrouve devant les portes du 211, 30 minutes avant 1 heure. On se balade dans le club, on tâte un peu l'ambiance. De mon côté je frissonne. Et si la sensation de médiocrité ne me quittait pas cette fois non plus ? Après tout, une thèse lettonienne n'est pas toujours un argument de poids… Quelques minutes plus tard, ma peur grandit : notre plan machiavélique pour que je fasse une transition pendant le set de Sasha tombe à l'eau, car je n'ai pas le droit d'aller sur scène avec lui. Résignée à l'idée de passer une soirée comme les autres, je le regarde monter à côté de la première DJ, caler son premier son… Je m'agite plus que je ne danse. Mais soudain la magie opère. À mesure qu'il passe de son en son, je reconnais ses manipulations, prédit quelle musique est en train d'arriver en reconnaissant son intro. Observe comment il passe subtilement d'un genre à un autre. Célébrant chaque transition, je sens à nouveau les corps de mes voisins frémir dans l'attente, et l'excitation me serrer le ventre. Et quand Sasha redescend dans la foule et me demande « *Alors ?* », je crois que je suis guérie.



DISPONIBLE SUR

france•tv

LA CHRONIQUE ÉCO

TAXEZ LES RICHES... ET PICASSO !

Posséder un **Cézanne à 8,6 millions**, c'est bien. Ne pas être taxé sur votre immense collection de tableaux de maîtres, c'est encore mieux. Jusqu'à ce que le débat sur la taxation des œuvres d'art ressurgisse à l'Assemblée nationale en début d'année. L'économiste le plus arty de France nous explique.

PAR THOMAS PORCHER

Il y a en France des privilèges fiscaux plus raffinés que d'autres. Celui qui concerne les œuvres d'art en fait partie. Dès la création de l'impôt sur la fortune en 1981, elles en ont été exclues de l'assiette, comme si un tableau à plusieurs millions d'euros cessait par miracle d'être un élément de fortune dès lors qu'on l'accrochait au mur d'un hôtel particulier. La richesse, dans ce cas, deviendrait culture, raffinement, civilisation et ne serait plus considéré comme un patrimoine ou un placement. Cette anomalie fiscale a même alimenté une légende politique disant que Laurent Fabius, issu d'une famille d'antiquaires, aurait voulu pour des raisons personnelles exonérer les œuvres d'art de l'ISF, alors qu'en réalité cet arbitrage s'est fait au niveau gouvernemental.

NICHE FISCALE

Mais qu'a produit cette exception ? Officiellement, on invoque « l'exception culturelle », « le rayonnement de la France » ou encore « la protection du patrimoine ». Pourquoi pas ? Mais qui peut croire sérieusement qu'une telle niche fiscale n'a produit aucun effet sur les comportements des plus riches ? Lorsqu'un actif est exonéré, il devient mécaniquement plus attractif qu'un autre. D'ailleurs des études montrent que les impôts sur la fortune à base étroite encouragent les contribuables à se tourner vers les actifs exonérés donc, en France, l'art et les antiquités.

Personne ne peut savoir si un milliardaire français a acheté un Basquiat pour la beauté de la toile ou uniquement pour échapper à l'ISF et il ne faut pas imaginer chaque collectionneur en comptable cynique avec une calculatrice à la main. Mais il ne faut pas non plus être naïf sur le fait que les comportements de gestion de patrimoine se font aussi en fonction des actifs qui échappent ou pas à l'impôts. L'œuvre d'art dans le cadre français devient alors un objet parfait pour les grosses fortunes, il est à la fois signe de distinction et réserve de valeur, instrument de prestige et actif ménagé par le fisc. Dans ce contexte, on ne peut faire comme si la défiscalisation n'était pas une composante cachée de l'attrait pour l'art.

ARBITRAGE POLITIQUE

Dès lors, pourquoi le débat revient-il sans cesse ? Parce que l'arbitrage est profondément politique. En France, les biens professionnels – autrement dit ce que les entrepreneurs jugent comme outils de travail – ont eux aussi été largement protégés dans l'architecture de l'ISF. Résultat, lorsqu'il faut élargir l'assiette de l'impôt sur la fortune, c'est souvent ces biens professionnels détenus par des holdings qui sont dans la ligne de mire – on se souvient de la taxe Zucman. Dès lors, on comprend mieux qu'une partie du patronat préfère désigner l'art considéré comme improductif comme cible possible plutôt que de remettre en cause l'exonération de l'outil de travail (qui lui serait productif).

Même si rien ne permet de soutenir sérieusement que l'art devrait, par nature, échapper à l'impôt et qu'une œuvre valant des millions d'euros ne constitue pas un élément de fortune, prétendre que son exonération serait plus légitime parce qu'il s'agirait d'un bien « improductif », contrairement aux biens professionnels logés dans des holdings, relève d'une profonde hypocrisie. Car l'art est avant tout une production artistique, c'est-à-dire une création, une œuvre de l'esprit et un objet issu d'un travail. Tandis qu'une holding n'est souvent qu'un montage financier. Présenter l'une comme une richesse stérile et l'autre comme une richesse naturellement utile, c'est inverser les réalités. On accorde une dignité fiscale supérieure à l'ingénierie capitalistique qu'à la création elle-même. Voilà le vrai scandale.

QUI QU'A LA PLUS GROSSE ?

Marre des minuscules nœuds pour se donner un côté « coquette girl » ! C'est boring à mort. Nous ce qu'on veut vraiment c'est le grand jeu, de l'audace. Du BIG nœud, XXL. Aussi gros que l'ego de votre ex.

LE PLUS SLOW-CHIC

LE SAC DIOR BOW



C'est inattendu, c'est rose, c'est donc du Dior by Jonathan Anderson. En cuir d'agneau, il est idéal pour une fille discrète comme toi : il est tellement imposant qu'il finit presque par te voler la vedette. Le cuir d'agneau est d'un caractère presque insultant, il en a visiblement plus que toi.

LE PLUS ASSERTIF

MARQUES'ALMEIDA



Ici, il y a un peu de rébellion. On passe de l'image de la petite fille timide à l'assurance pure. C'est *volumineux, froissé*. Ça montre clairement qu'on n'a pas l'intention de plaire à belle-maman. C'est l'essence même de celles qui commencent à réaliser que la taille compte. Sorry boys.

EMOJI, POKÉMON RARE

Après le langage secret des fleurs (un best seller), celui des arbres et celui des fromages, la romancière la plus clairvoyante de France s'attaque au sens caché des émoticônes. Décryptage **picto-compatible**.

PAR ROSE VIDAL

Vous envoyez une 🍆. Vous pensez que c'est drôle. C'est drôle. Mais au siège du Consortium Unicode, à Mountain View, Californie, quelqu'un a validé cette aubergine pour désigner un légume. Pas autre chose. L'autre jour, je saisis au vol une bribe de la conversation de deux ados qui passent dans la rue : « *Il a répondu l'emoji* 🧀 *à ma story.* » L'aubergine, je l'avais, mais pas cet emoji-là. Pokémon rare, compétence pas encore développée. Il faut continuer la quête. Celle des messageries et des emoji ne cesse de se déplacer, on peut facilement se laisser perdre.

LE VIDE ÉMOTIONNEL DU TEXTE NU

Qui ici a du mal à lire un texte de théâtre ? 🤦‍♀️ Le dialogue, écrit blanc sur noir, même ponctué, manque d'un corps – un corps qu'il appelle par ailleurs, qu'il exige, même : il faut savoir interpréter et ce n'est pas facile. C'est une parole non-narrative. À l'inverse, le roman prend en charge le corps en construisant des personnages, en situant la parole et les gestes. Il offre un point de vue tout prêt – la narration – dans lequel se glisser pour se mettre à entendre les voix.

En soi, le SMS n'a pas révolutionné le rapport au langage : c'est le « mode conversationnel » qui a tout bouleversé. Le moment où on a commencé à « bombarder » et « envoyer des pavés », où on est passé de la lettre isolée à un dialogue écrit, non articulé, entre deux personnes toujours isolées. C'est là qu'on ressent véritablement la nécessité de l'emoji : indicateur de ton intégré, didascalie, clef d'interprétation, lorsqu'on ne peut plus interpréter en direct l'expression faciale ou les modulations de voix. Sans eux, la conversation sms est un texte nu, où toutes les émotions sont possibles et où aucune n'atterrit réellement.

BÉQUILLE NEURONALE

Des études montrent que les régions du cerveau qui reconnaissent les visages humains s'activent devant les 😊 et même les :-). Mais pas pour les (-: étrangement. Je suis bien persuadée que lorsque mon père m'envoie ses fameux smileys sans les yeux)) mes circuits de reconnaissance faciale et d'empathie s'activent. Et je le reconnais lui, précisément, dans ce geste.

Un visage ça ne se lit pas ; ça s'interprète. Au-delà des codes culturels et des usages, on apprend les visages des gens, on se familiarise avec. On les garde en mémoire. Il est probable que ce rapport-là s'active sur tous les emojis, qu'ils renvoient ou non à des expressions, 🤷‍♀️ posées sur les paroles de nos proches.

Dans ce rapport affectif, empathique, l'emoji n'est donc pas un mot. Et les articles qui tentent d'en écrire le sens – 10 emoji que vous utilisez mal, Découvrez le sens caché de ces emoji – sont en général déjà toujours un peu ridicules. Ce qui est fondamentalement plus gênant, c'est la tentative d'épingler quelque chose qui ne souhaite, et ne peut essentiellement pas l'être.

HIÉROGLYPHES CONTEMPORAINS

Au fond, les emoji sont des hiéroglyphes : iconiques, ils renvoient à des éléments du monde, mais supposent également une certaine connaissance de ce que sont les choses, par déplacements, associations, projections… et partage. Le langage permet de parler à l'autre, de transmettre oralement la connaissance, l'alphabet permet d'y accéder sans lui parler, dans son absence : il externalise la mémoire dans le texte écrit. Mais cette écriture hiéroglyphique des emoji, elle, ne renvoie pas au monde directement, même si elle est faite d'images du monde. Elle renvoie à une connaissance mouvante et partagée du monde, à laquelle il faut s'initier en la pratiquant et en se familiarisant à ses usages. En Egypte ancienne le déchiffrement des hiéroglyphes supposait une longue initiation aux mystères, réservée au cercle restreint des adeptes. Aujourd'hui, la transmission s'est inversée : ce n'est pas l'ancien qui transmet la mémoire nécessaire à la compréhension, ce sont les communautés nouvelles et les plus jeunes qui inventent une mémoire vivante et partagée, pour combler le vide émotionnel du texte nu.

LE PLUS GIRL-BOSS

LE BOW SAINT LAURENT



Cette sublime blouse à bow XXL a fait ses débuts dans la collection été 2026 de Saint Laurent by Anthony Vaccarello. Avec sa coupe oversize, ses épaules structurées, et son col lavallière, elle offre le volume idéal pour occuper 4 places dans le métro - et attirer tous les regards sur soi.

LE PLUS MATUVU

CHLOÉ (SS 26)



La Maison Chloé (groupe Richemont) ose la créativité, ne laissant place à aucune demi mesure : le nœud se transforme en un plastron de taille XXL qui monopolise l'ensemble du champ visuel. Parfait pour faire taire toute discussion qui ne te concerne pas.

LE PLUS SOMETHING NEW

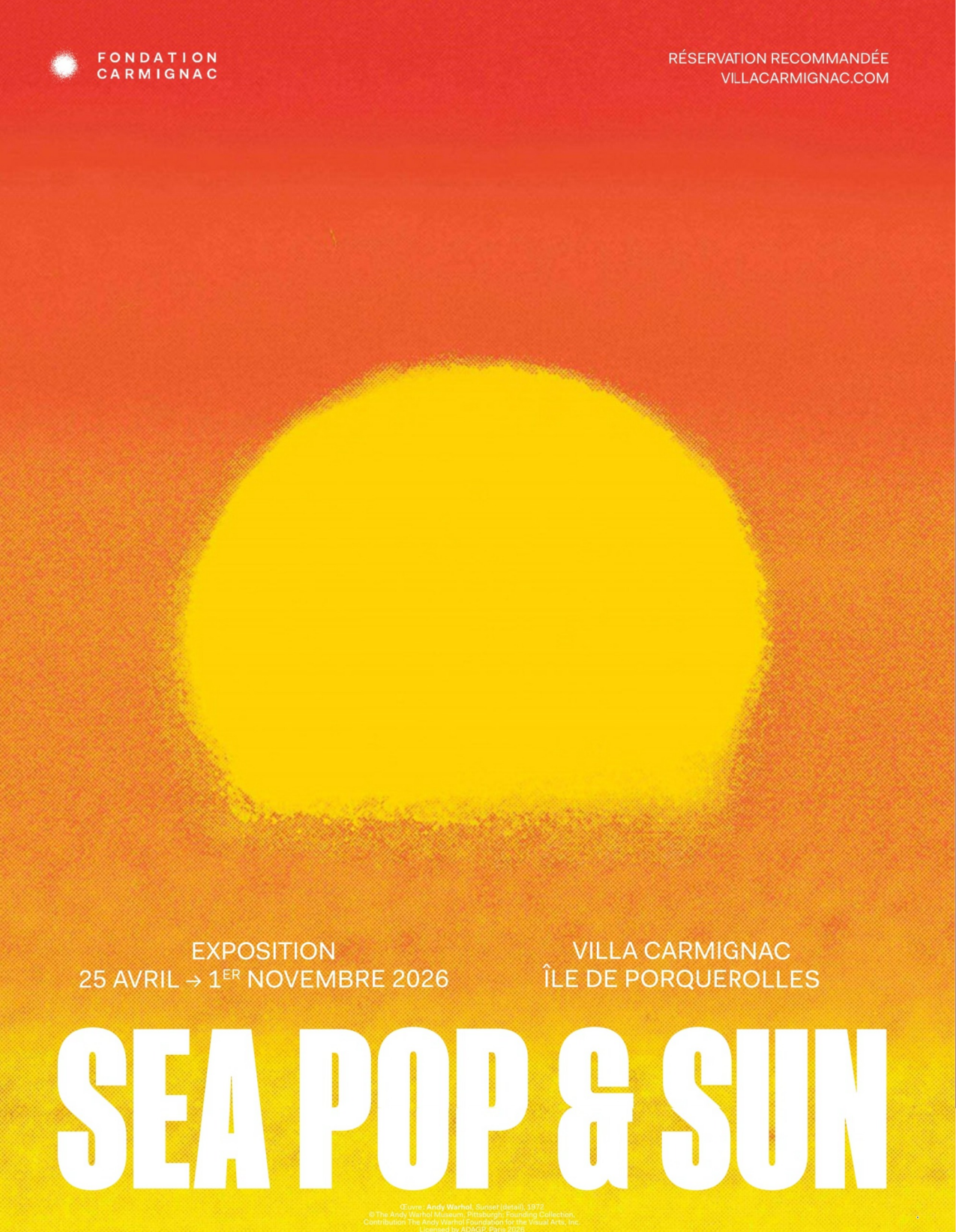
ZENDAYA EN LV



Avec cette traîne-nœud qui balaie le sol sur trois mètres, signée Louis Vuitton, of course. Un volume si démesuré qu'il nécessiterait un convoi exceptionnel pour circuler avec. C'est scandaleux, c'est excessif. Bref, on la veut.

FONDATION
CARMIGNAC

RÉSERVATION RECOMMANDÉE
VILLACARMIGNAC.COM



EXPOSITION
25 AVRIL → 1ER NOVEMBRE 2026

VILLA CARMIGNAC
ÎLE DE PORQUEROLLES

SEA POP & SUN

Œuvre : **Andy Warhol**, *Sunset* (detail), 1972
© The Andy Warhol Museum, Pittsburgh, Founding Collection,
Contribution The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc.
Licensed by ADAGP, Paris 2026

تاريخ الفن

CONTEMPORAIN

MILLENIALS AU POUVOIR

Par Eliza Kurazova

On le pressentait, cette époustouflante édition 2026 de Art Paris le confirme : la **jeune garde** des artistes, représentée par des galeries intrépides, accède enfin à la reconnaissance du milieu. Décryptage.



Ben Arpéa, *Red Sun*, 2025

Sous la majestueuse verrière du Grand Palais, Art Paris 2026 démontre que la jeune génération d'artistes et de galeries est devenue une force structurante du paysage contemporain. Dans un marché désormais engagé dans une phase de recomposition, cette scène trouve un espace d'affirmation inédit. Moins de hype, plus de fond. Le marché se met à privilégier des pratiques capables de tenir dans le temps, de produire du sens au- delà du coup. Dans ce contexte, Art Paris joue pleinement son rôle de plateforme: révélateur de tendances, mais aussi accélérateur pour une scène qui redéfinit concrètement ce qu'on entend par « valeur ». Le parcours «Babel - Art et langage en France » en est sans doute l'exemple le plus parlant.

Comme le souligne Loïc Le Gall, directeur de Passerelle Centre d'art contemporain à Brest, historien de l'art et commissaire d'exposition : « *Le parcours "Babel - Art et langage en France" s'inscrit dans une généalogie où l'œuvre se pense moins comme objet que comme champ d'énonciation. Ce que les artistes réunis ici prolongent et déplacent, c'est une conception du langage comme forme active - à la fois matériau, structure et condition de possibilité de l'œuvre. D'où des pratiques qui privilégient l'hybridation, la discontinuité, la circulation : texte, image, voix, publication ou performance ne sont plus des médiums distincts, mais des régimes de signes en interaction.* »

FORMATS HYBRIDES

À travers cette hybridation des formes, c'est toute une conception de l'œuvre qui se transforme. L'objet ne disparaît pas, mais cesse d'être l'unique vecteur de valeur. Ce déplacement résonne fortement avec les pratiques d'une génération habituée à naviguer entre formats, langages et supports. « *Cette résonance ne se traduit pas de manière univoque dans le marché. Elle introduit plutôt une tension : entre des formes qui déplacent la valeur vers le contexte, l'énonciation ou le processus, et un marché encore largement structuré par l'objet. C'est précisément dans cet écart - productif - que ces pratiques trouvent aujourd'hui leur acuité.* »

Cette tension agit comme un moteur. Elle pousse les galeries à repenser leurs stratégies et à affirmer des positions curatoriales plus lisibles. À cet égard, la présence de 193 Gallery illustre parfaitement cette évolution. Fidèle à une ligne exigeante, la galerie fait le choix d'un solo show consacré à Ben Arpéa, l'un des artistes français les plus suivis de sa génération. « *Nous travaillons avec Ben Arpéa depuis cinq ans, un artiste qui fait partie des artiste: français qui monte fortement depuis quelques années. À Art Paris, nous privilégions chaque année un solo show, qui permet vraiment d'entrer dans l'univers de l'artiste, avec une vraie proposition scénographiée. Art Paris est une foire très appréciée des collectionneurs français et le RDV arty du printemps, dans le cadre exceptionnel du Grand Palais* », explique César Lévy, cofondateur de 193 Gallery.

Ce parti pris traduit une volonté de s'extraire de la saturation visuelle propre aux foires pour proposer une expérience plus construite. L'enjeu dépasse la simple mise en visibilité : il engage la manière dont les galeries accompagnent leurs artistes dans le temps. « *Nous cherchons à conserver un mix entre des tout jeunes artistes (40 % de nos artistes représentés ont moins de 40 ans) et des artistes plus confirmés* », précise César Lévy. Une stratégie d'équilibre qui permet de soutenir l'émergence tout en maintenant une ligne claire : « *Il faut réussir à garder un cap, et ne pas modifier notre ligne ou volonté de défendre des artistes émergents quand le marché se contracte.* »

Ce cap semble aujourd'hui partagé par de nombreux acteurs présents à Art Paris. La jeune scène s'inscrit dans des logiques de recherche, d'expérimentation et de circulation des idées. Elle investit des formats hybrides, interroge les conditions de production et de diffusion, et redéfinit la place de l'œuvre dans l'économie symbolique contemporaine. En ce sens, Art Paris 2026 accompagne une mutation profonde du marché, où la valeur se construit dans l'épaisseur des pratiques, des discours et des contextes.

Pas une relève. Un présent. Déjà installé.

THOMAS LÉVY-LASNE

“Créer du COMMUN”



Artiste habité par le réel, commissaire d'expositions, raconteur d'art… Thomas Lévy-Lasne fait partie de ceux qu'on ne présente jamais de la même façon. Il regarde le paysage artistique contemporain sans détour, nourrit d'une envie urgente de **déplacer les consciences**. Pour ceux qui pensaient connaître le milieu de l'art, détrompez-vous.

Par Mathilde Delli Photos Michaël Huard

Tu as reçu le prix BNP Paribas à Art Paris l'année dernière et tu as interviewé 95 artistes pour « Les Apparences » sur ta chaîne YouTube, que penses-tu du rapport entre les artistes et le public ?

Thomas Lévy-Lasne : Les peintres sont coupés de leur public. Quand j'organise « Le jour des peintres » au musée d'Orsay et qu'on accueille 17 000 personnes en un jour, on peut constater qu'un large public n'ose pas entrer dans une galerie.

C'est la grande question de la démocratisation de l'art.

Absolument, les gens pensent qu'on est tous millionnaires et bourgeois – ce n'est pas vrai ! Le public aime les musées qu'il connaît et y découvre plus facilement des artistes vivants. On l'a vu par exemple avec le succès de fréquentation de l'exposition Paname de Bilal Hamdad au Petit Palais, ou Hyper Nuit d'Amélie Bertrand au musée de l'Orangerie.

Quel rôle jouent les foires aujourd'hui ?

Cela dépend des foires, il y a très peu de galeries françaises à Art Basel, au contraire Art Paris est un panorama pertinent de la scène. Elle reste tout de même dans l'entre soi du milieu, il s'agit surtout pour les galeries de rentabiliser des stands très chers. Après quel est le rayonnement culturel français contemporain à l'étranger ? Pas terrible alors que la peinture hexagonale n'est vraiment pas assez soutenue. C'est pourtant le médium le plus simple et accessible, et le plus vendu dans le monde !

Comment changer notre façon de regarder l'art ?

Je pense qu'il faut passer par le charme des artistes, après tout ce sont eux qui font l'Art. Depuis que j'ai créé « Les apparences », le retour le plus récurrent c'est « j'ose entrer dans la galerie car je sais que l'artiste est sympa » Il y a un snobisme élitiste du milieu qui peut se calmer, à l'entrée de l'Artothèque de Caen, on trouve ainsi « nous sommes ravis de vous accueillir » contrairement au FRAC de Marseille où il faut déjà traverser deux doubles portes épaisses et glaciales pour oser y entrer. Un artiste et son travail peut également entrainer un nouveau public, Bilal Hamdad a amené, disons-le clairement, un public noir et arabe qui ne connaissait pas le Petit Palais. Il a créé du commun.

« LE MONDE DE L'ART A UN PROBLÈME AVEC LA PEINTURE. »

Du commun grâce au figuratif ?

Oui, le figuratif semble assez facile à s'accaparer, il a tout de même 36 000 ans d'Histoire. Il n'y a pas cette idée que son enfant de trois ans peut le faire. Il y a un rapport au réel, notre espace commun. Cela reste également un pouvoir, la peinture. C'est donner de la considération à des choses que tout le monde connaît. Depuis cinq-six ans il se passe quelque chose d'effervescent. C'est presque inquiétant. La mode c'est fait pour passer et la carrière d'un peintre dure plus 70 ans que 10.

Quel est le rôle des institutions ?

Beaucoup d'institutions accueillent l'art contemporain pointu en dédaignant la peinture contemporaine. On ne peut en trouver quasiment qu'en galeries. Il n'y a pas l'équivalent vivant qui est proposé à la photographie : Festival d'Arles, Jeu de Paume, Paris Photo, Maison européenne de la photographie, le Bal etc… Récemment les musées historiques ont pris leur part devant tant d'absurdité et relayent du contemporain comme le Musée d'Orsay mais à long terme les artistes ont autre chose à faire que d'être en regard du patrimoine.

Car ce sont de vieilles personnes à la tête ?

Il y a clairement toute une génération qui est passée à côté de la peinture et qui reste toujours au pouvoir. Pire, ils ont formé les générations suivantes. Reste la question de qui fait l'Art. Je trouve que c'est les artistes. J'ai fait une conférence en 2019 à Villa Médicis présentant 120 peintres de la scène française, les gens étaient secoués de constater qu'il y avait autant de peintres vivants ! Il y en 25300 peintres inscrits à l'URSSAF.

L'artothèque pour démocratiser l'art ?

Entre autres parce que cela peut banaliser l'acte de collectionner sans snobisme. Cela marche comme le principe d'une bibliothèque mais avec des emprunts d'œuvre. Je demeure circonspect face aux achats de télé géante qui ne dure qu'une dizaine d'années par exemple. Dans le monde, 80% des œuvres achetées coûtent moins de 5000 euros, des objets affectifs, durables, uniques et que l'on peut transmettre. La pratique de la collection me semble alors plus que développable.

Quel espoir pour la peinture ?

Je n'ai pas vraiment d'inquiétude. Les peintres de la scène française ont toujours formidablement travaillé, mode ou pas mode. Reste qu'il ne faudrait pas grand-chose pour les rendre encore meilleurs et rayonner à l'international. Les artistes se développent mieux quand ils sont accueillis, portés, estimés c'est l'exact contraire du mythe bohème de Van Gogh qui reste dans l'imaginaire commun malheureusement. Tout peut vite changer, je n'imaginais pas du tout, par exemple, en créant ma chaîne youtube « Les apparences » à prendre soin des autres en les regroupant dans mes vidéos qu'on se retrouverait à exposer au Musée d'Orsay deux ans plus tard.



MON ALPHABET DE TERRE (gravure sur terre cuite, 2025.)_ Puisant dans ses origines amazighes, Sara Ouhaddou retranscrit son propre alphabet sur une œuvre de plus de trois mètres de long.

SARA

OUHADDOU

En cette période de célébration artistique, *Technikart* a rencontré Sara Ouhaddou, **grande Lauréate** du prix BNP Paribas Banque Privée : un regard sur la scène française, décerné dans le cadre d'Art Paris. Elle y expose ses œuvres vibrantes, avec la galerie Polaris. Rencontre.

Par
Max Malnuit & Klervia Lelong

Photos
Sacha Luisada

DA
Matthias Saint-Aubin

Stylisme
Anaïs Dubois

MUHA
Gaïa Bernet-Bergeron

Artiste plasticienne franco-marocaine, Sara est née à Draguignan et formée au design industriel à l'École Olivier de Serres à Paris. Après un passage dans le luxe, qu'elle quitte au bout d'une dizaine d'années, elle s'installe au Maroc en 2013 pour initier une recherche personnelle et fondatrice de son univers artistique. De la matière aux savoir-faire, chaque projet s'inscrit dans une rencontre au long cours, au croisement de l'art, de la transmission et de l'expérimentation. D'abord au Maroc, puis en France, au Japon ou en Ouzbékistan, son travail se déploie comme une œuvre collaborative, pensée main dans la main avec les artisans qu'elle chérit, en hommage vivant à ces cultures matérielles.

Ta double culture franco-marocaine est très importante pour toi et dans ton processus artistique. Comment est-elle devenue une méthode de travail ?

Sara Ouhaddou : Je pense qu'elle l'est de façon innée. J'ai grandi autant avec les gestes de ma mère qui tisse des pièces marocaines, qu'avec une admiration pour la dentelle varoise.Il y a un va-et-vient constant entre ces deux cultures, qui nourrit tout mon travail.

Tu t'es lancé dans une quête générationnelle au Maroc, as-tu rencontré d'autres artistes de ton âge ?

Pas seulement des artistes, j'ai découvert des gens comme moi, de double culture, qui avaient fait le même chemin. D'autres avaient fait le chemin inverse, nés au Maroc, ils avaient passé 10 ans en France et ils revenaient. Ça m'a permis de me rendre compte que je n'étais pas toute seule et que je faisais vraiment partie d'un mouvement où les gens essayent de remettre à l'ordre du jour toutes ces questions identitaires que le colonialisme a mis de côté. Si on le lit un peu historiquement, nos parents sont nés dans les années 1950, 1960, c'est la génération des premiers immigrés. On est parmi les premiers enfants sortis du colonialisme, qui sommes allés rechercher ce qui avait été perdu.

Tu es grandement inspirée par les tissages de ta mère et les poteries de ta grand-mère. Peux-tu nous décrire leur univers ?

Ma famille est de Meknès, on est Amazighs, le nom que les Berbères se donnent à eux-mêmes. Ma mère tisse depuis l'enfance, comme mes tantes. Dans la région, on pratique entre autre la technique du Boucharouite, un tissage de récupération, donc c'est très coloré et vibrant. À l'inverse, les poteries sont plus brutes, en terracotta, avec des motifs simples. L'un m'attire pour sa structure primitive déjà sophistiquée, et l'autre son langage formel.Ce qui me frappe, c'est qu'en France, ces savoir-faire sont souvent réduits à du décor ou du folklore. Pourtant, ma mère, qui ne lit ni n'écrit, crée là quelque chose de profondément personnel. Quand je regarde ses tapis, je vois sa personnalité, bien au-delà d'un bel objet.

Pour toi, il y a une sorte de langage codé dans ce travail d'artisanat…

Partout dans le monde, les objets sont des formes de langage. Je suis remontée jusqu'à la préhistoire, aux premiers artefacts humains, il y a toujours des signes, des symboles, des objets qu'on s'échange pour raconter, se souvenir, transmettre. Ce qui m'intrigue, c'est que pour les comprendre, je passe souvent par les écrits d'anthropologues occidentaux, qui ont transcrit à l'écrit des savoirs oraux, notamment en Afrique du Nord. Cette translation devient une expérience en soi et me pousse à vouloir remonter à la source. Dans mon travail, je vais à la rencontre des artisans, je recueille leur parole pour préserver cette oralité. Il y a souvent un écart entre récits écrits et réalité locale. C'est de là qu'est née l'idée de créer mes propres alphabets.

Comment t'y prends-tu pour déconstruire l'héritage colonial qui a transformé l'artisanat marocain en simple objet décoratif et touristique ?

Dans les années 1950, le protectorat français a profondément transformé le statut de l'artisanat marocain. À l'origine, ces objets étaient fonctionnels, ancrés dans des usages quotidiens. Mais ils ont été progressivement sortis de ces usages, jugés « trop beaux » pour rester des objets de consommation, et relégués au décor ou au musée – pendant que les biens utilitaires étaient importés. Cette logique perdure encore aujourd'hui. On le voit, par exemple, avec des cuisines standardisées à 80 cm de hauteur, pensées selon des modèles occidentaux, alors que beaucoup de pratiques locales se font au sol. Il y a là une rupture totale avec les usages. Le problème, c'est que cette mise sous cloche finit par figer et marginaliser ces savoir-faire. Ma pratique, c'est justement de déconstruire ces récits pour réactiver les usages, redonner une place vivante à ces objets. Déconstruire pour révéler et faire dialoguer les cultures.

Tu utilises l'art comme un outil de développement économique. Est-ce qu'une œuvre d'art est réussie, pour toi, seulement si elle fait évoluer l'artiste qui l'a fabriquée ?

Oui, et je pense que ça se ressent dans l'œuvre quand l'échange est long et sincère des deux côtés. Quand j'ai commencé à travailler le verre, c'était exactement ça, produire des objets qui n'existaient quasiment plus au Maroc représente une vraie valeur pour un atelier. L'idée, c'est de créer une œuvre qui devienne un prétexte pour développer un outil ou apporter une ressource et qu'elle ait une utilité réelle pour l'artisan et pour moi. Artistiquement, c'est passionnant, parce que je ne sais jamais vraiment où je vais au départ.

Dirais-tu de ton travail qu'il est une quête de légitimité ?

Je me pose la question. Qu'est-ce qui me rend plus légitime qu'un autre d'être artiste ? Qu'est-ce qui me rend plus légitime qu'un autre d'aller voir des gens et de leur proposer quelque chose ? Et d'où vient ce besoin d'y aller ? C'est quand même une drôle de position. Dans cette quête, il y a la légitimité de l'artiste par rapport à l'artisan. Remettre cette relation à égalité, c'est mon plus grand projet. Aujourd'hui, je cherche un équilibre, mais il ne faut pas chercher une égalité absolue, parce que dans nos envies, dans nos métiers, nous ne sommes pas égaux.

Au long de ce grand parcours artistique, as-tu trouvé cette légitimité ?

Ça se construit, j'ai trouvé bcp de réponse en chemin. Au début, tout était assez nébuleux. Ce qui m'a aidée, c'est d'oser affronter ces questions, d'y aller franchement, avec honnêteté, et d'accepter la critique, parce qu'elle est inévitable et constructive.

Depuis plus de dix ans, tu montes des workshops dans des zones très précises : céramique dans la vallée de l'Ourika, tissage dans le Haut Atlas, broderie à Tétouan, marbre dans le Sahara, verrerie dans les médinas… Comment choisis-tu ces territoires et ces savoir-faire ?

C'est le fruit de longues années de recherche. Aujourd'hui, c'est plus rapide, plus intuitif, mais au début, c'était des mois de voyage. Je commence souvent par retourner à Meknès, voir ma famille. On s'assoit,

« MON TRAVAIL, C'EST DE DÉCONSTRUIRE POUR RÉVÉLER ET FAIRE DIALOGUER LES CULTURES. »



KHARBOUCHA (sérigraphie, 2021)_ En immortalisant les poésies traditionnellement orales sur le papier, Sara Ouhaddou fait de l'art de l'oralité un outil de création.

BOUCLES D'OREILLES EDIE
JUSTINE CLENQUET



AL KALIMA (Peinture sur papier japonais, 2020)_ Sara Ouhaddou s'inspire de la géométrie de l'alphabet arabe pour créer un nouveau langage visuel et coloré.

on prend un thé, on discute… et à un moment, une forme de connexion se crée entre ce que j'ai lu, ce que j'ai vu, un lieu, une personne. Il y a beaucoup d'intuition. Je visite les musées, puis je me promène, je fais les boutiques, je parle à tout le monde. C'est comme ça, du petit potier à la grande maison de luxe, que je fais les ramifications.

C'est important de voyager seule ?

Oui, ça permet de se retrouver, évidemment. Mais j'adore ce que j'appelle « voyager seule en groupe ». J'ai beaucoup aimé le format des résidences d'artistes : il y a des échanges, des rencontres, il se passe toujours quelque chose mais tu as aussi ta bulle. Aujourd'hui, je voyage en famille, et c'est tout aussi riche. Ma fille n'a que deux ans, mais elle change complétement la dynamique. Là où je devais auparavant frapper à chaque porte, elle attire naturellement les gens, toutes les femmes du village viennent à nous. C'est assez drôle, mais elle est devenue ma meilleure camarade de voyage. Avoir un enfant ne freine rien, au contraire, ça ouvre encore plus de portes.

Tu parles du « juste lieu » comme paroxysme de ton art.

C'est le point d'équilibre entre les personnes avec qui je collabore et moi. C'est un endroit pour lequel il n'y a pas vraiment de mot. Mais c'est pour ça qu'il m'intéresse. La définition la plus juste, c'est de dire qu'à un instant T, l'œuvre est au juste lieu, au point d'équilibre où nous sommes utiles, nous apprenons, nous sommes contents, et l'œuvre est belle. Ça ne dure pas longtemps, le pas d'après, il faut tout recalculer et on recommence.

***Partition* est une œuvre en céramique, déclinée en plusieurs pièces. Comment ce projet est-il né ?**

De ma rencontre avec Fouzia Yaagoub est la première artisane avec qui j'ai travaillé. Très vite, elle me reprend, me corrige, me fait comprendre que je ne peux pas arriver avec des idées toutes faites en pensant que ça va fonctionner. Alors j'ai changé de méthode : je suis arrivée sans projet, avec juste une matière, et ce sont nos échanges qui ont déclenché les premières expérimentations. On a commencé par des carreaux en céramique, avec de l'impression 3D. *Partition* est née comme ça, d'une série d'exercices étalés sur près de dix ans. On est passées de carreaux simples à des fresques en relief, creusées, en testant sans cesse la matière locale. Ça cassait tout le temps, mais on a continué jusqu'à maîtriser la terre et les techniques. En parallèle, je menais une recherche plus personnelle autour des alphabets et d'un langage abstrait. On a fini par intégrer ça à l'œuvre, en dialoguant avec des sons, des poésies amazighes, d'où le nom de l'œuvre.

Tu es présente à Art Paris cette année, et tu viens de remporter l'incroyable prix BNP Paris Bas Banque Privée : Un regard sur la scène française.

Oui, c'est assez fou, c'est une vraie reconnaissance, qui donne encore plus d'élan pour la suite. C'est toujours très fort de sentir que son travail est regardé, compris, considéré. C'est aussi la première fois que je vais vraiment profiter d'Art Paris : voir les œuvres, les artistes, les amis qui exposent, des choses que je n'ai pas toujours l'occasion de découvrir ailleurs. C'est un moment où tout se concentre, où l'on capte ce qui traverse une époque. J'aime m'y balader pendant des heures, comme dans un musée géant, et observer ce qui attire le regard, ce qui résonne.

Toi qui as été bercée par leur travail, si tu devais offrir à ta famille une seule de tes pièce, laquelle choisirais-tu ?

Je crois que je choisirais justement les œuvres les plus éloignées de ce qu'ils font, pour qu'ils puissent mesurer le chemin parcouru. J'ai laissé à ma mère les dernières pièces en verre soufflé que j'ai réalisées. Ça n'a rien à voir avec leur univers, et pourtant elle a adoré cette série, que j'ai commencée en 2023 et que je continue aujourd'hui. Je lui ai offert un plateau, et elle l'aime énormément. Ça m'a beaucoup touchée, parce que jusque-là, ma famille n'était pas toujours réceptive à mon travail. Avec ces pièces, pour la première fois, j'ai senti dans leur regard qu'ils comprenaient où je voulais aller.

ENTRETIEN MAX MALNUIT & KLERVIA LELONG

« C'EST TOUJOURS FORT DE SENTIR QUE SON TRAVAIL EST COMPRIS. »

3 ŒUVRES MYTHIQUES DE SARA OUHADDOU



LES MAINS FERTILES (2024, ITALIE)

« J'ai fabriqué des petits animaux en bois avec des artisans en me demandant que vaut quoi. On pourrait se dire que ça ne vaut rien, mais reproduire ces animaux en bois, ça a une valeur inestimable pour moi. Donc qu'est-ce qu'on change pour que ce ne soit plus une œuvre, mais que ça appartienne aux artisans ? C'est une grande question que je me pose. »



PARTITION AVEC FOUZIA YAAGOUB (2023, MAROC)

« D'habitude, je viens avec des peintures. Là, on part de sons. Comme une enfant, je peins en écoutant des musiques que j'adore. Ça donne une espèce de partition avec des formes géométriques, d'où le nom. C'est avec Fouzia que j'apprends à résoudre un problème à la fois. L'humilité face à la matière, face aux gestes, face à l'objet, c'est très artisanal. »



LE PLATEAU DE LA FIANCÉE AVEC SINIYA D'EL AAROUSSA (2024, FRANCE)

« Quand les verreries sont sorties, ma mère m'en a réclamé. Je lui ai offert un plateau de cette série, et elle l'adore. Ça me fait super plaisir de voir que j'ai réussi ce défi, parce que jusque-là, ma famille n'aimait pas trop ce que je faisais. C'est grâce à cet objet que j'ai vu dans leur regard qu'ils avaient compris où je voulais aller. »

Victoire Inchauspé

PAR
Mathilde Delli
& Max Malnuit

PHOTOS
Juliette Cordillot



Des matières vivantes traversées par la mémoire, des sculptures qui portent les traces de ce que la vie fait au cœur, c'était à voir à la galerie Jousse Entreprise pour la première exposition personnelle de VICTOIRE INCHAUSPÉ.

Ton parcours ?
Après les Beaux-Arts de Paris, j'ai été accueillie six mois en résidence à New York. J'ai produit une installation immersive pour la 17e édition de la Biennale de Lyon en 2024 et je collabore aujourd'hui avec la galerie Jousse Entreprise.

Ta pratique ?
J'aime le mot qu'utilisait mon chef d'atelier Pascale Marthine Tayou, il nous appelait des faiseurs. Je me laisse guider par la logique du matériau, que ce soit le verre, la cire, la terre ou le bronze. Ce qui m'intéresse, c'est la mémoire et ce que la vie laisse comme traces, sur les corps mais aussi sur notre esprit et les cœurs. Les notions de perte, de solitude, de vulnérabilité et de blessure traversent mon travail et elles coexistent avec d'autres forces : le soin, l'amour, et la résilience.

Pourquoi la sculpture ?
La sculpture impose une présence physique, un poids, une résistance tout en ouvrant une grande diversité de possibilités plastiques. Ce qui me plaît dans le bronze, c'est de pouvoir figer des gestes, des émotions, des éléments fragiles comme un tournesol, dans l'une des matières les plus résistantes qui soit.

La suite ?
Mon premier solo show a ouvert des directions que j'ai envie de poursuivre. J'ai réintroduit le piano dans mon travail, un instrument que j'ai pratiqué toute mon enfance. Et je souhaite continuer la vidéo et faire coexister ces différents médiums.

@inchauspe.victoire

Sur ses grands formats où se mêlent couleurs et textes, MATYA BOUKIR extériorise ces influences et émotions. Cosmopolite et autodidacte, il est installé à Bruxelles et nous partage ce qui habite son musée intérieur.

Pourquoi la peinture ?
Ma mère est artiste donc j'ai été initié dès l'enfance à voir de l'art chez moi et ça a beaucoup joué sur ma créativité. Lorsque je suis parti à Montréal j'ai commencé à prendre des cours de peinture mais c'est à New York que j'ai rencontré un mécène qui m'a permis d'exposer.

Ton pseudo, The Matta Museum ?
On pourrait penser que c'est de l'egotrip mais c'est venu après ma première exposition. Je pense qu'on est tous des musées humains, des œuvres d'art charnelles. Je vois mon corps comme une toile en construction, je me tatoue dès que je vis une histoire.

De quoi s'inspirent tes toiles ?
De ma vie personnelle et de mes rêves. Chaque peinture est inspirée d'une photo d'une personne qui m'inspire beaucoup. Je lis beaucoup alors j'adore mettre du texte sur mes œuvres pour que mon message devienne concret. Parfois c'est le texte qui inspire l'image et parfois cela n'a pas de lien évident.

La suite ?
J'expose cinq œuvres avec le collectif Parcours d'artistes à Bruxelles ce mois-ci. Je viens de revenir de Tokyo, ça m'a beaucoup inspiré, c'est une ville magique, il y a plein de néons, ça bouge beaucoup. J'aimerais commencer à faire des fonds derrière mes personnages, qu'ils soient parmi une foule ou projetés dans des paysages. J'aimerais aussi tapisser un mur d'une de mes toiles dans la rue.

@thematta museum



matya Boukir



Dayane Obadia

Exposé par deux galeries à Art Paris, Valérie Delaunay et Private Choice, DAYANE OBADIA peint des œuvres à la croisée du réel tragique et de l'ésotérisme classique. On attend impatiemment sa première exposition personnelle.

Pourquoi le figuratif ?
Ce sont mes premières extases visuelles, la peinture figurative, c'est le médium qui m'a donné envie de m'intéresser à l'art. J'ai fait beaucoup de bandes dessinées, avant d'entrer au Beaux-Arts de Paris. La notion de narration dans les toiles de Nicolas Poussin a éveillé mon envie de raconter des histoires.

Ta démarche ?
Ma démarche s'ancre dans une idée de réenchantement du monde, je questionne notre rapport à l'enchantement, à la spiritualité, j'interroge le sentiment de religiosité dans sa dimension la plus élargie.

Ta pratique ?
Je fonctionne par contraste, je peins des endroits familiers comme la banlieue périurbaine, ces espaces standardisés où il y a un certain retrait du collectif et j'y intègre des motifs du domaine de l'invisible, comme des anges. Je pioche des figures académiques dans l'histoire de l'art, dans les cartes de tarot, et je leur donne une dimension plus contemporaine et politique.

La suite ?
Je poursuis aux Beaux-Arts un post-diplôme et je suis en résidence chez Poush. J'ai envie d'introduire dans mes peintures des défauts propres à la photographie, des icônes byzantines et d'aborder la question du mystérieux en puisant dans d'autres registres.

@dayaneobadia

Garance Matton

Entre les peintres d'avant et celles d'aujourd'hui, les toiles de GARANCE MATTON ouvrent un dialogue. De ses perspectives déconstruites à ses couleurs qui rappellent celles d'Hockney, ses œuvres sont à (re) découvrir au stand de la galerie Sailly à Art Paris.



Quel événement t'a mené vers la peinture ?
L'exposition de David Hockney à Bilbao en 2012. Devant ses grands formats de campagne anglaise je me suis dit qu'on pouvait encore peindre des paysages sans que ce soit ringard ! C'est à ce moment que j'ai bifurqué, après avoir eu une pratique d'installation et de sculpture. C'était intimidant car ce médium demande une grande patience.

Que présentes-tu à Art Paris ?
Quelque chose de très frontal, avec très peu d'éléments qui viennent suggérer l'illusion d'une profondeur. J'expose deux grands formats avec des collages de papiers. C'est ma question du moment, comment intégrer cette pratique du collage sur la toile sans que ça ne devienne trop décoratif.

David Hockney, plus qu'une inspiration ?
C'est un artiste qui m'a obsédée dans sa façon de figurer l'espace en sortant de la perspective linéaire. Je partage aussi sa fascination pour les peintres du début de la Renaissance italienne.

Ta pratique ?
Pour moi, peindre, c'est entrer dans des grandes et petites conversations avec les figures du passé, avec mon entourage, mais aussi avec celles et ceux qui ne sont pas encore là et qui verront peut-être tout ça un jour.

La suite ?
J'ai envie de sortir de la toile, de revenir au dessin et d'aller chercher d'autres matériaux.

@garancematton

Julie Navarro



De la politique à la peinture à la chorégraphie en roller pour Hermès, l'art est partout dans la vie de JULIE NAVARRO. Elle s'est attelée aux *Nymphéas* de Monet sur du tulle pour Art Paris. C'est à admirer au stand de la Galerie Wagner.

Une hypersensibilité artistique ?
Après cinq années d'études d'économie, ma sensibilité m'a tournée vers l'histoire de l'art, et je me suis abreuvée d'expositions, notamment à Orsay, profondément attendrie par les Nabis. C'est à ce moment-là que j'ai commencé à peindre.

Ton travail ?
L'énergie du vivant m'accompagne toujours. Mes lieux de vie, entre la campagne et Paris, sont la condition de ma créativité. J'ai cette attraction pour les paysages d'eau et d'atmosphère, ce qui joue sur les effets de lumière et les reflets. Je reçois ces énergies qui se déposent dans mon corps que je repose sur mes voiles.

Ton processus de création ?
J'aime que mes projets arrivent par accident et désir confondus. En peignant sur du tulle, j'ai compris la magie des effets de variations que le moirage produit. C'est l'addition et la soustraction ces couleurs sur les couches de mailles qui créent un effet de perception optique vibratoire.

Quel projet présentes-tu à Art Paris ?
Une dédicace à Claude Monet. J'ai créé 24 œuvres que j'appelle des « peintures écrans », car le rendu est proche d'une image de télé pixelisée grâce à la trame de la matière, que je vois aussi comme des grandes fenêtres sur l'eau.

La suite ?
J'ai envie de développer mes peintures vitrail, et je vais peindre sur la pellicule d'un film altéré de 1937 pour la Cinémathèque de Nouvelle-Aquitaine. J'aimerais candidater pour une résidence au Cambodge et me familiariser avec l'élevage des vers à soie pour fabriquer mon propre matériau.

@julie_navarro_1

KOUKLA LAPIDUS déploie un univers onirique et singulier qu'elle puise dans son héritage. À seulement 25 ans, elle navigue entre mannequinat et comédie, tout en cultivant une passion marquée pour la poésie illustrée.

Comment as tu commencé à créer ?
Ça a commencé quand j'étais en pension à la Maison d'éducation de la Légion d'honneur. C'était un cadre assez strict. Le seul espace de liberté que j'avais, c'était mon monde intérieur. C'est là que j'ai commencé à lire, à tenir mon propre carnet. J'y écrivais beaucoup, et j'ajoutais souvent des petits dessins.

Ton univers ?
C'est la continuité directe de mes pensées, mais traduite de manière très graphique, en noir et blanc. Il y a un côté naïf que j'aime profondément. J'essaie de faire coexister l'introspection et le réel. Je suis aussi profondément inspirée par l'ADN de ma grande famille d'artistes, notamment par les petites poupées, les « Kouklas », que fabriquait mon grand-père. C'est ma source, mes racines, le point de départ de tout.

Ton recueil à venir ?
Mon recueil s'intitulera, a priori, *C'est moi ou presque*. J'adore ce titre, parce qu'il traduit parfaitement l'esprit du projet. C'est un mélange de dessins, de poésies et de rêves. Il y a un peu de moi, et un peu de tout le monde. Je m'inspire des femmes qui m'ont marquée : ma grand-mère, ma tante Claudia, mais aussi des figures plus inattendues, comme ces professeurs insupportables… Je pense que chacun peut s'y reconnaître, d'une manière ou d'une autre. Je bouillonne d'envie de prolonger l'univers à travers une exposition immersive, évidemment en noir et blanc.

La suite ?
Mon recueil avant tout et son expo, je suis en pleine production d'un grand projet cinéma avec ma sœur, vous allez voir, ça va être extraordinaire !

@koukla.lapidus



koukla lapidus

FABRICE BAGNE

“L’ENGAGEMENT *collectif*”

Fraîchement nommé directeur de BNP Paribas Banque Privée, Fabrice Bagne revient sur la présence de la première banque française à Art Paris 2026. Le leitmotiv ? **Mettre en lumière** la scène artistique contemporaine.

Par
Chloé Roubaud



Art Paris signe son retour du 9 au 12 avril au Grand Palais, avec son partenaire premium officiel, BNP Paribas Banque Privée, qui y renouvelle sa présence. À cette occasion, nous rencontrons Fabrice Bagne, pour la troisième édition du Prix BNP Paribas Banque Privée « Un regard sur la scène française », doté de 40 000 euros. Son ambition : « *Partager une passion commune pour l’art, soutenir la scène française et faire rayonner des artistes qui méritent d’être reconnus dans un écosystème complexe.* » Désormais solidement installé dans le paysage d’Art Paris, ce prix occupe une place centrale au sein de l’événement, avec un jury de premier plan composé notamment de Floriane de Saint-Pierre, Vera Michalski, Christine Marcel, Valérie Dupnchelle, ou encore Alfred Pacquement.

À l’occasion de votre présence à Art Paris, comment voyez-vous le rôle d’une banque privée aujourd’hui : simple gestionnaire de patrimoine ou véritable partenaire de vie culturelle ?

Fabrice Bagne : Un partenaire. C’est ainsi que nous concevons notre métier. La banque peut parfois être perçue comme un acteur distant alors que nous souhaitons nous inscrire dans quelque chose de plus profond, fondé sur la compréhension et le sens pour ceux que nous accompagnons. J’ai passé beaucoup de temps avec l’équipe d’Art Paris, dont Guillaume Piens, commissaire général d’Art Paris, afin de mieux appréhender cette scène française, que j’ai eu à cœur de mieux découvrir. C’est en prenant ce temps que l’on parvient à nouer des partenariats sincères et porteurs de sens.

Comment imaginez-vous que votre présence à Art Paris renforce le lien entre vos clients collectionneurs et les galeries françaises ?

Le lien se construit dans la durée et sur la confiance réciproque. En quatre ans, cette confiance se traduit par l’émergence de liens, de passerelles entre les uns et les autres. Thomas Lévy-Lasne, lauréat de l’an dernier, est un bon exemple. Il s’est fortement impliqué dans la dynamique autour de la foire et de la sélection de cette année. Je suis impatient de mieux connaître Sara et son travail et échanger pour envisager ce que nous pourrions faire ensemble.

***Technikart* aime les regards croisés : pour vous, quel est le lien le plus surprenant entre la finance patrimoniale et l’art contemporain en 2026 ?**

Le dialogue. Il peut sembler paradoxal que des banquiers soient partenaires de l’art, tant notre univers peut être perçu à travers un prisme financier, parfois éloigné des logiques culturelles. En réalité, notre présence traduit avant tout un engagement au cœur de la société. En tant que banque privée, nous accompagnons des clients aux parcours patrimoniaux variés, dont beaucoup entretiennent naturellement des liens étroits avec l’art. Cette année, la thématique d’Art Paris 2026, « Babel, art et langage », proposée par Loïc Le Gall, raisonne particulièrement avec notre métier car au final diriger des équipes c’est aussi les faire dialoguer au service d’un projet commun.

Quel message souhaitez-vous transmettre à vos clients à travers le Prix BNP Paribas Banque Privée sur le rôle de l’art dans une stratégie patrimoniale globale ?

L’art a pleinement sa place dans une stratégie patrimoniale, tout en demeurant avant tout une démarche personnelle. Nous n’encourageons pas une approche spéculative de l’art ; en revanche, notre service Conseil en art les accompagne dans leurs choix, dans le respect de leurs goûts. Lorsque la passion croise des enjeux patrimoniaux, nous sommes au cœur de notre métier : le conseil, exercé avec neutralité, professionnalisme et dans une logique de tiers de confiance.

Dans un contexte de marché complexe (taux d’intérêt, inflation, transmission patrimoniale), quelle est, selon vous, la priorité stratégique pour maintenir la position de leader de BNP Paribas Banque Privée en France ?

Préserver la diversité de nos expertises, qui constitue l’ADN du Groupe BNP Paribas. En effet, nous bénéficions d’une franchise d’envergure mondiale au travers d’une multitudes de métiers. Cette dimension nous permet de proposer à nos clients un accompagnement global, en réunissant, autour d’un interlocuteur unique, des expertises aussi variées que le conseil en art, en philanthropie ou dans les terrains agricoles mais aussi au-delà des produits d’épargne classiques des idées d’investissements plus pointues comme les Private Assets et bien d’autres encore.

Votre service Art Advisory a célébré ses 50 ans en 2025, avec une expertise allant de la Renaissance à l’art contemporain « classique ». Comment cet héritage influence-t-il votre approche vis-à-vis de l’art ?

Notre approche est résolument holistique. L’art s’inscrit dans une vision patrimoniale globale qui dépasse la seule logique financière. Nous prenons en compte à la fois sa valeur et l’engagement personnel qu’il représente pour chaque client. Nous accompagnons les clients et sommes à leur écoute pour structurer une collection par exemple, identifier le bon moment pour agir ou donner accès aux bons réseaux.

Vous faites partie du jury prestigieux du Prix BNP Paribas Banque Privée 2026. Quels critères ont été déterminants lors des délibérations ?

Sans trahir le secret du jury : l’émotion. Il serait difficile de défendre un artiste qui n’aurait pas suscité d’émotion. C’est ce qui rend l’art unique et vivant. Les vidéos réalisées avec Thomas Lévy-Lasne ont été précieuses. Nous avons capitalisé sur ce qu’il a créé avec les apparences et il a réalisé des vicéos de présentation de moins de deux minutes.

Le Prix est décerné à l’artiste Franco-Marocaine Sara Ouhaddou. Que représente pour vous cette artiste et son œuvre ?

Sara Ouhaddou a fait l’unanimité par la qualité de son travail, son approche de la matière, des couleurs, et par la promesse que représente son parcours. Son engagement est à la fois multiculturel et sociétal, notamment à travers le partage du fruit de son travail avec les artisans qu’elle fait intervenir, en particulier au Maroc. Nous sommes face à une artiste à un moment clé de sa carrière, pour laquelle ce prix peut constituer un véritable levier. Pour une banque ancrée au cœur de la société comme la nôtre cela prend tout son sens.

Y a-t-il quelque chose qui vous tient à cœur de véhiculer en tant que nouveau directeur de *BNP Paribas Banque Privée* ?

L’engagement collectif. Qu’il s’agisse de nos collaborateurs, de nos clients ou des artistes que nous accompagnons, c’est cette dynamique collective qui fonde la réussite et donne tout son sens au travail en équipe.

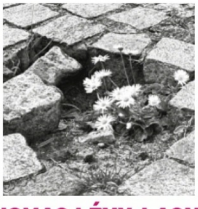
PRIX BNP PARIBAS BANQUE PRIVÉE

les lauréats



NATHALIE DUPASQUIER, MEMPHIS ARTIST

Pour la première édition du concours, en 2023, l'artiste peintre et designer Nathalie Dupasquier a remporté le prix BNP Paribas Banque Privée sur le thème Fragiles utopies. Des natures mortes à l'art abstrait, elle maîtrise tous les pans de la peinture et le partage dans le Groupe memphis, fameux mouvement de design et d'architecture italien.



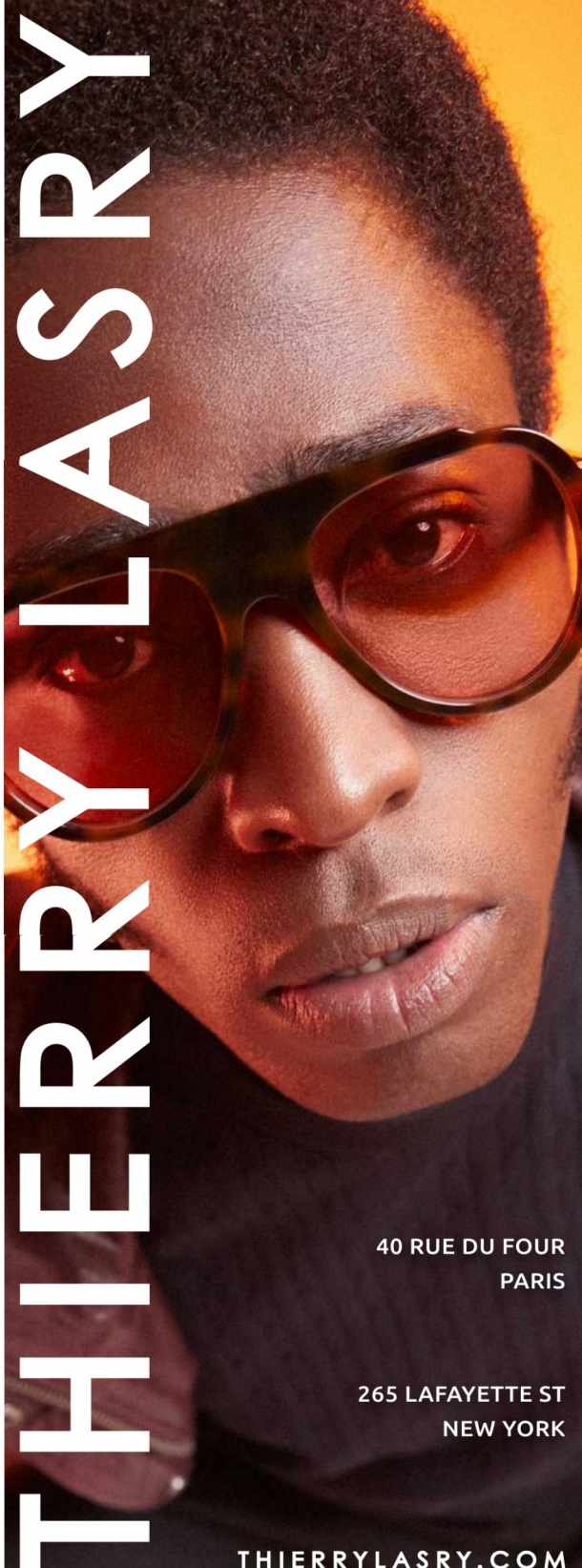
THOMAS LÉVY-LASNE, FIGURATIVE BOSS

Un regard sur la scène française. Tel était le thème de la deuxième édition du prix BNP Paribas Banque Privée, remporté par Thomas Levy Lasne, peintre figuratif. Diplômé des Beaux-Arts de Paris, rédacteur pour CitizenK et réalisateur à ses heures perdues, on a trouvé la définition même du touche-à-tout.



SARA OUHADDOU, RÉVÉLATION 2026

Félicitations à Sara Ouhaddou pour cette victoire de la dernière édition du Prix ! En couverture de ce numéro, l'artiste franco-marocaine travaille en collaboration avec des artisans du monde entier pour mettre en valeur leur travail. Ses inspirations, son histoire et ses réflexions sont à retrouver dans sa belle interview.





GUILLAUME PIENS

“VALORISER LA SCÈNE FRANCAISE”

Par
Adèle Thiéry

Photo
Julien Grignon

Passé par la FIAC et Paris Photo, cet historien de l'art de formation a pris en 2014 la direction d'Art Paris. En 15 ans, Guillaume Piens a revitalisé la foire d'art, et l'a imposée comme un **rendez-vous incontournable** du monde de l'art.

On vous recevait l'an dernier, à l'aube de la 27e édition d'Art Paris. Vous évoquiez alors l'importance dans votre rôle de « *sentir l'air du temps* ». Comment le définir aujourd'hui dans le monde de l'art ?

Guillaume Piens : L'un des parcours de notre édition porte la thématique de la réparation. En choisissant ce thème il y a plus d'un an, je crois que nous étions très en phase avec l'époque actuelle. C'est aujourd'hui devenu un mot-clé essentiel, englobant des notions de soin, de reconstruction. Il interroge la manière dont l'art peut panser les blessures individuelles et collectives. Alexia Fabre, curatrice du parcours, a réuni des artistes venant d'Australie, d'Amérique Latine, d'Afrique, des Caraïbes… et aborde des sujets comme les traumatismes postcoloniaux et leurs violences contemporaines. Au vu de ce qui se passe autour de nous, cette réflexion sur la réparation est la bienvenue.

Chaque année, Art Paris propose un deuxième parcours, axé sur la scène française. Cette année, il s'agit de « Babel - Art et Langage en France ».

Ce thème s'inspire du mythe de la Tour de Babel: voyant les humains travailler en entente et construire une tour si haute qu'elle toucherait le ciel, Dieu aurait fragmenté leur langue, créant la perte d'unité et de collectif. À travers ce prisme, nous proposons une lecture de la scène française centrée sur les mots, l'écriture et les systèmes de communication. La sélection mêle des figures historiques, comme Ben Vautier ou les lettristes des années 1960, à des artistes contemporains établis tels que Fabrice Hyber ou Tania Mouraud. Cette dernière, par exemple, crée des installations murales où les signes langagiers sont agrandis, étirés à l'extrême, devenant presque illisibles. On retrouve aussi des artistes comme Laure Prouvost, qui explore dans ses vidéos les glissements du langage, ou encore des figures émergentes comme Camille Tsvétoukhine, qui utilisent le texte pour construire des récits liés à des réalités sociales complexes.

Quelle est la place de ces artistes émergents dans cette sélection ?

Les jeunes artistes sont présents dans toute la foire, dans les parcours principaux, mais aussi dans un secteur dédié : « Promesses ». Il réunit 27 galeries nées il y a moins de dix ans, venant de France et de l'international, et reflétant l'ADN d'Art Paris : un équilibre entre ancrage local et ouverture globale. Parmi les tendances qu'on observe chez ces artistes cette année, on note un retour marqué vers le Craft, notamment la céramique, ainsi qu'un intérêt persistant pour la peinture figurative. La question du vivant est également très présente dans les pratiques artistiques actuelles.

Art Paris est aussi connue pour accueillir des jeunes collectionneurs. Pourquoi ?

Nous avons pour politique de présenter des œuvres à des prix très abordables. Chez nous, on peut commencer à acheter à partir de 300 euros, notamment avec des éditions ou des lithographies. Cette accessibilité fait partie de notre identité.

Comment définissez-vous aujourd'hui le rôle d'une foire comme Art Paris ?

J'ai une vision très claire de ce que je veux faire avec une foire. J'aime beaucoup parler de Salon, dans la tradition du XVIIIe siècle : un lieu où l'on vend, mais aussi où l'on promeut des idées et des tendances. On cherche à se différencier des 370 foires d'art dans le monde. Notre ligne est claire depuis 2012 : valoriser la scène française tout en la mettant en dialogue avec l'international.

Votre approche est toujours la même depuis 2012 ?

Je n'en ai jamais dévié. Et je pense que l'histoire m'a donné raison. Quand j'ai repris Art Paris, il y avait une obsession de la mondialisation. La caravane de l'Art Contemporain passait par Moscou, Pékin, les pays du Golfe… Le Covid, et à mon sens les crises énergétiques qu'on va vivre, vont forcer les gens à revenir dans une forme de régionalisation. C'est important de regarder ce qu'il y a autour de nous, et je trouve ça bien que l'on se penche à nouveau sur notre propre scène.

L'année dernière, la nouveauté était la section « French Design ». Le bilan ?

La section « French Design » est une extension naturelle de la foire. Elle met en avant le design contemporain, en insistant sur sa porosité avec l'art contemporain. L'originalité, c'est qu'on y présente uniquement des créations actuelles, pas de vintage, et sont inclus non seulement des galeries, mais aussi des studios de designers. On est en prise directe avec la création. La section compte aujourd'hui une vingtaine d'exposants, et elle s'est internationalisée cette année.

Le mot d'ordre de l'édition 2026 ?

Renforcer ce que nous avions fait l'année dernière. 2025 a marqué notre retour au Grand Palais. Cet espace plus vaste nous a permis de développer de nouvelles sections, des expositions en partenariat avec des fondations et un programme de conférences. Pour cette itération, on préserve et fait grandir ces innovations.

Votre coup de cœur cette année ?

C'est difficile, j'ai tellement de coups de cœur ! Mais je pense notamment à Sara Ouhaddou, présentée par la galerie Polaris. Son travail, à la croisée de l'art et de l'artisanat, illustre parfaitement les enjeux actuels autour du craft et du dialogue entre tradition et création contemporaine.

LES ARTISTES LES + *CRAFTY* D'ART PARIS



RÉMI POMMERET

Rémi Pommeret (1995) grandit en région parisienne, où il développe son univers animal et naturel autour de la sculpture et de la gravure. À Art Paris, il présente un solo show poétique, avec ses céramiques 100% sylvestres.
Galerie de la Peau de l'Ours *(Fugitives transparentes, 2025)*



PHILIPPINE D'OTREPPE

Née en 1993, cette artiste belge développe un humour discret dans ses scènes de la vie quotidienne. Son solo show à Art Paris nous invite à nous arrêter sur son univers pastel, et à regarder chacun des détails qui le composent.
EDJI Gallery *(Boucan, 2024)*



SARA OUHADDOU

Née en 1986, notre coverstar Sara Ouhaddou dissèque les lettres arabes en symboles abstraits, puis les réutilise dans ses créations. Céramique, tissage, broderie, ses projets sont basés sur la collaboration avec des communautés artisanales à travers le Maroc.
Galerie Polaris *(Partition 5)*

RAPHAËL FONTANG

“OUVRIR *le* DÉBAT”



Par Klervia Lelong
Photo Axel Vanhessche

Suivi par plus de 750 000 followers sur TikTok, Raphaël Fontang (@raphael__ft sur les réseaux) vulgarise et commente des œuvres d'art pour les rendre accessibles au grand public. **Rencontre**.

À 13 ans, tu as gagné un prix au Festival des Arts Junior de Merville pour la création d'une BD. As-tu toujours été un amoureux du milieu artistique ?

Raphaël Fontang : Depuis mon enfance, j'adore créer avec mes mains, ça me vide la tête. Ma mère a toujours été passionnée d'art. Elle crée énormément, elle dessine au crayon de couleur, elle a aussi fait beaucoup de poterie, des cours de modèles vivants… J'ai un peu baigné là-dedans, mais elle ne m'a jamais forcé à suivre ce chemin.

Tu as passé un bac en arts appliqués près de Toulouse avant de monter à Paris. La capitale t'a-t-elle toujours attiré ?

Quand j'étais dans le Sud, j'imaginais les Parisiens comme des gens qui vivaient autour de leur passion. Paris, dans ma tête, c'était la ville où tous les rêves pouvaient se réaliser. C'était le seul endroit où je me voyais accomplir mes objectifs et avoir un avenir dans le milieu de l'art.

Sur les réseaux sociaux, tu analyses des œuvres d'art en tout genre. Comment choisis-tu ce dont tu parles ?

Quand je dois faire une vidéo, j'ai trois grands axes dans ma tête. Premièrement, s'il y a un sujet engagé ou un message précis que j'ai envie de traiter, je vais chercher des œuvres qui en parlent. Ensuite, quand j'adore une œuvre ou un artiste, je vais le partager. Et enfin, j'ai envie d'ouvrir le débat. Quand je vois des sujets qui font polémique dans l'actualité, je vais chercher une œuvre en lien avec ça. Je veux apporter du gaz à un sujet et en parler via l'art. J'adore quand les gens crient au scandale, ça veut dire que ça procure une émotion.

Tu dis dans une de tes vidéos que « *l'art est toujours politique* ». Tes vidéos sont-elles un moyen, en choisissant des œuvres précises, de faire passer des messages à ton audience ?

Dans tout ce que je fais, les messages choisis sont en lien avec ce que je pense. Au lieu de prendre personnellement la parole sur des sujets, je passe par l'art pour en parler. Ça met une forme de distance, on va critiquer les œuvres dont je parle, mais pas forcément mes opinions, donc ce n'est pas plus mal. Et en même temps, j'ai l'impression que ça permet de rentrer beaucoup plus en profondeur dans un débat qui ne sera pas centré autour de moi ou de ce que j'ai pu dire.

L'année dernière, tu as été membre du jury lors du concours d'art Héritage, en partenariat avec Paris Aéroport et le Studio 104. Ça te tient à cœur d'encourager les jeunes artistes à se lancer ?

Carrément ! Je parle souvent de grands artistes, mais j'aime chercher des jeunes prometteurs qui, dans quelques années, auront de l'importance. Il y a le Salon de Montrouge, dédié à des artistes émergents.

As-tu une méthodologie pour trouver des artistes niches qui en sont encore à leurs débuts ?

Franchement, j'y vais au feeling. Si ça me plaît visuellement, j'essaie de comprendre, de faire des recherches, d'aller plus loin. Puis il y a des choses que j'aime beaucoup et on n'en entend jamais parler. Je ne suis pas médium !

Es-tu toi-même artiste aujourd'hui ?

Plus tellement non. Mais j'estime que le montage vidéo et l'écriture de mes scripts restent une part de création. Écrire représente 50 % de mon travail. Toute la journée j'ai l'impression que je ne fais que ça : écrire, écrire, écrire.

Sur les réseaux sociaux, on voit émerger des créateurs de contenus qui mettent en avant l'art et la culture. Que dirais-tu à ceux qui pensent que les jeunes ne s'intéressent plus à ces sujets-là ?

C'est complètement faux. Juste en prenant les statistiques de mon compte, la majorité des gens qui me suivent sont des jeunes. Dans mon entourage, tout le monde va au musée. Je pense que c'est vraiment une idée reçue que les jeunes s'intéressent moins à l'art ou à la culture. Ils s'y intéressent mais d'une manière différente. Il y a beaucoup de gens qui, comme moi, cherchent un sujet qui va au-delà de l'art, et ne s'arrêtent pas à ce qui est beau visuellement. Ceux qui me suivent posent beaucoup de questions en commentaires. Il y a énormément de débats sur les sujets traités, sur les expos, sur tout. Je suis content de ce qui se fait des réseaux sociaux. Avant, c'était beaucoup de divertissement. Maintenant, j'ai l'impression qu'il y a davantage de réflexion. Notre génération prend conscience de l'impact qu'ont les réseaux sur notre vie.

Une de tes récentes vidéos est sous-titrée en anglais. As-tu la volonté de t'adresser à un public international ?

J'aimerais bien. Pouvoir tout traduire pour internationaliser mes vidéos, ce serait le rêve. Partout dans le monde, il y a des lieux culturels incroyables. Ce serait une chance de pouvoir en parler partout, et ne pas centrer que sur Paris et sur la France.

As-tu un regard tranché sur l'intelligence artificielle dans l'art ?

De temps en temps, ça peut être intéressant de mêler des technologies à l'art. Mais je ne comprends pas trop l'intérêt de l'intelligence artificielle, en sachant que l'art, c'est la création humaine avant tout. C'est une question assez complexe, mais ça ne me fait pas peur. C'est comme les réseaux sociaux, on va se rendre compte que ce n'est pas bien et que ça peut appauvrir l'intellectuel des gens. J'ai confiance en ce que les gens vont faire et je vais essayer de rester optimiste par rapport à l'IA, sinon c'est un peu déprimant. Mais c'est un vrai sujet, surtout quand on voit l'eau que ça consomme.

LE TOP 3 DE RAPHAEL

Particulièrement attiré par les installations et la peinture contemporaine, voici les artistes préférés de Raphaël Fontang.

LA FAVORITE



MIRIAM CAHN

Raphaël Fontang est un grand fan de Miriam Cahn. Engagée dans les causes féministes et écologiques, l'artiste suisse peint, dessine et sculpte dans un style figuratif, à la limite de l'abstraction.

LE CLASSIQUE



MARK ROTHKO

Mark Rothko est un artiste peintre mythique du XXe siècle. S'inscrivant dans un courant abstrait, les tableaux de l'Américain sont une référence pour Raphaël Fontang.

LA TOUCHE À TOUT



SOPHIE CALLE

En dehors de la peinture, Raphaël Fontang plussoie Sophie Calle. Écrivaine, photographe, performatrice… Elle est l'exemple même des artistes qui font tout pour parler à un plus grand public.

TADASHI KAWAMATA

“UN DÉFI FASCINANT”

Par
Alexis Lacourte

Photo
Florie Berger

Sélectionné par Maison Ruinart dans le cadre de ses « Conversations avec la Nature », l'artiste Tadashi Kawamata a installé ses œuvres au Palais de Tokyo, avant de les déplacer à Reims, dans le domaine du producteur de champagne. Depuis le Japon, il nous présente cet exercice de **gigantisme** sur fond de réflexion écologique et performative.

Vous avez été sélectionné par Maison Ruinart pour créer des œuvres autour de son thème annuel « Conversations avec la Nature ». Comment l'avez-vous interprété ?

Tadashi Kawamata : Ma réaction immédiate, lorsque j'ai été invité à visiter la Maison Ruinart, à Reims, a été une réponse à leurs espaces extérieurs : le jardin, les arbres, les façades. J'ai commencé à prendre des photographies puis à dessiner sur celles-ci des structures sculpturales qui expriment à la fois la vulnérabilité et la résilience des éléments naturels. Mes premières idées tournent souvent autour de la notion d'accumulation et de prolifération. J'ai ensuite complété cette première étape par de nombreux dessins et maquettes d'autres installations in situ pour le lancement au Palais de Tokyo et les différentes foires d'art.

En passant devant le Palais de Tokyo, votre intervention *Le Nid* paraît « naturelle », comme s'il s'agissait d'une grande ruche ou du dortoir d'une famille d'oiseaux. Comment avez-vous abordé votre construction sur le bâtiment du Palais de Tokyo ?

Mon approche de tout site, y compris du monumental Palais de Tokyo, consiste à engager un dialogue avec son architecture et son environnement. Pour le Palais de Tokyo, avec sa façade imposante, je souhaitais introduire un contraste, quelque chose d'apparemment délicat mais de structurellement ambitieux, qui évoque des formes brutes et non raffinées de la nature surgissant soudainement sans que l'on sache comment elles sont apparues.

À l'intérieur du Palais de Tokyo, vous avez créé une structure en forme de tornade. Quel dialogue entre *La Tornade* et *Le Nid* avez-vous créé ?

La Tornade est un nouveau motif pour moi, né du contexte spécifique des espaces intérieurs du Palais de Tokyo. Elle représente une force de la nature, dynamique et marquante, suggérant à la fois la création et la destruction. Elle agit comme une expression extérieure de la puissance brute de la nature surgissant dans le tissu urbain. *Le Nid*, à l'inverse, offre un sentiment d'introspection, d'abri et d'origine. La combinaison de deux agit comme un flux constant entre pressions extérieures et réponses intérieures, un thème que j'explore souvent dans mon travail.

Trois tonnes de bois ont été nécessaires pour créer *La Tornade* du Palais de Tokyo. Comme pour *Le Nid*, le bois sera transformé pour aller à Reims. Les œuvres seront transformées puis exposées dans le domaine de Ruinart. Pouvez-vous présenter ce travail d'évolution de vos œuvres ?

La transformation du bois de Paris à Reims constitue un élément central de ce projet, mettant en avant les cycles de vie et de matière. Les trois pièces pour Ruinart – *Cabane, Nid* et *Observatoire* – poursuivent l'exploration de notre relation avec la nature, mais dans un contexte différent, celui du patrimoine unique et du terroir de la maison de champagne.

Votre travail explore souvent la fragilité des écosystèmes. Comment cette collaboration avec la Maison Ruinart nourrit-elle votre réflexion ?

Cette collaboration avec la Maison Ruinart a été particulièrement enrichissante car elle offre un lien direct et tangible avec un écosystème profondément affecté par le changement climatique. La dépendance de Ruinart au terroir, aux vignes et au climat rend leur engagement en faveur de la durabilité une nécessité existentielle. C'est donc, pour moi, un cas concret d'interdépendance entre activité humaine et cycles naturels.

Vous avez également revisité les coffrets de champagne. Comment un tel objet peut-il être le lieu d'une proposition artistique ?

Revisiter le coffret de champagne a été un défi fascinant, alliant nécessité fonctionnelle et représentation esthétique d'un produit de luxe. Mon objectif était de lui insuffler les mêmes principes que pour mes grandes installations, à savoir le respect du matériau, de la forme organique et le récit d'origine et de transformation. Le Jéroboam de Ruinart Blanc de Blancs, par exemple, je l'ai conçu à partir du bois réutilisé de la boîte elle-même, créant un objet qui raconte une histoire de transformation et de continuité entre matière, forme et usage.

ruinart.com



BMW MOTORRAD

PLUTÔT BRANCHÉ TECHNIK OU ART ? LES 2

BMW CE 04 DÈS 199 €/MOIS SANS APPORT[1]
BMW CE 02 DÈS 109 €/MOIS[2], 1ER LOYER MAJORÉ DE 1 309 €

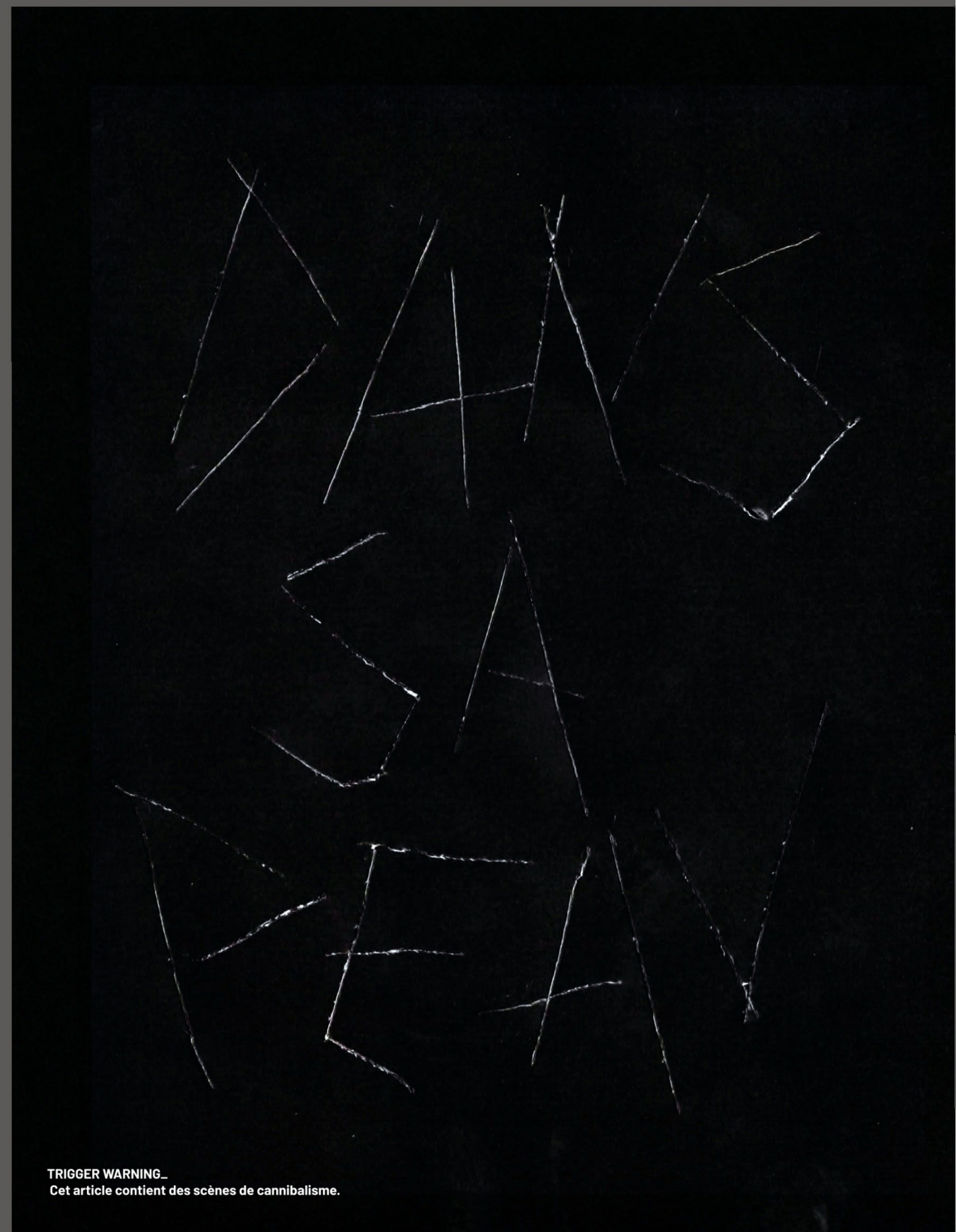


EN SAVOIR PLUS

[1] Exemple pour un BMW CE 04. 36 loyers linéaires : 199 €/mois. Location Longue Durée sur 36 mois et pour 15000 km incluant l'extension de garantie. Assurance perte financière à souscrire par l'intermédiaire de BMW Finance ou auprès de l'assureur de votre choix, sous réserve d'en justifier auprès de BMW Finance. Offre réservée aux particuliers pour toute commande d'un BMW CE 04 dans les concessions participantes avant le 31/03/2026, dans la limite des stocks disponibles et sous réserve d'acceptation par BMW Finance, SNC au capital de 87 000 000 € - RCS Versailles 343 606 448, inscrit à l'ORIAS sous le n°07 008 883.

[2] Exemple pour un BMW CE 02. 1er loyer de 1309 € et 35 loyers de 109 €. Location Longue Durée sur 36 mois et pour 15000 km incluant l'extension de garantie. Assurance perte financière à souscrire par l'intermédiaire de BMW Finarce ou auprès de l'assureur de votre choix, sous réserve d'en justifier auprès de BMW Finance. Offre réservée aux particuliers pour toute commande d'un BMW CE 02 dans les concessions participantes avant le 31/03/2026, dans la limite des stocks disponibles et sous réserve d'acceptation par BMW Finance, SNC au capital de 87 000 000 € - RCS Versailles 343 606 448, inscrit à l'ORIAS sous le n°07 008 883.

Pensez à covoiturer #SeDéplacerMoinsPolluer



TRIGGER WARNING_
Cet article contient des scènes de cannibalisme.

Si Julia Ducournau et Coralie Fargeat ont raflé la mise avec leurs films gore et extrêmes, la papesse du body *horror, c'est elle, l'imm*ense Marina de Van, scénariste, actrice et réalisatrice d'un film vraiment **culte, radical, insoutenable**, sur l'automutilation et le cannibalisme. Un détail, le film est… autobiographique.

Par
Marc Godin

« ***Tous mes films sont autobiographiques, même*** **Dans ma peau,** assure Marina de Van. *Il y a un accident dans le film, inspiré d'un accident que j'ai eu à huit ans. Une voiture m'a écrasé la jambe et je ne sentais rien. Comme ma jambe était coincée sous la roue de la voiture, j'ai demandé au conducteur de reculer. Quant à l'automutilation, j'essayais de me cisailler les parties génitales dès l'âge de trois ans et à neuf ans, je me suis défigurée avec un couteau. Je n'ai pas de cicatrice sur le visage, je dois avoir une bonne peau…* »

Sorti en 2002, *Dans ma peau* reste un geste radical et unique au sein du paysage du cinéma français. Premier long-métrage de Marina de Van, aujourd'hui 55 ans, le film s'inscrit dans une veine corporelle et introspective rares, quelque chose comme du body horror d'auteur, un électrochoc de chair et de sang sur une femme qui développe une fascination obsessionnelle, une passion littéralement dévorante pour son propre corps, dans une sorte d'ivresse érotique, et ce jusqu'à l'automutilation. Derrière cette œuvre dérangeante et singulière, un secret jusque-là bien gardé : cette histoire d'automutilation et de cannibalisme est purement autobiographique.

DÉSIR D'AUTOMUTILATION

« *J'ai grandi dans une atmosphère très malsaine, où je n'avais pas l'impression que mon corps m'appartenait. Mes parents me disaient déjà que mon corps était à eux. Mon désir d'automutilation vient probablement de là, c'était mon corps, il m'appartenait ! Quand vous vous mutilez comme je l'ai fait, vous avez de nombreuses cicatrices. Et c'est comme si vous dessiniez sur votre corps en créant une œuvre d'art.* » Adulte, Marina fait la Fémis, célèbre école de cinéma, où elle croise François Ozon. Elle va jouer dans son premier film, *Sitcom* (1998) et écrire les scénarios de plusieurs autres. Début 2000, elle est dans une période de rupture totale. « *Je venais de me séparer de mon compagnon, et je vivais dans un appartement qui ressemblait à un espace mental matérialisé. Il y avait des cartons partout, comme si rien n'était installé, rien n'était stable. Les murs étaient peints en vert pâle, mais surtout, ils étaient recouverts d'immenses dessins d'horreur et de pornographie que j'avais réalisés moi-même. J'étais littéralement entourée par mes propres images. C'était envahissant. Et en même temps, c'était un environnement dans lequel je me reconnaissais complètement. Il y avait aussi des détails absurdes, presque surréalistes : des artichauts pourris partout. Je ne sais toujours pas pourquoi. Et puis du sang au sol, parce que c'est à ce moment-là que je me scarifiais le visage, les bras…* »

Si dans *Dans ma peau*, les séquences de mutilation ressemblent à des pulsions irrépressibles, dans la réalité, tout était extrêmement organisé. « *Je réfléchissais, je planifiais. Par exemple, quand j'ai décidé de me manger, je suis allée m'acheter un couteau pour découper le gigot, comme ma mère faisait pour les repas familiaux. J'ai envisagé un couteau électrique, mais quand je l'ai vu, j'ai pris peur. C'était trop large, trop brutal, trop mécanique. Je me suis dit que j'allais faire une boucherie* (rires). *Donc j'ai choisi quelque chose de plus maîtrisable : un bon couteau de cuisine. Rien n'était laissé au hasard. J'avais une belle assiette, des couverts, une coupe de champagne… Et je me suis entamé le bras. J'étais en train de me manger quand mon meilleur ami m'appelle. Il me dit qu'il veut passer. Je lui réponds très clairement* : "Je suis en train de me manger. Si tu viens, tu ne dis rien, je n'ai pas envie qu'on me fasse chier." *Il accepte. Il arrive, s'installe sur un canapé pendant que moi je suis par terre avec mon couteau, mes morceaux de peau, mon assiette. Et il se met à m'observer. Très vite, il devient… une sorte d'assistant. Il me dit :* "Là, attention, il y a un tendon. Là, tu peux y aller. Là, non, tu es sur les phalanges." *Et en même temps, il me raconte ses histoires sentimentales. Ce qui est frappant, c'est la banalité de l'échange. On discute. Je continue. Il regarde. C'est presque domestique. Quand je me suis mangée, ce fut une énorme déception. Ça n'avait aucun goût. C'était comme mâcher du plastique. C'était vraiment très décevant… Il n'y avait rien de gratifiant sensoriellement. Je me suis ennuyée et j'ai arrêté. Comme j'avais faim, nous sommes allées manger au restaurant Le Pied de cochon.* »

Un autre fois, comme elle n'est pas invitée au réveillon du 31 décembre, Marina planifie de se couper un large morceau de peau, 8 centimètres sur 6, sur le mollet gauche. « *Ça m'a pris quatorze heures. Parce que décoller la peau, c'est extrêmement délicat. Il faut trouver l'angle juste. Si on coupe trop droit, ça ne fonctionne pas, on abîme tout. Il faut couper en biais. À la fin, j'ai fait une erreur. Le couteau a accroché, et la forme s'est resserrée. Ce n'était plus le rectangle parfait que j'avais prévu. J'étais au-dessus des lois biologique, et surtout, j'étais complètement folle. Ma chance, c'est que je n'aime pas me répéter. Je ne pouvais pas aller plus loin, donc j'ai arrêté.* » Pendant des années, elle va conserver ce morceau de peau comme une relique. « *Je l'avais gardé dans un plastique. C'était quelque chose de très important pour moi. À un moment, en état de manque, j'ai voulu l'échanger contre de la drogue. Mais c'était ce que j'avais de plus précieux. Ça donne une idée de l'état dans lequel j'étais… Une trace, un objet chargé de sens. Et un jour, je l'ai perdu, je ne sais pas comment, je ne sais où.* »

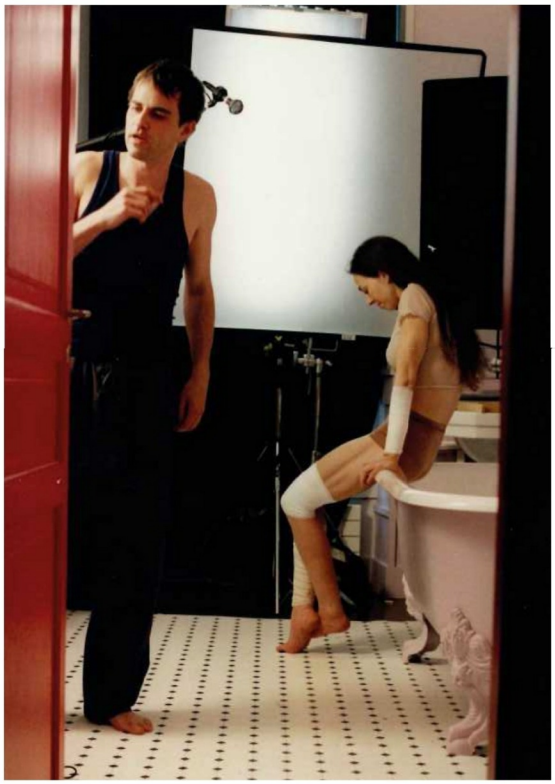
LÉA DRUCKER ET LAURENT LUCAS AU MENU

À la Fémis, tout le monde est au courant de ses mutilations et alors que Marina veut réaliser son premier long-métrage après plusieurs courts, elle apprend que d'autres cinéastes veulent utiliser son histoire. « *Deux réalisateurs* (Judith Cahen et Christophe Chiesa) *ont repris des éléments de ma vie pour leurs projets. Je leur ai demandé de ne pas le faire. Ils ont refusé. Déjà, à ce moment-là, je me sentais dépossédée de mon corps. Et là, on me dépossédait aussi de mon récit, de ma vie. J'ai donc décidé de reprendre le contrôle, mais ce n'était pas dans mes plans de réaliser* Dans ma peau. »

Marina de Van se lance dans la bataille, mais n'arrive pas à faire financer correctement ce projet d'écorché vive. « *Ma productrice Laurence Farenc voulait une actrice connue, Vanessa Paradis, mais j'ai refusé* (rires). *J'ai dit qu'il n'y avait que moi qui pouvais jouer ce rôle. Mais il était difficile de confier des millions*

« QUAND JE ME SUIS MANGÉE, CE FUT UNE ÉNORME DÉCEPTION… »

— MARINA DE VAN



COACH EN STOCK_
Devant et derrière la caméra, Marina de Van a engagé le coach et comédien Marc Adjadj (*Les Fugitifs*) pour la diriger, ainsi que les autres acteurs du film, dont Laurent Lucas.

à une réalisatrice débutante, avec une actrice débutante et une productrice débutante, avec un tel sujet. Le film va se monter avec très peu d'argent, je ne sais pas combien on a eu, mais c'était vraiment très peu. Apparemment, on a eu le CNC, et on a travaillé avec le producteur Alain Rocca de Lazennec. Et on a pu engager Laurent Lucas et Léa Drucker avec ce scénario impossible. Je suis certaine que le film ne se monterait pas aujourd'hui. En tout cas, j'étais convaincante. Barrée mais carrée. »

Comme elle a un tout petit budget, Marina de Van décide de simplifier au maximum sa mise en scène. Elle abandonne son premier découpage complexe pour quelque chose de très direct et surtout, avant d'entamer le film, elle tourne un pré-film avec son chef opérateur, Pierre Barougier, et ses comédiens. « *Marina était quasiment de tous les plans*, se souvient Pierre Barougier. *Mais elle devait gérer en même temps son jeu et la mise en scène, ce qui était très lourd pour un premier long. Pour compenser cela, elle m'a demandé de faire un pré-tournage en vidéo qui a duré environ un mois et demi. Nous avons ainsi pré-tourné presque toutes les scènes dans lesquelles elle jouait. Cela lui a permis de visualiser ses plans à l'avance et de faire tout le travail de réflexion qu'on fait habituellement pendant le tournage avec l'équipe. Nous avons beaucoup réfléchi à l'esthétique. Nous avions des références comme* Crash *de David Cronenberg,* Mulholland Drive *ou* Lost Highway *de David Lynch ou encore* Fargo. *Ce travail préparatoire a été essentiel.* » « *On fait un pré-film complet,* complète Marina. *J'ai tourné toutes les scènes avec les acteurs, j'ai simulé les effets spéciaux avec quatre couches de papier Canson coloré, collées sur la peau. Chaque couche correspondait à une profondeur, pour simuler la chair, le derme, le sang… Ensuite, j'ai monté ce pré-film et je l'ai montré à une petite équipe, image, son et scripte. Résultat : je n'ai rien changé sur le set. Tout fonctionnait déjà !* »

PROTHÈSE, FAUX SANG ET CHAOS

Le tournage va durer environ 25 jours, en décor naturel, dans des lieux souvent exigus, certaines séquences seront même filmées chez la mère de Marina. Pour s'aider dans son jeu d'actrice, Marina est dirigée par le coach Marc Adjadj « *C'était un défi technique constant, mais aussi stimulant,* déclare Pierre Barougier. *Marina était extrêmement investie dans son personnage. Cela créait une dynamique très différente d'un tournage classique. Certaines scènes étaient dures à vivre pour l'équipe. Les scènes d'automutilation étaient particulièrement éprouvantes. Même si nous utilisions des prothèses, le réalisme et l'engagement de Marina rendaient les scènes très fortes. Il lui arrivait même d'aller très loin. Je me souviens que lors du tournage d'une scène d'automutilation, Dominique Colladant, responsable des effets spéciaux, a dû lui demander d'y aller plus doucement. Elle forçait tellement sur la prothèse qu'elle aurait pu s'entailler la peau. Personnellement, je n'ai pas été choqué pendant le tournage, car j'avais déjà été confronté à cet univers pendant la préparation. En revanche, certains membres de l'équipe ont eu plus de mal…* »

Spécialiste des effets et maquillages spéciaux, Dominique Colladant est un magicien du latex et du faux sang qui a déjà travaillé sur le *Nosferatu* de Werner Herzog ou *Trouble Every Day* de Claire Denis. « *On a utilisé des prothèses, du faux sang, des effets mécaniques simples, mais toujours dans une logique de retenue. L'idée n'était pas de faire du spectaculaire ou du gore, mais de rester dans quelque chose de crédible, presque discret. Ce qui comptait, c'était la sensation. Parfois, une image qui dure deux secondes suffit à créer un malaise durable. Je cherche toujours à suggérer plutôt qu'à montrer, à rester au plus près de la peau, presque de l'intérieur. Marina avait vraiment confiance. On avait énormément préparé en amont, testé des choses en atelier, répété certaines scènes. Du coup, le tournage en lui-même était assez fluide. On savait où on allait. Les scènes les plus difficiles étaient très préparées. Une fois sur le plateau, c'était presque mécanique. Et puis Marina avait une distance particulière avec ces scènes, presque ludique par moment, comme si elle manipulait une matière.* »

Quand on lui parle des effets spéciaux, Marina éclate de rire. « *J'adorais ça. Les prothèses, le faux sang, les dispositifs techniques, la pompe à sang…, ça m'amusait énormément. On pataugeait dans le sang. Le travail de Dominique était très raffiné, même si les blessures n'étaient jamais raccord. C'était presque ludique, comme quand tu joues à la pâte à modeler étant enfant.* » Près de 25 ans plus tard, les séquences d'automutilation sont toujours aussi saisissantes, et forcent parfois à baisser les yeux. Notamment à cause de la lumière, de la mise en scène clinique et du montage de Mike Fromentin (*Des rayons et des ombres*). « *Pour les scènes de mutilation, j'aurais préféré le clair-obscur, ne pas tout faire voir de façon aussi crue,* soutient Pierre Barougier. *Quand Marina se mutile dans la cave, elle se place dans le rayon de lumière. C'était sa volonté. Elle voulait montrer les choses de manière frontale, sans les cacher dans l'obscurité. Cela renforce le malaise.* »

Au terme d'un tournage parfois chaotique où Marina doit même affronter une mini-grève de ses techniciens, le film sort en salles le 4 décembre 2002, assorti d'une belle interdiction aux moins de 18 ans. En salles, *Dans ma peau* provoque des réactions fortes. « *Je ne souhaitais pas mettre les spectateurs en danger, mais oui, il y a eu des malaises, des évanouissements. Les pompiers intervenaient régulièrement dans les salles. Moi, je n'ai jamais vraiment compris. Je ne vois pas le film comme quelque chose d'insoutenable, je le trouve beau.* » Contre toute attente, *Dans ma peau* est plutôt très bien reçu par la critique (*Positif* : « *Nous attendions avec impatience le premier long-métrage de Marina de Van, remarquée pour ses courts-métrages et pour ses collaborations* ▶

► *avec François Ozon. Mais nous n'imaginions pas un tel choc.* » *Première*: « *Viscéralement fascinant* »). *Dans ma peau* part en festival, est récompensé en Argentine et Marina l'accompagne en Russie, aux USA ou au Japon. Et le film inspirera des hordes de cinéastes, notamment Julia Ducournau qui s'en souviendra dans les grandes largeurs pour *Grave* (2016) et lui soufflera la couronne de reine de l'horreur viscérale.

LE CONTRAIRE D'UNE APOLOGIE

L'après *Dans ma peau* va se révéler problématique pour Marina. « *Avec ce film, je ne voulais absolument pas faire une apologie des mutilations et éviter toute glorification. Je voulais que ce soit clair: tout cela mène à une impasse. Mais je voulais aussi montrer quelque chose de plus subtil. Ce n'était pas uniquement de la destruction. Il y avait aussi une forme de douceur, presque de grâce dans ces gestes. Je l'ai fait pour ne plus m'automutiler et après le tournage, je ne l'ai plus jamais fait. Je ne pourrais plus jamais supporter une douleur pareille. À la suite du film, j'ai été contacté par des Américains pour tourner un film sur une femme avec des dents dans le vagin mais j'ai refusé. Puis j'ai tourné mon second long-métrage avec deux stars, Sophie Marceau et Monica Bellucci,* Ne te retourne pas. *J'ai été massacrée à Cannes, crucifiée. Je n'ai pas fait un tournage normal depuis, personne ne m'a pardonné ce film, l'échec, alors que le film était inachevé, il me restait quatre mois de travail sur les effets spéciaux. J'ai une très mauvaise réputation depuis, je ne m'explique pas cette haine à mon encontre. Peut-être parce que je suis une femme… Mais je vais tourner en juin un nouveau film à Bilbao, un thriller érotique avec un producteur britannique,* Hot Ballet. »

***Dans ma peau* de Marina de Van**
(sublime copie 4K chez Pulse Video)

MARC GODIN

LE BEL EFFET GORE…
D'abord filmées lors d'essais avec des feuilles de papier Canson, les scènes de mutilation ont été ciselées par Dominique Colladant, magicien des effets et des maquillages spéciaux, à l'origine de *Nosferatu fantôme de la nuit* ou de *Trouble Every Day*.



MARINA EN *5* DATES

Figure singulière du cinéma français, Marina de Van est connue pour son univers dérangeant et introspectif. La preuve par cinq.

1998

Marina de Var se fait remarquer en jouant dans *Regarde la mer* et *Sitcom* de François Ozon, marquant ainsi le début d'une collaboration importante. Ainsi, elle coécrit les scénarios de plusieurs de ses films, notamment *Sous le sable* et *Huit femmes*, pour lequel elle est nommée aux César.

2002

Elle écrit, réalise et interprète son premier long-métrage, *Dans ma peau*. Le film choque et fascine par son exploration du corps et de l'identité, imposant immédiatement sa signature.

2009

Marina revient derrière la caméra avec *Ne te retourne pas*, un thriller psychologique porté par Sophie Marceau et Monica Bellucci. Massacré à Cannes, le film confirme son intérêt pour les thèmes de la transformation et du trouble identitaire, tout en lui offrant une visibilité internationale.

2013

Elle publie le livre *Stéréoscopie*, où elle raconte ses addictions à l'alcool et à la cocaïne.

2026

Plus de dix ans après son dernier film, *Dark Touch*, Marina va tourner cet été *Hot Ballet*. Et son film *Ma nudité ne sert à rien*, expérience intimiste filmée dans son appartement, devrait sortir en septembre.

L'INSTANT
TAITTINGER

*#THEINSTANT*WHEN

ESPRIT DE FAMILLE





9 septembre 2018, Château de la Marquetterie. L'équipe du Champagne Taittinger prépare le cochelet, le dernier jour des vendanges.

Photo de Massimo Vitali.

CHAMPAGNE
TAITTINGER
REIMS FRANCE

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.



1



Le duo de photographes **Inez & Vinoodh** (qui a fait les belles heures des couv' *The Face, Vanity Fair* et *Vogue Paris*) s'offre sa première rétrospective, au Kunstmuseum Den Haag. Par le prisme de l'amour et de la créativité à deux, « Can Love Be A Photograph » présente leur travail, pont entre mode, art et intervention innovante en photographie. À ne pas manquer si vous êtes de passage à La Haye, aux Pays-Bas.

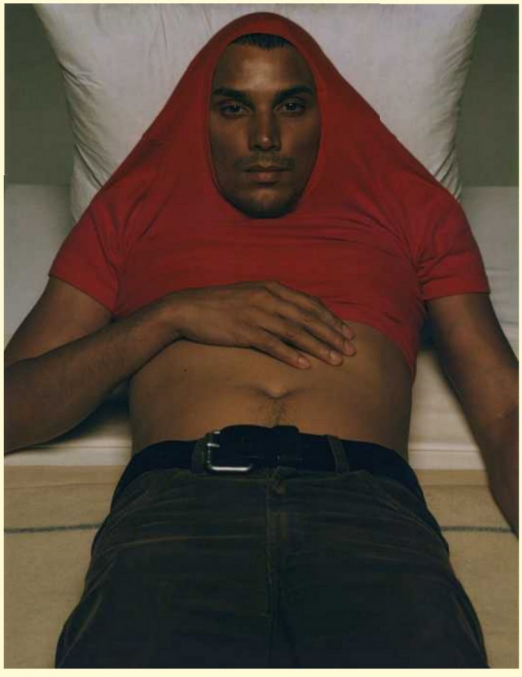
Par
Alexis Lacourte







2

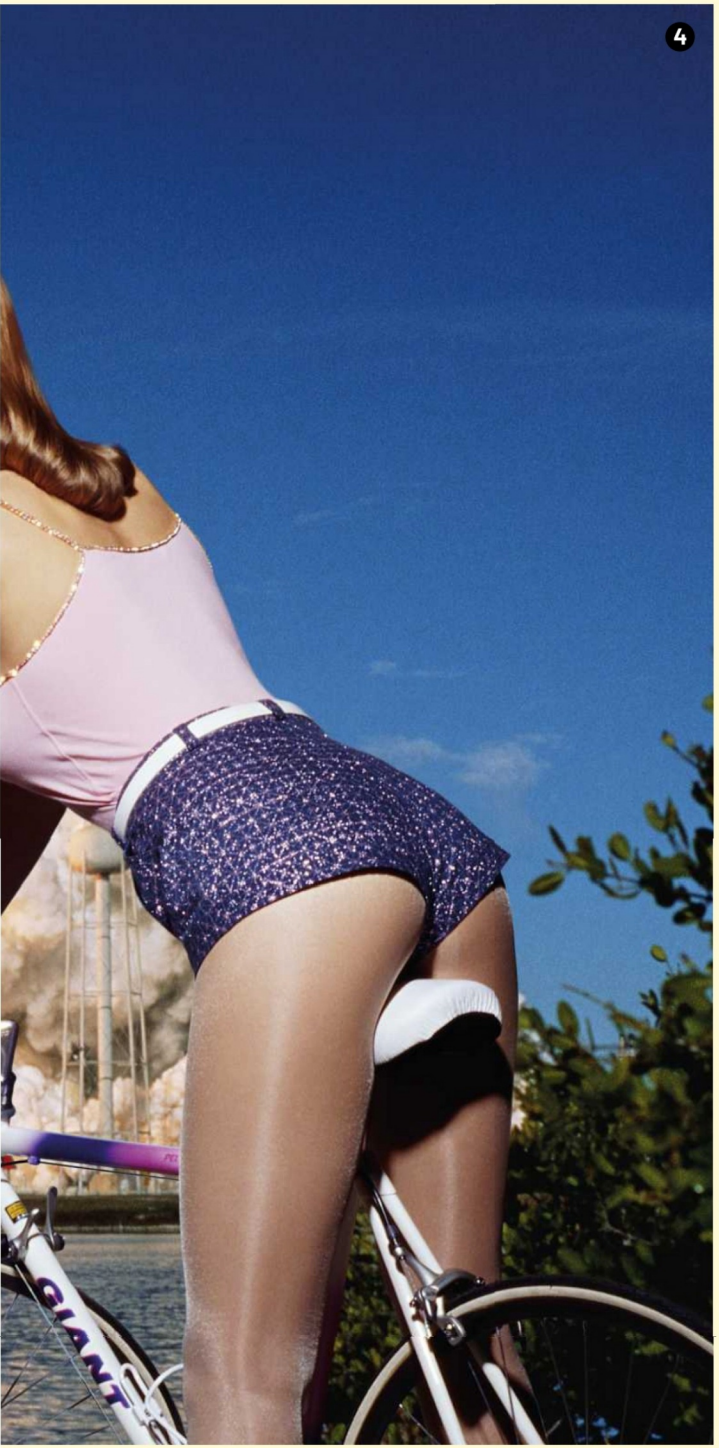


La campagne de mode la plus excitante du mois de mars a été signée par Inez & Vinoodh pour le Jean-Paul Gaultier de Duran Lantink. Le duo de photographe expose pour la première fois une rétrospective fascinante de leur quarante années de carrière au Kunstmuseum Den Haag, appelée « Can Love Be A Photograph ». De quoi comprendre comment Inez & Vinoodh ont inventé un langage photographique unique, à la croisée du réalisme et du surréalisme ; une forme de réalisme magique incarnée par les top models, stars et artistes les plus en vogue des dernières années. Une vision artistique de la photographie présentée par Mathias Augustyniak, du studio de création graphique M/M (Paris), Margriet Schavemaker, la directrice générale du Kunstmuseum Den Haag, et Donatien Grau, le commissaire de cette exposition qui fait déjà date.



3





1) LA MODE AUTREMENT_

Mathias Augustyniak : « Michaël et moi-même ne sommes pas des créateurs de mode, mais nous considérons la mode comme un langage. Depuis l'école d'art, en lisant Charles Sanders Peirce et Roland Barthes, nous avons appris à transformer les éléments de la mode en symboles, icônes et indices, puis à l'aborder comme une plateforme créative combinatoire sans fin. Notre rencontre avec Inez & Vinoodh nous a permis de porter ce projet à un nouveau niveau créatif. Comme Michaël et moi-même, ils se sont rencontrés à l'école d'art à la fin des années quatre-vingt, où ils ont développé une autre position créative vis-à-vis de la photographie de mode. Au lieu de la considérer uniquement comme un artisanat, ils en ont fait un médium. »

2) PORTRAITS _

Margriet Schavemaker : « Contrairement aux ruptures visibles et aux coutures caractéristiques du montage dadaïste ou surréaliste, les interventions d'Inez et Vinoodh sont imperceptibles. Les résultats sont si profondément manipulés qu'ils ne sont plus perçus comme du montage, mais plutôt comme une nouvelle forme de réalité photographique – une réalité qui évoque davantage l'intervention biotechnologique que le collage artistique. Les images apparaissent brillantes et séduisantes, tout en étant profondément troublantes. Elles proposent une vision de l'avenir au caractère prophétique : un monde dans lequel l'artificiel ne s'opposerait plus au réel, mais deviendrait indiscernable de celui-ci. Cet ethos s'exprime avec une clarté particulière dans la série Me, placée au début de l'exposition. Ces Polaroids ont été réalisés à l'aide d'une chambre 4×5 afin de préserver l'immédiateté et de résister à la postproduction. Les sujets – amis et membres de la famille – ont été photographiés allongés sur un lit spécialement conçu pour restreindre les mouvements et imposer un contact visuel direct. Dans ce cadre contraint, l'ego s'efface et l'identité émerge par un échange relationnel. La frontière entre artiste et sujet s'effondre ; le soi ne se révèle pas, il se produit dans le dialogue. »

3) NOUVEAU LANGAGE PHOTOGRAPHIQUE_

Donatien Grau : « La photographie est généralement considérée comme la capture d'un instant. Inez & Vinoodh refusent une telle conception de leur art ; même si nombre de leurs images sont célèbres et font désormais partie de la conscience collective, elles auraient pu prendre une autre direction et, semble-t-il, pourraient très bien encore en prendre une autre. Il ne devrait pas y avoir de style en photographie. En regardant les œuvres des quarante dernières années, on peut reconnaître des fils conducteurs, des continuités, des cohérences, mais celles-ci ne peuvent être réduites à une seule manière de faire des images. Le travail d'Inez & Vinoodh réside dans la reconsidération du caractère définitif de la photographie : l'ensemble de leur œuvre constitue une réévaluation constante de ce qu'elle peut être et de ce qu'elle ne peut pas être, et chaque image, en elle-même, interroge la nature de la réalité en tant que fait. »

4) ICÔNES D'AUJOURD'HUI_

Mathias Augustyniak : « Très tôt, leurs représentations hyperréalistes de la figure humaine ont suscité des questionnements sur l'identité, le genre et la vérité – pensez à la série *The Forest*. Au sein de leur corpus, ils ont instauré un nouvel accord avec la beauté ; celle-ci est d'une telle intensité qu'elle peut paraître, dans certaines de leurs images, presque toxique – pensez à *Faust* et à Goethe. »

Du 21 mars au 6 septembre, « Can Love Be a Photograph, 40 years of Inez & Vinhood », au Kunstmuseum Deen Haag.

TEQUILA

Oubliez ce que vos parents vous ont raconté sur la Tequila. En une dizaine d'années, le spiritueux méxicain est devenu un alcool haut de gamme, et a investi les plages privées de Mykonos, Mexico ou Saint-Tropez. «*Il faut voir l'engouement autour de la Casamigos, la tequila de George Clooney* (2017, ndlr), *puis autour de la 818, celle de Kendall Jenner, en 2021* », réfléchit Ousseyne Soumah, barman du très chic restaurant Prunier. « *Elle s'adapte à tout type de clientèle, avec des versions plus sucrées, moins alcoolisées. Et les bouteilles sont travaillées comme des flacons de parfum.* » Moins neutre que la vodka, plus caractérielle que le rhum, la boisson 100% agave surfe sur l'âge d'or de la culture latino, arrivée à son paroxysme avec Bad Bunny et son Super Bowl d'anthologie. Face à des États-Unis repliés sur eux-mêmes, cette autre Amérique apparaît comme le nouveau foyer d'effervescence du monde. Fiévreuse comme elle, la tequila est à la fois nouvelle boisson phare de la mixologie – dans un indémodable Paloma, ou au cœur d'une évidente Margarita – et un spiritueux à déguster pur, bien glacé, avec un quartier d'orange. À la bonne vôtre.



Photos
Romin Favre

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

TE QUIERO




SAUDADE

« LA SENSUALITÉ EN BOUTEILLE »

L'Américain **Alexandre Malouf et Billie Thomassin**, diplômée aux Arts Décoratifs de Paris, se sont bien trouvés. Ensemble, le duo a donné naissance à Saudade, la Tequila la plus sexy du marché.

Saudade existe depuis 2025. Comment est né le projet ?

Alexandre Malouf : Je voyais la tequila arriver en France, j'aimais ce spiritueux, alors j'y ai vu l'opportunité de faire une tequila blanche différente. Un soir, je partage cette idée à un ami qui me parle d'un pote mexicain, Alejandro Plascencia, qui fait de la tequila. Je n'avais pas les moyens de créer une tequila, alors je n'y croyais pas beaucoup, mais je l'appelle quand même. Il comprend ma vision et les choses avancent rapidement. Aujourd'hui, c'est notre associé, il s'occupe de la production et de la mise en bouteille au Mexique.

Billie Thomassin : Quand Alex a rencontré Alejandro et qu'il a eu cette idée, il m'a tout de suite appelée. On s'est beaucoup inspirés de nous. C'est un truc que je fais de manière générale dans mon travail, en tant que photographe et réalisatrice. Je crée pour moi, et si ça plaît à d'autres, tant mieux. Mais produire de manière diluée et aseptisée pour se mettre à la place de tout le monde, ce n'était pas l'idée.

Saudade est un mot portugais qui évoque une nostalgie poétique d'un moment que l'on n'a pas vécu, pourquoi ce nom ?

AM : Trouver un nom juste est toujours délicat, surtout pour un projet aussi intime. On cherchait quelque chose de sensuel, féminin, avec une résonance latino-américaine, sans jamais être convaincus, puis Saudade est apparu. J'adore le fait que sa définition soit intraduisible, à la fois nostalgique et désirable.

Billie, tu t'occupes de l'image de la marque. Comment as-tu imaginé l'univers Saudade ?

BT : Alex m'a laissé carte blanche, avec cette première intuition du bouchon comme un coucher de soleil. On a rapidement imaginé quelque chose de coloré, fun, sexy et sans prise de tête. Les idées, comme le logo, sont venues assez naturellement, mais la réalisation a été plus challenging. On a dû explorer de nouveaux médiums, notamment le travail du verre qui est fascinant.

Saudade est une marque sensuelle et poétique…

AM : Pour moi, c'est une évidence. Saudade est né de l'amour, donc il devait forcément être sensuel.

Récemment, de grandes Maisons de luxe s'inspirent du contenu VHS et vintage, de la même manière que vos récentes campagnes. Y a-t-il une dynamique marketing derrière ce choix artistique ?

BT : Non, c'était assez spontané. On devait réaliser un film, et je n'avais pas envie de tourner à l'iPhone, ni d'arriver avec une grosse caméra qui aurait pu intimider les gens. L'idée était de capter une soirée qui évolue au fil de la nuit. Pour ça, rien de mieux que les caméras de surveillance. Ça permet de saisir des moments très sincères, avec des instants de complicité particulièrement forts.

La Tequila est devenu un véritable objet de désir. D'où vient cette luxification ?

AM : Aujourd'hui, la tequila s'impose comme l'un des spiritueux à la plus forte croissance, avec un marché qui s'étend progressivement en Europe. Les gens découvrent que c'est un produit d'une grande richesse, dont la complexité peut rivaliser avec celle des grands vins. Cet engouement s'explique en grande partie par la nature même de la tequila : un produit pur, naturel et intense. Une tequila de qualité, comme Saudade, c'est avant tout 100 % jus d'agave.

Comment faites-vous pour faire de Saudade une marque rentable ?

AM : Dans un espace aussi compétitif et bruyant que l'alcool, une marque doit avoir le courage de se distinguer. Il faut le faire par conviction personnelle, mais avec une stratégie économique pour exister et ne pas être capitalisé.

BT : Pour le moment, on fait tout nous-mêmes, c'est très artisanal. Pour notre soirée de lancement, j'ai tamponné quatre cents serviettes à la main parce qu'on n'avait pas de quoi les faire imprimer. Du moins, on a préféré mettre l'argent ailleurs. On donne de nous, et c'est important, artistiquement parlant, pour ne pas perdre la joie de travailler.

Comment voyez-vous l'avenir dans le marché du spiritueux ?

AM : Il faut le voir dans la subtilité. Quand tu regardes la tendance de consommation, il y a une baisse, surtout concernant la Gen-Z. Mais quand on creuse un peu plus ces chiffres, il y a une vraie segmentation. Les gens consomment moins, oui, mais quand ils le font, ils veulent un produit de qualité répondant à un désir d'ouverture à l'autre. La courbe des ultra premiums, c'est-à-dire les produits au-delà de 100 euros, continuent quant à eux leur croissance. Parce que les consommateurs cherchent à investir dans quelque chose d'intéressant, avec un univers et une histoire.

ENTRETIEN MAX MALNUIT

CHARLOTTE BOYER

« L'EXIGENCE ET LA FIDÉLITÉ À UN SAVOIR-FAIRE »

Au sein de l'essor du spiritueux mexicain en France, Pernod Ricard s'impose avec deux tequilas 100% agave aux **profils complémentaires**. Charlotte Boyer, Senior Brand Manager France au sein de la Maison, nous les présente.

Alors qu'elle était longtemps un alcool de niche, la Tequila se développe ces derniers temps. Pourquoi selon vous ?

Charlotte Boyer : La tequila connaît aujourd'hui une vraie montée en gamme. Cela s'explique par l'essor des tequilas 100 % agave qui offrent une richesse aromatique bien différente des tequilas présentes jusqu'ici en France (dites « mixto », avec seulement 50% d'agave), et par une meilleure compréhension du produit. Certaines références, notamment les Añejo et Extra Añejo, sont pensées pour être dégustées, pures ou sur glace. Le vieillissement, une approche relativement nouvelle pour la tequila, apporte de la complexité, de la rondeur et de la longueur en bouche.

Observe-t-on ce même phénomène dans les différents continents, ou bien est-ce spécifique à la France ?

Oui, très clairement. Ce mouvement a d'abord pris de l'ampleur aux États-Unis, dès les années 2000 : la diffusion des tequilas de qualité 100% agave a été favorisée par la communauté des bartenders, qui a eu un rôle clef dans l'élaboration de cartes cocktails plus qualitatives notamment autour de la margarita. La France suit aujourd'hui cette dynamique, avec un léger décalage temporel. Le développement de la culture cocktail et de la scène mixologie a largement contribué à faire évoluer les usages et à installer la tequila dans un registre plus qualitatif.

Selon vous, vers quoi s'oriente le marché de la Tequila ces prochaines années ?

Le marché devrait continuer à connaître une évolution positive autour de plusieurs dynamiques de fond. La cocktailisation reste centrale. La tequila s'inscrit dans cette tendance grâce à sa versatilité, puisqu'elle permet de réaliser des cocktails simples comme des créations plus élaborées. D'autre part, la premiumisation va continuer à structurer la catégorie, avec une coexistence entre des offres accessibles et des références plus haut de gamme qui sont particulièrement en croissance. C'est directement lié à l'essor des tequilas 100 % agave et un intérêt croissant pour des produits plus qualitatifs, avec une vraie attention portée à l'authenticité des origines et des méthodes de fabrication.

Beaucoup de marques de Tequila sont apparues ces dernières années, pourquoi avoir choisi de racheter Código 1530 et Altos spécifiquement ?

Ces deux marques se distinguent par un même engagement fort sur la qualité produit, tout en ayant des différences d'histoire et de positionnement qui les rendent complémentaires. Altos est une tequila 100 % agave, créée par les bartenders pour les bartenders. Elle a été imaginée par deux bartenders Londoniens renommés, Dre Masso et Henry Besant, qui avaient un projet : créer une tequila sur mesure pour le monde du bar (profil équilibré idéal pour réaliser des cocktails). Elle est déjà bien développée au Mexique, aux Etats-Unis et au Royaume Uni qui sont des marchés de référence pour la tequila, et s'est imposée comme une référence en mixologie, récompensée année après année par la profession dans les concours internationaux. À l'inverse, en tant que tequila ultra premium Código 1530 s'inscrit dans une logique de dégustation. C'est une tequila issue d'un savoir-faire traditionnel. Le nom « Código » rend hommage aux Códigos, les codes ancestraux de fabrication de Los Bajos du temps où c'était une tequila 'privado' réservée à quelques familles mexicaines. Produite sans additif ni colorant, à partir de seulement trois ingrédients, elle est vieillie exclusivement en fûts de chêne français. Ensemble, elles permettent d'exprimer deux modes de consommation complémentaires de la tequila : le cocktail et la dégustation.

Quelles places ces deux Tequilas vont occuper au sein de l'éventail Pernod Ricard, et par rapport aux autres Tequilas que vous possédez déjà ?

Les deux marques reposent sur des méthodes de production, des modes de consommation et un positionnement prix différents : Avec Altos, la tequila qualitative, la recherche dans l'élaboration est celle de l'équilibre gustatif au service de la cocktailisation. Cette démarche est directement liée à ses fondateurs bartenders, qui ont imaginé une tequila pensée pour être utilisée derrière le bar, et parfaitement adaptée aux cocktails. Depuis 2025, elle est aussi proposée en GMS au prix Marketing Conseillé de 26,50€. À l'inverse, Código 1530 s'inscrit dans une logique différente, portée par l'héritage des « Códigos » (codes ancestraux de la région d'Amatitan) et son histoire de « tequila privado » (du temps où elle était réservée seulement à certaines familles Mexicaines). Ici, l'accent est mis sur un vieillissement spécifique, pour une dégustation pure ou sur glace, et un positionnement prix supérieur. Finalement, ces deux approches ne s'opposent pas, elles se complètent.

Qu'avez-vous choisi de mettre en avant de ces deux nouvelles gammes ?

Pour Altos, l'accent est mis sur la créativité et a mixologie. Depuis son lancement en France en 2017 nous cultivons le lien avec les bartenders qui sont nos prescripteurs de par notre histoire. Pour Código 1530, le discours est différent. Son histoire repose sur un savoir-faire bien gardé, ce qui se ressent dans la précision des méthodes de fabrication. Le fait qu'elle soit produite sans additif, à partir de trois ingrédients, et vieillie en fûts de chêne français est une très bonne illustration de nos standards de qualité : moins de 1 % des producteurs dans le monde peuvent y prétendre. ▶


REPOSADO
Tequila
CÓDIGO
1530
REPOSADO
HECHO EN AMATITÁN, JALISCO, MÉXICO
100% DE AGAVE AZUL / Alc. 38% Vol. 700ml


ALTOS
OLMECA ALTOS
100% AGAVE
PLATA TEQUILA
HECHO EN MEXICO CONT. NET. 700 ml 38% Alc. Vol.

En ce qui concerne la premiumisation, vous prenez le pli avec la Código 1530, vieillie en fût français, sa recette artisanale tenue secrète… À qui s'adresse cette boisson ?

Código 1530 est à retrouver en France et à l'international chez des cavistes spécialisés ou dans des établissements hors domicile, souhaitant proposer des marques et des produits uniques.

L'un des créateurs de cette marque est George Strait. Qu'est-ce qu'il y a de lui dans une bouteille de Código 1530 ?

George Strait est un ami des 2 autres cofondateurs Ron Snyder et Federico Vaughan : ensemble ils ont lancé Código 1530 en 2016 suite à un voyage à Amatitan, convaincus de l'intérêt de la faire découvrir au-delà des frontières mexicaines. Ce qui fait vraiment l'identité de la marque, c'est avant tout son héritage mexicain ancestral. En effet Código 1530 était à l'origine une tequila privado, réservée à seulement quelques familles mexicaines de la région de Amatitan, avec un respect très strict des traditions de production. L'implication de George Strait s'inscrit dans cette logique : mettre en lumière une tequila déjà existante depuis des générations, sans en transformer la nature. En fin de compte, ce qu'on retrouve dans la bouteille, c'est surtout l'exigence et la fidélité à un savoir-faire, avec une tequila qui reste profondément ancrée dans ses origines.

Le vieillissement dans des anciens fûts de cabernet donne une dimension un peu « vinique ». Quelles sont les similitudes entre la dégustation de vin et de tequila ?

Sur certaines références, notamment les tequilas vieilles, la dégustation se rapproche effectivement de celle du vin ou d'autres spiritueux de dégustation (apparence, arômes, corps, longueur en bouche)… Dans le cas de Código 1530 le vieillissement en fûts de chêne français ayant contenu du Cabernet Sauvignon apporte de la complexité aromatique : parmi nos 5 références le meilleur exemple est « Código 1530 Origen » (notre anejo vieillie 6 ans) qui présente des notes légèrement boisées, épicées ou sur les fruits mûrs à la manière d'un cognac. Il y a aussi une vraie logique de matière première. L'agave met jusqu'à huit ans à mûrir, et son terroir joue un rôle clé dans le profil aromatique. Cette notion de temps et d'origine crée des similitudes avec l'univers du vin.

Côté Altos, elle est « pensée par les bartenders pour les bartenders ». Quelles sont les caractéristiques d'une « bonne tequila de cocktail » aujourd'hui ?

Une bonne tequila de cocktail doit avant tout être équilibrée… Les tequilas Blanco / Plata sont particulièrement adaptées, car elles offrent une base aromatique pure, qui permet de travailler aussi bien des cocktails classiques que des créations plus élaborées. Le choix d'une tequila 100 % agave est essentiel pour garantir la qualité du cocktail. Et derrière cela, les méthodes de production jouent un rôle clé. Une tequila comme Altos, produite notamment avec la tahona *(pierre volcanique traditionnelle, ndlr)*, apporte une constance gustative et une authenticité très recherchées derrière le bar. Enfin, certains cocktails les mettent bien en valeur. C'est le cas de La Paloma, aujourd'hui l'un des cocktails les plus emblématiques de la catégorie. Son profil, pétillant, fruité, avec une dominante agrumes, en fait un cocktail aux notes fraîches, qui met en valeur la pureté et l'équilibre aromatique d'une tequila. C'est aussi pour ce type d'usage qu'Altos a été conçue : offrir une base qualitative pour des cocktails du plus simple au plus élaboré.

Vous avez eu un coup de cœur pour la création d'un mixologue avec la tequila Altos dernièrement ?

Effectivement par exemple la nouvelle carte cocktail du Surfing à Seignosse, où Altos prendra ses quartiers à partir d'avril : en particulier le très créatif « Reina del Flow » où la tequila Altos est mise en valeur par la fraîcheur du citron vert et du concombre, avec une pointe de liqueur de piment… d'Espelette bien sûr !

ENTRETIEN ADÈLE THIÉRY

« Pour Altos l'accent est mis sur la créativité et la mixologie : nous cultivons le lien avec les bartenders qui sont nos prescripteurs de par notre histoire. »

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. A CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

ISABELLE PAGNIEZ

« UNE PORTE D'ENTRÉE VERS L'EXCELLENCE »

Incarnant la qualité et l'héritage mexicain 100% Agave, ancrées dans le savoir-faire historique de Jalisco, les tequilas Herradura et El Jimador redéfinissent la marché depuis 1870. Créées à la Casa Herradura, **distillerie pionnière**, elles se distinguent par leur procédé de fermentation naturelle unique. Isabelle Pagniez, Marketing Manager France des Super Premium Brands de Brown-Forman nous en parle.

On assiste en ce moment même à l'émergence d'un goût pour les tequilas haut-de-gamme, qu'est ce qui crée de la désirabilité autour de cette boisson selon vous ?

Isabelle Pagniez : La premiumisation et l'essor des tequilas est intrinsèquement liée à un fort intérêt actuel pour la culture latino-américaine. Il s'agit d'un mouvement culturel profond se traduisant par l'influence croissante de la culture latino dans des domaines comme le divertissement et la mixologie. Et puis, bénéficiant d'une Appellation d'Origine Contrôlée depuis 1974, la Tequila répond à un cahier des charges strict concernant le terroir, limité à cinq régions mexicaines. De même, concernant l'utilisation exclusive de l'Agave Tequilana Blue Weber pour l'appellation « 100% Agave »: c'est le cas pour Herradura & El Jimador sur l'entièreté de leurs références. L'origine mexicaine et le savoir-faire de Jalisco constituent l'ADN de nos marques et est une garantie de qualité. Ce privilège est accentué pour nos marques car nos champs d'agave se situent sur des terres basses volcaniques, comme celles autour d'Amatitán, conférant des arômes herbacés et des saveurs de terre caractéristiques.

Comment avez-vous choisi de communiquer sur cette boisson au fort capital traditionnel ?

Le design de la bouteille Herradura a été essentiel pour communiquer l'histoire de marque. Herradura se réfère à la légende du fer à cheval *(« Herradura » en espagnol, ndlr)*, un élément distinctif inclus dans le rituel de service comme symbole de chance. Inversement, El Jimador (lancée en 1994) a récemment modernisé son flacon (en 2025) pour un style plus épuré, valorisant la mention « 100% Agave » et utilisant un code couleur pour segmenter clairement les types de Tequila. Cet aspect graphique « craft » répond à l'attrait des consommateurs pour les produits authentiques.

Comment conservez-vous cette authenticité dans vos bouteilles ?

Nos marques se distinguent par un processus de production unique et un respect rigoureux des traditions. Herradura est notamment une marque pionnière grâce à son savoir-faire immuable depuis 1870. Lancée en 1994, El Jimador est également produite à la Casa Herradura et bénéficie du savoir-faire ancestral de la distillerie. El Jimador valorise l'authenticité moderne à travers le savoir-faire ancestral des Jimadores (ouvriers récoltant l'Agave). Leur rôle est primordial et délicat: l'agave nécessite 7 à 10 ans de croissance et doit être récoltée précisément au moment de sa floraison, afin d'éviter l'épuisement et la mort de la plante. Les Jimadores, souvent établis sur plusieurs générations, sont les garants de cette culture et récoltent les piñas (cœur de l'agave) à l'aide d'une coa de jima.

Du côté de la cuisson et de la fermentation, elles aussi perpétuent immuablement l'héritage du territoire…

Herradura, en tant que distillerie pionnière, utilise une méthode traditionnelle consistant à lentement étuver (26 heures) les piñas dans des fours en terre cuite. Ce processus, effectué à la main, confère des arômes plus ronds et plus complexes. Cette méthode se distingue de celle d'El Jimador (et d'autres Tequilas), où le mosto (jus sucré) est extrait par pressage mécanique avant d'être cuit en cuve et fermenté. Quant au processus le plus immuable de Herradura, inchangé depuis 1870, c'est sa fermentation naturelle en plein air. Ce procédé unique utilise exclusivement les levures sauvages naturellement présentes dans l'air, lesquelles sont issues notamment des agrumes et des seize espèces de fruits cultivés autour de l'Hacienda de San José del Refugio. Ces souches de levure indígènes sont essentielles pour le profil aromatique distinctif et la douceur de la Tequila Herradura. Les références de cette Tequila repoussent les limites de leur catégorie respective: La Blanco/Silver est vieillie 45 jours (contre moins de 59 jours légaux). La Reposado 11 mois (contre 60 jours minimum) et la Añejo/Ultra est vieillie 25 mois (contre 12 mois minimum).

Herradura, fondée en 1870, est l'une des plus anciennes distilleries de Tequila au monde…

Nous mettons en avant son héritage et son savoir-faire historique. Casa Herradura a redéfini les standards de la tequila moderne en étant la première à introduire des catégories vieillies. Elle a notamment créé la catégorie Reposado en 1974 et a été le précurseur de l'Extra Añejo. La marque se distingue par sa maîtrise de la maturation en fûts de chêne blanc américain, qui adoucit le caractère de l'agave tout en lui apportant des notes complexes de vanille et de caramel. Cette expertise en maturation est sa signature, en complément de méthodes de production traditionnelles.

Vous défendez l'expérience du "sipping spirit" : est-ce que la tequila est le nouveau whisky ?

La Tequila ne se positionne pas comme un simple remplaçant du whisky ou du cognac, mais comme une catégorie unique dont la force réside dans sa grande polyvalence. Elle est conçue pour les deux usages : la mixologie et la dégustation pure (sipping). Si elle partage avec ces spiritueux la complexité aromatique et le rituel de dégustation, elle offre un profil d'agave distinct, une base agricole unique et une plus grande polyvalence. Si la Tequila Blanco demeure un pilier de la mixologie, les catégories vieillies (Reposado, Añejo, Extra Añejo) sont désormais spécifiquement développées et promues pour le sipping. Cette double capacité, qui lui permet d'exceller à la fois en cocktail (grâce au profil d'agave distinct) et en dégustation pure (grâce à la complexité aromatique du vieillissement), confirme le positionnement unique et le caractère pionnier de la catégorie. Pour résumer, El Jimador se positionne comme le spiritueux 100% Agave, une porte d'entrée privilégiée vers l'excellence, alors que Herradura cible les connaisseurs et le public plus mature recherchant la dégustation pure.

Justement, quel est le moment privilégié pour déguster un verre de Herradura ?

Les marques El Jimador et Herradura sont conçues pour être complémentaires dans l'expérience de dégustation: El Jimador Blanco est l'introduction idéale à la catégorie, parfaite pour découvrir l'agave pure et servir de base aux cocktails rafraîchissants tels que la Margarita (deuxième cocktail populaire selon le Bacardi Trends Reports 2025) et la Paloma (cocktail tendance). Elle s'adresse aux moments de partage, animés et festifs. Herradura, quant à elle, représente la progression logique vers l'appréciation pleine et entière de la Tequila. Ses expressions vieillies (Reposado, Añejo) sont promues pour le sipping, ciblant les moments privilégiés après le dîner. C'est un spiritueux de contemplation ou de partage intimiste, apprécié pur ou sur un gros glaçon.

ENTRETIEN ADÈLE THIÉRY


TEQUILA REPOSADO
ESTABLECIDO 1870
HERRADURA
TEQUILA
100% DE AGAVE
DEL VALLE DE AMATITAN, JALISCO
ORIGINAL
HERRADURA
REPOSADO
100% DE AGAVE
HECHO EN MÉXICO
TEQUILA
70cl 40% Vol.


TEQUILA
BLANCO
BLANCO
el Jimador
TEQUILA
100% AGAVE AZUL
ENVASADO
EST
HECHO EN

NICHE BEAUTY BRANDS

DISTRIBUTEUR FRANÇAIS INDÉPENDANT SPÉCIALISÉ DANS LA PARFUMERIE DE NICHE ET LES MARQUES DE BEAUTÉ HAUT DE GAMME.

NOS MARQUES :



ROOM 1015
PARFUMS



FRENCH COWBOY
PARFUMS



NEW NOTES
PARFUMS



THOO
PARFUMS



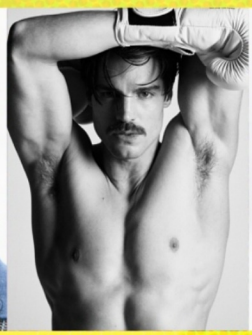
FUGAZZI
PARFUMS



BORNTOSTANDOUT
PARFUMS



OBAYATY
SOINS



THE GREY
SOINS



ALPAGOTA
ART DE VIVRE



GUN ANA
SOINS

POUR EN SAVOIR PLUS, VISITEZ NOTRE WEBSITE



Photo
Davide Carson

Par
Alexis Lacourte

CHARLES CARMIGNAC

“L'ÎLE *de la* CULTURE”

COSMIQUE & POP

Sur l'île de Porquerolles, dans le sud-est de la France, la Fondation Carmignac est un musée à part où le pop art **communie avec le cosmos**. À sa tête, Charles Carmignac, ancien membre du groupe de folk Moriarty, venu à Paris pour nous présenter sa nouvelle exposition, « Sea, Pop & Sun ».

Pour accéder à la Villa où se trouve le musée, il faut prendre un bateau, traverser l'île, sa forêt et se déchausser pour entrer. Toute une ambiance, donc ?

Charles Carmignac : L'art contemporain peut intimider. Au contraire, l'idée de la Fondation Carmignac est de créer un rapport décontracté aux œuvres d'art. Vous êtes accueilli par un verre, il y a une capacité maximale de 50 personnes par demi-heure, dans un lieu qui se visite pieds nus et qui a l'apparence d'une maison.

Tu as repris la direction en 2018 avec la volonté d'apporter quelle expérience ?

Avec le groupe Moriarty, nous racontions des histoires. J'ai naturellement souhaité apporter une dimension de narration associée à l'imaginaire de l'île. J'ai insisté sur l'idée de passer sur l'autre rive, de l'autre côté. Sur place, les effets de seuil se prolongent : le musée est sous la Villa, avec l'impression d'être sous la mer grâce au plafond d'eau. Le parcours invite à une aventure introspective. Avec l'équipe, nous essayons de réunir les conditions pour que le potentiel transformateur de l'art s'exprime à plein. L'île a aussi ce pouvoir et l'a exercé sur moi, c'est une dimension spirituelle qui imprègne le projet. J'insiste aussi sur le sujet de la nuit, pour que les visiteurs soient moins des visiteurs et qu'ils prennent le temps de dormir et de rêver sur place. L'année prochaine, nous ferons une exposition sur la nuit, avec la possibilité de dormir dans les jardins. Enfin, j'ai à cœur de traiter le sujet de la santé mentale. L'île n'est pas facile d'accès pour tous. Avec Stéphane Zimmerli, bassiste de Moriarty, architecte et scénographe, nous avons conçu un musée-valise pour faire voyager les expositions dans les hôpitaux ou dans les prisons.

Comment cette idée de la malle, qui réinvente la *Boîte-en-valise* de Duchamp, est-elle venue ?

C'est en 2021, suite à l'exposition « La Mer Imaginaire », adorée par toute l'équipe, que nous avons réfléchi à la faire durer. L'idée était d'en faire une version miniature et ambulante qui puisse voyager indéfiniment, notamment auprès de publics éloignés de l'art.

Revenons à 2026. J'ai été surpris en découvrant l'affiche de « Sea, Pop & Sun ». Peux-tu en dire davantage sur cette œuvre d'Andy Warhol ?

On est quasiment parti de ça. Dans notre collection, il y a beaucoup de pop art. Mon père a vécu à New York dans les années 1960 et 1970, c'est l'art de sa jeunesse. Là, c'était l'idée de transposer dans un univers naturel et cosmique, de mer et de ciel, le pop art, un mouvement plutôt urbain. Les *Sunsets* sont une commande faite à Warhol, et il en a réalisé plus de 500. Il intègre à l'imaginaire de la société de consommation et de loisirs ce paysage naturel, qui devient une sorte de cliché de la carte postale. Mais au lieu d'épuiser le motif, son talent de coloriste fait que les combinaisons de couleurs sont d'une grande beauté. De manière surprenante, une force cosmique s'y révèle.

Le titre de l'exposition a-t-il un rapport avec la chanson « Sea, Sex and Sun », de Serge Gainsbourg ?

Tout à fait. Mon père, comme beaucoup de gens de sa génération, est marqué par l'énergie qu'il y avait dans les années 1960 et 1970. Un sentiment de liberté qui s'exprime dans le pop art. Il y avait donc la volonté de se reconnecter à la vitalité de cette époque-là.

La chanson pop par excellence ?

Ah… J'ai en tête « Les cornichons », de Nino Ferrer…

Ah oui ?

Oui, pour sa joie, son jeu avec les motifs du quotidien, l'idée d'évasion… quelque chose à la *Pierrot le Fou* où le Sud n'est pas qu'un lieu de vacances mais aussi un horizon de changement, de liberté et de modèle de vie alternative…

Nino Ferrer te rappelle *Sur la route* de Kerouac…

D'une certaine manière, oui. Sinon, Philip Katerine, le morceau « Vélib », ou « La banane »…

En parallèle de « Sea, Pop & Sun », tu organises l'exposition « Les Géologies du rêve ».

Oui, par Julian Charrière, un artiste qui nous met en contact avec le temps long.. Il a créé une Dreamachine géologique, sculptée à partir d'un bloc minéral très ancien. Il fait une analogie entre les profondeurs de la Terre et nos propres entrailles.

Tu reviens de New York où tu as assisté à la quinzième et dernière édition de votre prix du photojournalisme. Le thème de cette année est « La surpêche ». Qu'as-tu appris ?

On a tous l'intuition du désastre humain et écologique. À ce point-là, je ne le soupçonnais pas. Je ne soupçonnais notamment pas certains enjeux géopolitiques, avec la Chine en particulier, qui fait pression sur les pêcheurs, les empêchant d'accéder à certaines zones… On a soutenu pendant quinze ans le photojournalisme, quinze reportages dont on est très fiers, qui ont été exposés aux Nations Unies notamment. Il nous faut désormais concentrer nos besoins et notre temps sur Porquerolles. Nous avons plusieurs gros projets en gestation.

Peux-tu nous en dire davantage ?

Nous ne souhaitons pas être une île dans l'île, mais au contraire proposer des projets dans le village, sur l'eau et sous l'eau, dans les forts… Nous avons aussi à cœur de développer un programme de résidence, un lieu est en cours d'aménagement. Enfin, nous travaillons à la transformation d'un ancien réservoir en espace d'observation du ciel et de sa lumière. Notre objectif, quand cette installation sera prête, est aussi de pouvoir ouvrir la Fondation à l'année.

« Sea, Pop & Sun », du 25 avril au 1er novembre, à la Villa Carmignac

« Sea, Pop & Sun » sera consacrée « *à la dimension cosmique du pop art* », selon les mots de Charles Carmignac, avec, entre autres, des œuvres de Warhol, Niki de Saint Phalle et Martin Parr. Voici trois d'entre elles.



ANDY WARHOL, SUNSET, (1972)



ROY LICHTENSTEIN, LANDSCAPE 5, (1967)



TSHABALALA SELF, REVERIE, (2025)



OLIVIA DE ROTHSCHILD

“S'ENTOURER DE *beau*”

COLLECTOR — OLIVIA DE ROTHSCHILD

Directrice artistique de la maison de parfum Caron depuis 2021, Olivia de Rothschild est une curatrice exigeante avec une vision du luxe à la fois **pop et interlope**. Rencontre sur le style Caron.

Par
Alexis Lacourte

Photo
Fanny de Gouville

La nouvelle boutique Caron, au 332 rue Saint-Honoré, a été conçue par l'architecte Casper Mueller. J'ai l'impression que les marques de luxe misent à nouveau sur l'originalité de leurs espaces de vente après une période où ce n'était pas une priorité. Qu'en penses-tu ?

Olivia de Rothschild : Il y a cinq ans, je pense qu'il y a effectivement eu un essoufflement des boutiques. C'est un lieu où il faut passer du temps. Mais le besoin croissant d'interaction humaine fait que l'espace d'une boutique redevient nécessaire. Voir un influenceur porter un vêtement ou mettre un parfum n'a rien à voir avec l'incarnation en boutique.

Comment se démarquer ?

Pour moi, l'objectif n'est pas uniquement de mettre en avant les produits. Une boutique Caron, c'est un lieu où l'on doit se sentir bien, grâce à un certain accueil client, à un certain rapport à la marque que seule une expérience réelle peut apporter. C'est pourquoi le design est fondamental. Je suis honorée que Casper Mueller ait accepté ce projet.

As-tu été inspirée par des boutiques à l'étranger ?

En Chine, oui, car la compétition y est violente. Cela oblige les marques à se distinguer. J'ai particulièrement été impressionnée par SKP, à Chengdu. C'est inimaginable et extraordinaire, révolutionnaire et complètement new-age. Y passer du temps est fun.

Le marché européen va-t-il être obligé de faire évoluer le modèle de ses boutiques ?

Je pense que cette tendance arrive en Europe, oui. Il y a un nombre incalculable de samedis où je me demande ce que je vais bien pouvoir faire, car même acheter des chaussettes m'ennuie. Avant, aller dans une boutique de luxe représentait un événement. Maintenant, non. Remettre un accent artistique, penser l'expérience comme une chose essentielle du passage en boutique, c'est nécessaire. Ma vision de la boutique fait le pont entre exposition artistique et vente.

Est-ce l'idée de « Les Formes Libres », la série d'objets design de Caron dessinée en collaboration avec l'Atelier Constant ?

Tout à fait. C'est l'envie d'inviter différents artistes, d'utiliser différents médiums ou matériaux, pour proposer des pièces originales, qui ne sont pas nécessairement liées à la parfumerie.

Faire le pont entre curation artistique et vente de produits, est-ce une idée que tu avais en tête dès ton arrivée à la direction artistique de Caron, en 2021 ?

J'ai toujours été animée par le design. S'entourer de beau stimule et rend proactif. En 2021, il était important pour moi de réorganiser Caron. Puis, lorsque tout l'a été, j'ai commencé à poser la question d'une nouvelle manière pour nous de s'exprimer. Caron a toujours été un cabinet de curiosités.

Qu'est-ce que tu aimes dans les archives de Caron ?

C'est une mise de trésors… Moderniser Caron n'est pas difficile, la marque l'était il y a plus d'un siècle. Avec l'Atelier Constant, nous avons réédité le premier savon en stick pour barbe, sur lequel est sculpté un visage. Qu'un objet destiné à accueillir un savon soit si attentionné, si travaillé, je trouve cela passionnant. Je n'ai pas de problème à rééditer lorsque cela témoigne d'une histoire que nous voulons porter.

En plus de cette recherche dans les archives, quels sont tes principaux médiums pour ton travail de curation ?

Insta, TikTok, Pinterest, les bibliothèques, les expositions, les boutiques… Tout !

Pour la Saint-Valentin, Caron a publié sur Instagram une série de photographies chics, interlopes et glamours, nommée « L'amour qui dure ». Que voulais-tu exprimer à travers elle ?

J'ai beaucoup de respect pour les couples qui parviennent à durer dans le temps. On a voulu illustrer l'idée selon laquelle être avec quelqu'un, c'est être le témoin de la vie de l'autre. Réajuster le col de l'être aimé, faire attention à la tenue de l'autre… Ce sont ces petits moments, cette complicité ordinaire, cette idée selon laquelle aimer, c'est améliorer le quotidien de l'être aimé, que je voulais mettre en scène.

De neuf à quinze ans, tu as été proche d'Azzedine Alaïa. Que gardes-tu de cette rencontre ?

Il m'a enseigné la féminité. Son amour de la femme, qui n'était pas sexualisé, a énormément compté dans ma construction personnelle. C'était une mine de savoir invraisemblable. Par chacune de ses phrases, je découvrais un courant artistique, une période de l'histoire, une vision du monde… Il savait rassembler des profils différents – politiques, modeux, cuisinier ou jardinier ; peu importe votre fonction, vous pouviez être à sa table. Enfin, il m'a appris la ténacité, car il était exigeant, et peu patient…

Cela ne t'a pas donné envie de travailler dans la mode ?

Oui, et non… Je ne pense pas que j'aurais été DA de Caron, si j'avais grandi dans l'univers du parfum. Autrement dit, grandir dans un milieu, c'est avoir une tangibilité du réel telle qu'il est plus difficile d'en rêver. Après, évidemment que cette idée m'est venue. Un jour, peut-être. Mais j'aime ce que je fais aujourd'hui.

En 2024, tu as fondé Oli's Lab, plateforme de conseil et d'analyse de la qualité des produits cosmétiques. As-tu de nouvelles ambitions ?

Pour le moment, continuer de développer ce projet. Nous analysons pour le moment les produits visage et corps. C'est un travail de fourmis. Je veux qu'on soit certain de tout ce qu'on dit. L'ambition fondamentale d'Oli's Lab est de connecter les personnes entre elles au sein d'un espace où l'on peut tester ces produits cosmétiques, en toute sécurité.

LE DESIGN *parfum*

Pouvoir exposer le flacon de son parfum comme une œuvre de design à part entière, c'est l'envie d'Olivia de Rothschild. Voici trois flacons Caron, selon elle trois perspectives d'un luxe intemporel et élégant.



TABAC BLOND

« Je dis souvent que moderniser Caron n'est pas difficile, car la marque l'était il y a plus d'un siècle. À sa sortie, Tabac Blond a accompagné l'émancipation de la femme. »



POUR UN HOMME

« De la même manière, Pour un homme est le premier parfum pour homme. Il exprime sa part de féminité, sans que ce soit idéologique, ou dans l'air du temps : c'est tout simplement l'élégance en tant que telle qui est plurielle. »



ATMAH

« Qu'est-ce qu'une campagne réussie ? Je regarde peu ce que nous avons déjà réalisé, je suis tourné vers le futur. Mais ce qui compte pour moi, si on prend Atmah, par exemple, c'est de présenter un réel non-édité, non-tronqué ou surjoué. C'est l'essentiel. »

“RÉINVENTER LES OBJETS DU QUOTIDIEN”

CATHERINE GROS & ARNAUD BELLONI



DUO DE CHOC… Catherine Gros et Arnaud Belloni devant la Twingo designée par Sabine Marcelis pour les trente ans du modèle.

COLLECTOR — POP ART CAR PAR RENAULT

Par
Laurence Rémila

Photo
Axel Vanhessche

À l'occasion de l'exposition « Pop Art Car », présentée jusqu'au 9 juin 2026 au Défilé Renault (The Carwalk) sur les Champs-Élysées, Catherine Gros et Arnaud Belloni reviennent sur la genèse de ce projet qui célèbre le dialogue entre **culture populaire**, automobile et création contemporaine.

Bien connue pour ses voitures mythiques, Renault est également une marque profondément investie dans la création artistique. Vous avez confié vos modèles à des artistes et designers comme Matthieu Lehanneur, Ora Ito ou Dan Rawlings et vous présentez leurs créations au Défilé Renault des Champs-Élysée. En quoi Renault est-elle une maison d'art ?

Catherine Gros (présidente du Fonds Renault pour l'Art et la Culture) : L'art, chez Renault, commence dès les années 1930. Louis Renault recrute alors Robert Doisneau, un jeune photographe de 22 ans, pour réaliser les photos publicitaires de la marque. Plus tard, dans les années 1960, Renault invite de très grands artistes – comme Jean Dubuffet, Victor Vasarely ou Erró – à travailler directement dans ses usines, au milieu des ouvriers.

Cette histoire avec l'art est donc présente dans l'ADN de Renault depuis bientôt 100 ans.

Arnaud Belloni (directeur marketing mondial, Renault) : Absolument. Cette exposition nous le rappelle : l'art est dans la rue. Et notre terrain de jeu, chez Renault, c'est justement la rue. L'automobile appartient à la culture populaire. Si un jour on devait créer le panthéon de l'automobile, quelques modèles Renault y figureraient certainement : la R5, la R4, l'Estafette, la 4CV… Toutes ces voitures méritent d'être associées au monde de l'art !

Catherine, vous êtes responsable de la collaboration avec l'artiste britannique Dan Rawlings. Que retenez-vous de cette expérience ?

CG : Dan Rawlings est venu résider à Douai pendant trois semaines, au cœur du pôle industriel ElectriCity, pour créer sur place. Cet artiste découpe la tôle au chalumeau avec une précision extrême. Il s'est totalement pris au jeu et a été séduit par l'industrie automobile. Son message est profondément environnemental : il découpe la carrosserie pour que la nature reprenne ses droits, mais il le fait avec une douceur et une poésie incroyables. Les deux œuvres *Bourgeon* et *Accrescent*, réalisées à partir d'une Renault 5 classique et d'une Renault 5 E-Tech électrique, transforment la voiture en une dentelle métallique organique inspirée des ronces et de la végétation.

Arnaud, vous avez lancé ce cycle de collaborations entre Renault et des artistes il y a cinq ans. Quel est le point commun entre ces collaborations très différentes ?

AB : Nous partons à chaque fois d'une voiture iconique, une « madeleine de Proust », et nous donnons carte blanche à l'artiste, qui la transforme en objet sublime. Chaque artiste porte un regard très personnel sur un véhicule qui s'est vendu à des millions d'exemplaires. D'un coup, celui-ci devient une pièce unique, une œuvre de musée, grâce au travail d'orfèvre de l'artiste. Le grand public redécouvre l'objet initial à travers un regard toujours inattendu. C'est toute la magie de la carte blanche.

En quoi le regard de ces artistes change-t-il votre propre regard sur l'automobile ?

CG : Le regard d'un artiste, c'est une forme de liberté et d'innovation permanente. Ce qui m'a particulièrement frappée, c'est ma discussion avec Gérard Zlotykamien. Il était frappé par les similitudes entre la construction d'une voiture – une équipe entière autour du projet – et le travail souvent solitaire d'un artiste. L'intérêt surgit quand l'industrie rencontre l'art.

Que se passe-t-il lorsqu'un designer de chez Renault rencontre un artiste qui « relooke » l'une de vos voitures ?

AB : Je pensais que cela pouvait mal se passer, mais ça se déroule toujours très bien. Il n'y a pas d'ego : l'objet est déjà connu, et nos designers actuels n'ont pas dessiné ces modèles iconiques. Ça se passe toujours très bien. C'est assez magique. Du coup, j'en abuse : cette année, je lance deux nouveaux projets de ce type !

On voit bien, en déambulant parmi ces modèles, la dimension pop de Renault. En quoi êtes-vous la marque automobile la plus pop ?

CG : Parce que nous prenons des objets du quotidien et que nous les réinventons. À l'époque, Arman était venu puiser des objets dans les usines Renault. Il voulait travailler dans une usine automobile : Ford avait refusé, Renault a accepté. Quand il crée *La Victoire de Samothrace* avec les portes de la 4L dans l'usine de l'île Seguin, il réalise déjà une œuvre qui relève du pop art. Il y a une légitimité historique.

AB : Renault a toujours été une marque originale, qui a osé des innovations comme la coque monovolume ou le moteur turbo. Quand j'ai découvert Warhol, je me suis dit qu'un jour je mélangerais tout comme ça. Chez Renault, on fait exactement cela : une voiture iconique des années 1970 rencontre l'un des meilleurs designers d'aujourd'hui. C'est une vision très émotionnelle. Nous, cela dure depuis longtemps. Nous n'avions pas encore osé le systématiser et nous ne disposions pas du lieu idéal. Ce lieu va nous permettre de le faire pour longtemps.

La suite ?

AB : Nous irons à Londres fin d'année, juste avant Noël. Nous referons l'exposition à Rétromobile l'année prochaine. Et surtout, nous préparons un épisode 2 fin 2026 et un épisode 3 en 2027. Parce que cela plaît énormément, le public vient en foule. Et une fois qu'on a commencé à jouer, on continue !

Découvrez l'exposition « Pop Art Car » au Défilé Renault (53 avenue des Champs Élysées, 75008) jusqu'au 9 juin 2026.

ART by RENAULT

Ces artistes qui ont collaboré avec Renault…



DAN RAWLINGS (2026)

Catherine Gros : « Dan Rawlings est un artiste absolument charmant, d'une douceur incroyable. Il a adoré travailler avec les ouvriers, il s'est pris au jeu et a été séduit, je crois, par cette industrie. »



ARMAN (1967)

Arnaud Belloni : « À l'époque, Arman était venu prendre des objets dans les usines pour les réinventer. C'est un peu lui qui a donné le ton. Quand il fait *La Victoire de Samothrace* avec les portes de la 4L, qui est une œuvre absolument sublime, c'était déjà du pop art. »



GÉRARD ZLOTYKAMIEN (2025)

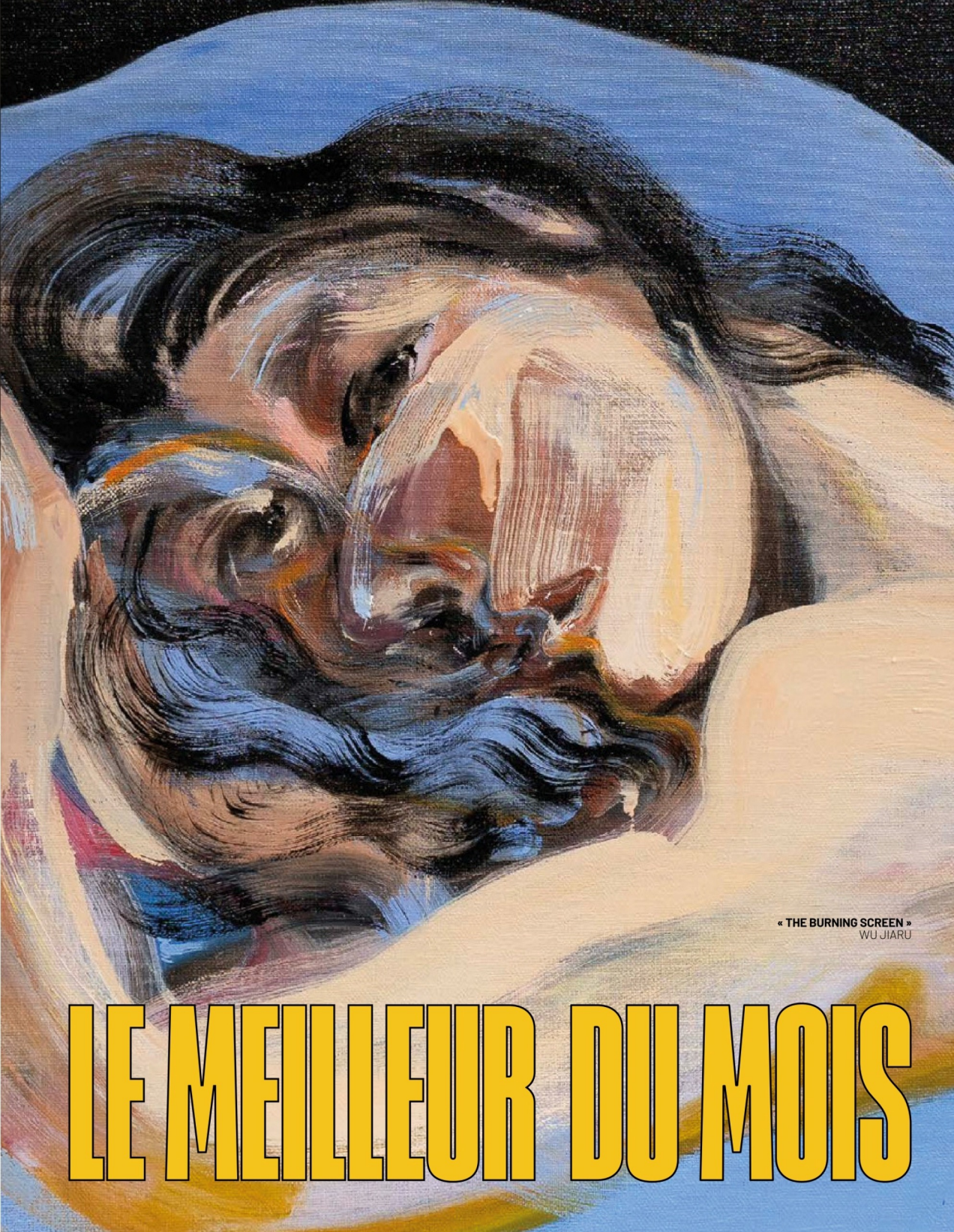
Catherine Gros : « Quand l'industrie rencontre l'art, on se retrouve au milieu d'une équipe pour faire une œuvre d'art. Zlotykamien a été frappé par les similitudes entre la création d'une voiture et celle d'une œuvre d'art. »

el Jimador®

TEQUILA



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.



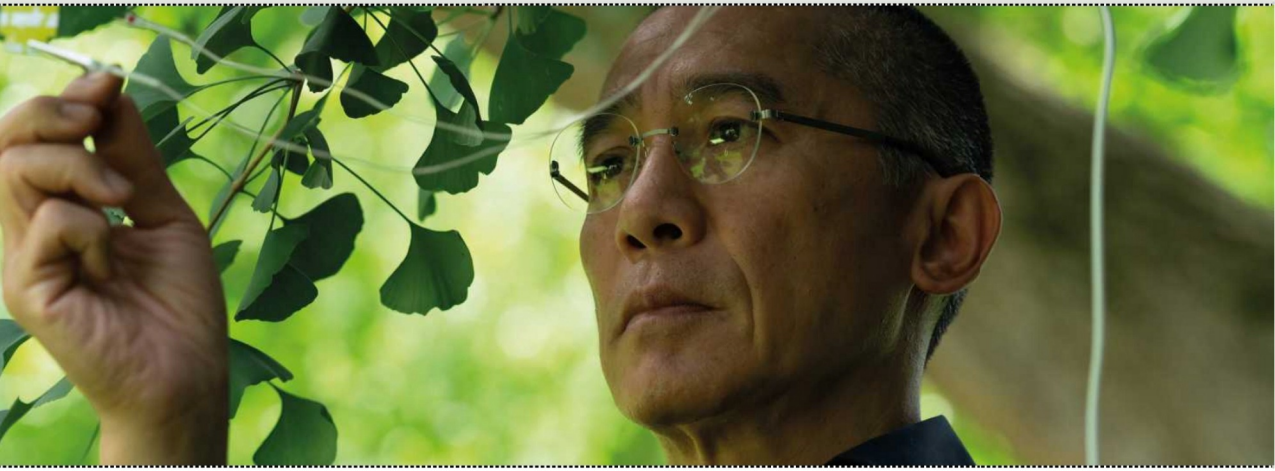
« THE BURNING SCREEN »
WU JIARU

LE MEILLEUR DU MOIS

PAR MARC GODIN

LA BOTANISTE DU MOIS

★★★★



LE LANGAGE DES FLEURS

Trois histoires autour d'un arbre centenaire, témoin patient des siècles qui passent. Une odyssée mélancolique, **symphonie pastorale** plus sensorielle que narrative, avec un stupéfiant Tony Leung. *2001* dans un jardin.

Le cinéma peut faire vibrer, émouvoir. Plus rarement, il donne à voir l'invisible, projette le spectateur dans un ailleurs. C'est le cas de ce film étrange, intrigant, qui ne ressemble à aucun autre, où l'émotion naît d'un plan un peu trop long sur un arbre, une feuille, une fleur. Signé de la grande réalisatrice hongroise Ildikó Enyedi (*Mon XXe siècle*, *L'Histoire de ma femme*), *Silent Friend* se déploie sur trois récits et trois époques distinctes. Pendant le Covid, un neuroscientifique hongkongais, confiné dans une fac allemande, découvre un imposant ginkgo biloba sur lequel il tente une expérience. En 1908, une brillante étudiante en botanique affronte la misogynie du corps enseignant. En 1972, un étudiant rêveur fait une drôle de découverte sur le pouvoir d'un… géranium ! Le lien entre ces trois récits, un arbre centenaire qui veille, témoin patient des siècles qui passent… Bizarre, vous avez dit bizarre ?

POÉSIE SANS FIN

Il faut accepter de lâcher prise lors de la projection *Silent Friend*. Oublier les réflexes narratifs, les attentes dramatiques, les arcs bien dessinés. Ildikó Enyedi poursuit un cinéma du lien invisible, déjà à l'œuvre dans *Corps et âme*. Un cinéma qui préfère les correspondances secrètes aux grandes démonstrations. Ici, pas question de comprendre, mais de ressentir, comme chez Terrence Malick ou Stanley Kubrick.

Dans cet éloge de la nature, du langage et de la curiosité, Ildikó Enyedi installe un état, une vibration, montre qu'il existe d'autres manières d'habiter le monde. Et propose d'écouter le langage des plantes, de décrypter la respiration de arbres, de vibrer devant la magnificence de la nature. Le réel est là, tangible, mais légèrement décalé. Les situations paraissent familières, puis soudain flottantes, presque irréelles, comme dans un anime japonais. Le film avance par fragments, par impressions, refusant toute logique explicative. Il faut simplement s'y abandonner, comme dans un rêve opiacé. Et c'est éblouissant, d'une terrassante beauté, d'une poésie sans fin.

Au milieu de ce *2001* dans un jardin, Tony Leung. Silencieux, crâne rasé, légèrement en retrait du monde, il erre, semble glisser d'un espace à un autre sans jamais s'ancrer. Son visage, sculpté, minéral, devient le véritable paysage du film. Il est extraordinaire, à l'image de ce film secret et limpide, ample et fragile, beau comme un ginkgo…

***Silent Friend*, Ildikó Enyedi, en salles le 1er avril**

MĀRAMA

★★★★

GOTHIQUE MAORI

Le premier long-métrage par Taratoa Stappard, dont le père est Britannique et la mère Maorie, est un film d'horreur gothique néo-zélandais qui raconte l'histoire d'une jeune Maorie, Mary, à la recherche de son identité dans l'Angleterre victorienne. Hypnotique, d'une beauté à couper le souffle, *Mārama* évoque aussi bien *Les Innocents* (1961), classique du film de fantômes, que *Get out* de Jordan Peele. Mais au-delà des scènes chocs, le film surprend par son sujet même : l'appropriation de la culture maorie par les Occidentaux et l'horreur de la colonisation.

***Mārama*, Taratoa Stappard, en salles le 22 avril**

DIE, MY LOVE

★★★★

POST-PARTUM À LA FOLIE

« *Lynne Ramsay était tout en haut de la liste de réalisateurs avec lesquels je voulais travailler* », nous déclarait il y a quelques mois Robert Pattinson. Raide dingue d'une écrivaine, incarnée par Jennifer Lawrence, il emménage dans une ferme perdue dans le Montana, mais l'arrivée d'un bébé va tout faire exploser… À Cannes, le film s'est fait crucifier, d'où sa sortie avec un an de retard. Pourtant, en plongeant dans la psyché fracturée de son héroïne, la réalisatrice écossaise de *We need to talk about Kevin* bouleverse avec une série de visions inoubliables.

***Die, My Love*, Lynne Ramsay, en salles le 29 avril**

HÉROS OU ZÉROS



1 ROBERT PATTINSON

Au lieu d'amonceler les dollars et les blockbusters débiles, Bébert se construit une belle filmo, avec des auteurs solides et des films décalés.

***The Drama*, 1er avril et *Die, my Love*, le 29 avril**



2 GUS VAN SANT

Après sept ans d'absence, le retour gagnant de GVS, avec une histoire de prise d'otage. Un magnifique thriller, doublé d'une satire des médias et Al Pacino en bonus.

***La Corde au cou*, 15 avril**



3 GRAHAM SWON

Pour découvrir la poésie vénéneuse de Swon, une œuvre étrange et fascinante de 2018, sur des ados qui se racontent des histoires effrayantes.

***The World is full of Secrets*, 8 avril**



4 BRANDON KRAMER

Après le 7 Octobre 2023, une famille se bat pour faire libérer leur fille et leur gendre, otages du Hamas. Un doc miraculeux qui prône la paix et la tolérance.

***Holding Liat*, 1er avril**



5 ÖZGÜ NAMAL

Dans ce manifeste politique contre le régime du président Erdoğan, l'actrice turque Özgü Namal est simplement sublime.

***Yellow Letters*, 25 mars**



6 ROBERT ARAMAYO

Interprète de Ned Stark dans la série *Game of Thrones*, l'acteur britannique incarne un môme atteint du syndrome de Gilles de la Tourette. Il est phénoménal.

***Plus fort que moi*, 1er avril**

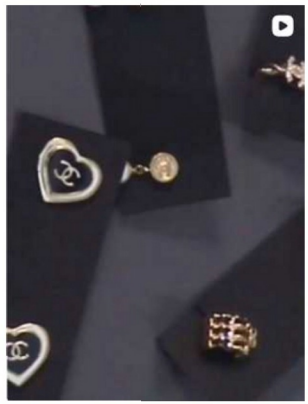


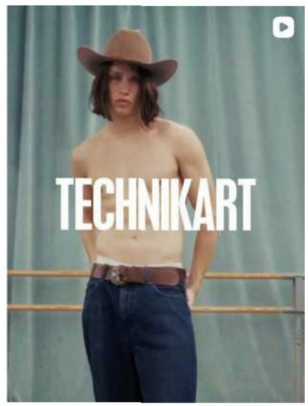
7 MURIEL D'ANSEMBOURG

Un ado introverti filme les films pornos que son père interprète. Un premier film puissant, qui s'essouffle avant de sombrer dans le sordide.

***Truly Naked*, 15 avril**

VOUS NE SCROLLEZ PAS ASSEZ !







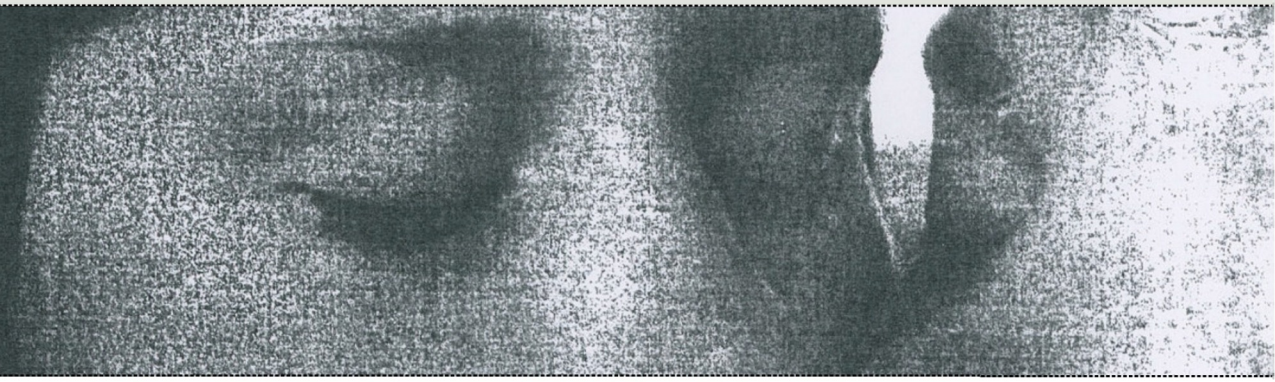
@technikart_mag

Vous êtes arrivé(e) au bout de votre lecture de ce sublime numéro ? Vous ne pouvez patienter jusqu'au mois prochain ? N'ayez crainte. Nos réseaux sociaux vous attendent.

PAR ALEXIS LACOURTE

LE TRAIN DU MOIS

★★★★



WEEK-END À METZ

Il y a trois types de bons disques. Sympa ; à envoyer à tout le monde ; à écouter en boucle juste pour soi en pleine phase d'idolâtrie. ***Polytoxicomane de toi*** est de cette dernière catégorie.

Avant toute chose, nous avons écouté de bons disques ce mois-ci. L'EP d'Oh non ; neuf titres planants et psychés, à écouter en live. Dans la même veine, Population II et leur titre « Angélisme ». Le nouve album des Lemon Twigs, toujours aussi *sixties*, aussi bloqués dans les Beach Boys (personne ne peut leur en vouloir). Autre retour, tonitruant pour le coup, l'explosion mondiale du duo dada Angine de Poitrine. En bref : la virtuosité épuisante (!) de Frank Zappa. Pour redescendre, Peggy Courchay et son « A Quiet Guide » : se détendre profondément, retrouver l'air de la campagne. Puis, de retour, repartir et prendre le train direction Metz. Si vous traînez là-bas avec la mine un peu blafarde, vous entendrez peut-être parler d'un artiste mythique, aux concerts dangereux, qui se déroulent souvent sous les ponts. Il chante une poésie crépusculaire, froide et écrasante comme l'architecture soviétique, enivrante comme la pleine lune un soir d'hiver humide. Cet homme s'appelle Noir Boy George. Et son disque, vous ne pourrez pas le mettre en fond – exit Kaytranada. Un disque comme un train de nuit vers les bas-fonds de l'âme, vers le ciel, la lune et ce soleil dont vous ne saurez pas s'il pourra bientôt revenir.

HAMSUN PLUTÔT QUE CIORAN

Comme la plupart des gens, nous ne savons quasiment rien de Noir Boy George. Ça a été brutal lorsque Pan European Recording a réédité « Messin plutôt que français » et « Enfonce-toi dans la ville », l'année dernière. Ce dernier titre en particulier. Avais-je déjà entendu un morceau qui conduisait l'errance à son terme ? Pas encore. Et c'était l'un des meilleurs moments de 2025. *Polytoxicomane de toi* est le premier inédit ajouté au catalogue du label de Ker et de Koudlam (entre autres…). Enfin : certains connaissent Noir Boy George depuis longtemps (il a appartenu aux groupes Bras Mort, Scorpion Violente, Plastobéton…) et il a déjà joué en live certains des morceaux de l'album. Qui sont tout simplement obsédants.

Un constat : lire Cioran n'a jamais guéri de la neurasthénie que des psychologues ou des hédonistes nostalgiques de l'enfance (ne serait-ce pas la même chose ?). Pour les autres, il y avait les romans de Knut Hamsun. Pour le rêve d'ailleurs mais humble, pour l'ennui mais franc. Noir Boy George semble fait de ça. Il décrit le corps comme la ville, la drogue comme l'enfer, l'amour comme la mort : en transformant tout en une histoire de plus et de moins, de marche, de directions, d'espace et de temps. C'est John Maus mais on ne s'ennuie pas. C'est Alan Vega sauf qu'il se drogue autrement, préfère l'héroïne à la coke. Alors, Metz. La gare est là… Le billet ne coûte que… Et il n'y aucun contrôleur sur les quais… En plus, la voiture 5 est vide… Alors, est-ce que « *toi [aussi] reptile rampant dans la ville* » tu seras dans le train ?

Noir Boy George, *Polytoxicomane de toi*, Pan European

SUPERPOZE, BLANDINE RINKEL

★★★★



POÈMES DE MA MÈRE

En 2019, de retour chez lui à Caen, Superpoze découvre que sa mère a écrit des dizaines de chansons depuis 1984. Il s'en étonne, lui qui compose des albums instrumentaux. Ces textes, il les confie à Blandine Rinkel, écrivain et membre du groupe Catastrophe. En résulte un disque fragile et dépouillé, témoin que l'écriture de chansons oblige la pensée à s'exprimer avec précision et concision. Même lorsque, comme sa mère, on le fait pour soi, dans l'intimité d'un cahier rangé dans un tiroir, avec tout ce qu'il y a de plus ordinaire, des clés, des documents administratifs.

***Le Disque de ma mère*, Banville**

MOLTO MORBIDI

★★★★



POP & PHILOSOPHIE

Nous négligeons l'importance d'écrire dans une langue étrangère. Terrain de jeu pour les uns, facilité pour les autres lorsqu'il s'agit de l'anglais, cela permet au moins de dépasser des catégories de pensées aux motifs usés, au risque de tomber dans certains clichés. Agrégée de philosophie, molto morbidi évite à la fois le piège de la conceptualisation rigide et celui des lieux communs. Les meilleurs morceaux du disque rappellent Blonde Redhead, Smerz ou Laurie Anderson (« To Watch the Ducks Go », « Say It Like You Mean It »). Des chansons pop avec une forte influence electronica et rock progressif, à écouter plusieurs fois.

***Maybe Marcel*, No Salad**

LES SINGLES DU MOIS



TURZI & GAGE, « CHEVAUCHÉE » ▲

La pochette *second summer of love* de Turzi & Gage semble être la face arrière de *Screamadelica*, le grand disque de Primal Scream. Comme si ce dernier avait été composé peu après une longue redescente d'acide. Un brouillard house, new wave et krautrock...



LUTÉCE LOCKNESS, « AND THE LOVE IS... » ▲

Une merveille issue du catalogue de Pan European. La rencontre entre Björk et Benoît de Villeneuve. La grâce, la puissance et l'épique enregistrés en un seul morceau. L'album de cette grande esthète sortira en juin, tenez-vous prêts.



CHASSOL, « WHAT IS STAND-UP » FEAT ALA.NI ▲

Toujours aussi juste, aussi précis et ambitieux, Chassol se rapproche de l'origine de la musique, lorsqu'elle était là pour accompagner la parole. Ici, une interview de l'humoriste Jarrett Campbell, traitée comme la performance d'un artiste lyrique à l'Opéra.



DAGMAR ZUNIGA, « PHOTOGRAPHY THE HARD WAY » ▲

Passé sous nos radars l'année dernière, le disque de Dagmar Zuniga vient d'être réédité par le label londonien AD 93. Et il est plein de surprises, de raffinement et de finesse, comme cette ballade qui pourrait être la redéfinition même de la ballade : morceau lancinant et répétitif qui plonge dans la mélancolie heureuse.



TARA CLERKIN TRIO, « SOMEWHERE GOOD » ▲

Une chose est simple. Si vous ne savez pas quoi écouter à un moment donné de votre vie, allez voir la radio NTS. S'y découvre (ici grâce à la curatrice Gabi) ce genre de morceau, comme si Nina Cristante se mettait à chanter juste et le reste de Bar Italia se mettait à respirer de nouveau.



YE, « SISTERS AND BROTHERS » ▼

Il avait quinze ans d'avance en 2010. Après avoir raconté les pires horreurs pendant des années, pouvait-on s'attendre à son grand retour ? Un peu, car réécouter *My Beautiful Dark Twisted Fantasy* ou *Yeezus* est toujours une surprise. Ce titre symbolise son nouveau disque : il n'est pas sans intérêt, il est juste à des années-lumières de sa créativité d'antan (répétitif, mou, déjà entendu).



VLADIMIR CAUCHEMARD, VON BIKRÄV, « DU FERME » ▼

Si vous êtes un teufeur en train de jouer à cache-cache à Vincennes (avec qui vous savez) dès le mois de mai démarré, vous finirez, hélas, par entendre ce remix du « tube » de La Fouine. Pour les autres, fuyez.

VOUS AIMEZ TECHNIKART ?

NE CLIQUEZ SURTOUT PAS SUR CE QR CODE

PAR VIOLAINE EPITALON

L'ADOLESCENT DU MOIS

★★★★

HOLY WOODY

Chronique mélo d'un loser, *Woody* est le troisième roman de **Benjamin de Laforcade**. À lire avec un thé vert et sous un plaid.



Connaissez-vous bien la ville de Nancy ? Si ce n'est pas le cas, lire ce roman ne vous sera d'aucune utilité pour mieux camper la place Stanislas, tant Benjamin de Laforcade, qui y situe en grande partie l'action de son troisième roman, Woody, maîtrise l'art de l'ellipse, des entorses temporelles et de la polyphonie narrative. Après *Rouge nu* et *Berlin pour elles* (Gallimard), l'écrivain désormais berlinois (il y habite et il travaille) quitte les décors de la capitale allemande pour la France du Grand-Est et de l'Occitanie, dans les années 1990-2000 (on le devine), cadres vaporeux de ce roman d'apprentissage. Et lorsqu'on lit que Benjamin de Laforcade est né en 1993 à Toulouse et qu'il a grandi à Nancy, on comprend mieux le réalisme touchant (et parfois pathétique pour ceux qui ont vécu dans ces lieux et dans ces temps) du récit.

L'enfant que l'on surnomme « Woody » rappelle, dans la première partie du roman, nos personnages préférés : les mythomanes fébriles au cœur qui boîte. Entre la routine d'une famille bourgeoise catholique, le gel DOP, les idoles de l'âge prépubère – ici, un fictif Ryan Gladstone – et ses amours naissantes pour Abigaëlle et Valentin, Woody s'invente une vie, passée, présente et future, sur un ton parfois candide, souvent cruel, et, de temps en temps, cocasse. L'accomplit-il, cette vie fantasmée, dans la seconde partie du roman ? En guise d'interlude, l'auteur fait parler Abigaëlle, avant de nous faire vivre la rupture du personnage principal. Grandir, c'est partir. Mais cela n'a jamais rendu personne heureux de grandir trop vite. Woody s'enfuit à Lourdes et dans ses mensonges, tisse des liens étranges avec la quadra Fernanda, ponctuant finalement cette fuite en avant par une visite éclair à ses anciens amis, Abigaëlle et Valentin, partis réussir leur vie dans des études d'architecture à Strasbourg. Las, Woody sans chance de rédemption, passera la seconde partie du roman à regarder le bonheur des autres lui filer sous le nez, son ancien trio devenir un duo, à s'approprier les enfants roses des autres et leurs avenirs plus brillants que le sien. De ces derniers chapitres nous restent une sensation de poisse, de pègue et de mélancolie.

Ce roman d'enfants terribles et d'enfants tristes (qui paie par son style un hommage réussi à Cocteau et Nimier – sans l'énervante niaiserie de ce dernier) pose avec subtilité cette question redoutable : comment devient-on un loser ? Question d'ADN ? Question de circonstances ? Benjamin de Laforcade donne avec ce *Woody* quelques éléments de réponse : peut-être qu'on se foire à hauteur d'une vie comme on manquerait de peu son avion. Ma professeure de littérature, elle, nous disait pourtant qu'on ne rate pas l'amour comme on rate un train. Et sa vie, encore moins.

Benjamin de Laforcade, *Woody*, Gallimard, 240 p., 20,50 € (Photo Francesca Mantovani) **V.E.**

ALIX BOIROT

★★★★

BOYS CLUB

À deux jours du bouclage, nous sommes tombés sur l'essai de l'anthropologue Alix Boirot, publié dans la nouvelle maison d'édition Les Léonides (groupe Les Nouveaux éditeurs) : *Où vont les garçons, Enquête sur les masculinités en vacances*. Intrigués par une couverture réussie – chose rare dans le milieu universito-corseté de l'essai – et un thème alléchant, nous avons ouvert cette curiosité et n'avons pas été déçus. Hommes hétérosexuels en quête de validation, musique électro, *sea, sex and sun*, borrachera à Lloret de Mar et *male gaze* sous boules à facettes… Vous aurez entre les mains une savante cartographie des masculinités lourdaudes en vadrouille – et comment les éviter.

***Où vont les garçons, Enquête sur les masculinités en vacances*, Les Léonides, 300 p. 21,90 €** **V.E.**

FLOC'H ET FROMENTAL

★★★★

CI-GÎT

L'illustrateur et auteur de BD Floc'h et le scénariste et éditeur Jean-Luc Fromental sortent au Dilettante un bel objet : *Memento Mori, Manuel de savoir-vivre et mourir*. Au programme ? Une galerie de portraits par Floc'h (il reprend le gimmick des mythiques couvertures *LIFE*, et poursuit ici un travail initié en 1985) illustrant les vies et fins de vies de nos célébrités préférées (s'y croisent les 360 romans de Georges Simenon, le Carnegie Hall de Billie Holiday, le fibrome hépatique de Jack Kerouac ou le Browning GP 9 mm Parabellum de Romain Gary…). Si nous sommes toujours aussi épatés par le coup de fusain de Floc'h, nous restons néanmoins un peu déçus par les textes parfois paresseux qui les accompagnent.

***Memento Mori*, le dilettante, 18 €** **V.E.**

JAMES ROBERT BAKER

★★★★

BOMBE ACIDE

Tom Dunbar, auteur d'un best-seller true crime suivi d'un flop, voit son train de vie à Pacific Palisades s'effondrer. Sa femme, Beth, refuse la chute. Le couple tente d'extorquer le père de Beth, romancier de gare. Devant son refus, ils plongent dans le crime en accusant des Haïtiens (les « diables blancs » du titre). Baker tape fort : humour noir féroce, cynisme absolu, style tendu. On y sent sa haine du rêve californien, machine à broyer les ratés. Figure queer de l'underground US 80's, Baker livre ici un thriller d'une noirceur hilarante. Inédit jusqu'à sa mort par suicide en *1997*, ce roman-cassettes, traduit avec brio par Yoko Lacour et exhumé par Monsieur Toussaint Louverture, est une bombe acide lancé sur l'Amérique des années 1990. À lire dare-dare.

***Diables blancs*, MTL, 288 p., 20,90 €** **L.R.**

OLMECA

ALTOS

100% AGAVE TEQUILA

LA TEQUILA

CRÉÉE POR LES BORTENDERS*

POUR LES BARTENDERS



100% AGAVE BLEU

Issu de Jalisco
au Mexique

VOTED #1 FOR PALOMA COCKTAIL
DRINKS INTERNATIONAL
2024
AS VOTED BY THE WORLD'S BEST BARS

Pernod Ricard France SAS au capital de 54.000.001€ - Siège Social :
Les Docks, 10 place de la Joliette 13002 Marseille - 303 656 375 R.C.S. Marseille

*Co-créée en 2009 par le maître distillateur Jesús Hernández et les bartenders londoniens Dré Masso et Henry Besant

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

PAR MATHILDE DELLI

L' HOMMAGE DU MOIS



TOUTE L'ENCRE VERSÉE

Il arrive parfois que les mots d'une autrice semblent être **écrits pour nous**. Pour Bryce Delplanque « *c'est presque de l'ordre de la pensée magique que de penser que l'on est proches* », Joan Didion et lui. Il lui consacre aujourd'hui une exposition à la galerie Prima.

« Ce qui accompagne ma peinture c'est la littérature, et lorsque j'ai découvert Joan Didion un truc s'est passé, c'est devenu important très vite. » On pourrait s'arrêter là, dans la fascination d'un artiste pour une autre, jusqu'à consacrer une exposition à ce qu'il reste d'elle, en respectant l'emplacement de ses objets, en imaginant ce qu'elle voyait, dans ses nombreuses paires de lunettes, qui assuraient son style et sa grâce. À la mort de l'écrivaine et journaliste Joan Didion, en 2021, une vente aux enchères de tous ses objets, de ses carnets à sa vaisselle jusqu'à ses boîtes de trombones, a eu lieu à New York. De ces matières personnelles vendues à des prix démentiels, qui ont glissé entre les mains de Bryce Delplanque, il en a gardé le catalogue intégral. « *Je suis persuadé que son lifestyle est dépendant de son style d'écriture. C'était important pour moi de ne pas peindre que ses outils d'écrivaine, l'aspect domestique m'intéresse. À quoi ressemblait sa vie comme elle l'écrit ? Elle qui choisissait ses objets comme elle choisissait les bons mots.* »

Alors s'épanouissent sous nos yeux des fragments de ce qui entourait sa vie, ses livres répartis en sections significatives, ses ciseaux, ses lampes tempêtes… Et le titre de l'exposition qui nous revient sans cesse en mémoire et qui ne pourrait mieux révéler notre rapport à l'art, est tiré d'une phrase de son livre *Le Bleu de la nuit*. « *"What is lost is already in the wall" dit le deuil et évoque la présence de sa fille disparue dans les murs. Cela a une cohérence avec mon travail car j'utilise les murs pour le montrer, on y voit des choses qui ont été perdues, un certain rapport aux objets qui ne sont pas les miens. Tout ce que j'ai perdu à la mort de Joan Didion est là, les indices de ses passages sur terre auxquels je n'avais pas accès, dans cette exposition ils m'ont effleuré les doigts.* »

Bryce Delplanque , « What is Lost is Already on the Wall », jusqu'au 13 mai à la galerie Prima.

WU JIARU



MAGMA DE CHAIRS

Sur les toiles de Wu Jiaru les visages perdent leurs contours, un clin d'œil aux défigurations de Bacon, les corps entrent en collision, portraits fidèles de ce que les écrans font à nos regards, la tragédie est domestiquée mais sous les pinceaux de l'artiste sa trace ne cicatrise pas.

« The Burning Screen », jusqu'au 23 mai à la galerie Sultana.

CLÉMENT BATAILLE



CORPS EN RUINE

Sur toile ou sur faïence, à vif, les personnages aux postures religieuses de Clément Bataille semblent être épris d'une douleur diffuse. Dans des paysages en ruine ou déserts, leur peau est à nu ou partiellement déguisée, mais ce qui les traverse se dérobe à nos regards.

« Lama Sabachthani », jusqu'au 16 mai à la DS galerie.


TECHNIKART
éditeur de talents



VINCENT PASDERMADJIAN

“Ma propre HISTOIRE”

Vu dans *La Petite Dernière* (Hafsia Herzi), *Les Sentinelles* (Thierry Poiraud et Édouard Salier), et *Le monde magique de Jérôme Commandeur* (Canal +) Vincent Pasdermadjian jongle désormais entre le jeu, **la réalisation et la musique**.

Avant ta carrière d'acteur, tu as fait les Beaux-Arts de Marseille. Comment as-tu tracé une ligne entre ces deux disciplines ?

Vincent Pasdermadjian : Aux Beaux-Arts, je me mettais déjà en scène dans des performances vidéo. J'ai tourné dans un premier film, ça m'a plu et j'ai eu envie de continuer. J'y ai trouvé une plus grande liberté d'expression que quand j'étais avec mon pinceau face à ma toile. Avec le cinéma, on nous propose de raconter l'histoire des autres. Cette ouverture-là m'a plu.

Tu as participé à *Une nuit d'été*, un court-métrage pour Hermès. Avec une mère d'abord styliste-modéliste, quel rapport entretiens-tu avec la mode ?

J'ai grandi dans le vêtement. Ma mère avait toujours une machine à coudre et elle faisait plein de créations pour mon frère jumeau, ma grande sœur et moi. On se déguisait tout le temps tous les trois, on jouait des personnages et on se filmait avec nos vieux téléphones.

L'année dernière, tu as réalisé *Kiss*, un court-métrage de huit minutes. Pourquoi passer de l'autre côté de la caméra ?

J'aime raconter les histoires des autres, mais j'ai aussi besoin de raconter mes propres histoires. Pour ça, la réalisation, c'est le bon outil. Les références que j'ai engrangées aux Beaux-Arts reviennent beaucoup dans mes réalisations. Une image se compose de la même manière en peinture qu'en vidéo. Imaginer des scènes, ça rejoint le travail de recherches que je faisais pendant mes études. Je prépare mon prochain court-métrage, *Au-delà des battements*, sur un format de 20 minutes. On suit deux jumeaux de 15 ans dans leur quête identitaire à travers un drame familial.

À la suite de ton rôle dans *La Petite Dernière*, tu as foulé le tapis rouge du Festival de Cannes. Quels sont tes prochains projets ?

Je joue dans *Loups-Garous 2* (Netflix), un long-métrage avec Jean Reno et Franck Dubosc. On tourne cet été. Ensuite, on reprend *Les Sentinelles*, en automne, pour la saison 2. Je joue toujours le personnage de Henri, l'adjoint de Marthe, interprétée par Pauline Étienne. Je développe aussi un EP de 5 chansons sur vinyle, *Premières notes*, prévu pour le début d'été. Je travaille avec Pierre Flanelle, qui a composé la musique de mon premier court-métrage. On va y mettre une sérigraphie réalisée par Aïtor Temporelli, dit « Postit ». Ce projet regroupe vraiment tous les médiums que j'utilise pour m'exprimer.

Par
Klervia Lelong

Photo
Margot Berard

EMINENTE

RON DE CUBA

QUELQUE PART À CUBA*



*Produit élaboré quelque part à Cuba

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.