TECHNIKART

#299

THE CINEMA ISSUE



L'âge d'or de Vassili SCHNEIDER

+

Birane Ba
Raya Martigny
Valentin Campagne
Veronika Vasilyeva-Rije
Mukit Abdul Hamid
Yumi Narita
Gus Van Sant
...

« LE PLUS BEAU GARÇON DU MONDE » IN SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO

BEL 8.30 - CH 9.50CHF
L 14465 - 299 - F: 6,90 € - RD



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 — MAI 2026

Numéro deux-cent-quatre-vingt-dix-neuf



VERONIKA VASILYEVA RIJE PAR **ARTHUR HUBERT LEGRAND** POUR LE **TECHNIKART CREATIVE STUDIO**

ROBE EN MOUSSELINE DE SOIE BLEUE BRODÉE DE PERLES **ELIE SAAB**
COLLIER AVEC PENDENTIF HALO VERT SCINTILLANT RECTANGULAIRE **PANDORA**

INSIDER

P.15
COMMENT BIEN VIVRE VOTRE SIMULATION ?
THE CINEMA ISSUE : LES HOT SPOTS DU FESTIVAL DE CANNES
LA POWERLIST DES PRODUCTEURS
PAUL ET GUILLAUME DE SAINT SERNIN
EDEN CHALON
VITTORIA DI SAVOIA
JACQUES DESSE

MAGAZINE

P.39
COVERSTAR : VASSILI SCHNEIDER
BIRANE BA
YUMI NARITA
MUKIT ABDUL HAMID
VERONIKA VASILYEVA RIJE
VALENTIN CAMPAGNE
RAYA MARTIGNY
MAURIZIO CATTELAN
GUS VAN SANT
BORIS MBARGA ATANGANA
JÉRÔME POURRUT
EMMANUEL HADDAD
DAVID BENEDEK

LE MEILLEUR DU MOIS...

P.87
CINÉMA, MUSIQUE, LIVRES, ART...

ÉDITO

GRANDS PRIX



TECHNIKART
PARIS 75002

Voici donc les noms des winners de cette 293ème édition du magazine.
La Palme d'Or à Vassili Schneider pour La Plus Belle Fille du Monde, son court-métrage bluffant de maîtrise et de drôlerie (et aussi pour l'ambitieux L'Age d'or de Béranger Thouin qu'il présente à Cannes).
Prix du Jury à notre série La Relève starring Mikit Abdul Hamid, Veronika Vasilyeva-Kiya, Yumi Narita, Rayan Marbigny, Biram Sa... et réalisée par Arthur Hubert Legrand. On le sait, le nouvel âge d'or du cinéma français débute dans nos pages.
Prix d'interprétation à Eden Chalon : aujourd'hui, demain, grand acteur.
Prix Spécial du Jury décerné, à l'unanimité, à l'héroïque équipe permettant à ce magazine de ressembler davantage à un grand festival qu'à un simple titre de presse...

Bonne lecture,
Laurence R.

Laurence Rémila
Rédacteur en chef
laurenceremila@technikart.com

@laurenceremila
@technikart_mag

COVER : **VASSILI SCHNEIDER** PAR **ARNO LAM**

CHEMISE EN CRÊPE AVEC ENVERS EN SATIN DE SOIE, CRAVATE EN SATIN DE SOIE, PANTALON PAPERBAG
EN MOHAIR ET LAINE **SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO**

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 Thiérry
CHRONIQUE L'ÉPINE Rose Vidal
ART Mathilde Delli
GRAND SEIGNEUR Serge Adam, Manu Mariani
SIGNATURES Klervia Lelong, Sarah Lakroun, Lena 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 Ait-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, Julien Lienard, Arthur Hubert Legrand, Justine Loffredo

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 SPÉCIALES
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 rendez 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 44 28
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/IT 4.90€ - UK 4£ - Maroc 50MA - Suisse 7CHF ; DOM : 4.5 € - TOM : 800 XPF ; Canada 10.99$Cad

PROCHAIN NUMÉRO : JUIN 2026

press reader ePresse.fr cafeyn



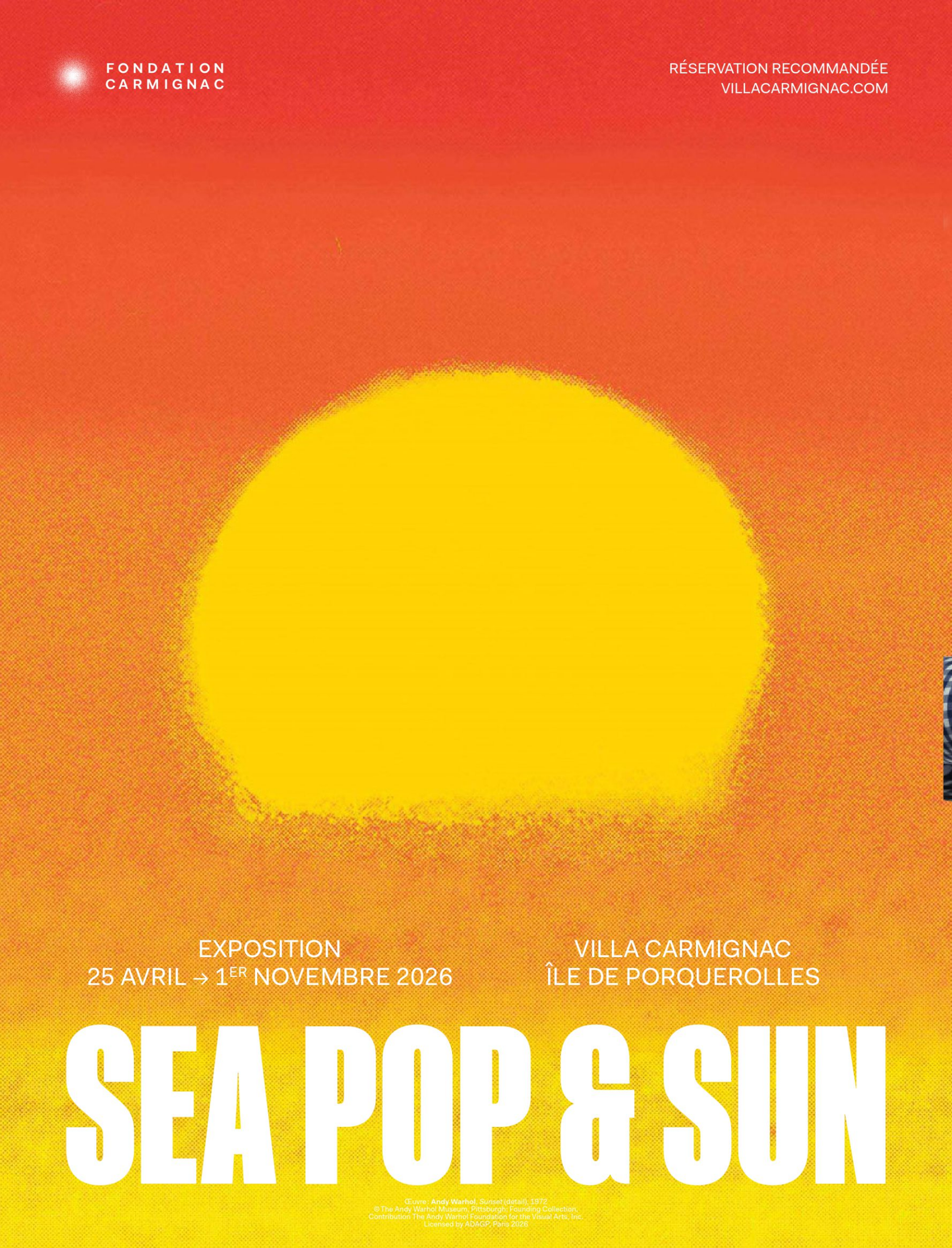
LIGHT UP LIFE*

***DEPUIS 200 ANS,**
LA MAISON JOSEPH PERRIER ILLUMINE VOS MOMENTS.

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

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

INSIDER

FOR REAL_
À en croire les petits malins de la Silicon Valley, adeptes de la physique quantique, nous serions plongés en pleine simulation. Why not. Une question demeure : qui tire les ficelle ? Hein ? Qui ? (ci-contre : Jean Paul Gaultier S/S 26 Campaign Shot by Inez and Vinoodh).



BIENVENUE DANS LA MATRICE

COMMENT BIEN VIVRE *votre* SIMULATION ?

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

À mi-chemin entre complotisme et nouvelle religion, la théorie de la simulation laisse penser que nous vivons dans une matrice dont nous serions de simples pions. Révélation d'une vie ou **scénario de bad trip**, on vous laisse vous faire votre propre avis.

Par Klervia Lelong

À force de prendre Chat GPT pour un psy, s'isoler des interactions humaines avec nos casques et normaliser la réalité virtuelle, on se rapproche peu à peu de la concrétisation d'un Métavers. La technologie prend une place toujours plus importante dans notre quotidien, réveillant les traumas liés à *Terminator* chez certains. C'est dans ce contexte que, ces derniers temps, l'hypothèse d'une simulation a pris de l'ampleur et trouvé un public de plus en plus convaincu.

Pourtant loin d'être adepte de sectes, théories du complot et autres religions en tout genre, me voilà donc plongée dans le dernier livre de Loïc Hecht, sorti le 16 avril dernier. Intitulé *La Simulation* (éditions Les Arènes), l'ouvrage est une enquête auprès des scientifiques de la Silicon Valley qui cherchent à démontrer que nous vivons… dans une simulation. Bravo, vous suivez. Sur le papier, près de 400 pages à propos de physique quantique et de théories philosophiques farfelues, ça ne fait pas rêver, je vous l'accorde. Pourtant, l'écriture légère du journaliste mêlée à quelques schémas bien troussés font bien passer la pilule (vous l'avez ? Félicitations, vous suivez toujours). Loin de vanter les mérites de la théorie de la simulation comme pourrait le faire un gourou, l'auteur décrit son enquête comme « *une invitation à repenser ce que l'on croit savoir du monde* ». Rien que ça.

BUT DU JEU

À travers les lignes de *La Simulation*, nous faisons la connaissance de différents intervenants capables de pratiquer le *remote viewing* (la capacité de savoir ce qu'il se passe quelque part sans y être), la télépathie et même certaines formes de lecture dans l'avenir grâce à un état de méditation profond. « *Ces canaux extrasensoriels,* comme les appelle Loïc Hecht, *pourraient être des glitchs, des anomalies, nous obligeant à repenser nos modèles scientifiques* ».

On ne va pas se mentir, pouvoir communiquer par la pensée ou connaître les numéros gagnants du loto à l'avance, ça donne envie. Même sans avoir expérimenté de phénomènes paranormaux, nous nous sommes tous déjà demandé d'où venait la fameuse sensation de déjà-vu. Et si la simulation était une explication rationnelle à tout cela ? Pour Pierre Cassou-Nogues, philosophe et professeur à l'université Paris VIII, cette idée pose problème. Selon lui, « *elle nie complètement la réalité du corps pour en donner une sorte d'analogue idéal, faisant la publicité des technologies contemporaines* ».

Il entend par là que la théorie de la simulation nourrit un idéal inaccessible au profit de grandes entreprises technologiques comme Meta ou Open AI. « *Ces théories sont promues par des entreprises de technologie qui ont besoin, pour gagner de l'argent, qu'on continue sur notre lancée et qu'on ne prenne pas de mesures pour l'environnement.* » En plus de cet intérêt que certains lobbys y trouveraient, « *la théorie de la simulation a une importance particulière au moment de la crise environnementale. Si l'univers est une illusion, nous n'avons plus aucun intérêt à le protéger.* » Fact. Si tout le monde finit par agir comme Xavier Dupont de Ligonnès sur un coup de tête, on peut comprendre que se croire tout permis ne soit pas nécessairement une bonne chose.

TO BE OR NOT TO BE

Pour autant, cette théorie connaît une popularité grandissante justement grâce à cette tension écologique. Dans un monde où huit Français sur dix se disent inquiets quant au dérèglement climatique, selon les chiffres de l'Institut Français d'EMDR, « *se dire que tout ça n'existe pas peut résoudre ce problème et servir de médicament empoisonné à une éco-anxiété* » se désole le philosophe.

Pierre Cassou-Nogues est catégorique, « *il suffit de jouer avec un animal, de faire son jogging ou du vélo dans une forêt pour savoir qu'on vit dans le monde réel* ». Il insiste sur le fait qu'« *on ne peut pas réduire aux cinq sens ce qui nous rattache les uns aux autres, et cette dimension est totalement inaccessibles à une réalitée virtuelle* ». Sur ce point, et sans nier notre expérience du réel, Loïc Hecht souligne que « *pour appréhender la vraie nature du monde, il faudrait d'abord comprendre ce qu'est la conscience. Or aujourd'hui, elle demeure un mystère scientifique.* » Et impliquerait donc qu'une caste d'esprits supérieurs nous gourverne depuis une sorte de gros ordinateur. Bienvenue dans les Sims ?

La question de la conscience est vaste, et laisse à penser que nous avons encore tout à découvrir de ce monde. Le sujet de la théorie de la simulation mériterait un livre à part entière – et j'en ai un bon à vous recommander – mais Loïc Hecht résume plutôt bien ses dix années d'enquête en un mantra : « *Soyons sceptiques, mais soyons ouverts* ».

ON AIME (OU PAS)



LÉNA AU MET
Pour sa troisième apparition sur les marches du MET, elle signe un sans faute avec une création Burc Akyol, inspirée d'une couverture de Janet Jackson (*Rolling Stones*, 1993). See you soon, Léna ?

EPSTEIN PAR SOCIETY
Filez lire le récap d'une enquête de 8 mois, co-écrit par Emmanuelle Andreani et Anthony Mansuy – une ancienne plume de *Technikart* (2009-2010). Vite la partie 2 !

GOLD STALKER
Instagram teste un abonnement à deux dollars au Mexique, Japon et Philippines. Parmi les options : voir une story sans apparaître dans la liste des spectateurs, et savoir combien de fois une personne a regardé la votre. À exporter en France de toute urgence.

LE MARIAGE (À GAUCHE) DE FIGARO
China Daily, le mag' anglophone chéri du département de propagande du parti communiste chinois annonce fièrement dans les pages du *Figaro*. En bonus, leurs publireportages sont dispos sur le site web du quotidien, entre deux articles alertant sur « *les dangers de l'extrême gauche* ».

PAGAILLE AU LOTUS BLANC
Quitter le tournage de *The White Lotus* s4 au bout de 2 semaines, c'était culotté, Helena Bonham Carter l'a fait. On rêvait de la voir dans son personnage cousu main par Mike White – réal de la série : une actrice adorée, naviguant dans un Festival de Cannes très américain. On aura Laura Dern, dans un rôle adapté…

GUILAINE DEPIS
Vous souhaitez organiser un événement pour recevoir tous les cancels de Paris ? Appelez-la ! (En prime, vous aurez un accès VIP à l'arrière-salle de chez Lipp).



BYD

ATTO 3 EVO

100% ÉLECTRIQUE

JUSQU'À
510 KM[1]
D'AUTONOMIE



À PARTIR DE
38 990€ TTC[2]

A 0g CO_2/km
B
C
D
E
F
G

6 Ans De Garantie ou 150 000 km

(1) Autonomie en cycle WLTP
(2) Prix TTC valable jusqu'au 31 mai 2026.
BYD France 8 rue Léonard de Vinci 60000 Beauvais SIREN 829 635 820 RCS Beauvais

RÉSERVEZ VOTRE ESSAI

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

LES HOT-SPOTS DU FESTIVAL

RENDEZ-VOUS *à* CANNES ?

Votre boss au bout du rouleau vous convie au Festival de Cannes ? Vous n'avez toujours pas compris pourquoi ? Pas grave. Voici les **meilleurs spots** pour tromper votre ennui.

Par
Klervia Lelong & Sarah Lakroun



LA TERRASSE BY ALBANE

LE PLUS INSTITUTIONNEL

C'est bien évidemment LE rendez-vous pour les habitués de La Croisette. La Terrasse by Albane fêtera son quart de siècle lors de cette 79e édition du Festival de Cannes sous une décoration tropicale de la Maison Lelièvre. Pour l'occasion, **Albane Cleret** invite ses partenaires Mediawan et BYD le 14 mai afin de décerner le Prix du premier film, animé par Pierre Lescure. Le lendemain, la tant attendue soirée d'anniversaire aura lieu. Un programme chargé pour cette adresse privée (et prisée) où confidentialité et excellence sont les maîtres-mots. Si vous espérez en être, commencez par troquer vos baskets pour votre plus belle paire de Richelieu… Dior, de préférence.



JW Marriott, 50 boulevard de la Croisette, Cannes

TECHNIYACHT

LE PLUS TECHNIKART

Comment parler des incontournables de Cannes sans aborder le TechniYacht ? Présent depuis quinze ans au Festival, le bateau motorisé de 35 mètres de long, aux couleurs de votre magazine préféré, sera amarré le long de la jetée Albert Edouard pendant toute la Quinzaine. Côtoyé de près l'an dernier par Léonardo DiCaprio, Robert de Niro ou encore Rihanna, ce lieu à part accueille les guests du Technikart Creative Studio. Le capitaine **Fabrice de Rohan Chabot** reçoit avec un savoir-vivre et un swag venus d'un autre âge (les années 1200). Si vous êtes chanceux, on s'y croisera !



Le Lady Jersey, Jetée Albert Edouard, Cannes

LE SILENCIO

LE PLUS CANNES BY NIGHT

Notre QG cannois de deux à six heures du mat'. Depuis quatorze ans, le club emblématique de la rue Montmartre se téléporte sur La Croisette. **Vasili Kamdem**, véritable star de la boîte, sera de nouveau le physio cette année. Du 12 au 21 mai, il vous laissera entrer (ou pas) au Palais des Festivals pour profiter des plus grands noms électro. Son conseil ? « *Présentez-vous, et soyez bonnes vibes !* »



Casino Barrière, 1 boulevard de la Croisette, Cannes

LA PLAGE DU MARTINEZ

LE PLUS OLD MONEY

Des repas gastronomiques au bruit des vagues, en passant par la décoration colorée du grand designer **Pierre-Yves Rochon**, la Plage du Martinez vous attend. Lieu investi par le partenaire du Festival L'Oréal, on s'y donne rendez-vous pendant la Quinzaine pour les mises en beauté. Autrement dit, c'est l'endroit parfait pour flâner et se détendre entre deux soirées arrosées.



Le Martinez, 73 boulevard de la Croisette, Cannes



LA VILLA DES MINISTRES

LE PLUS RÉGALIEN

Jardin, terrasse et piscine dans une villa s'étendant sur trois niveaux, le tout à quelques minutes à pied du Palais, voici la promesse de La Villa des Ministres. Pour sa quatrième année consécutive à Cannes, le projet orchestré par **Yves de Roquemaurel** continue d'évoluer. Cette année, le marché des films met à l'honneur le Japon : une aubaine pour le patron des lieux, qui y a vécu près de quatre ans. Vous pourrez donc profiter de leur sake accoudé au bar à cigares, où Davidoff et Maya Selva proposeront leurs produits. Tantôt relax, tantôt festive, la Villa des Ministres le prouve : *chilling is the new networking*.



La Villa des Ministres, 20 bis Avenue de Vallauris, Cannes

FLASH BY RASPOUTINE

LE PLUS SENSUEL

Le temps de douze nuits, le mythique club des Champs-Elysées devient FLASH, en s'installant à la Palm Beach. L'ancien Casino a été revisité par **Hugo Toro**, designer et architecte franco-marocain ayant collaboré avec Louis Vuitton par le passé. LEDs rouges et banquettes en cuir, l'atmosphère sensuelle est assumée. Vous pourrez vous ambiancer sur de la house, du disco ou de l'électro. Pour celles et ceux qui ne pourront pas être présents, n'ayez crainte : il semblerait que Flash ne soit que l'avant-goût d'un lieu permanent au bord de la Méditerranée...



Casa Di Nonna, 41 rue Hoche, Cannes

LA PLAGE NESPRESSO

LE PLUS CORSÉ

2026 est une année charnière pour Nespresso. Pour les 40 ans de la marque, après l'ouverture de la Maison Nespresso dans Le Marais et une campagne remarquable avec **Dua Lipa**, le partenaire officiel du Festival de Cannes anime La Plage Nespresso pendant toute la Quinzaine. Ils seront fiers voisins de La Plage du Gray d'Albion, où le CNC remettra, entre autres, le Prix du long-métrage du Cinéma Positif. Du 12 au 23 mai, Nespresso nous invite à découvrir des recettes exclusives et inédites, signées Rori, Casa Pregonda ou encore Loulou Kitchen. En espérant y spotter Dua sirotant son café glacé préféré...



50 boulevard de la Croisette, Cannes

BURBERRY BELLES RIVES

LE PLUS BRITISH

La marque préférée du Roi Charles débarque en majesté sur la Croisette. Pour cette première, l'objectif est clair : mettre à l'honneur les silhouettes cuirées, rock et glamour chères à **Daniel Lee,** directeur créatif depuis 2023. Depuis son arrivée, la Maison renoue avec ses fondamentaux (le motif Nova Check est de nouveau partout), et quoi de mieux que le terrain de jeu des stars A-list pour le faire savoir ? L'ami de la Maison Stellan Skarsgård fait d'ailleurs partie du jury de cette 79e édition. Rendez-vous donc dans ce palace art déco, relooké pour l'occasion par nos perfides voisins.



Hôtel Belles Rives, Cap d'Antibes

LES 10 DE 2026 !

Savez vous qui se cache derrière les films les plus appétissants de **Cannes 79e édition** ? Au menu, des symptômes inquiétants aux urgences, une renaissance post-deuil, une épidémie étonnante chez les gays et bien plus encore. Top ten.

Par
Adèle Thiéry



Carole LAMBERT

WINDY PRODUCTION

Carole Lambert produit depuis ses 29 ans. Nourrie à l'école du court métrage et du documentaire, elle se tourne vers les longs métrages en 2017, en fondant Windy Production. « *Il y a eu une bascule avec le succès du* Consentement *(2023), ça a été un accélérateur. J'ai un rapport très romanesque à mon métier, je choisis les projets de manière instinctive, avec peu de stratégie.* »

Ses films à Cannes_ *Mémoire de Fille*, de Judith Godrèche, et *Sanguine*, de Marion Le Corroller. « *Mon premier film de genre ! C'est passionnant à fabriquer. On a travaillé sur des prothèses, des décors…* » Et avec Marion ? « *On a tout de suite accroché. Il y avait en elle une urgence de faire ce film et un enthousiasme similaire au mien.* »

La productrice ?_ « *La première supportrice du film, qui est là à toutes les étapes.* »

Son spot_ La grande salle Lumière. « *J'y ai vécu tellement de belles émotions. Savoir que* Sanguine *y sera projeté en séance de Minuit, c'est phénoménal.* »



Thomas & Mathieu VERHAEGHE

ATELIER DE PRODUCTIONS

Lorsqu'ils vendent leur start-up de guide, ces deux frères décident de se former dans le cinéma. Mathieu s'oriente vers la direction de production, tandis que Thomas devient producteur pour Sombrero Films. En 2017, il créent leur propre boîte, et s'implantent en produisant *Au Poste* (Quentin Dupieux, 2018).

Leurs films à Cannes_ *Roma Elastica*, de Bertrand Mandico, où Eddie (Marion Cotillard) tourne à Rome avec sa maquilleuse (Noémie Merlant) et se laisse happer par les nuits romaines. « *Mandico voulait rendre plus accessible son cinéma d'auteur avec un scénario plus narratif et des star au casting.* »

Le producteur ? _ « *Un partenaire du film et du cinéaste, qui les accompagne à chaque étape.* »

Leur spot_ « *La salle Lumière, c'est notre péché mignon. On est toujours en rendez-vous, donc quand on peut s'échapper voir un film, c'est génial.* »

Garance DE ROUGEMONT

FREELANCE

Après des débuts dans un secteur musical en crise – la faute au passage CD/MP3 – Garance de Rougemont se tourne vers la prod' artistique de pub, avant de basculer vers le cinéma. « *J'ai vécu dix ans en Belgique, où cette passerelle est plus évidente.* » Depuis trois ans, elle est de retour en France, en freelance.

Son film à Cannes_ *Notre Salut*, d'Emmanuel Marre. « *Un film d'époque, ce qui nécessite beaucoup plus de travail sur les décors et les costumes. Seulement, on avait un budget de cinq millions, là où l'autre film d'époque de l'année,* Les Rayons et les Ombres *de Giannoli, avait 6 fois plus. Avec Emmanuel, on a adapté la mise en scène avec des plans plus serrés, donc avec moins de décor… On a filmé la majorité du film en lumière naturelle, soit sans équipe machino. On avait une coiffeuse, mais pas de maquilleuse…* »

La dir' de production ?_ C'est le représentant des producteurs sur le terrain. « *Un rôle plus technique, on me donne un scénario et un budget, et je gère les équipes, la coordination…* »

Son spot_ « *Pas encore défini, c'est ma première sélection à Cannes !* »





Jean-Christophe REYMOND

KAZAK PRODUCTIONS

À 18 ans, Jean-Christophe Reymond n'avait pas mis les pieds dans une salle de cinéma. 32 ans plus tard, il compte à son actif 50 courts métrages, 20 longs, dont 10 premiers films, et une palme d'or avec *Titane* (Julia Ducournau, 2021). Fondateur de Kazak Productions (2007), il y travaille en collaboration avec Amaury Ovise à faire vivre des films d'auteur.

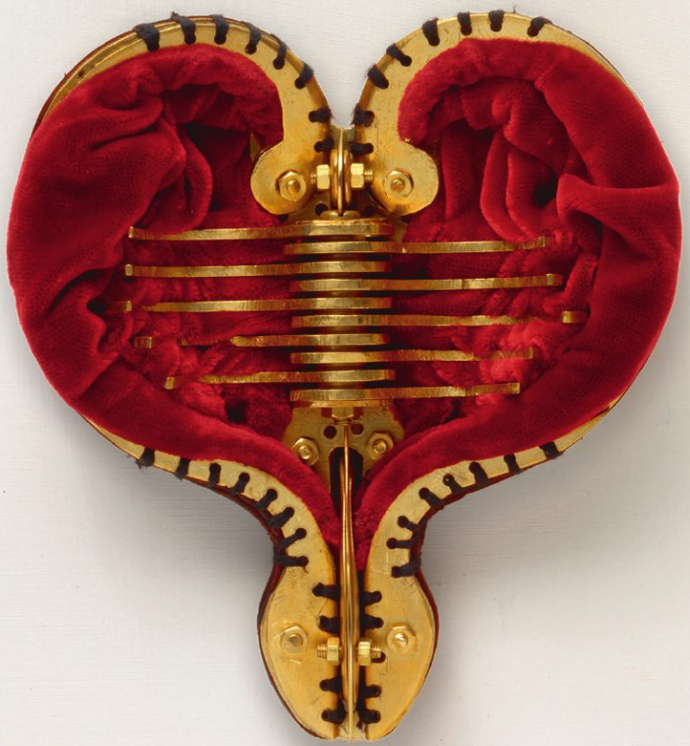
Ses films à Cannes_ *L'Aventure Rêvée* (de Valeska Grisebach, « *le portrait d'une femme aux confins de l'Europe* ») et *Gentle Monster* (où Marie Kreutzer « *questionne la confiance dans un couple* »). Deux coproductions avec le même producteur allemand, Jonas Dornbach de Komplizen Film. « *J'avais aimé* Western *(2017) leur dernier film avec Valeska Grzisebach, et j'étais déjà coproducteur de* Corsage *(2022), leur précédent film avec Marie Kreutzer.* »

Le producteur ?_ « *Un être accompagnateur, patient et résilient.* »

Son spot_ Le Petit Majestic, « *je suis un peu un anti-fêtes select.* »

03 avril - 13 septembre 2026

NORMES



CORPS

Palais de Tokyo

AVEC LES EXPOSITIONS DE : PAULINE CURNIER JARDIN, NEÏLA CZERMAK ICHTI, JESSE DARLING, JOSEPH GRIGELY, CATHY DE MONCHAUX, BENOÎT PIÉRON, LASSANA SARRE, CHERYL MARIE WADE

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

AVEC LE SOUTIEN DE

MÉCÈNES ET PARTENAIRES ANNUELS

RICHARD MILLE

Fondation ENGIE

PARTENAIRES MÉDIA / MEDIA PARTNERS

Le Monde · Les Inrockuptibles · radio nova · la fabrique des soignants · Petite Mu. · TC · Insert · RATP · arte · france•tv

LE PALAIS DE TOKYO REMERCIE ÉGALEMENT
Les mécènes et partenaires du programme Palais Durable, le Tokyo Art Club Entreprises et les Amis du Palais de Tokyo, dont le Tokyo Art Club et l'International Board

CATHY DE MONCHAUX, ONCE UPON A FUCK, ONCE UPON A LIFETIME, ONCE UPON A DUCHAMP, 1992. VELOURS, CUIR, VIS, 14,5 X 12,5 X 3,5 CM. COLLECTION PRIVÉE. © ADAGP, PARIS, 2026.

Lionel GUEDJ

TO BE CONTINUED

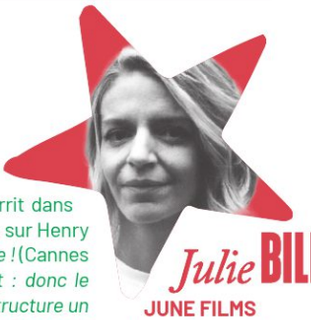
Producteur de musique, Lionel Guedj atterrit dans le monde du cinéma avec un documentaire sur Henry Padovani (The Police) – *Rock'n'roll ... Of Corse !* (Cannes 2010). « *C'était complètement auto-produit : donc le bordel complet. Après ça, il fallait qu'on se structure un peu.* » En 2012, il reprend avec Dominique Marzotto To Be Continued, une société de production. « *On a essayé de rendre son fonctionnement plus décentralisé. On voulait faire appel régulièrement à des producteurs associés, qui ne faisaient pas comme nous.* »

Son film à Cannes_ *Les Matins Merveilleux* de Avril Besson, une renaissance post-deuil dans le sud de la France. « *On co-développait ce projet avec l'un de nos producteurs associés, Christophe Audeguis. Avril a réalisé le court-métrage* Queen Size *(nommé aux César 2025). Ça a donné un coup de pied aux* Matins Merveilleux, *et on a pu enfin le produire.* »



Le producteur ?_ « *Une vision à 360 du cinéma, on travaille à tous les niveaux.* »

Son spot_ « *Je ne veux pas diffuser l'adresse exacte, mais c'est en haut du Suquet ...* »



Julie BILLY

JUNE FILMS

Issue des quartiers populaires de Montreuil, Julie Billy commence à travailler à 18 ans pour des festivals de cinéma, et pour le marché du film à Cannes. Après un passage à la FEMIS, elle entre chez Haut et Court « *où j'ai rencontré mes mamans de cinéma, et produit mes premiers films pendant dix ans.* » Il y a cinq ans, elle a co-fondé June, et elle y produit Hafsia Herzi, Fanny Liatard et Jérémy Trouilh, Emma Benestan... « *J'ai la chance de pouvoir produire une jeune génération de cinéastes avec qui je partage la culture d'un cinéma social, tourné vers la poésie du quotidien et des goûts éclectiques en termes de genres.* »

À Cannes ?_ Elle est sélectionnée par le programme Producers on the move, qui met en lumière vingt producteurs et productrices émergents, issus de vingt pays européens. Le but ? Les connecter à des partenaires internationaux, et faire naître les projets en développement comme le premier film de Clemence Poesy qu'elle développe.

La productrice ?_ « *Faire émerger de nouvelles voix, cultiver les imaginaires, et prendre soin des récits du monde... tout en sachant bien manier Excel!* »

Son spot_ « *La mer! Aller nager et n'y croiser que des poissons* »

Arthur DELABAYS

BOBBYPILLS

Après des stages chez Studiocanal et Gaumont, Arthur Delabays travaille chez blackpills (une sorte de Netflix-formats-courts-et-jeunes). Il y croise David Alric, producteur qui vient de monter Bobbypills pour ses créations dédiées à blackpills. Laquelle finit par fermer, Bobbypills prend alors son indépendance – et Arthur avec. Il y travaille d'abord au développement et commence la production aux côtés de David Alric avec Jim Queen, le premier long métrage du studio.

Son film à Cannes_ *Jim Queen* de Marco Nguyen & Nicolas Athané. « *Marco est un très bon animateur, il a bossé sur* Le Chat du Rabbin, *ou encore* Les Hirondelles de Kaboul. *Et à côté, il organisait d'énormes soirées queer à Paris : La Mercredix et la Vendredix. Quand il a basculé à la réal' d'un projet perso, il a voulu parler de ce milieu sur lequel il voyait peu de créations – surtout en animation. Avec son co-scénariste, Simon Balteaux, ils ont écrit une sorte de satire, où Jim Parfait, une icône gay attrape un virus : l'hétérose...* »

Le producteur ?_ « *Le premier et le dernier lecteur de tous les projets.* »

Son spot_ « *C'est ma première sélection ! J'ai tout à découvrir.* »





Nicolas ANTHOMÉ

BATYSPHÈRE PRODUCTION

Ne venant « *ni du milieu, ni de Paris* », Nicolas Anthomé a monté sa boîte étudiant, il y a vingt ans. Il y produit beaucoup de courts – « *ma méthode de travail y est pour beaucoup* » –, de documentaires – dont ceux du génialissime Guillaume Brac – puis des longs de fiction. En 2017, il cumule quatre films à Cannes, dans les sélections parallèles. « *Ça aide à être reconnu !* » Pour la première fois cette année, l'un de ses longs métrages est en compétition officielle du Festival.

Son film à Cannes_ *L'Inconnue* de Arthur Harari. « *On travaille ensemble depuis quinze ans.* » Un film écrit en parallèle de la BD du même, *Le Cas Zimmerman* : « *une adaptation d'une œuvre qui n'existait pas encore, c'est particulier ! C'est l'histoire de quelqu'un qui passe à côté de sa vie à qui il arrive un événement surnaturel.* »

Le producteur ?_ « *Quelqu'un qui trouve des solutions.* »

Son spot_ « *Le marché Forville, un des rares endroits supportables qui ressemble un peu à une ville.* »



Priscilla BERTIN & *Judith* NORA

SILEX FILMS

Il y a seize ans, Priscilla et Judith montent Silex Films. « *Le leitmotiv ? Fonctionner par coup de cœur* ». Elles commencent avec des films et séries live (notamment *Connasse*, 2013-2015), puis se tournent vers l'animation en 2014 « *à la faveur d'un projet*, Les Aventuriers de l'Art Moderne, *pour Arte.* » Sans abandonner le live ! Après *Diamant Brut* de Agathe Riedinger ou *La Vie de ma mère* de Julien Carpentier, « *On vient de tourner le premier long d'Alison Wheeler.* »

Leurs films à Cannes_ *In Waves*, de Phuong Mai Nguen. « *Coup de cœur absolu pour la BD du même titre, de AJ Dungo. L'histoire vraie d'une love story entre les vagues, et d'un deuil. On a pensé à Mai, qui s'est emparé du livre avec sa patte graphique.* » Et *Le Bain des Sirènes* de Lola Degove, un court-métrage sur deux sœurs qui vont prendre un bain du nouvel-an, pour la première fois sans leur mère.

La productrice ?_ « *Quelqu'un qui arrive à rêver aussi grand que le réalisateur et prendre des risques.* »

Leur spot_ « *La plage, très tôt le matin, pour tenir la journée (et la nuit).* »

Inès DAÏEN DASI

LES FILMS DU POISSON

« *J'adorai le cinéma et l'écriture mais je ne savais pas comment ça marchait.* » Il y a quinze ans, Inès Daien arrive aux Films du Poisson pour un stage. Finalement, elle y devient assistante, puis s'occupe du développement (le travail d'accompagnement de scénario), avant d'enfin produire son premier long métrage : *Nos Cérémonies* de Simon Rieth (Cannes 2022).

Son film à Cannes_ *La Gradiva* de Marine Atlan : Un voyage scolaire sur le Vésuve, qui tourne au mélodrame. « *J'ai rencontré Marine à la projection de son film de fin d'étude. À l'époque je n'étais pas productrice, donc je l'ai pourchassé plusieurs années. On a fini par collaborer sur plusieurs films d'Alexis Langlois, où elle était cheffe opératrice. C'est là qu'elle m'a parlé de son projet :* La Gradiva. »

La productrice ?_ « *La garante de la vision de l'auteur.* »

Son spot_ « *Là où est mon équipe, où que ce soit.* »




CARON
PARIS 1904
ATMAH
CARON
PARIS 1904
CARON
ATMAH



DUO CHIC_
Guillaume de Saint Sernin (en haut à droite), comédien et humoriste, prend la pose aux côtés de son frère Paul (en bas à gauche), stand upper et bientôt host de l'émission Netflix *Dans la sauce*.

PAUL : VESTE DE COSTUME CROISÉE À RAYURES **THE KOOPLES**
GUILLAUME : VESTE DE COSTUME COUPE AJUSTÉE EN LAINE **THE KOOPLES**
& MONTRE **OMEGA CONSTELLATION OBSERVATORY**

“BOSSER *en* FAMILLE”

Dans la famille, l'humour se transmet. **Paul et Guillaume de Saint Sernin**, respectivement 34 et 27 ans, nous ont rejoint au Théâtre de la Renaissance, dans le 10e arrondissement, pour un entretien 100% cinéma.

Par Klervia Lelong
Photo Alexi Pavlov

Vous touchez tous les deux à des domaines artistiques voisins : le stand-up pour Paul et la comédie et l'acting pour toi, Guillaume. Comment vous inspirez-vous l'un de l'autre ?

Paul : Je suis admiratif de la capacité de Guillaume à incarner des personnages. Il a une facilité pour ça depuis toujours. Même un sketch filmé à l'iPhone sur Instagram devient quali lorsqu'il y apparaît grâce à son talent pour le jeu.

Guillaume : À l'inverse, et ça me fascine autant que ça me terrifie, c'est la capacité de Paul à improviser, à s'adapter d'un coup dans les pires situations, à la télé *(Paul de Saint Sernin a été sniper dans l'émission « Quelle époque » sur France 2, ndlr)*, ou sur scène. Je trouve ça fou et courageux de se jeter dans le vide et réussir à convertir l'essai, à rendre le moment drôle ou agréable pour le public ou pour les invités.

Vous dites venir d'une famille très pudique. L'humour est-il un moyen pour vous de faire passer un message plus profond ?

Paul : C'est vrai que nous communiquons peu nos sentiments en famille et l'humour permet de le faire. Je me souviens d'un dîner au fin fond de l'Aveyron, chez mes grands-parents : quarante cousins et petits-enfants rassemblés autour d'une grande table dans une ambiance un peu stricte. Les plus jeunes n'ont pas le droit de parler et mon grand-père monopolise la parole. Et là, c'est plus fort que moi, je commence à le vanner. Le temps se suspend, tout le monde s'est dit : « *Paul va mourir, il a vanné le patriarche* ». Et non, mon grand-père, et puis toute la table a explosé de rire. Pendant dix secondes, j'existe. Je suis une star, pas juste un petit-fils parmi d'autres.

Paul, tu avais deux ans d'avance sur les autres élèves. L'humour est-il venu naturellement pour tenter de flouter ta différence avec les autres enfants ?

Paul : C'est sûr, l'humour permet de réduire le décalage. Pareil dans un vestiaire de foot, si tu as la bonne vanne, tu vas te faire une place, être considéré, sortir du lot. L'humour, bien utilisé, est un super pouvoir.

Guillaume, tu viens du théâtre. Que conserves-tu de dramatique lorsque tu tournes des vidéos sur les réseaux sociaux ?

Guillaume : La rigueur, le travail en amont, la répétition, la préparation du corps et de la mémoire, des échauffements physiques… J'essaie d'appliquer cette méthode à toutes les échelles et dans tous mes projets, même dans des sketchs filmés en deux-deux.

Paul, à l'inverse, tu découvres le cinéma après l'humour. En quoi le stand-up aide à jouer face à des caméras et sur un plateau de tournage ?

Paul : Le sens des silences, le petit sourcil levé après une phrase qui transforme quelque chose de basique en punchline. Le stand-up t'apprend surtout le sens du timing. J'ai joué pendant sept ans tous les soirs en comedy club, rien ne remplace cette expérience de voir, en une demi-seconde, une phrase nulle devenir une phrase culte. On y apprend ce rythme comique.

Aurais-tu aussi cette volonté, comme Guillaume, de casser un petit peu l'image drolatique qu'on a de toi en jouant des rôles plus dramatiques ?

Paul : Montrer que je sais jouer, c'est super. Mais j'adore provoquer le rire, et je ne considère pas la comédie comme du sous-cinéma, bien au contraire. Je trouve ça plus dur de faire rire que de faire pleurer. Jacques Villeret dans *Le Dîner de cons*, c'est l'insulte à l'intime ultime.

Quel est ton film préféré dans l'univers du football ?

Paul : Quand j'étais petit, il y avait un film qui s'appelait *Goal!* : naissance d'un prodige. C'est l'histoire de Santiago Muñoz, un Mexicain qui arrive en Angleterre dans un club où c'est dur, il y a de la boue, de la pluie, des contacts physiques…

Guillaume, quel est ton film préféré dans l'univers du théâtre ?

Guillaume : C'est *Oscar*, avec Louis de Funès. J'ai appris vraiment plus tard que c'était une pièce de théâtre et ça se regarde tout seul, alors que je l'ai découvert assez jeune.

Quel est le dernier film que vous avez vu ensemble ?

Paul : *En fanfare*. Benjamin Lavernhe, trop fort.

Paul, tu es à l'origine de Numéro 10 Productions. Vois-tu cette société, à l'avenir, comme une opportunité de faire des choses avec ton frère ?

Paul : Carrément, ma boîte, aujourd'hui, produit mon spectacle. Mais on a des demandes de séries, de longs-métrages… Et je crois qu'à terme, mon rêve serait de bosser en famille. Mais pas qu'avec Guillaume. J'aimerais que ma sœur s'occupe de la partie admin, et que mon père mette le nez dedans aussi.

Guillaume : ça dépend, tu proposes combien à papa ?

Paul : Bah, tu vois, ça marchera pas (rires).

La suite pour vous deux ?

Guillaume : Jouer le plus possible. Et continuer a m'amuser, à jongler entre les supports et les styles. Que ce soit au théâtre, sur les reseaux, un jour j'espère au cinéma…

Paul : De mon côté, je joue mon spectacle en octobre, novembre et décembre au théâtre de la Madeleine. J'ai l'Olympia en avril. Il y a mon émission Netflix, *Dans la sauce*, qui sort en juin. C'est la première création française Netflix ; même *Nouvelle École*, c'est un format étranger. C'est une émission de vannes, un grand show de roast où je fais venir plein d'humoristes et on vanne des stars. Et enfin, il y a le film de Léa Domenach, *Peau d'Homme* et le film de Grégoire Ludig, dans lequel je passe une tête. Pour le reste, soyez attentifs !





RISING STAR — EDEN CHALON

Par
Klervia Lelong

Photo
Anaïs Le Hugeur

Technikart People depuis l'enfance, Eden faisait une première apparition dans nos pages mannequinat dès 2015, pour notre numéro 188. Pré-ado au regard charmeur, il entamait sans le savoir une décennie passée **devant les objectifs**. Dix ans plus tard, retour sur ce premier shoot et sur ses projets à venir.

Il y a 11 ans, tu posais déjà dans *Technikart*...

Eden Chalon : À ce moment-là, je traînais beaucoup dans les locaux du magazine. C'est la première fois que j'allais dans Paris pour faire des trucs branchés. C'était la période du collège, on était plein d'insouciance. C'était génial d'avoir la possibilité de toucher à un truc professionnel à cet âge-là. J'avais déjà envie de poser...

Comment as-tu réagi en voyant le résultat de cette première parution ?

Quand j'ai vu l'article, La culture Tweens *(notre numéro dédié aux changements sociétaux orchestrés par les 9-12ans, ndlr)*, je n'avais pas compris ce choix de titre. On n'entendait pas ce mot-là dans la cour, « tweens »… Mais c'est vrai que ça nous allait bien !

Depuis ce shoot, tu as travaillé pour Louboutin, Dsquared ou encore Austin Post . Depuis combien de temps as-tu professionnalisé le mannequinat ?

J'ai fait quatre années dans une première agence quand j'étais plus jeune. Aujourd'hui, cela fait deux ans que je suis mannequin pour l'agence IMG Models.

Dans tes jobs on te voit courir, danser et parfois skater, comment décrirais-tu ton énergie sur un shoot ?

J'ai l'énergie d'un enfant qui grandit trop vite. Je suis une pile électrique qui n'arrête pas de bouger et qui a toujours besoin d'être en mouvement. Je suis aussi très rêveur parfois, assez fragile et innocent je crois. Je n'ai jamais voulu être un adulte, ça ne m'intéresse pas d'avoir des responsabilités et de tout prendre au sérieux.

Comment te différencies-tu des autres mannequins ?

J'essaye de ne pas être dans une bulle d'égo à l'affût du moindre casting. Les marques font appel à moi surtout pour le skate. C'est toute ma vie, avec la culture qui va avec : les vêtements, la musique, l'acharnement à se relever après une chute…

Comment as-tu appris à poser ?

Sur les shootings, je tisse des liens avec les photographes ou les DA. J'essaye de comprendre ce qu'on attend de moi sans me satisfaire de peu. J'apprends aussi comment la lumière tombe sur le corps pour chercher des angles...

Quels sont tes projets en dehors du mannequinat ?

Je fais du dessin sur cahier depuis tout petit, et récemment, je me suis mis à les transférer sur la toile. Ça agit comme une thérapie sur moi. Le cinéma m'intéresse beaucoup aussi, la caméra m'est familière et j'aimerais mettre mon énergie au profit d'un réalisateur. J'ai fait un stage de théâtre l'année dernière, mais il y avait un tel décalage entre les futurs comédiens de planche et moi qui n'avait jamais fait ça, que je n'ai pas poussé le curseur plus loin. Mais j'adore incarner des rôles et mettre un peu de moi dans un personnage pour lui donner vie.

La suite pour toi ?

Plus de projets, plus de vidéos, et plus de skate !

ART



1.



2.

3.





4.

5.





6.



7.

8.



9.

10.





11.



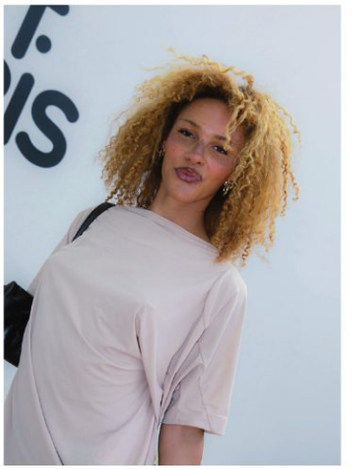
WEEK

TECHNIKART EVENTS

12.



13.



PARIS

1. *Koukla Lapidus*
2. *Louis Pisano & Pascal K. Douglas*
3. *Juliette Cordillot & Koukla Lapidus*
4. *Clément Dezelus & Thee Diane*
5. *Arnaud Laborey & Jean-Briac Dalibard (Geely)*
6. *Max Malnuit, Leo Kpodzro & Vittoria di Savoia*
7. *Mathilde Delli, Victoire Inchauspé, Max Malnuit*
8. *Dayane Obadia*
9. *Océane De Magalhaes & Koukla Lapidus*
10. *Oumar Samaké aka Oumardinho & José Lévy*
11. *Yulia Harfouch & Gustavia*
12. *Olivia Putman*
13. *Koko Divine Barno*
14. *Frédéric Vilches (L'AM de Paris)*
15. *Axel Huynh (Crazy Baby)*
16. *Sara Ouhaddou & Laurent de Vivie (BNP Paribas Banque Privée)*
17. *José Lévy*
18. *Jean-Paul Bath (Le French Design)*

14.



15.



16.





17.



18.

Pour l'édition 2026 d'Art Paris, le rendez-vous le plus excitant et le plus utile du calendrier artistique, *Technikart* a investi le Grand Palais. Au programme : une célébration de notre désormais culte « Art issue » avec sa coverstar, l'artiste franco-marocaine Sara Ouhaddou, lauréate cette année du prix BNP Paribas Banque Privée.

Nous avons prolongé les festivités à la Fontaine Gaillon pour un dîner, conçu dans les règles de l'art, avec Olivia Putman.

Photos
NTN.MCH

TECHNIKART EVENTS

1.





2.

3.





4.

C'était le happening le plus exclusif du printemps : la projection de ***La Plus belle fille du monde***, sublimissime court-métrage signé Vassili Schneider, au Technikart Creative Studio (Paris 2e).

Photos
NTN.MCH

Vassili

5.



6.





7.



9.

8.



10.



1. Matteo Pozzi & Kristina Bazan
2. Eden Chalon
3. Isabelle Brulier, Vassili Schneider & Laurence Rémila
4. Esther Rollande & Lucas Beccaro
5. Isabelle Brulier & Vassili Schneider
6. Daphné-Swann Tota Zastawnik & David Vonesch
7. Max Malnuit & Isaak Dessaux
8. Vassili Schneider & Maddie Kulicka
9. Lenny Koundel Diaw & François Alhassane
10. Chloé Roubaud

Confidentiel

LESCALUNETIER.COM

Photo © Mr.Peterrss - D.A © Jennifer Bouvard - Joël LESCA porte le modèle SAXO

MOODBOARD - VITTORIA DI SAVOIA

Le Ravissement Européen

Commissaire de l'exposition *Il Ratto Di Europa*, qui s'est tenue dans un écrin de la BKV Fine Art Gallery lors de Milan Art & Design week, **Vittoria Di Savoia** s'est alliée à Sarah Daoui, et nous expose le moodboard de sa curation.

Par Mathilde Delli

À travers le regard de huit artistes, Vittoria Di Savoia a exploré les notions de construction d'identités et d'images dans notre époque contemporaine. Si elle s'attache à promouvoir des artistes émergents sur sa plateforme de curation, elle a imaginé ce group show à l'intuition, sous l'égide du tableau indécrochable de Luca Giordano. Par désir de créer un dialogue entre le contemporain et le passé, les deux curatrices ont mêlé des artistes venant de tous horizons artistiques et identitaires, dans le décor d'un palais milanais du début du XX[e] siècle.



LES PAYSAGES SPIRITUELS DE NAUDLINE

« Le travail de Naudline Pierre est autobiographique. D'origine haïtienne et américaine, elle a grandi dans un couvent et en raconte un sentiment intérieur infini. Comme une manière d'y échapper, elle crée des personnages qui s'inscrivent dans un imaginaire fantastique et apocalyptique, et donne un aspect spirituel à ses œuvres. »

Again Against, 2025





LA CHAISE NACRÉE D'INDIA SACHI

« India Sachi a fait beaucoup de recherches sur cette chaise en ivoire, qui est très importante dans la culture indienne et qui est exposée au Victoria and Albert Museum. Elle peint beaucoup d'autoportraits à partir de photographies que son amoureux prend d'elle, alors elle s'est subtilement représentée à côté de la chaise. »

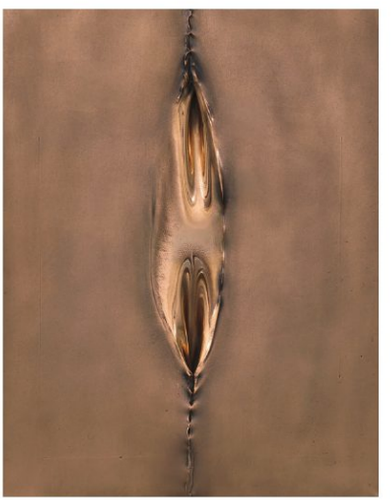
Ivory Chair, 2025

LE DOUBLE LYNCHIEN DE CRISTINE BRACHE

« En voyant l'œuvre, j'ai pensé que c'était une photographie et que les deux femmes étaient la même. Cristine Brache a choisi de représenter Dorothy Stratten, (à gauche) figure iconique et mannequin Playboy qui a été tuée par son mari. À ses côtés se trouve sa nièce Mariel Hemingway qui a joué son rôle dans son biopic. »

Repose, 2025





L'ŒIL EN BRONZE D'ELI PING

« J'ai directement été attirée par cette œuvre, sans vraiment savoir ce qu'elle m'avait fait ressentir. J'y ai vu un motif sexuel mais en fait c'est un œil qui se referme et qui est recousu. Eli Ping souhaitait parler des traumatismes, de la manière dont ils modifient notre conscience, du déplacement de la perception au-delà du visible. Son travail est déstabilisant et minimaliste. »

Aphakic, 2025

LES BALLONS SCULPTURAUX DE JAIRO SOSA

« Artiste pluridisciplinaire, Jairo Sosa transforme des objets du quotidien en sculpture céramique, de sorte à ce qu'ils changent complètement de statut. Par son processus de création, il questionne la transformation de l'identité en fonction d'un contexte. »

Untitled, 2025





CHAMPAGNE GUY CHARBAUT
12 rue du Pont, Mareuil-sur-Aÿ - 51160 Aÿ-Champagne
Tél : +33 (0)3 26 52 60 59 - Mail : contact@champagne-guy-charbaut.com
www.champagne-guy-charbaut.com

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTE, A CONSOMMER AVEC MODERATION.

JACQUES DESSE

“DES TRUCS ANORMAUX !”



Au 10 rue Gît-le-Coeur, Jacques Desse veille sur certaines des plus étranges trouvailles **érudites et sérigraphiques** de Paris et d'ailleurs. Il nous a donné rendez-vous dans sa librairie Un regard moderne pour nous faire découvrir certaines d'entre elles.

Par
Violaine Epitalon

Photo
Axel Vanhessche

Au milieu des piles de graphzines, de revues illustrées, sérigraphies, pop up, comics d'un autre temps et flipbooks, Jacques Desse, venu du monde du livre ancien et digne héritier de l'ex-gérant Jacques Noël, fait désormais tourner la librairie la plus éclectique de Paris. Fréquentée par les amateurs de littérature anglaise, les dada du lettrisme et du surréalisme, les survivants de la beat generation et le gotha du graphisme alternatif depuis les années 1990, Un regard moderne est le lieu de rendez-vous des esprits curieux. On vous conseille de faire le détour.

Lorsque Jacques Noël, votre prédécesseur, tenait la libraire, elle était fréquentée par Williams S. Burroughs (qui habitait la rue), Robert Crumb, Chris Ware ou Charles Burns. Il a aussi découvert des talents comme Blexbolex ou Anne Van der Linden. Vous avez repris la librairie il y a deux ans, quelles sont vos marottes à vous ?

Jacques Desse : Pendant trente ans j'ai travaillé dans les livres anciens, mais aussi sur les livres illustrés pour enfants. Et des trouvailles, on en achète tous les jours ! On aime beaucoup les flipbooks ou les livres pop up, comme celui-ci en relief sur le thème de l'Intelligence artificielle, *Machine Learning*. On a aussi de la bande dessinée alternative, avec une artiste comme Henriette Valium. Bref, un tas de trucs anormaux !

Comment constituez-vous votre stock ?

Beaucoup viennent en personne nous proposer leurs créations. C'est la partie compliquée : ne pas se noyer, mais rester ouvert et sensible. Et puis ici, à l'époque très créative des années 1990, certains venaient deux fois par semaine et achetaient tout. Aujourd'hui, on rachète à ces mêmes personnes des choses qui sont devenues des collector. Là par exemple, vous avez un ouvrage d'un collectif d'artistes, *Croquemitaine*, où se côtoient des styles très différents : Benito, Charles Burns, Philippe Gerbaud, Pascal Doury, Marc Caro… Mais ce qui est impressionnant c'est le travail de sérigraphie, on n'obtient pas ce genre de couleurs en impression offset.

Parmi ces artistes, avez-vous un favori ?

Je dirais Pascal Doury, on l'a à la maison depuis des années *(l'une d'entre elles sur la photo ci-contre, ndlr)* et on découvre toujours des trucs ! Il était gardien de nuit chez *Libé*, toxico avec une très grande culture artistique, une magnifique bibliothèque. Il passait ses nuits à faire des dessins qu'il détruisait ensuite parfois. Ce qu'il fait est ultra-précis, détaillé… Certaines de ses sérigraphies ont demandé 24 passages. On va faire une expo sur lui en septembre à la librairie.

La trouvaille dont vous êtes le plus fier ?

Celle qu'on fera demain ! Et plus sérieusement, certains albums publiés par les éditions La Partie : notamment *Les Magiciens*, de Blexbolex. On dirait des livres pour enfants, mais ce sont de vrais livres d'artistes. Et on est surtout très fiers d'avoir racheté le fonds de l'Apaar, éditeur de *Croquemitaine* et de Doury…

Je vois que vous vendez des livres d'Olympia Press…

Oui, l'ouvrage de l'Échappée sur le sujet a été un de nos coups de cœur. Pour les livres d'Olympia press, on a été dévalisés, on a une grosse clientèle américaine, puisqu'on se situe dans la rue de l'hôtel de la beat generation. On a notamment une édition de *Zazie dans le métro,* traduite en anglais et illustrée par Jacqueline Duhême, une dame incroyable elle a commencé comme assistante de Matisse, elle a été invitée à suivre les Kennedy en voyage officiel en Inde, elle était l'amante de Paul Eluard... Sachant que ces livres étaient un peu des romans de gare, ils sont habituellement défraîchis, là il est comme neuf, pour nous ça compte beaucoup.

Vous avez aussi des magazines ou œuvres émanant du milieu ?

On a des fac similés de ce que faisait Bazooka, un mouvement de graphistes très lié à *Libération*, ils prenaient une telle place dans le journal qu'ils leurs ont fait un supplément qui s'appelait *Un regard moderne*, d'où vient le nom de la librairie. Ils ont complètement renouvelé le graphisme des années 1980-1990.

DUCATI | Member of the Audi Group

Développé avec Shell ADVANCE Partenaire technique PIRELLI



Gamme
MULTISTRADA V4

Un avant-goût de l'aventure.

Scannez le QR Code pour en savoir plus.

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

LA CHRONIQUE STREETLUXE

LE LUXE À L'HEURE DES FUSIONS

PAR ANAÏS DUBOIS

Prada a finalisé l'acquisition de Versace, eBay s'est offert Depop, Estée Lauder et Puig négocient leur rapprochement… Zoom sur ces **rachats XXL**.

Le 31 mars 2026, L'Oréal finalisait le rachat de Kering Beauté pour 4 milliards d'euros, soit la plus grande acquisition de son histoire. Le groupe s'est offert l'intégralité du portefeuille beauté de Kering dont la Maison Creed, fleuron de la haute parfumerie de niche, ainsi que des licences exclusives d'une durée de cinquante ans pour les fragrances et cosmétiques de Balenciaga et Bottega Veneta. Ces derniers temps, le secteur du luxe et de la beauté est en quête de consolidation et multiplie les fusions-acquisitions. Décryptage du pourquoi du comment.

FAIRE FRUCTIFIER LA BEAUTÉ

La cerise sur le gâteau du deal L'Oréal-Kering, c'est la reprise, à l'expiration du contrat actuel avec Coty estimée à 2028, de la licence Gucci pour un demi-siècle, soit potentiellement près de 10 % des ventes de Coty. Le but ? Miser sur le long terme afin de développer au maximum la croissance des parfums et cosmétiques des maisons Kering. Pour L'Oréal, dont le CA atteignait déjà 44,05 milliards d'euros en 2025, cette décision permet de mettre en avant des marques désirables, de booster la recherche et l'innovation produit tout en capitalisant sur ses 22 centres de recherche pour faire face à l'essor rapide de la « Beauty Tech ». En effet, « *les entreprises cherchent à acquérir des expertises en data, en personnalisation ou encore en expérience client digitale, désormais déterminantes dans la course à la création de valeur* », explique Léa Hubsch, associée chez Kearney. Pour Kering, en revanche, la vente était autant une nécessité qu'un choix puisque le groupe, confronté à une dette nette de 9,5 milliards d'euros avait besoin de liquidités et d'un partenaire capable de faire fructifier des actifs beauté.

La décision leadé par Luca de Meo, DG du groupe, fait écho à une autre potentielle fusion dans le secteur. The Estée Lauder Companies et Puig ont annoncé le 24 mars être en pourparlers en vue d'un possible rachat (acquisition de Puig par ELC, selon Bloomberg). Ensemble, ils atteindraient un CA combiné de 20 milliards de dollars ainsi qu'un portefeuille regroupant Rabanne, Nina Ricci, ou encore MAC. Autre point non négligeable, ils pourraient directement rivaliser avec L'Oréal. Sur le plan économique, Puig est solide avec un CA record de 5,042 milliards d'euros en 2025 (+7,8 %), tandis qu'Estée Lauder traverse une restructuration douloureuse, avec trois années de recul de ses revenus et jusqu'à 7 000 suppressions de postes annoncées d'ici fin 2026. Pourtant, leurs profils sont complémentaires ; Puig domine les parfums (72 % de ses revenus) et ELC est très ancré dans le soin de la peau. Les marchés ont analysé ce contraste. L'action Puig a bondi de plus de 13 % à Madrid, quand celle d'Estée Lauder chutait de de 10 % à Wall Street. Ces décisions avaient été anticipés par le cabinet Kearney dès 2024, et, selon Léa Hubsch « *le secteur est fragmenté, avec une multitude de jeunes marques portées par les réseaux sociaux et les nouvelles attentes autour du "clean beauty" de la Gen Z* ».

MÉGA DEALS FINANCIERS

Si les méga deals financiers sont à l'ordre du jour pour la beauté, côté mode les fusions sont aussi au programme. Cela s'explique. « *La dynamique actuelle est portée par une évolution des stratégies de croissance des grands groupes. De plus, il y a un effet de cycle, lié au contexte économique récent avec des valorisations plus basses et des opportunités d'acquisition plus nombreuses* », déclare Léa Hubsch. Le dernier en date ? Le rachat de Versace appartenant au groupe américain Capri Holdings par Prada Group pour 1,25 milliard d'euros, finalisé en décembre 2025, entend peser davantage face aux géants français comme LVMH. Au dernières nouvelles, Versace ne représente encore que 65 millions d'euros sur les 5,72 milliards de chiffre d'affaires (+9 %) dégagés par Prada Group en 2025. Selon Léa Hubsch « *la mode se situe dans une position intermédiaire. Le secteur est fragmenté, comme dans la beauté mais avec une rentabilité souvent plus fragile et des cycles de tendances très rapides.* » Mais le groupe italien a l'ambition de la premiumisation plutôt que de l'expansion. Fermeture de Versace Jeans Couture, suppression des « sous-marques » de prêt-à-porter et une politique de rationalisation avec un désengagement massif des outlets où se déroulait plus de 30 % des ventes selon une étude de Morgan Stanley.

La méthode appliquée est la même que celle de Prada à partir de 2019 pour restaurer son positionnement haut de gamme. Et pour redorer son image, Prada et Versace parient sur le retour de l'Atelier Versace en haute couture en 2027 sous la direction de Pieter Mulier débauché chez Alaïa. Pour le moment, le groupe assume qu'il y aura une baisse du chiffre d'affaires de Versace en 2026, d'ailleurs inévitable lors d'une première phase d'intégration. Alors pendant que la Gen Z analyse la composition de son sérum vitamine C et que les millennials fouillent Vinted pour une chemise Versace pré-Prada, les grands groupes, eux, redessinent discrètement la carte du luxe. Reste à observer comment cette recomposition se traduira sur les podiums et en boutique, là où se vérifie, saison après saison, la solidité d'une stratégie.

↗ UP & DOWN ↘

ON SIGNE



↗ BIARRITZ EN CHANEL

Mardi 28 avril, Matthieu Blazy livre son premier défilé Croisière pour Chanel à Biarritz. C'est le choix du lieu qui nous emballe. Retour à la villa Larralde où Coco installait sa maison de couture en 1915. La cité était aussi la maison de vacances de Lagerfeld et accueille le festival Nouvelles Vagues soutenu par la maison depuis 2023. Mieux : Chanel a ouvert une projo grand écran du show à la Gare du Midi. On prend la vague.

ON VALIDE



↗ CAP SUR L.A.

Primo défilé Cruise aussi pour Dior par Jonathan Anderson. Le 13 mai à LA, le créateur a choisi la ville du cinéma pour un pari double, consolider l'image et vendre. La division Mode et Maroquinerie de LVMH a reculé de 2 % au Q1 2026, alors cap sur les USA, marché clé du groupe. À Hollywood, Dior évolue en terrain conquis : nouveau flagship sur Rodeo Drive ouvert en avril et la maison habille les red carpets depuis toujours. Soit, le scénario est (très) bien écrit.

ON SURVEILLE



↘ DEMNA + NY

Le 16 mai à New York, Demna signe son tout premier défilé Croisière pour Gucci. Sauf que la maison italienne traîne 11 trimestres consécutifs de baisse (-8% au Q1 2026) et que Bernstein vient d'abaisser ses prévisions de croissance à 4,4%. Résultat : la Cruise devient un test grandeur nature. Les chiffres risquent d'être plus décryptés que les silhouettes… Mais comme ses compères du luxe, le pari USA est strat', alors on croise les doigts.

P*TAIN DE SOIRÉE

C'EST SA DERNIÈRE CHANCE



© Louis-Adrien LE BLAY - La Méridienne - France Télévisions

DISPONIBLE SUR

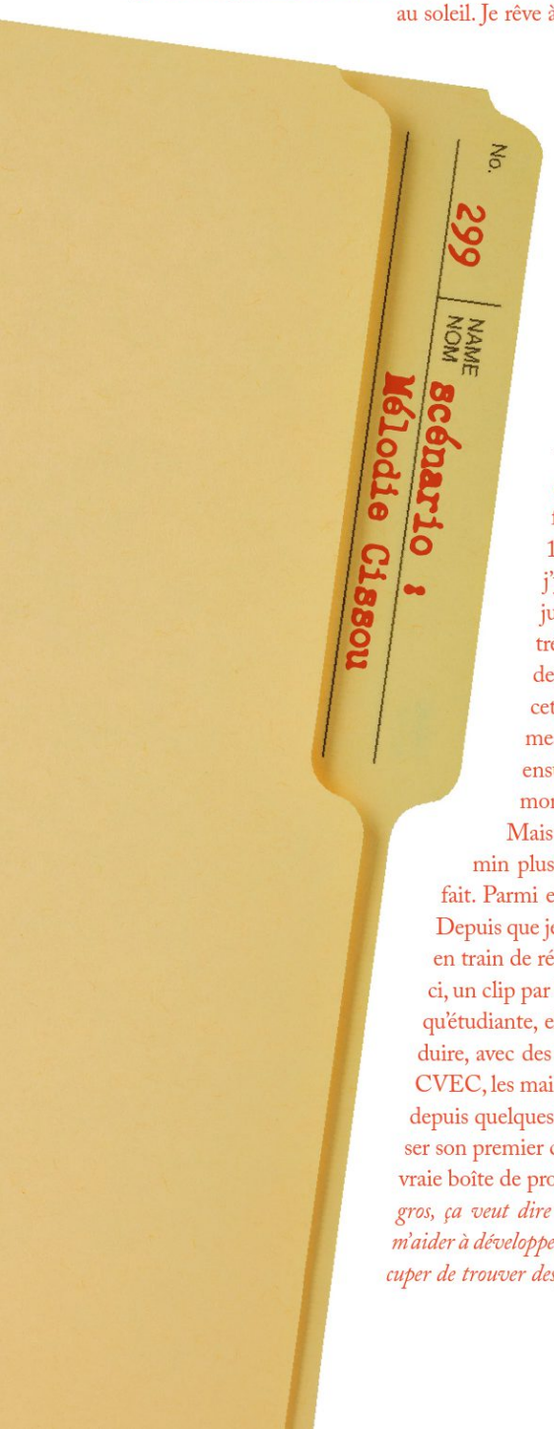
slash

LA CHRONIQUE J'AI TESTÉ

COMMENT FINANCER UN FILM

Savez-vous comment on finance son film ? Moi, pas vraiment. Récap en 4000 signes d'un processus entre pitch, scénarios, **contacts et boîtes de prod**.

PAR ADÈLE THIÉRY



Tout commence par une belle journée ensoleillée, en juillet 2020. Je viens d'avoir mon bac, je m'apprête à partir pour des études à Lille, mais pour l'instant, je sers des pizzas. Dans ma banlieue parisienne, entre deux shifts, je lézarde au soleil. Je rêve à ce que sera ma future vie : Je me projette arrivant à la Fac (pas super belle d'après google street view), entrer en grande star dans la classe, me présenter... Je fronce les sourcils. Le fantasme s'arrête là à cause d'un problème : je n'ai pas de passion particulière à présenter à cette classe fantomatique. Je lève les yeux vers la façade qui me fait un peu d'ombre. Le mini cinéma de ma ville me fait face, prochaine séance dans 15 minutes. C'est décidé, si j'y dédie toutes mes pauses jusqu'à la fin de l'été, à la rentrée, je serai celle qui veut faire des films. Si j'ai vraiment tenu cet emploi du temps tout l'été, mes plans ont un peu changé ensuite, et aujourd'hui, j'ai à mon compteur 0 (zéro) films. Mais j'ai croisé sur mon chemin plusieurs personnes qui en ont fait. Parmi elles, il y a Mélodie Cissou. Depuis que je la connais, elle est toujours en train de réaliser un court-métrage par ci, un clip par là… Généralement, en tant qu'étudiante, elle parvient à les auto-produire, avec des financements du Crous, la CVEC, les maisons étudiantes. Seulement, depuis quelques temps, elle travaille à réaliser son premier court-métrage pro, avec une vraie boîte de production : « *Être produite, en gros, ça veut dire que quelqu'un va m'épauler, m'aider à développer mon film, mais va aussi s'occuper de trouver des financements pour moi, puis des techniciens, des équipes… Et ensuite m'aider à trouver un diffuseur.* » Intriguée par le processus -globalement inconnu de toute personne n'ayant pas grandi dans le milieu du cinéma- j'ai décidé de l'accompagner.

UN SCÉNAR' PÉNARD

La première étape, c'est d'avoir un scénario au point. Celui de Mélodie raconte l'histoire d'une jeune fille qui attend sa mère qui ne viendra pas, à la fête de l'école. « *Une sorte de En Attendant Godot qui s'épuise. Je voulais réfléchir à un père qui doit devenir parent à part entière, et s'approprier la parentalité sans être une femme. Pour la première fois j'ai travaillé avec une co-scénariste, Alice Rebourg, pour m'aider à organiser tout ça.* » Ensuite, il s'agit d'incorporer ce scénario dans un dossier, contenant note d'intention, un pitch, des images de repérage et un moodboard. « *Tout le monde n'est pas forcément d'accord sur ce qu'est ce dernier. Pour moi, il fallait que les images montrent un univers esthétique, mais aussi que le film dont elles sont tirées raconte quelque chose de similaire au mien.* »

Quelques mois passent, avant un café, début avril. « *Dossier fini ! Tu m'accompagnes à une soirée pitch ?* » Nous voilà assises côte à côte derrière une rangée de cinq jurés, que je ne reconnais pas. Pourtant, au vu des regards que leur lancent les autres personnes de la pièce, ils doivent être un minimum importants. « *C'est les producteurs…* » me glisse Mélodie à l'oreille. Tour à tour, des auteurs montent sur la petite scène, et résument en cinq minutes leur projet. Une dizaine de pitch et quelques contacts échangés plus tard, on ressort. « *Maintenant qu'on a choppé 2/3 mails, on a plus qu'à envoyer le dossier à tous ces gens.* » Elle m'explique que ce genre de soirées sert à établir un premier contact. « *Les boites de prod', même les plus petites, reçoivent des dizaines de scénarios par mail, il faut que quelque chose attire leur attention.* » D'autant que la production d'un court-métrage est très différente des longs. Il y a peu de chance qu'ils soient diffusés dans un circuit rentable. « *Un court produit à grande échelle coûte en moyenne 100 000 euros, c'est rarement entièrement remboursé. C'est plutôt une démarche éthique de la part des producteurs, qui leur permet de repérer des auteurs pour plus tard.* »

COMME UN BON PSY

Au bout de quelques semaines, un mail arrive à destination, une boîte propose son aide à Mélodie. Seulement, le plan a un peu changé. On a découvert le GREC (Groupe de Recherches et d'Essais Cinématographique, ndlr). Un organisme qui ne finance que des premiers courts métrages produits. Et ça ne s'arrête pas là : au prix de certaines conditions (les techniciens doivent être bénévoles « *ce qui se fait beaucoup dans le milieu.* », le court ne peut pas être financé par d'autres organismes…), le GREC fournit de très bons contacts, et a une grande renommée. « *Certains de leurs courts-métrages vont aux Césars, ou plus souvent dans les festivals reconnus comme Clermont Ferrand ou Premiers Plans. Et ils t'accompagnent très bien dans le développement du projet.* » Bref, le dossier est envoyé, réponse en juillet. Et puis, comme dit Mélodie, « *trouver un producteur, c'est un peu comme trouver un bon psy : ça peut prendre 5 ans.* »

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

LA CHRONIQUE ÉCO

OBJECTIF THUNES ?

Alors que la **mission Artémis** a hérissé les poils des ayatollah de la crise économique, l'économiste le plus lunaire de France rappelle qu'on doit à la conquête de l'espace nos aspirateurs sans fil, GPS ou semelles anti-choc. On dit merci qui ?

PAR THOMAS PORCHER

Sur les plateaux de télévision, les grands projets portés par l'État sont régulièrement tournés en dérision, comme s'ils n'étaient que les fantasmes de technocrates, étrangers aux réalités de l'entreprise. À les entendre, il faudrait surtout laisser agir le secteur privé et cantonner l'État à offrir un environnement favorable aux entreprises en baissant les impôts et en déréglementant. Et pourtant, l'histoire montre exactement l'inverse : ce sont souvent ces entreprises jugées folles ou excessives pilotées par l'État qui ont transformé durablement nos sociétés. La mission Artemis, programme lunaire de la NASA destiné à installer une présence durable sur la Lune avant de préparer, à plus long terme, les voyages vers Mars, en est une nouvelle illustration.

RISQUÉE, DANGEREUSE ET GRANDIOSE

En septembre 1962, à l'université Rice de Houston, John Fitzgerald Kennedy annonçait que les États-Unis s'engageaient dans « *l'aventure la plus risquée, dangereuse et grandiose jamais entreprise par l'homme* », celle d'envoyer des hommes sur la Lune avant la fin de la décennie. Il reconnaissait d'ailleurs sans détour que cela coûterait cher et que rien ne garantissait le succès. Sept ans plus tard, le 20 juillet 1969, deux hommes marchaient sur la Lune. Mais l'essentiel n'est pas seulement là, dans l'image historique du drapeau américain planté dans la poussière lunaire. L'essentiel est dans tout ce qu'Apollo a rendu possible ici, sur Terre. Les contraintes immenses de la conquête spatiale ont obligé à inventer, miniaturiser, tester, coordonner. De là sont nées ou ont été accélérées des innovations aujourd'hui banales comme les équipements électroniques portables, les outils sans fil, les montres à quartz de précision, les panneaux solaires, les aliments lyophilisés, les équipements d'assistance respiratoires, l'imagerie médicale comme les scanners, etc. Autrement dit, pour aller sur la Lune, il a fallu créer un écosystème d'innovation dont les retombées ont irrigué toute l'économie.

Voilà ce que les partisans de la rigueur budgétaire refusent toujours de voir. Un grand plan d'investissement public ne se limite pas à l'objectif qu'il affiche. Il transforme aussi le tissu productif, stimule la recherche et fait émerger de nouvelles compétences, de nouvelles filières et de nouveaux usages. Apollo n'a pas seulement permis de marcher sur la Lune, il a montré qu'un État peut stimuler l'innovation et transformer l'économie lorsqu'il se donne un horizon ambitieux.

VISER LA LUNE

C'est sans doute là la grande leçon des programmes spatiaux. Leur force ne réside pas seulement dans la prouesse scientifique, mais dans leur méthode. D'abord, un objectif politique clair est fixé par l'État. Ensuite, des financements publics importants sont engagés. Enfin, des partenariats entre recherche publique, agences, laboratoires et entreprises privées sont construits pour atteindre cet objectif. Et cette méthode s'est révélée particulièrement efficace pour l'économie.

C'est précisément ce qu'explique Mariana Mazzucato dans son livre *Mission économie : un guide pour changer le capitalisme* (Fayard). Les grandes transformations viennent de projets collectifs assumés, pas de la seule juxtaposition d'intérêts privés. Pourquoi ne pas appliquer cette logique au climat, à l'eau, à la santé, à l'énergie ? Pourquoi se condamner à gérer les crises une par une quand on pourrait fixer des priorités, orienter l'investissement et organiser l'innovation autour de buts communs ?

Au fond, la question est simple : veut-on une économie qui compte ses sous ou une économie qui prépare l'avenir ? Car les sociétés qui avancent ne sont pas celles qui renoncent au nom du coût, mais celles qui comprennent qu'il faut parfois viser la Lune pour transformer la Terre.

LES CERCUEILS DES PROUVEURS

Quand on a de l'argent à ne plus savoir quoi en faire de son vivant, autant le dépenser dans ce qui restera à jamais de notre image. Strass à paillettes ou chêne massif, voici les cercueils de stars qui ont choisi d'emmener leur fortune dans leur tombe, littéralement.



LE PLUS KITSCH

LOANA PETRUCCIANI

Rose bonbon, assorti aux cravates des employés de pompe funèbre et accessoirisé d'un cœur en argent, le cercueil de Loana ferait jalouser Barbie. Tantôt raillée par les médias, tantôt défendue par sa communauté, la participante de télé-réalité reste malgré tout fidèle à l'image kitschoune qui lui colle à la peau. Et c'est pour ça que nous, on l'aime.



LE PLUS SAFE

BENOÎT XVI

Selon les règles mises en place par le dogme à cette époque, le corps de l'ancien Pape repose dans trois cercueils différents, à la manière d'une poupée russe. Le premier, en bois ce cyprès, est disposé dans un cercueil en plomb, à son tour mis dans une boîte en chêne. Bon courage aux porteurs funéraires...

L'ÉPINE DE ROSE

RÊVES, MODE D'EMPLOI

Au lieu de noter vos fantasmes érotiques avec ce collègue de bureau dans votre carnet Moleskine, vous feriez mieux de demander à la **romancière la plus sibylline** de France une meilleure façon d'utiliser vos chimères.Décryptage.

PAR ROSE VIDAL

On fait quoi de nos rêves ? Il y en a qui les notent au réveil, vite, avant que ça fonde. Mais même quand on s'y intéresse, même quand on s'en souvient, on n'en fait pas grand-chose. Sans doute parce qu'on n'en a pas la maîtrise : on les vit, on les subit. « Rêver » vient du vieux français resver : errer, divaguer. Celui qui a quitté la route. Le rêve n'est pas un lieu où l'on va mais celui où l'on se perd. C'est ton soi qui te rêve en dehors de ta volonté ; on ne fait pas un rêve, mais on est rêvé.

Un ami me raconte un rêve qu'il faisait souvent par le passé. Un rêve en deux parties. Flashback : il se voit petit enfant assis à l'arrière de la voiture que ses parents conduisent. Ils heurtent quelque chose, ses parents le laissent seul dans la voiture pour aller voir ce qu'ils ont heurté. Des bruits horribles, des cris, la vision d'une bête, un œil… et enfin le silence. Puis les gyrophares, la police, l'enfant est pris en charge par les secours. Puis le rêve saute dans le temps : jeune adulte, il n'a aucun souvenir de l'épisode du flashback, mais il enquête sur la disparition de ses parents. Il arrive dans un petit hôtel au toit plat, terrasse en béton, vue sur une ville en contrebas. Mais il ne peut pas avancer, comme si la suite était verrouillée. Des années plus tard, dans la vraie vie, lors d'un voyage en famille à Lisbonne, il voit l'hôtel. Semblable en tout point. Le toit, la terrasse, l'enseigne, « *c'est là !* ». Le rêve n'est plus jamais revenu. Comme s'il était resté, ou retourné à son hôtel. Comme si quelque chose, à l'intérieur, l'y attendait.

QUI RÊVE QUAND JE RÊVE ?

Il arrive que deux personnes, la même nuit, fassent le même rêve. Deux enfants dans leur chambre, qui le découvrent au petit-déjeuner, en terminant les phrases l'un(e) de l'autre. Personne ne sait quoi en faire. Il y a quelques variations, qui n'empêchent pas l'étrangeté qu'une même vision visite deux corps séparés, inconscients. Il y a dans nos ventres, nos glandes, nos corps, des bactéries, des parasites, et toutes sortes d'organismes qui ne sont pas nous. Ils nous habitent, et modifient parfois la chimie de notre cerveau, orientent nos humeurs et infléchissent nos comportements. Le rêve fonctionne peut-être ainsi : non quelque chose que le cerveau fabrique, mais quelque chose qu'il héberge, qui circule, qui passe, qui mute, qui laisse des traces en lui. Imaginons : que les rêves soient plantés en nous comme des gènes dormants, et qu'ils éclosent une nuit sans qu'on sache bien pourquoi. Imaginons qu'on ne fasse pas les rêves ; mais qu'on les attrape, comme un rhume, lorsqu'ils migrent d'un corps à l'autre. Ils nous visiteraient.

Dans le manga *Mushishi*, un paysan fait des rêves qui permettent à son village d'anticiper les catastrophes. On le prend pour un oracle, mais ses rêves sont plus en plus fantastiques et sombres, et la réalité aussi. Le personnage principal, chasseur de mushi (de petits organismes invisibles à la lisière entre l'esprit et le microbe) découvre qu'une colonie de ces mushi a fait son nid dans l'oreiller du paysan. Ses rêves ne prédisaient pas le futur ; les mushi s'en nourrissaient et ils contaminaient la réalité. C'est une fiction, bien sûr. Mais elle formule l'intuition nue : le rêve n'est pas un miroir du réel, il en est le moule. Même si on ne le voit pas immédiatement au réveil, ce qui se pense dans le noir du sommeil empreint le monde de sa marque.

ÇA VA ALLER !

Si c'est le cas, alors le rêve n'est pas un espace privé mais un espace commun, une sorte de nappe souterraine à laquelle chacun accède la nuit sans le savoir, en imprégnant et en se laissant imprégner. Et peut-être que ce qu'il faut faire des rêves, c'est justement les remettre en circulation, les raconter, les confier, les rendre au dehors. Les faire aller, comme après le cauchemar : ça va aller.

Le rêve est le dernier terrain vague, il n'a pas de propriétaire, il accepte les hôtes et les gens qui passent. Nos morts y passent parfois nous dire un mot. Le temps n'y marche pas droit. L'identité non plus. La prochaine fois que quelqu'un vous confie un rêve, écoutez bien. Ce n'est peut-être pas le sien. C'était peut-être le vôtre.



LE PLUS BOHÈME

BRIGITTE BARDOT

La célèbre actrice française s'est fait enterrer dans un cercueil en pin habillé d'osier de 195 cm de longueur. Ornée d'une gerbe de fleurs des champs, la boîte est devenue une référence des pompes funèbres artisanales. On ne pouvait pas faire plus cliché de la part d'une « amoureuse de la nature » (+1 point bonus pour l'aspect 100% biodégradable).



LE PLUS BLING BLING

MICHAEL JACKSON

Le roi de la pop n'y a pas été de main morte, optant pour un cercueil plaqué or à l'intérieur matelassé de velours. Le modèle estimé à 25 000 dollars a même été scellé dans du béton pour éviter toute dégradation. Vous pourrez tout de même admirer le tombeau de MJ au Forest Lawn Memorial, cimetière des plus grandes vedettes américaines, où reposent également Walt Disney et Elizabeth Taylor.



LE PLUS SOBRE

JOHNNY HALLYDAY

Le chanteur de « *noir c'est noir, il n'y a plus d'espoir* » avait tranché pour un cercueil blanc immaculé, en référence à son idole de toujours, Elvis Presley. Pour tous les fans de notre Johnny national, un magasin de pompes funèbres commercialise ce modèle dans la Marne pour près de 2000 euros. Mais quand on aime, on ne compte pas, n'est-ce pas ?

K.L.



CHEMISE EN CRÊPE AVEC ENVERS
EN SATIN DE SOIE, CRAVATE EN SATIN DE SOIE
SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO

L'âge d'or de Vassili SCHNEIDER

PAR
Max Malnuit &
Laurence Rémila

PHOTOS
Arno Lam

GROOMING
Sebastien Le Corroller

STYLISTE
Thomas Turian

ASS. STYLISTE
Ali Marashi

Charlette Studio

Le nouvel âge d'or du **cinéma français** a déjà sa star. Précision dans le jeu, charisme nonchalant et photogénie d'un autre temps, Vassili Schneider, 27 ans, a décidement tout pour lui : un seul en scène déjà primé, un court métrage prometteur et un rôle dans *L'Âge d'or*, l'un des films les plus ambitieux du Festival de Cannes. Rencontre entre deux triomphes.

Au bout d'une poignée d'heures passées en sa présence, il a bien fallu se rendre à l'évidence. Doté d'un charisme contagieux, Vassili Schneider possède toutes les qualités des grandes stars de l'âge d'or hollywoodien : une intensité naturelle, une photogénie exceptionnelle et cette capacité rare à faire naître l'émotion par le simple regard. Autrement dit, à 27 ans, notre coverstar fait revivre cette époque où les acteurs étaient des icônes absolues.

Après avoir éclaté au grand jour dans *Le Comte de Monte-Cristo*, le blockbuster de Matthieu Delaporte et Alexandre de La Patellière, où il incarne le jeune Albert de Morcerf, il a su s'imposer avec l'humilité de ceux qui savent qu'une carrière réussie relève davantage du marathon que du sprint. Révélé également par son rôle dans *Les Amandiers* de Valeria Bruni Tedeschi, il a multiplié les compositions audacieuses, autant dans *Notre-Dame brûle* de Jean-Jacques Annaud, que dans des films plus confidentiels ou des séries…

Icône montante du cinéma français, ce Franco-Canadien, cadet de la fratrie Schneider, illumine aussi les défilés de Saint Laurent et Tom Ford, créant une véritable « Vassili-mania » tout en construisant, rôle par rôle, une filmo à part.

Aujourd'hui, l'acteur passe derrière la caméra : il vient de réaliser son premier court-métrage, *La Plus Belle Fille du Monde*, une comédie grinçante portée par Melvil Poupaud et Eva Danino. Parallèlement, il annonce de nouvelles dates pour *La Prochaine fois que tu mordras la poussière* de Panayotis Pascot, la pièce qui lui a valu le Molière de la révélation masculine en 2025 et l'un des événements théâtraux les plus touchants de ces dernières saisons. Enfin, il représentera à la 79e édition du Festival de Cannes *L'Âge d'Or* de Bérenger Thouin, un premier long présenté en sélection Cannes Classics. Ce film pointu suit la vie hors norme de Jeanne (incarnée par Souheila Yacoub) à travers tout le XXe siècle, grâce à une approche singulière mêlant fiction contemporaine et images d'archives issues des collections Gaumont Pathé. Nous retrouvons « Le Plus Beau Garçon du Monde » (son surnom ici au Technikart Creative Studio) à quelques jours seulement du Festival de Cannes.

Ton premier court-métrage en tant que réalisateur, *La Plus Belle Fille du Monde*, inspiré d'une nouvelle de Raphaël Haroche, vient d'être sélectionné par le Festival Nouvelles Vagues. Quelle a été sa genèse ?

Vassili Schneider : Le projet remonte assez loin. À l'époque, nous sommes en 2018, je venais d'arriver à Paris après mes études. Je lisais énormément, j'essayais de comprendre où j'avais envie d'aller sur le plan artistique. Un jour, mon grand frère Niels m'a conseillé un recueil de nouvelles de Raphaël Haroche. Je me suis plongé dedans, et j'ai pris une claque. Immédiatement, j'ai senti qu'il y avait un vrai potentiel cinématographique dans ses textes, et *La Plus Belle Fille du Monde* m'a obsédé. Je trouvais la nouvelle à la fois très drôle, très noire et profondément géniale. À ce moment-là, je ne connaissais encore personne à Paris et je n'avais pas les moyens de monter un film, donc le projet est longtemps resté dans un coin de ma tête.

Pourquoi as-tu flashé sur cette histoire d'un pauvre mec obsédé par une jolie fille ?

Je me reconnaissais beaucoup dans l'humour de l'auteur, mais aussi dans la sensibilité de ce personnage un peu à côté du monde, qui poursuit un idéal avec une forme de naïveté, prêt à écouter n'importe quoi. J'ai toujours eu une tendresse particulière pour les « loosers », dans les romans comme au cinéma.

Les hommes sont-ils prêts à écouter vraiment n'importe quoi lorsqu'ils cherchent à séduire ?

Pas seulement les hommes, mais les êtres humains en général. Ici, pour quelque chose d'aussi con que coucher avec une jolie fille, le personnage se laisse humilier, devient un pauvre chien. Ce n'est pas l'amour qui fait faire ça ; il s'agit là uniquement de désir. Quand on désire quelqu'un trop intensément, on construit une sorte de fiction mentale, un fantasme, et parfois on s'y perd complètement. C'est ça qui m'intéresse dans ces personnages-là, ce moment où ils ne sont plus tout à fait lucides, où ils commencent à changer leur comportement, à se trahir…

Dans ton film, c'est à la fois très beau, très drôle, mais aussi pathétique.

J'ai toujours aimé ces personnages solitaires, très enfermés dans leur tête, qui poursuivent une illusion jusqu'à ne plus savoir exactement qui ils sont, un peu à la *Taxi Driver* ou *Two Lovers*. À mon avis, tout le monde a déjà connu ce sentiment, même de manière minuscule : attendre un message et imaginer une histoire.

On a du mal à t'imaginer pris dans ce genre d'engrenage.

Oh que si… même après avoir écrit le scénario, ce qui est pire ! Je me construisais des itinéraires absurdes en me disant : « *Je sais qu'elle va dans ce bar* ». Donc je passais devant, puis devant un autre, en espérant tomber sur elle « *par hasard* ». Évidemment, ça n'arrivait jamais. Et à 3 heures du matin, sous la pluie, complètement trempé, tu rentres chez toi en te disant : « *Mais quel imbécile !* »

Comment en es-tu arrivé à ce casting : Eva Danino en jolie nazillonne, et Melvil Poupaud en « pôv' gars » monstrueusement malchanceux ?

J'avais travaillé avec Eva sur *Les Amandiers* et nous sommes devenus amis. C'est une très bonne actrice et elle a déjà fait du mannequinat, donc c'est un monde qu'elle connaît. Avec Melvil, ce qui est marrant, c'est qu'au départ je n'étais pas sûr de l'imaginer dans le personnage parce que je l'avais vu dans des rôles un peu plus pervers. Et puis c'est un beau mec, Melvil. Je me suis dit : « *Est-ce que ça ne va pas trahir le propos de voir un gars séducteur* ▶

« À 3 heures du matin, sous la pluie, complètement trempé, tu rentres chez toi en te disant : "Mais quel imbécile !" »

CHEMISE EN CRÊPE AVEC ENVERS EN SATIN DE SOIE, CRAVATE EN SATIN DE SOIE, PANTALON PAPERBAG EN MOHAIR ET LAINE **SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO**




MON IRLANDE
TAPAS & PINCHOS
PAPILLES!

▸ *et charismatique de 50 ans ?* ». J'avais peur que ça dévie le sujet du film. Puis j'ai compris que c'était un acteur qui pouvait être drôle et qui ne craignait pas le ridicule. Il n'a pas eu peur de la coupe atroce qu'on lui a faite. C'était un régal.

Le film est coproduit par la Maison Saint Laurent et AD Vitam.

Oui, je crois qu'il fallait simplement attendre le bon moment. Je savais que Saint Laurent avait envie de produire des films, et comme je suis proche de la Maison, je me suis permis de leur envoyer le scénario. Ils ont tout de suite voulu participer. Les personnages du film portent uniquement des pièces Saint Laurent qui existaient déjà ou qui ont été faites pour le film. Pour le personnage d'Eva Danino, ça tombait bien, parce qu'elle est une grande mannequin. Pour le personnage de Melvil, c'était un peu plus compliqué : comment justifier qu'il soit en Saint Laurent ? On a chopé des pièces qui ne fonctionnaient pas ensemble pour lui donner un look un peu incohérent. Ça a été une belle contrainte et la Maison a confectionné ces pièces avec beaucoup de générosité.

Qu'as-tu appris de cette première expérience derrière la caméra, notamment sur le métier d'acteur ?

En réalisant, j'ai compris que la relation entre un metteur en scène et un comédien est presque une affaire de psychologie. On peut avoir beaucoup de choses en tête, mais tout dépend des mots qu'on choisit et de la manière dont on les dit. Si tu te trompes dans tes indications ou dans ta façon de choisir les mots, tu peux faire perdre confiance à ton acteur, et parfois ce n'est pas rattrapable : tu lui as dit un truc qui lui reste en tête pendant toute la journée, et c'est foutu. Les comédiens sont les êtres les plus fragiles sur un plateau de tournage.

Justement, toi tu as commencé ta carrière de comédien très jeune mais tu n'as pas fait d'école de théâtre…

Au Québec, j'étais en arts numériques : j'apprenais Photoshop, le montage, la photo, le dessin animé. Mais je n'ai pas pu finir, donc je n'ai même pas l'équivalent du bac. Mais ça tient à rien : c'est à cause d'un cours de sport que je n'ai pas fait ! Si je veux l'avoir, il me suffit d'aller faire deux semaines de tennis à Montréal.

Et en arrivant en France ?

Je suis venu suivre l'atelier de Claude Lelouch à Beaune où chaque année il prend treize jeunes aspirants réalisateurs. J'ai fait ça pendant un an et demi. Ça m'a donné l'occasion de rencontrer des gens et ça m'a surtout donné envie de réaliser.

Ton père était également comédien ?

Oui, j'ai la chance d'avoir un père qui a fait du théâtre, mais qui a aussi été danseur classique à l'Opéra et qui nous donnait des cours de théâtre, à moi et mes frères, depuis qu'on est enfants. C'était une activité qu'on partageait ensemble, sans aucune volonté qu'on devienne des professionnels. Il nous disait : « *Cet après-midi, je vous apprends un poème de Prévert* », par exemple, et ensuite il nous coachait pour bien l'interpréter.

Tu suis encore ses coachings aujourd'hui ?

Oui, je continue de travailler avec lui, surtout sur le théâtre. Comme il vient de cet univers, il m'a transmis beaucoup de clés sur la manière d'habiter une scène, d'en connaître chaque recoin pour finir par s'y sentir complètement chez soi. Avant les représentations, on échange beaucoup ; il me donne des exercices, des petits rituels. Il aime énormément la boxe et me répète souvent : « *La scène est un ring, et c'est le tien.* »

Tu portes presque seul sur scène l'adaptation de *La Prochaine fois que tu mordras la poussière* de Panayotis Pascot. Comment as-tu été embarqué là-dedans ?

J'ai eu le casting, puis on s'est mis à travailler avec Paul Pascot, le frère de Panayotis et metteur en scène de la pièce, sur l'adaptation du texte. Il a été très ouvert concernant certaines de mes propositions, donc la pièce s'est construite assez naturellement, au fil de grands échanges entre nous.

Avec les frères Pascot, vous créez un nouveau personnage qui est simplement « le fils », pas une décalque de Panayotis. Comment t'es-tu préparé à affronter un texte aussi intime et émotionnellement dense ?

C'était une envie très forte de ne pas avoir ce côté décalque, on a donc essayé beaucoup de choses avec Paul [Pascot]. Au départ, j'abordais les scènes dramatiques de façon très intense, et les moments plus légers avec davantage de sourire. Puis Paul a eu l'idée incroyable de renverser cela en amenant beaucoup de lumière dans les moments les plus sombres. C'est ce qui crée toute la nuance du texte. Finalement, sur scène, je passe plus de temps à sourire, presque à rire, en racontant les épreuves que traverse le personnage, plutôt qu'à jouer quelqu'un écrasé par la dépression.

Ça pourrait être une œuvre triste, mais ça ne l'est pas, et ça n'est pas non plus une pièce drôle.

C'est vrai que c'est un travail de dentelle, très délicat, entre les deux.

Tu incarnes ce personnage avec beaucoup de candeur mais aussi une certaine démesure.

Le personnage traverse constamment ses souvenirs et sa mémoire, il fallait sortir du réel et laisser une vraie place à l'imaginaire. Paul ▸

« Les comédiens sont les êtres les plus fragiles sur un plateau de tournage. »

CHEMISE EN CRÊPE AVEC ENVERS EN SATIN DE SOIE, CRAVATE EN SATIN DE SOIE, PANTALON PAPERBAG EN MOHAIR ET LAINE
SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO

m'a appris à agrandir mon jeu, à ne pas toujours chercher un réalisme absolu. Dans les scènes liées à l'enfance ou aux cauchemars, il m'encourageait à aller beaucoup plus loin, presque comme un personnage de bande dessinée avec quelque chose d'ultra généreux et parfois complètement déformé.

Ce climax avec la chanson de Queen…

Cette scène est un vrai relâchement pour moi. Quand la représentation se passe bien, c'est une fête, je ne pense plus au public, je danse juste pour moi. Et les soirs plus compliqués, elle me permet au contraire de lâcher prise. À chaque fois, elle m'émeut énormément, j'ai toujours une petite boule dans la gorge en la jouant. J'en suis aussi très fier parce que *Bohemian Rhapsody* était un morceau que mon frère Vadim adorait. Je me souviens avoir joué cette scène une première fois devant mon père, dans son salon, avec simplement le son qui sortait de mon téléphone. Il avait eu les larmes aux yeux, c'était un putain de beau moment.

Conseilles-tu à tous tes amis comédiens et comédiennes de se trouver un « one man show » ? Parce que ça permet vraiment à l'acteur d'être sur scène, de montrer l'étendue de ses émotions et de ses skills.

Évidemment, c'est le plus grand défi et c'est la meilleure des choses parce qu'on affronte toutes ses peurs. Quand j'ai été pris pour cette pièce, je n'arrivais pas à croire que j'allais faire ça, me retrouver 1h40 tout seul sur scène, quand on y pense, ça donne le vertige.

Performance épuisante ?

Le concept de « performance » existe vraiment. Je me souviens qu'au début, en rentrant chez moi le soir à vélo, j'étais en nage et je me demandais sincèrement comment j'allais trouver l'énergie de remonter sur scène le lendemain. J'y mettais tellement de cœur que je me suis épuisé très vite. À la reprise, après trois dates, j'ai été pris d'une sorte de petite déprime, presque un mini burn-out. J'étais devenu trop proche du personnage.

Comment reprendre du poil de la bête dans ces cas-là ?

Paul m'a dit un jour : « *Arrête de vouloir faire la meilleure performance du monde. On fait du spectacle vivant. Tu as le droit de te planter, d'oublier un mot et d'en rire.* » Ça m'a beaucoup allégé de me dire qu'il n'y a pas d'enjeu de vie ou de mort. J'ai essayé de me marrer sur scène et d'arrêter de m'ouvrir le ventre pour me faire souffrir et avoir les larmes. Tu m'étonnes, avant cette discussion, je travaillais et retravaillais la pièce toute la journée avant de la jouer le soir… je la vivais trois fois par jour, c'était un peu insensé.

Qu'est ce que ça a changé sur la pièce en elle-même et ton interprétation ?

À partir du moment où je me suis autorisé à davantage m'amuser, tout a changé. Paradoxalement, c'est là que la pièce est devenue meilleure. Mon père, qui l'a vue un nombre absurde de fois, m'a dit : « *Là, tu viens de faire un bond en avant* ». Je crois qu'au théâtre, une fois que les bases sont solides, il faut justement accepter de sortir du cadre, de prendre des risques et de laisser un peu de liberté au jeu.

Quelle est la suite pour toi ?

Évidemment, j'ai hâte que les gens découvrent *La Plus Belle Fille du Monde*, on annonce aussi la reprise de *La Prochaine fois que tu mordras la poussière* au Trianon en décembre 2026, la sortie en salle en fin d'année de *L'Age d'or* et celle des *Misérables* de Fred Cavaye.

***L'Âge d'or* est un film d'archive avec un parti pris bien spécifique, il sera présent en sélection Cannes Classics pour cette 79e édition du festival de Cannes. Peux-tu nous en dire plus sur le tournage ?**

C'était un des tournages les plus intéressants que j'ai eus jusqu'à présent, et sans doute le plus particulier. Comme le film est composé d'énormément d'images d'archives vieilles de 100 ans dans lesquelles nous sommes incrustés, il y avait un montage du film avant même le tournage. Ça n'arrive jamais. La mise en scène était pensée comme les documentaires d'époque, nous pouvions regarder la caméra pour beaucoup improviser. Et puis l'équipe était toute petite et globalement très jeune, j'avait presque l'impression de tourner un court métrage avec des copains, détaché de toute pression.

Tu as découvert les images ?

Oui, et j'ai tout de suite été très ému en me voyant intégré à ces archives, entouré de toutes ces personnes qui ont vécu il y a près d'un siècle et qui deviennent, malgré elles, des figurants du film. C'est une œuvre peuplée de fantômes, il y a quelque chose de bouleversant à se retrouver à l'image aux côtés de visages qui appartiennent au passé, peut-être même à nos ancêtres. C'est aussi ce qui rend ce projet si stimulant, il y a une vraie sensation d'inventer quelque chose. Participer à un film aussi libre et novateur donne envie de continuer à jouer, tourner, écrire, chercher encore.

***L'Âge d'or* de Bérenger Thouin : prochainement en salles**

ENTRETIEN MAX MALNUIT & LAURENCE RÉMILA

POLO EN MAILLE DE CACHEMIRE, LAINE ET SOIE PLATE, PANTALON PAPERBAG EN SOIE
SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO

Vassili
LA LIFE

1999

Naissance à Montréal. Il est le dernier d'une fratrie d'artistes, entre musiciens et comédiens. Son père, acteur et metteur en scène, et sa mère, pianiste et mannequin, l'initient très tôt au spectacle, au cinéma et à la musique.

2008

Il apparaît pour la toute première fois au cinéma dans le film *Tout est parfait* d'Yves-Christian Fournier.

2015

Il se révèle au public québécois grâce au long métrage de Philippe Lesage, *Les Démons*. Son interprétation attire l'attention de la critique et l'impose comme l'un des visages prometteurs du cinéma canadien.

2022

Remarqué en France dans le film *Les Amandiers* de Valeria Bruni Tedeschi, il se présente pour la première fois au festival de Cannes. Il rejoint ainsi la nouvelle génération du cinéma français.

2024

Explosion médiatique avec *Le Comte de Monte Cristo*. À l'affiche aux côtés de Pierre Niney, le blockbuster made in Pathé dépasse les neuf millions d'entrées et l'installe au rang des acteurs les plus suivis de sa génération.

2026

Il passe derrière la caméra avec *La Plus Belle Fille du Monde*, son premier court métrage en tant que réalisateur. Il est sera à l'affiche de *L'Âge d'or* et de retour sur les planches avec *La Prochaine fois que tu mordras la poussière* en fin d'année.



EMINENTE

RON DE CUBA

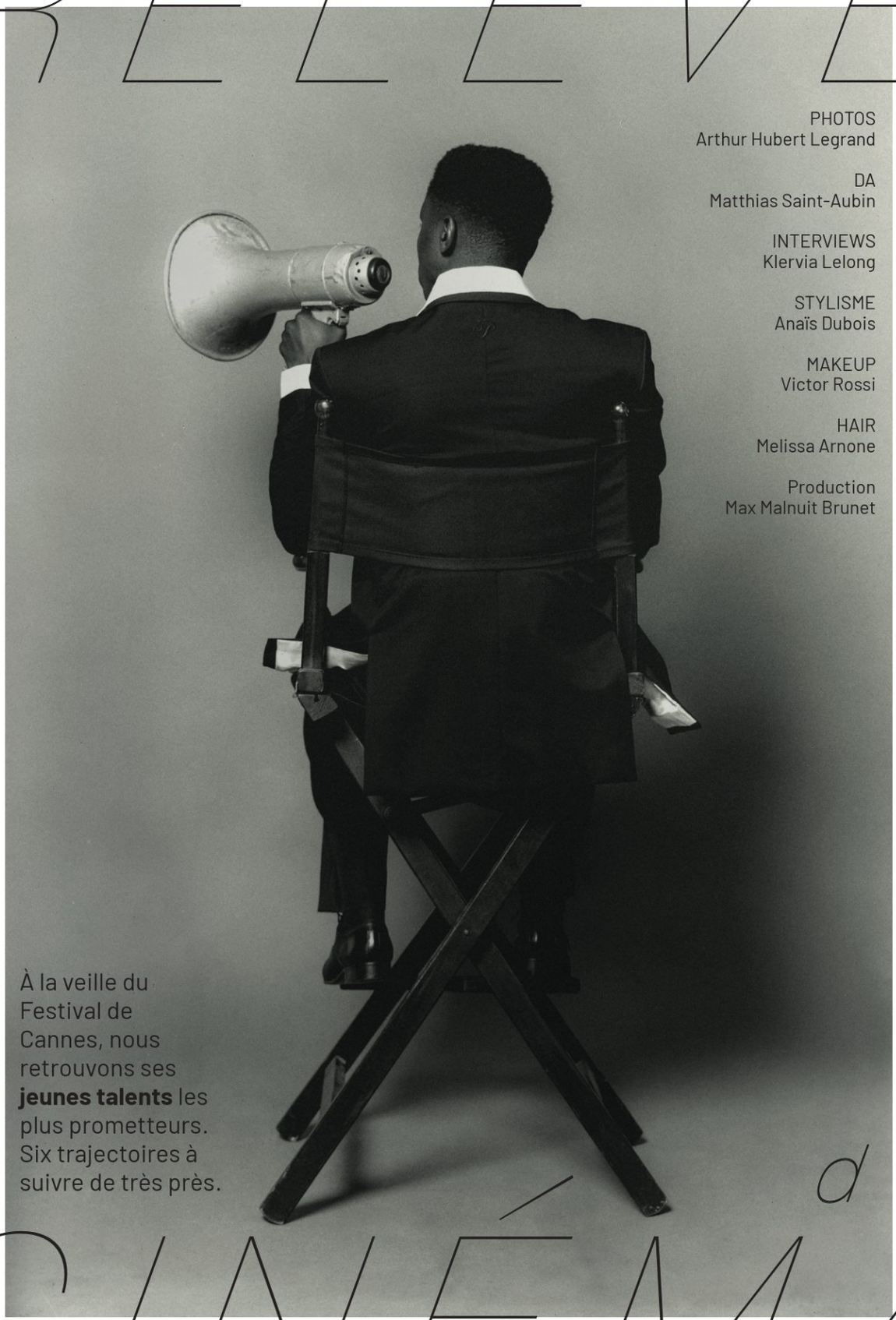
QUELQUE PART À CUBA*



*Produit élaboré quelque part à Cuba

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

La RELÈVE du CINÉMA



PHOTOS
Arthur Hubert Legrand

DA
Matthias Saint-Aubin

INTERVIEWS
Klervia Lelong

STYLISME
Anaïs Dubois

MAKEUP
Victor Rossi

HAIR
Melissa Arnone

Production
Max Malnuit Brunet

À la veille du Festival de Cannes, nous retrouvons ses **jeunes talents** les plus prometteurs. Six trajectoires à suivre de très près.

BIRANE



BA

L'acteur sociétaire de la Comédie française prête sa voix à Francisco dans *In Waves* (Phuong Mai Nguen, Semaine de la Critique).

Tes débuts ?
La première fois que j'ai joué, c'était en quatrième, dans une pièce de Jean-Michel Ribes, le *Théâtre sans animaux*. J'ai vu que j'avais le pouvoir de faire rire les gens. Je me suis senti très libre.

Ton personnage dans *In Waves* ?
Je fais la voix de Francisco, le meilleur ami d'enfance de A.J., interprété par Rio Vega. C'est un vrai film d'animation pour adultes, assez lourd. Quand je l'ai vu, j'ai eu la gorge serrée, c'est très touchant. Francisco apporte un peu de légèreté à l'histoire.

La suite ?
J'ai tourné dans *Fief*, de Thomas Vernay, avec Sayyid El Alami, Panayotis Pascot et Sami Outalbali. Ensuite, j'ai fait *Justin le Juste*, d'Éric Barbier, avec Alban Ivanov et Alexandra Lamy. C'est un film d'époque, d'un tout autre registre. Et dernièrement, on a tourné *Bourreau des cœurs*, de Carine May et Hakim Zouhani avec Zoé Marchal et Fadily Camara. C'est une comédie romantique où je suis au centre d'un triangle amoureux.



COSTUME ET CHEMISE **3.PARADIS**

YUMI



NARITA



HAUT ET JUPE PLISSÉS **ROWEN ROSE**

Arrivée du Japon à 23 ans, Yumi Narita sera à l'affiche de *La Vie d'une femme* (Charline Bourgeois-Tacquet), présenté en Compétition officielle au Festival de Cannes.

Tes débuts ?
Je me suis intéressée au métier d'actrice en regardant des séries au Japon. Plus tard, j'ai étudié la littérature, le théâtre et le cinéma français à la fac. Ma carrière a débuté dans mon pays, avant d'arriver en France. Au départ, je ne faisais que des projets non rémunérés, puis, pour m'améliorer au niveau de la technique de jeu, j'ai pris des cours d'acting.

Ton personnage dans *La Vie d'une femme* ?
Je joue Setsuko, la compagne de Frida, incarnée par Mélanie Thierry. Pendant le film, elle se sépare de Gabrielle, le personnage de Léa Drucker, avant de me rencontrer. Je suis une artiste qui vit entre les États-Unis, le Japon et l'Italie. C'est une femme internationale, mère d'un fils et très carriériste. J'ai adoré ce personnage.

La suite ?
Je joue dans plusieurs longs-métrages : *Crank Up*, d'Anshul Chauhan, *PopCorn*, une version longue du court-métrage *ONI*, de Idir Serghine, et *The Moon is Watching*, de Naoko Watanabe. Je serai également au théâtre avec le metteur en scène Félix Loizillon. On a fait un court-métrage ensemble, *Santa-Maria Kyoko,* puis on a joué la pièce *Orso* dans plusieurs théâtres à Paris. Là, il me propose de faire un seul en scène. Et enfin, je joue dans le court-métrage *Le Furet*, de Xavier Lacaille, très drôle et touchant.

VALENTIN



CAMPAGNE



Pianiste, danseur, comédien… Son rôle dans *Coward* (Lukas Dhont) vaudra à Valentin Campagne de monter les marches du Festival pour la troisième fois.

Tes débuts ?
J'ai commencé à jouer tôt parce que j'étais hyperactif, j'avais beaucoup d'énergie à extérioriser. Mes parents m'ont inscrit à des cours de théâtre pour me dépenser, et je suis totalement tombé amoureux. Je suis allé aux cours Florent pendant deux ans, puis j'ai intégré l'ESCA, une école de jeu, théâtre et danse. Le jeu, c'est ma thérapie.

Ton rôle dans *Coward* ?
On y suit la trajectoire de Pierre, un soldat de la Première Guerre mondiale. Il rencontre Franz, que j'incarne. Ce personnage monte des revues, des petites pièces de théâtre en cabaret pour donner de la joie, de la lumière aux soldats.

La suite ?
J'ai joué dans un court-métrage de Noël Fuzellier, *Grands Frères*, et une série, *Singapouria*. Je fais aussi quelques apparitions dans *Sanguine*, le premier long-métrage de Marion Le Corroller, également sélectionné à Cannes.

◀ VESTE AJUSTÉE EN LAINE, PANTALON EN LAINE, CHEMISE EN POPELINE DE COTON ET CEINTURE VIVIENNE EN CUIR TAURILLON **CELINE**
NOIR MOCASSIN AURA EN CUIR DE CHÈVRE **CELINE**

COSTUME CLASSIQUE, SERGÉ DE LAINE VIERGE NOIR ET CHEMISE DE SMOKING EN POPELINE DE COTON BLANCHE, BRODERIE DIOR, COL CASSÉ **DIOR HOMME**
RICHELIEU DIOR HEIR EN CUIR DE VEAU LISSE NOIR, SEMELLE EN CUIR NOIR **DIOR HOMME**


VERONIKA
VASILYEVA
RUE

Comédienne, mannequin et metteuse en scène, Veronika Vasilyeva Rije joue dans *Volontaire* (Louise Bourgoin), projeté en avant-première au Festival de Cannes.

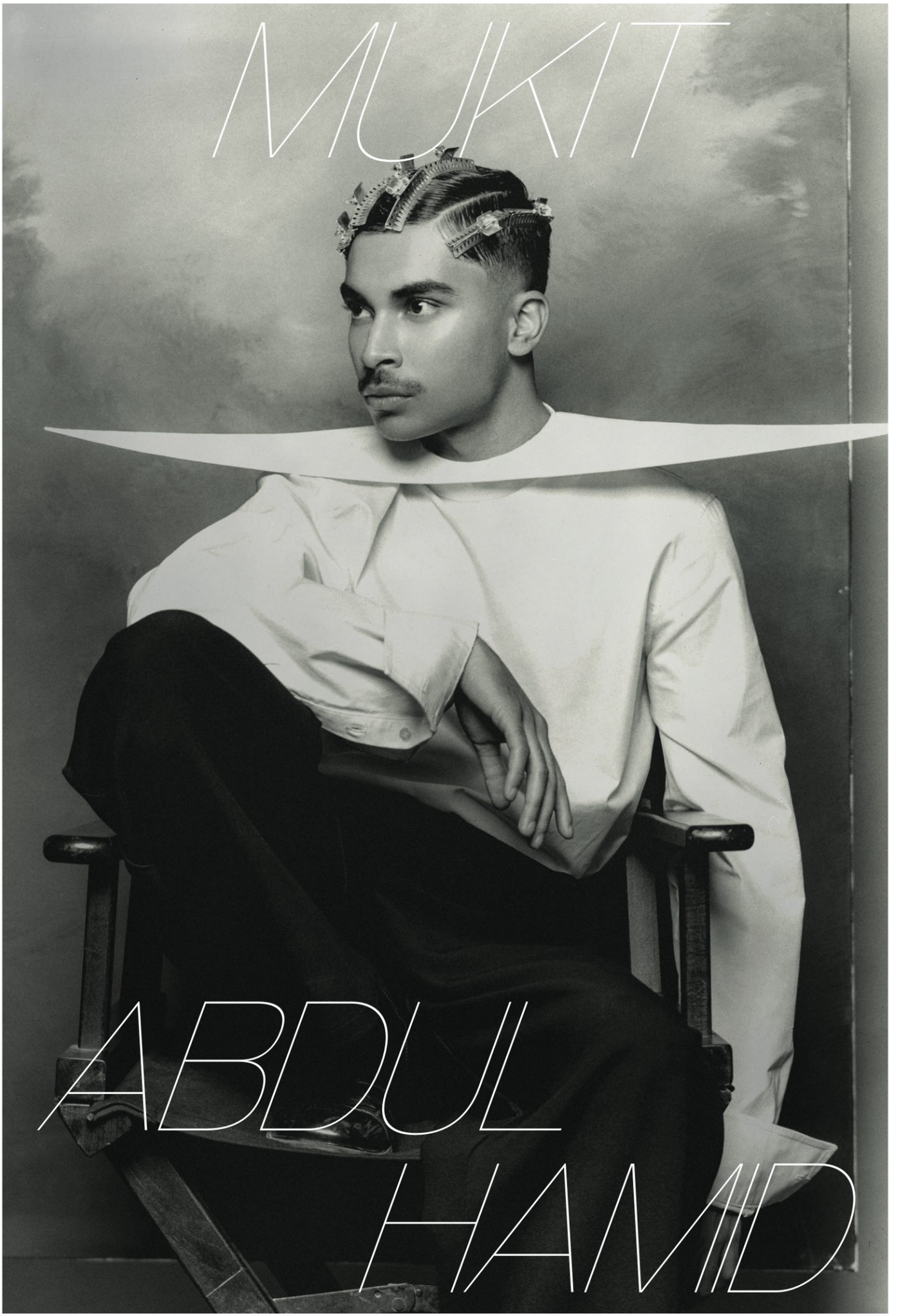
Tes débuts ?
Je viens du milieu de l'image et du mannequinat. Un jour, une directrice de casting m'a conseillé de prendre des cours de théâtre. Ce n'est pas du tout quelque chose que j'envisageais, mais j'aime me challenger. J'ai découvert un nouveau monde qui m'a plu, alors je me suis inscrite en école de théâtre.

Ton personnage dans *Volontaire* ?
C'est une jeune femme en couple avec un homme, mais qui en aime un autre. Elle tombe enceinte d'un des deux, on ne sait pas vraiment lequel. Le film suit son parcours pour trouver une solution à ce problème, parce qu'elle se retrouve très seule dans cette situation.

La suite ?
Ma prochaine pièce s'appelle *Conseils pour une jeune épouse* de Marion Aubert, que nous allons bientôt jouer au Local des Autrices.



ROBE EN MOUSSELINE DE SOIE BLEUE BRODÉE DE PERLES **ELIE SAAB**
COLLIER AVEC PENDENTIF HALO VERT SCINTILLANT RECTANGULAIRE **PANDORA**


MUKIT
ABDUL
HAMID



Déterminé à se faire un nom dans le cinéma, Mukit Abdul Hamid joue dans *Sanguine* (Marion Le Corroler), présenté en Séance de Minuit au Festival de Cannes.

Tes débuts ?
Quand j'étais au collège, je manquais de confiance en moi, mais je rêvais d'être acteur. Je suis tombé sur une annonce Facebook et j'ai fait une première figuration bénévole. Je ne connaissais personne et je n'avais pas d'argent pour m'inscrire aux grandes écoles, alors j'ai continué de faire des tournages bénévoles. Quand j'ai découvert le Pass Culture, j'ai pris le Cinépass. Tous les mois, j'allais au ciné, ça me remplissait de bonheur.

Ton rôle dans *Sanguine* ?
Je fais partie d'une équipe d'internes dans un hôpital. C'est un rôle secondaire, mais tout ce que je veux, c'est jouer, peu importe l'importance du personnage. Et le fait que le film soit allé jusque Cannes, quelle consécration !

La suite ?
J'ai décroché le rôle principal dans un court métrage produit, je joue un jeune ventouseur qui rêve de réaliser un long métrage. J'ai tout donné pour ce rôle, le réal m'a choisi sur ma bande démo et ça m'a fait trop plaisir que toutes ces années de projets bénévoles paient enfin. Il sort cet été et on va l'envoyer en festival, donc je croise les doigts. J'ai aussi été pris pour une série qui s'appelle *Astrid et Raphaël*. Vivement la suite !

CHEMISE À COL EN POINTE **EGONLAB**


RAYA
MARTIGNY



Raya Martigny présente deux films à Cannes : *Les Matins Merveilleux* (Avril Besson) et *Garance* (Jeanne Herry). Duo gagnant ?

Tes débuts ?
Raconter des histoires m'a toujours fascinée. Quand j'étais petite, j'adorais incarner des personnages. C'était déjà un moyen pour moi de m'évader des carcans sociétaux et de trouver ma place. Je n'ai jamais fait d'école de cinéma ni de théâtre, mais je faisais beaucoup la fête quand je suis arrivée à Paris. Alexis Langlois, une réalisatrice, m'a repérée, et j'ai joué dans tous ses films depuis. Son univers est très queer et fantasmagorique.

Ton personnage dans *Les Matins Merveilleux* ?
Marina est une femme indépendante, extrêmement généreuse et qui aime prendre soin des gens. Elle a une vie tout à fait normale et ces moments-là existent dans notre quotidien de personnes trans. Dans ce film, je suis extrêmement présente dans la vie des gens et dans ma propre vie, et c'est quelque chose qu'on ne montre jamais de nous.

La suite ?
J'aimerais réaliser. J'écris un film avec mon copain qu'on aimerait tourner en Californie, et l'idée est déjà là : je jouerais un personnage queer flamboyant. Je trouve qu'on manque de personnalités fortes au cinéma, des femmes puissantes, libres et indépendantes.

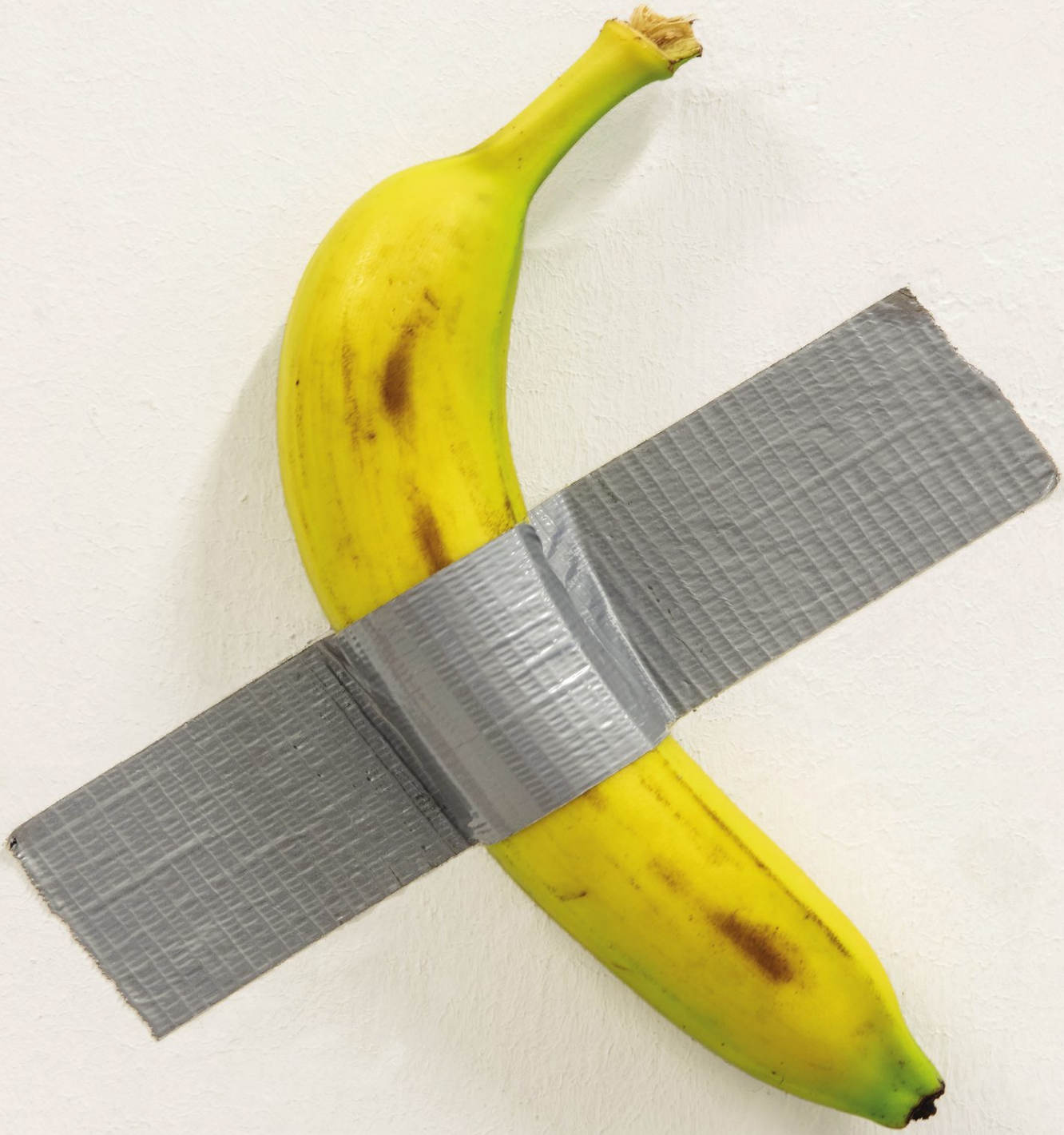
◀ CHEMISE PREMIUM THOMAS MASON EN TWILL À RAYURES BLEUES ET CRAVATE EN SOIE **HAST**
ROBE À FRANGES **KARL LAGERFELD**

MAXI CAPE EN SIMILI CUIR **ROWEN ROSE**

AU MUR, MAURIZIO!

Prolifique, radical et pop, Maurizio Cattelan est passé maître dans l'art de surprendre. De Pompidou-Metz à Berlin, en passant par le continent américain, l'artiste italien est partout, même quand on ne le voit pas.

Par
Alexis Lacourte



Maurizio Cattelan, *Comedian*, 2019,
Courtesy, Maurizio Cattelan's Archive,
Galerie Perrotin
© Zeno Zotti



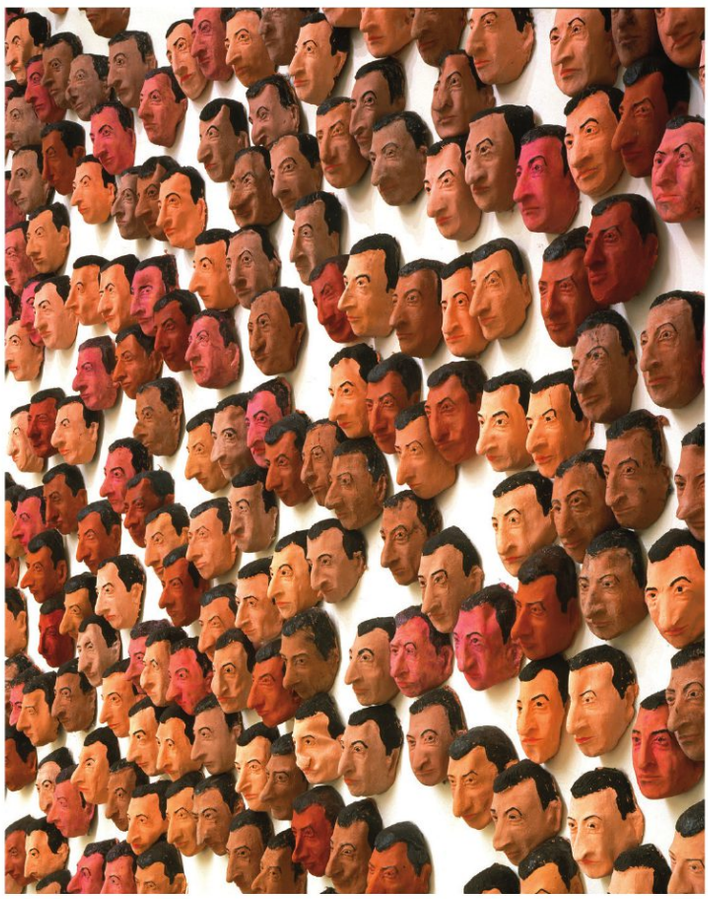


Maurizio Cattelan, *Kaputt*, Fondation Beyeler
2013, © Zeno Zotti

1



3



“ *L'art* ANTICIPE ”

Invité à concevoir l’exposition anniversaire du Centre Pompidou-Metz, où *Comedian* côtoie Georges Braque et Francis Bacon, il a également ouvert une hotline où l'Amérique pouvait se confesser à son oreille. **Interview confidences.**

Quel type d’appels avez-vous reçu sur cette hotline ouverte à l’occasion de Pâques et de la réédition de *La Nona Ora*, votre sculpture hyperréaliste du pape Jean-Paul II ?

Maurizio Cattelan : Il y a eu plus d'un millier d'appels, ce qui dit déjà quelque chose. Les gens ne manquent pas de choses à dire – ils manquent de medium pour les exprimer. Ce qui m'a surpris, ce n'était pas tant le contenu que le ton : très direct, souvent fragile, parfois même drôle. Quelques-uns ont essayé de jouer un rôle, mais la plupart voulaient simplement être écoutés sans être interrompus. Au fond, la hotline a moins fonctionné comme une confession que comme une petite redistribution de l'attention. Offrez à quelqu'un cinq minutes d'écoute sincères, il vous donnera quelque chose de profond.

Le catalogue de votre exposition « Dimanche sans fin » au centre Pompidou Metz est inspiré par l’*Abécédaire* de Gilles Deleuze. L’une des entrées s’intitule : « Drive Me to the Moon ». Vous écrivez qu’aller sur la Lune est devenu presque banal. C’est pourtant toujours un événement. Comment l’avez-vous vécu cette fois-ci ?

Nous avons transformé l'extraordinaire en service. Le voyage spatial commence à ressembler à la classe affaires – cher, exclusif, mais normalisé. Et pourtant, au moment où l'on quitte le sol, quelque chose se brise encore, lié à l'échelle, au silence, à la distance. Ce n'est pas la Lune qui a changé, c'est notre seuil d'émerveillement. Le problème n'est pas que les choses deviennent ordinaires, c'est qu'on s'y habitue aussi.

Dans cette entrée, vous écrivez également que le rôle d’un artiste devrait être de prédire ou de raconter l’avenir. Quel avenir votre œuvre raconte-t-elle ?

Je ne crois pas que l'art prédit quoi que ce soit clairement mais il anticipe des atmosphères. En regardant en arrière, beaucoup de mes œuvres traitent d'effondrement, d'autorité, d'échec, de systèmes de croyances sous pression. Non pas parce que je pronostiquais quelque chose, mais parce que ces tensions étaient déjà là, simplement moins visibles. L'art n'est pas une boule de cristal ; c'est plutôt un capteur de pression. Il réagit avant que les choses n'explosent, mais il ne vous dit jamais exactement où tomberont les fragments.

Qu'est-ce qui n'a jamais été dit ou écrit sur *Comedian (la sculpture de banane scotchée sur un mur blanc, ndlr)* ?

Que c'est probablement ma sculpture la plus traditionnelle. Il y a une forme, un équilibre, une fragilité, même une sorte de composition classique — mais avec les mauvais matériaux. Les gens se sont concentrés sur la blague, le prix, le spectacle, mais très peu sur sa présence physique. Finalement, la banane disparaît, mais la structure demeure. Comme beaucoup de choses dans le domaine de l'art, ce qui compte, c'est moins ce qu'on voit en premier lieu que ce qui permet à l'ensemble de tenir.

En 2010, avec Pierpaolo Ferrari, vous avez cofondé le magazine *Toiletpaper*. Quelle est votre définition d'une image pop ?

Une image pop, c'est quelque chose qui n'a pas besoin de permission pour entrer dans votre tête. C'est immédiat, mais pas innocent. Ça paraît simple, mais c'est construit pour durer. Avec *Toiletpaper Magazine,* nous nous intéressons aux images qui circulent sans avoir besoin de contexte, comme des virus visuels. La différence, c'est qu'une bonne image pop ne fait pas que se propager, elle mute, car si elle reste identique, elle meurt vite.

Avez-vous récemment eu un choc artistique ?

Il devient de plus en plus difficile d'être choqué par l'art et de plus en plus facile de l'être par la réalité. Mais récemment, j'ai été frappé par des œuvres qui disparaissent presque et qui ne cherchent pas à rivaliser avec le bruit ambiant. C'est un impact d'un autre ordre, plus lent mais plus persistant. Le choc était autrefois provoqué par ce qui était bruyant ; il prend aujourd'hui la forme d'une soustraction.

Brion Gysin est actuellement exposé au Musée d'Art Moderne de Paris. Le titre de l'exposition, « Le dernier musée », m'a rappelé votre « Dimanche sans fin » où sont également questionnées les notions d'exposition et d'institution.

Brion Gysin pensait déjà à l'effondrement des systèmes, en particulier le langage, les images et les institutions. « Dimanche sans fin » part d'une intuition similaire, l'idée selon laquelle nous sommes pris dans une boucle où tout est accessible, visible et répétable. Le dimanche était autrefois une pause ; maintenant, c'est juste un autre jour qui ressemble à tous les autres. Le projet cherche à étirer ce moment, à voir ce qui reste quand la répétition devient la forme dominante du temps. Quand chaque jour est un dimanche, le repos devient impossible.

Pour « Dimanche sans fin », vous avez exploré les archives du Centre Pompidou-Metz. Qu'avez-vous découvert ?

Ce qui m'a frappé, ce n'était pas une œuvre en particulier, mais l'accumulation des tentatives. On voit combien de directions ont été ouvertes, abandonnées, redécouvertes. L'histoire paraît linéaire de loin, mais de près, elle est pleine de détours et d'impasses. C'est rassurant. Ça rappelle que l'incohérence n'est pas un échec, c'est une partie de la méthode.

Les artistes d'aujourd'hui veulent-ils encore être célèbres ?

Ils veulent de la visibilité, ce qui est légèrement différent. La célébrité était autrefois quelque chose qu'on atteignait ; maintenant, c'est quelque chose qu'on entretient. Il s'agit moins de devenir une image que de gérer une présence continue. Le risque, c'est que l'œuvre devienne secondaire par rapport à sa circulation. Mais le désir n'a pas disparu, il a juste changé de format. Aujourd'hui, on ne devient pas célèbre une fois pour toutes ; il faut constamment se mettre à jour, comme un logiciel.

Quelle définition de l'*Abécédaire* de Deleuze retiendrez-vous, et pourquoi ?

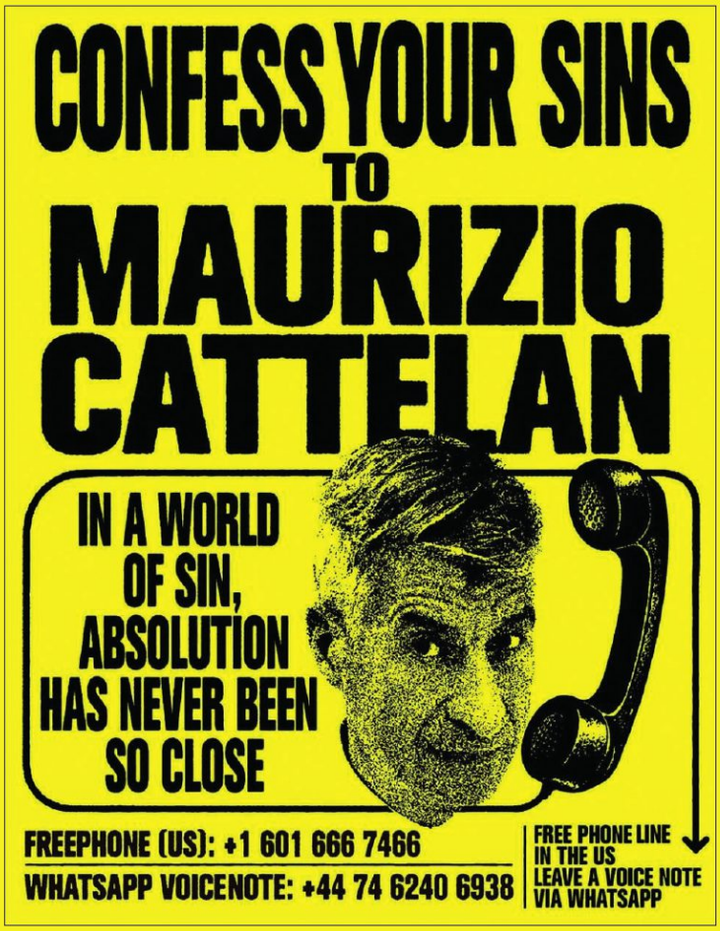
Probablement l'idée du « désir » comme quelque chose de productif, non pas comme un manque. Gilles Deleuze parle du désir comme d'une force qui construit, connecte, génère. C'est proche de ma vision de l'art, qui n'est pas le comblement d'un vide, mais la création de nouveaux problèmes et de nouvelles relations. Le désir n'est pas ce qui vous manque, c'est ce qui vous fait avancer. Et parfois avancer signifie simplement faire un pas de côté.

La suite ?

En septembre, j'ouvrirai une exposition à la Neue Nationalgalerie, à Berlin. C'est un bâtiment moderniste qui offre de la clarté et de l'ordre, mais qui porte une histoire dense. L'exposition sera sur la répétition : comment les gestes et les symboles reviennent, légèrement transformés, mais jamais entièrement nouveaux. L'histoire ne se répète pas, mais elle a une très bonne mémoire. Dans un espace conçu par Ludwig Mies van der Rohe, cette tension cesse d'être abstraite et devient quelque chose qu'on ne peut plus ignorer.

« Dimanche sans fin », Centre Pompidou-Metz, jusqu'au 25 janvier 2027

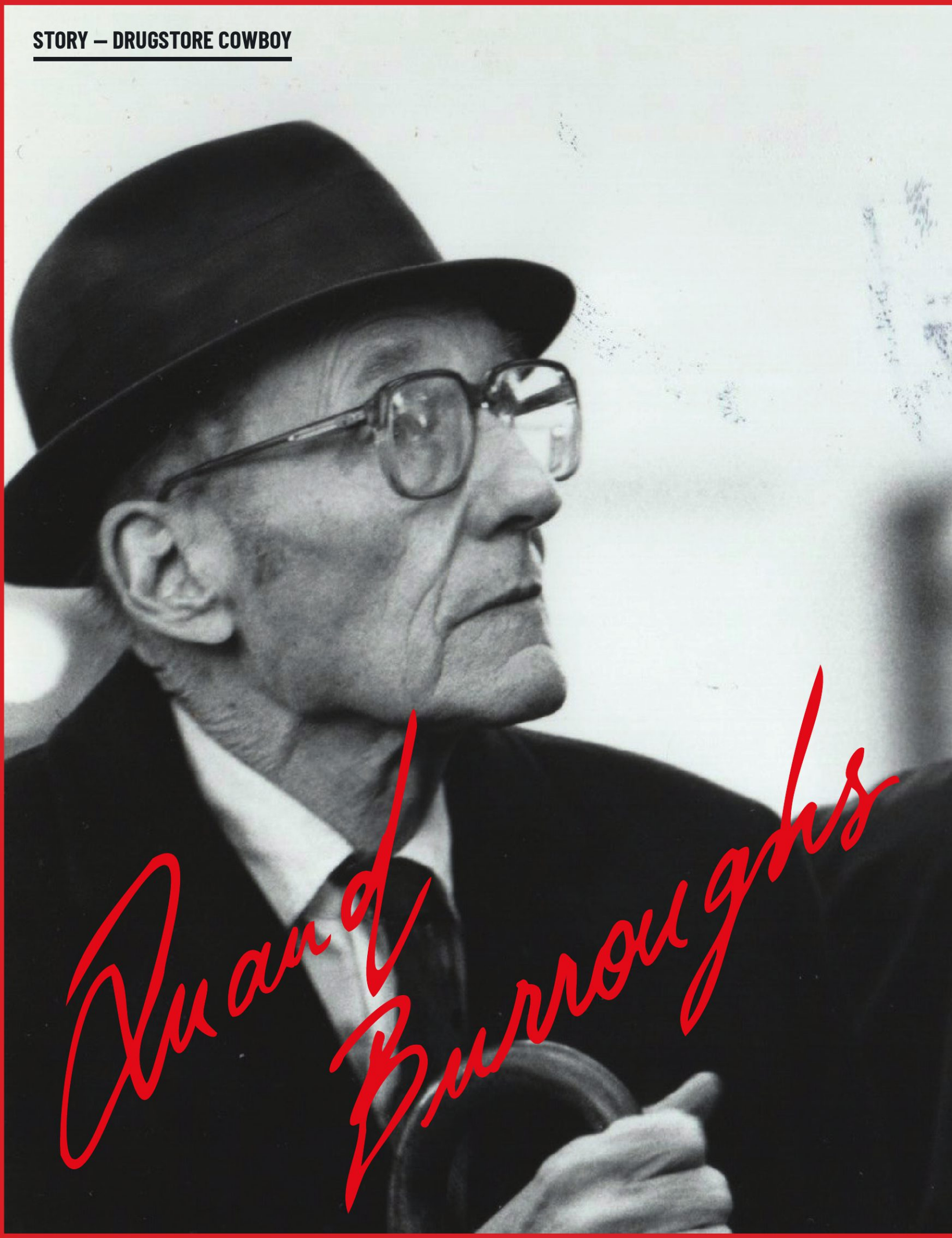
2



1 **Maurizio Cattelan, *Not Afraid of love,* 2000, © Attilio Maranzano**

2 **Affiche de la hotline ouverte par Maurizio Cattelan du 2 au 22 avril 2026, © Avant Arte**

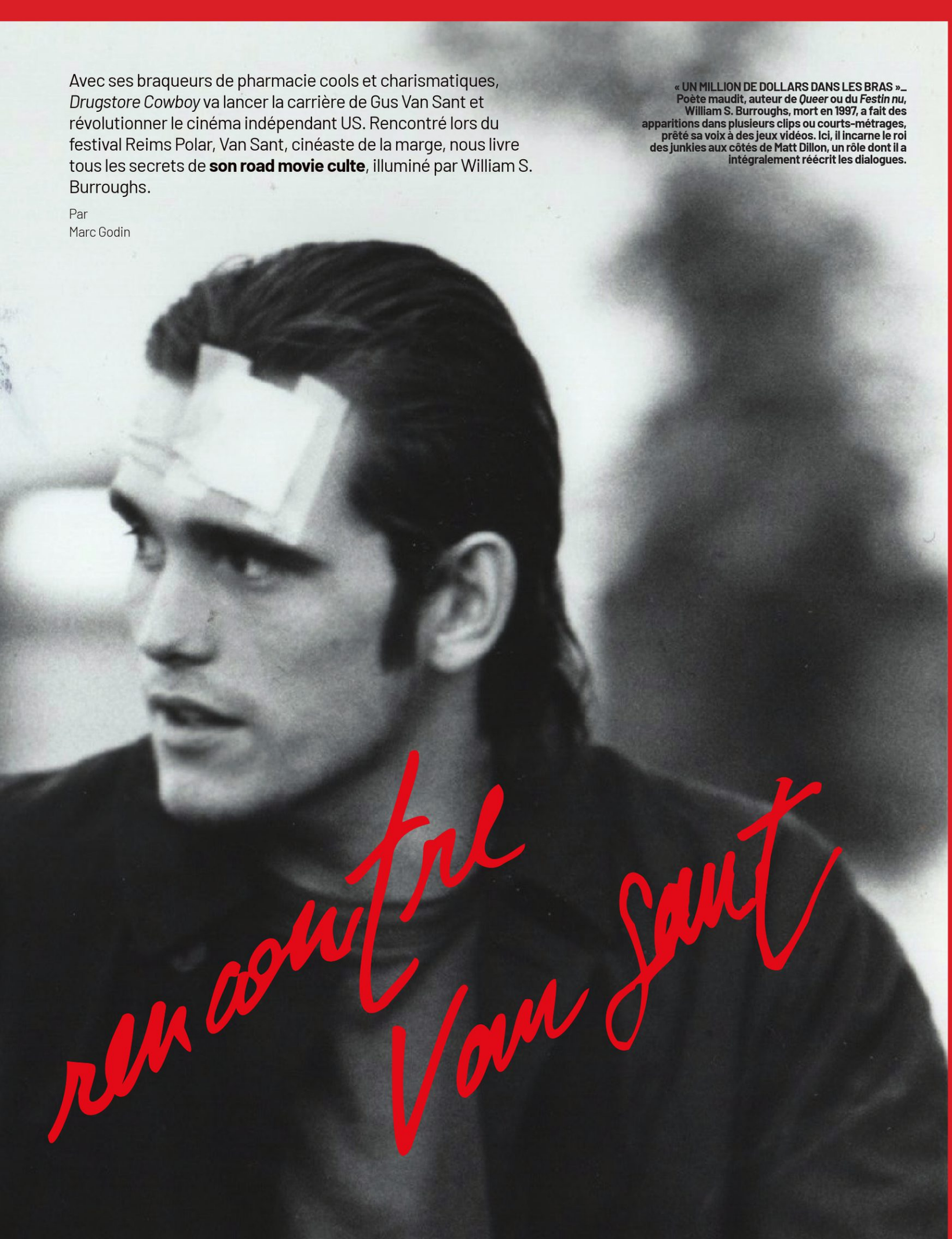
3 **Maurizio Cattelan, *Spermini*, 1997 © Attilio Maranzano**


Ruan d Burroughs

rencontre Van Sant

Avec ses braqueurs de pharmacie cools et charismatiques, *Drugstore Cowboy* va lancer la carrière de Gus Van Sant et révolutionner le cinéma indépendant US. Rencontré lors du festival Reims Polar, Van Sant, cinéaste de la marge, nous livre tous les secrets de **son road movie culte**, illuminé par William S. Burroughs.

Par
Marc Godin



« UN MILLION DE DOLLARS DANS LES BRAS »… Poète maudit, auteur de *Queer* ou du *Festin nu*, William S. Burroughs, mort en 1997, a fait des apparitions dans plusieurs clips ou courts-métrages, prêté sa voix à des jeux vidéos. Ici, il incarne le roi des junkies aux côtés de Matt Dillon, un rôle dont il a intégralement réécrit les dialogues.

« J'ai un message pour vous les jeunes : dites non à l'hystérie médicamenteuse. Et à toute hystérie. » Chapeau vissé sur le crâne, costume-cravate immaculé, William S. Burroughs, pape de la défonce, figure essentielle de la Beat Generation, fait l'acteur en 1988 dans le second film de Gus Van Sant, futur réalisateur de *Will Hunting* et d'*Elephant*. De sa voix revenue des enfers, il prodigue ses conseils de santé face à la caméra du réalisateur du making of. « *Just say No !* » Ironique de la part d'un homme qui raconte s'être injecté plus d'un million de dollars dans les bras…

À la fin des années 1980, les États-Unis sont en pleine guerre contre la drogue. La campagne anti-drogue de Nancy Reagan, femme du président des USA, domine le discours politique et médiatique, tandis que la politique répressive menée par ce gouvernement réactionnaire entraîne une explosion des incarcérations, en particulier dans les communautés marginalisées. C'est dans ce climat que le réalisateur Gus Van Sant, 36 ans, prépare son deuxième long-métrage, *Drugstore Cowboy*, l'histoire d'une petite bande d'héroïnomanes de Portland qui se défoncent et braquent des pharmacies, le tout sans aucun jugement moral sur la drogue.

Peintre, Van Sant a déjà réalisé plusieurs courts-métrages, et il a commencé à se faire remarquer trois ans plus tôt avec *Mala Noche* (1985), un film indépendant tourné pour la somme ridicule de 25 000 dollars. Inspiré d'un texte de Walt Curtis, poète, traducteur de Pablo Neruda et de Federico García Lorca, le film raconte l'obsession d'un homosexuel américain de 30 ans pour un jeune migrant mexicain de 17. « *Je n'avais aucune idée si le film serait regardable, ni même s'il parviendrait à captiver l'imagination du public, mais j'y ai travaillé d'arrache-pied.* » Brut, granuleux, transgressif, *Mala Noche* tranche radicalement avec le cinéma de l'époque, dominé par les blockbusters testostéronés des années Reagan. Il propose au contraire un regard direct sur des communautés rarement représentées à l'écran : personnages queer, immigrés, marginaux. Un film qui annonce l'arrivée d'une nouvelle génération de cinéastes indépendants comme Steven Soderbergh (*Sexe, mensonges et vidéo*) ou Todd Haynes (*Poison*), qui contribueront eux aussi à transformer le cinéma indé américain à la fin des années 1980 et au début des années 1990.

PITCHER UNE HISTOIRE DE TOXICOS

C'est dans ce contexte que Van Sant développe le scénario de *Drugstore Cowboy*. Le projet provient en grande partie des écrits de James Fogle, ancien braqueur de pharmacies incarcéré au pénitencier de Walla Walla, dans l'État de Washington. « *Grâce à* Mala Noche, *j'ai réussi à avoir un agent à Hollywood, et j'ai commencé à pitcher des histoires. J'avais plusieurs projets : un scénario très shakespearien, une histoire autour d'un personnage nommé Mike et un Allemand nommé Hans, et un autre scénario sur deux garçons de la rue qui partent en Europe, des récits qui se retrouveront dans* My Own Private Idaho. *Un ami de Portland, Dan Yost* (qui sera crédité comme coscénariste de *Drugstore Cowboy*, ndlr), *avec qui je discutais souvent de projets, avait emménagé à Los Angeles. Alors que je lui rendais visite à Beverly Hills, il m'a dit : "Si tu veux pitcher des histoires, j'ai ces manuscrits de James Fogle".* » Deux textes attirent particulièrement l'attention de Van Sant, *Drugstore Cowboy*, qui raconte la vie de toxicomanes hors de prison, et un autre intitulé *Satan's Sandbox*, consacré à l'expérience carcérale. Séduit par l'authenticité et l'humour des récits, Van Sant envisage d'adapter l'un ou l'autre de ces textes. Il écrit même un premier brouillon de scénario pour *Satan's Sandbox*, qu'il présente à des studios en même temps que celui de *Drugstore Cowboy*. Finalement, c'est ce dernier qui sera développé. « *C'était vraiment drôle et authentique, car vécu de l'intérieur, et je l'ai pitché à Universal. Deux producteurs m'ont dit que le manuscrit tel quel n'était pas utilisable, mais que si je l'adaptais, ça les intéresserait. En environ six semaines, j'ai adapté* Drugstore Cowboy, *et on a commencé à faire circuler le scénario.* »

Malgré la qualité du scénario, le projet rencontre de nombreuses résistances. Dans le contexte de la campagne anti-drogue, beaucoup considèrent qu'il est immoral de représenter des toxicomanes de manière humaine et parfois même humoristique. Plusieurs studios refusent donc le film avant que la société Avenue Pictures n'accepte finalement de le financer.

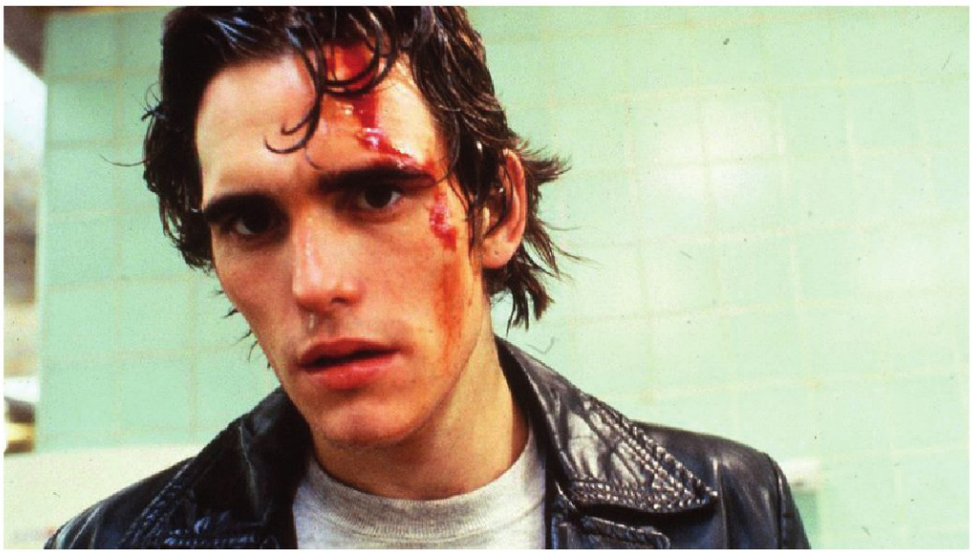
JACK NICHOLSON, SEAN PENN OU MATTHEW MODINE

S'il a tourné *Mala Noche* avec des comédiens non professionnels, GVS sait qu'il a besoin cette fois-ci d'un casting de premier plan. Pour le rôle principal, il envisage le chanteur Tom Waits, déjà vu au cinéma chez Francis Ford Coppola ou Jim Jarmusch. « *J'avais rencontré Tom dans une fête et je lui ai proposé le rôle. Je lui ai fait parvenir le script et il était très enthousiaste. Mais les responsables d'Avenue Pictures avaient déjà un projet avec Tom, et surtout ils voulaient une star comme Jack Nicholson ou Sean Penn, qui ont refusé, tout comme Matthew Modine, qui est devenu un ami très cher, et qui regrette encore. Je crois qu'à l'époque Matthew était très demandé, grâce à* Full Metal Jacket *et que c'est son agent qui avait décliné… J'avais rencontré Matt Dillon pour mon autre projet d'après Fogle,* Satan's Sandbox, *et il faisait partie des acteurs que j'aimais bien et que le studio aimait aussi. Il a accepté.* »

Pour préparer le film, Van Sant et Matt Dillon rendent régulièrement visite à Fogle en prison. « *Il avait treize ans la première fois qu'il avait été jeté derrière les barreaux. Il utilisait la prison comme bureau. C'était le seul endroit où il pouvait écrire.* » Ces conversations nourrissent directement la construction du film et des personnages. Fogle raconte de nombreuses anecdotes tirées de sa vie, dont certaines particulièrement savoureuses, comme une tentative d'évasion improbable dans le désert du Wyoming, interrompue par une lumière mystérieuse qui s'avérera être celle d'un… essai nucléaire. Le personnage principal du film, Bob Hughes, s'inspire en réalité d'un autre braqueur célèbre, connu pour avoir braqué des centaines de pharmacies, Brian Ward,

« BURROUGHS ÉTAIT TRÈS IMPRESSIONNANT SUR LE PLATEAU, VRAIMENT TRÈS BON… »

— GUS VAN SANT



ACTEUR TOUT-TERRAIN_
Après de magnifiques débuts en rebelle énervé chez Francis Ford Coppola, Matt Dillon trouve un second souffle chez le débutant Gus Van Sant. Dès lors, il alternera grosses machines et films indé avec Lars von Trier ou Claire Denis.

ami de Fogle et figure importante de ces bandes de « Drugstore Cowboys ». De son personnage, Matt Dillon déclarera : « *C'est vraiment un nul, un fils de pute parano et égoïste comme tous les junkies. Pourtant, j'ai tenu à le tirer vers quelque chose d'assez marrant. Pas pour le rendre sympathique, simplement humain. Et puis j'aime bien ces superstitions idiotes qu'il y a dans le film, comme ce truc de ne jamais poser de chapeau sur un lit* ».

Autour de lui, GVS compose un casting miraculeux avec Kelly Lynch, qui avait elle-même connu une forte dépendance aux médicaments après un grave accident de voiture et un séjour d'un an à l'hôpital, Heather Graham, James Le Gros ou encore James Remar. Avec eux, Van Sant organise des répétitions inhabituelles. Plutôt que de rester dans une salle de lecture, les acteurs passent des heures à sillonner Portland en voiture, dans la peau de leurs personnages, observant les pharmacies et imaginant leurs braquages…

LE ROI DES JUNKIES

Une autre présence marquante plane sur le film, celle de William S. Burroughs, figure mythique de la Beat Generation, junkie stratosphérique et auteur de *Queer* ou du *Festin nu*. Dans *Drugstore Cowboy*, Burroughs joue Tom Murphy, un ancien toxico devenu le mentor de Bob. Van Sant admire l'écrivain depuis longtemps et se réjouit de pouvoir l'intégrer au projet. « *William Burroughs est avant tout un poète. J'avais déjà réalisé un court-métrage,* The Discipline of D. E. *– que vous pouvez visionner en ligne – à partir d'un de ses textes, donc j'étais en contact avec lui. Dans l'annuaire, j'avais trouvé son numéro à New York. Pour* Drugstore Cowboy, *il a accepté de jouer, mais à certaines conditions. Il voulait tourner toutes ses scènes en une seule et unique journée, ce qui est assez fou, vu que cela représente plus de cinq minutes dans le film.* »

Burroughs décide de transformer son personnage en Tom the Priest (Le Père Tom), qu'il ne soit pas seulement un vieil homme oublié, mais quelqu'un de plus complexe, presque une figure paternel, philosophique. « *Nous avons donc réécrit certaines parties pour lui et il a retravaillé ses dialogues qui sont devenus beaucoup plus marquants. Il a écrit des choses comme "Je prévois que, dans un avenir proche, la droite utilisera l'hystérie liée à la drogue comme prétexte pour mettre en place un appareil policier international." Mais il a aussi gardé certaines de mes répliques et j'étais très fier de les entendre dans sa bouche. J'adore sa voix et sa manière de parler, presque comme s'il chantait* (GVS imite sa voix, ndlr). *Il était très impressionnant sur le plateau, vraiment très bon. Et on a réussi à tourner toutes ses scènes en une journée, car il était très efficace, concentré, donc on n'avait pas besoin d'effectuer beaucoup de prises. Plus tard, il m'a confessé que je lui rappelais un vieil ami. J'ai réalisé alors qu'il répondait à mes appels aussi pour ça, parce que je représentais quelqu'un d'autre. C'est drôle, non ?* » Si Matt Dillon assurera que Burroughs était sobre sur le tournage, Van Sant déclarera lors d'une interview qu'il prenait de la marijuana, et qu'il ne sut jamais quand il était vraiment défoncé…

IMPROS ET STYLISATION

Le tournage débute le 26 septembre 1988, à Portland, où GVS a habité des années, et va se révéler différent de l'expérience précédente de Van Sant. Habitué aux tournages-commandos et aux équipes réduites pour ses courts-métrages, il se retrouve cette fois avec un budget d'environ trois millions de dollars et une équipe technique d'environ quatre-vingts personnes. Cette lourdeur ralentit considérablement le rythme de travail auquel il est habitué. « *J'avais tourné* Mala Noche *avec quatre personnes ! Sur* Drugstore, *j'attendais des heures, je me suis retrouvé à boire des cafés sur le plateau, ce que je m'étais juré de ne jamais faire au cinéma… Néanmoins, comme je travaille assez vite, on a tourné le film en 32 jours, grand maximum.* » Pour s'adapter, GVS modifie sa manière de filmer. Au lieu de planifier chaque scène à l'avance avec des story-boards détaillés, il préfère répéter d'abord avec les acteurs puis décide sur place des mouvements de caméra. Cette approche plus libre encourage l'improvisation, décuple l'énergie des acteurs. De plus, Van Sant donne parfois la caméra aux acteurs eux-mêmes pour filmer des mo- ▶ ments du groupe, ce qui renforce le sentiment de réalisme et de spontanéité. GVS adopte aussi une méthode inspirée de Stanley Kubrick : placer la caméra dans plusieurs positions successives au cours d'une même prise afin de capturer différents cadrages en une seule installation lumière. « *Je pouvais ainsi obtenir un gros plan, un plan moyen et un plan large dans une même scène, en même temps qu'il fallait habituellement pour éclairer un seul gros plan. Cela a transformé ma vision du cinéma.* »

Quand on évoque son passé de peintre, l'esthétique du film, l'image légèrement désaturée, traversée de lumières blafardes et de nuits urbaines, GVS loue le travail de son équipe. « *Ce n'est pas uniquement mon boulot. C'est une collaboration entre le directeur de la photographie, Robert Yeoman, le chef décorateur David Brisbin* (In the Cut), *la costumière Beatrix Aruna Pasztor* (Will Hunting) *et moi. C'est vraiment un travail d'équipe, même si les couleurs sont de Robert, il avait vraiment une idée très précise sur le sujet. Il a tout éclairé parfaitement, comme chez Wes Anderson.* » GVS introduit également des touches de stylisation inattendues : ralentis, hallucinations visuelles, seringues, flingues et objets qui tombent du ciel comme des météorites absurdes venues du pays d'Oz.

LE CINÉ INDÉ SUR ORBITE

Dès sa sortie américaine, en octobre 1989, *Drugstore Cowboy* devient

▶ rapidement un film culte du cinéma indépendant et reçoit un accueil critique et professionnel enthousiaste. Présenté dans plusieurs festivals, *Drugstore Cowboy* révèle Van Sant comme l'une des voix singulières de sa génération et le film reçoit notamment cinq Independant Spirit Award et un prix à Berlin. Salué pour son regard inédit sur la dépendance et pour sa capacité à montrer la vie de marginaux avec humour, lucidité et compassion, le film va transformer la face du cinéma indépendant US. « *Tout à coup, les films indépendants ont intéressé les grands studios. Miramax, par exemple, faisait à l'origine des films à petit budget, indépendants, et ils ont décroché de très gros succès. Évidemment, cela a attiré l'intérêt des grands studios. Sony, Universal, Warner… ont tous commencé à approcher des réalisateurs de la scène indé. Les films que j'ai faits pour les studios étaient encore des films que je considérais comme de petits films, même si ce n'était plus la même chose.* Will Hunting, *par exemple, était un film Miramax.* Prête à tout, *avec Nicole Kidman, c'était également un film avec un budget plus important. Mais, passer dans ce système n'a pas changé fondamentalement ma façon de travailler. Je faisais la même chose, mais de manière plus confortable, avec l'idée que je tournais des films indépendants. Je n'ai pas changé…* »

Après *Drugstore Cowboy*, le président d'Universal s'intéresse à GVS, devenu hot. « *Parce qu'un certain nombre de comédiens voulaient travailler avec moi, ils m'ont proposé…* G.I. Joe ! *J'aurais eu un énorme budget mais j'ai tout de suite vu que c'était un scénario vraiment de droite, et ce n'était pas possible pour moi. Dans la même réunion, ils m'ont parlé de signer le remake d'un film de leur catalogue. Je leur ai proposé de refaire plan par plan un chef-d'œuvre,* Psychose, *d'Alfred Hitchcock. Ça les a fait ricaner ! Mais à chaque fois que je revenais les voir, je remettais ça sur la table et à chaque fois, on me disait non. Et puis, j'ai réalisé* Will Hunting, *qui a été nommé dix fois aux Oscars* (seulement sept fois, ndlr). *Et là, le président du studio m'a rappelé pour me demander si j'avais une idée de film. J'ai dit : "Oui, refaire* Psychose *plan par plan." Et la réponse a fusé : "super idée !" C'est comme ça que le film s'est fait.* »

Drugstore Cowboy reste l'un des films les plus marquants de la fin des années 1980. Il fixe sur pellicule une Amérique périphérique, une Amérique des motels, des routes secondaires et des vies incertaines, où les pharmacies deviennent des temples et les aiguilles des boussoles existentielles. Avec des marginaux, des paumés qui inventent leurs propres règles pour affronter un futur incertain, un road movie existentiel dans laquelle de nombreux spectateurs continuent de se reconnaître. Depuis, Gus Van Sant est devenu un des réalisateurs les plus influents de son époque, il a décroché une Palme d'or à Cannes pour *Elephant*, et son dernier film, le thriller politique *La Corde au cou,* est sorti le mois dernier. Encore une histoire de marginal écrasé par la vie et le système. Jeune homme de 74 ans, Gus Van Sant a encore mille projets à réaliser…

Drugstore Cowboy, en import par The Criterion Collection
Remerciements à Hopscotch et au festival Reims Polar

MARC GODIN



RÉVÉLATEUR DE TALENTS…
Tout au long de sa carrière, Gus Van Sant a donné leur chance à de jeunes talents comme Joaquin Phoenix, Matt Damon ou les frères Affleck. Ici, il met en lumière Heather Graham (*Boogie Nights*) et James Le Gros, 150 films et séries au compteur, dont *Zodiac*.

GVS EN *5* FILMS

1998

DRUGSTORE COWBOY

Après une nuée de courts-métrages et un premier long quasi expérimental, GVS dirige Matt Dillon qui incarne un jeune camé des années 1970, prêt à tout pour toucher sa dose. En route vers la gloire…

1999

WILL HUNTING

GVS aborde le cinéma mainstream et met en image le scénario de deux copains, Matt Damon et Ben Affleck, sur un jeune rebelle surdoué et un psy décidé à le sortir de l'impasse dans laquelle il se trouve. Le film décroche sept nominations aux Oscars et deux statuettes dorées. La carrière de GVS est sur orbite.

2003

ELEPHANT

GVS revient au ciné expérimental avec le sublime *Elephant*, inspiré du fait divers de la tuerie du lycée de Columbine, d'un téléfilm d'Alan Clarke et du cinéma de Chantal Akerman. En filmant des ados qui déambulent dans les couloirs labyrinthiques d'un lycée sur fond de sonate *Clair de lune*, GVS médite sur la jeunesse qui passe et décroche la Palme d'or à Cannes.

2008

HARVEY MILK

Dès *Mala Noche*, l'homosexualité est au cœur du cinéma de GVS. Dans *Harvey Milk*, projet de très longue date, il célèbre premier élu américain gay, dans le San Francisco des années 1970, et offre un Oscar à Sean Penn.

2026

LA CORDE AU COU

Après sept ans d'absence, le retour gagnant de GVS, avec une histoire de prise d'otage. Un très bon thriller politique, doublé d'une satire des médias, qui évoque *Un après-midi de chien*, avec Al Pacino en bonus.



LA LIGUE N'1 DE MMA EN FRANCE

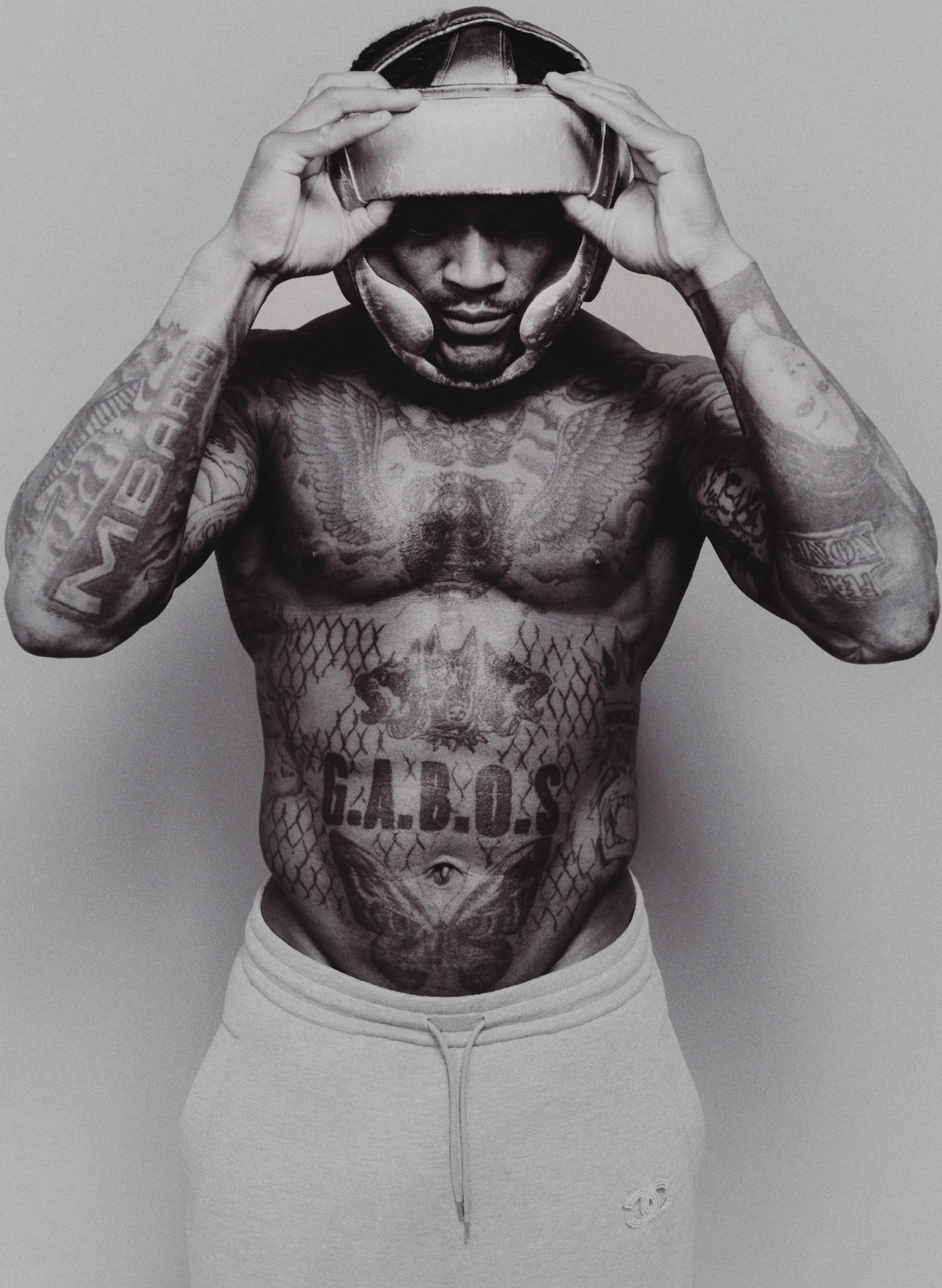
HEXAGONE MMA

TOURNÉE 2026

29.05.26	**BORDEAUX**	ARKÉA ARENA
12.06.26	**LYON**	LDLC ARENA
07.08.26	**ORANGE**	THÉÂTRE ANTIQUE
12.09.26	**ROUEN**	ZÉNITH
18.09.26	**PARIS**	ZÉNITH PARIS - LA VILLETTE
25.09.26	**TOULOUSE**	ZÉNITH
02.10.26	**BOULAZAC**	LE PALIO
07.11.26	**ST QUENTIN**	VÉLODROME NATIONAL
27.11.26	**RENNES**	GLAZ ARENA

HEXAGONE MMA WINAMAX

HEXAGONEMMA.FR


G.A.B.O.S

Boris MBARGA ATANGANA

Le 23 mai prochain, le plus fashion des **fighters invaincus**, Boris Mbarga Atangana, participera à l'un des événements MMA les plus attendus d'Europe, le PFL Bruxelles. Rencontre front row.

Par
Max Malnuit & Klervia Lelong

Photo
Julien Lienard

En fight week comme au quotidien, tu portes une grande attention à la manière dont tu t'habilles. Fais-tu appel à des stylistes ?

Boris Mbarga Atangana : Non, je me casse la tête tout seul. J'ai envie de faire mal aux yeux, mais proprement. J'ai vraiment ce souhait de marquer les esprits. Niveau mode, je suis très ouvert, je suis assez libre. Dans le MMA francophone, personne ne fait ce genre de choses. J'ai envie de défiler, mais je ne sais pas comment démarcher, alors je me dis qu'à force d'être vu, ça va venir.

Quel a été ton premier contact avec la mode ?

Ma première référence, c'est ma mère. Elle a toujours été bien habillée. Elle nous a inculqué ça, avec mes frères et sœurs. Elle avait une règle à la maison : tu peux avoir des problèmes dans la vie, mais tu ne peux pas ressembler à tes problèmes. On avait souvent des soucis à la maison, des factures à payer, des retards de loyer, des histoires... Mais ma mère a toujours gardé la tête haute et c'est ce que j'admire chez elle.

Que ressens-tu quand tu es sur le ring ?

Je fais des combats parce que j'ai besoin d'évacuer. C'est ma manière d'exprimer ma joie... Ma bonne est humeur dans la cage. C'est paradoxal, je sais. Mais quand la cage s'ouvre et qu'on lève ma main pour la victoire, c'est un moment magique.

As-tu un souvenir de la première pièce de mode que tu t'es offerte ?

Je me souviendrai toujours de ma première paire de sneakers. Je l'avais achetée au Foot Locker de la rue Neuve de Bruxelles. C'étaient des Nike Airfly, je les ai toujours. Et aujourd'hui, j'en ai toute une collection, je suis un fan de sneakers. Au total, plus de 300 paires de chaussures...

Quelle est la paire la plus iconique ?

Si tu es un fou de sneakers, tu dois avoir une paire de Jordan 1 High, la Chicago, classique.

Quelle est ta dernière pièce coup de cœur ?

Mon nouveau délire, c'est les pantalons de ski. À la base, je cherchais un pantalon large pour faire un flow, j'étais au Décathlon, et je me suis retrouvé au rayon ski. J'ai vu du potentiel dans les pantalons, et j'en ai acheté. Je n'ai vu personne en porter, alors je me suis dit que j'allais essayer, et peut-être qu'au prochain hiver, tout le monde en mettra.

Vois-tu un certain écho entre le catwalk d'un défilé et le walkout avant d'entrer sur le ring ?

Quand je m'apprête à combattre, je sens le feu qui s'anime en moi, l'adrénaline qui monte et je n'entends quasiment plus le bruit de la salle. Je cherche plutôt à me connecter avec mon coach. La seule chose que j'entends, ce sont les instructions de mon coach, sinon je ne pense à rien. Je ne pense pas que ce soit la même chose sur un défilé.

Dirais-tu qu'il y a des similitudes entre ton style de vêtement et la manière dont tu combats ?

Oui. Ma manière de combattre est aussi décalée que mon style, les deux sont explosifs. Tu ne sais jamais à quoi t'attendre. Je peux me réveiller un matin et décider de m'habiller en costume, chaussures classes, juste parce que j'ai envie d'être beau pour moi. C'est vraiment en fonction de l'énergie où je me situe. Je peux tout porter, tout me va.

Quelles sont les Maisons avec lesquelles tu as envie de travailler par la suite ?

Il y en a deux qui m'ont toujours fait rêver : Margiela et Saint Laurent. J'ai toujours aimé ce qu'ils proposaient. J'arrive à m'identifier à leurs créations.

Où en es-tu d'un point de vue de carrière aujourd'hui ?

Ça se passe encore mieux que ce que je voulais. J'ai signé un nouveau contrat avec le PFL *(Professional Fighters League, l'une des meilleures organisations de MMA du monde, ndlr)*. Au niveau des sponsors, on a signé aussi avec Venum, le meilleur équipementier au monde dans le MMA. La vie, c'est par cycle, c'est par tour. Il ne faut pas envier ce que l'un vit, parce que ton moment arrivera. Il faut juste être patient et continuer à travailler, à proposer. Et en ce moment, c'est parfait.

Tu es très discipliné. Sur quoi axes-tu ton travail en ce moment ?

Je suis à Paris pour un camp d'entraînement. Je prends ce qu'il y a de plus beau, parce qu'actuellement, la France a les plus grands athlètes de MMA. C'est un fait : les chiffres sont là, les résultats sont là. Le développement du MMA est beaucoup plus important en France qu'en Belgique. Donc le temps que le MMA se retrouve à la même échelle qu'en France, je m'entraîne avec Nicolas Ott et Maxime François. On ne va pas se priver de venir prendre la crème de Paris avec les meilleurs combattants. En plus, on s'entend bien. France-Belgique, il y a toujours eu une bonne relation entre les deux.

Quel sera ton prochain combat ?

Le 23 mai à Bruxelles, contre Jared Gooden. Ce combat me permettra de prendre en expérience, parce que c'est un vétéran UFC *(Ultimate Fighting Championship, la plus grande organisation de MMA, ndlr)* qui n'a jamais été mis KO.

Quelles sont tes envies pour la suite ?

Gravir les échelons, prendre un peu plus en maturité dans la cage, monter dans le ranking et pourquoi pas, d'ici la fin d'année, une première ceinture mondiale. Je suis classé huitième au classement PFL, mais ça peut aller très vite, tout dépendra de ma prestation. Il ne faut pas vouloir marcher plus vite que ses pieds, il faut juste prendre le temps de bien faire les choses.

“Une popularité MASSIVE”

Par
Max Malnuit

Photo
Yann Levy



Longtemps tenu à distance, le MMA français connaît depuis quelques années une accélération spectaculaire. Co-fondateur **d’Hexagone MMA** avec son frère Laurent, Jérôme Pourrut a contribué à structurer cet essor, en imposant une ligue pensée comme un projet sportif, médiatique et territorial. Interview en coulisses.

Les soirées Hexagone MMA suscitent un engouement incroyable, autant par l’ambiance que pour leur impact médiatique. Comment expliquez-vous cette effervescence autour de la ligue ?

Jérôme Pourrut : Je pense qu’Hexagone MMA a réussi à créer une identité forte. Chaque soirée mêle un très haut niveau sportif, de la tension, du spectacle et une vraie proximité avec le public. On retrouve des combats équilibrés, des finishes (ndlr, il s’agit ici de K.O), des personnalités fortes et des histoires auxquelles les gens s’attachent.C’est pour cela que sur les réseaux sociaux, certaines de nos soirées atteignent des chiffres comparables à ceux de grands événements internationaux, avec près de 100 millions de vues cumulées. Cela montre qu’il existe aujourd’hui un véritable public pour le MMA français et que la ligue s’inscrit comme un acteur important du paysage sportif.

Votre parcours dans les sports de combat commence bien avant la création d’Hexagone MMA. Quel a été votre premier point d’entrée dans cet univers ?

Il n’a pas été classique. Mon premier contact, c’était le catch et les films de Bruce Lee. Le catch m’a marqué parce qu’il mêle sport et narration. Cette idée que la performance physique peut aussi raconter une histoire m’a toujours accompagné. D’ailleurs, l’UFC assume pleinement cette filiation : Dana White s’est inspiré de la WWE pour construire le storytelling autour des combats. Aujourd’hui, l’UFC et la WWE appartiennent d’ailleurs à la même holding, TKO.

Votre trajectoire est aussi marquée par une contrainte physique personnelle.

Oui. J’étais asthmatique, donc je ne pouvais pas pratiquer le sport comme je l’aurais voulu. Très tôt, je me suis dit que si je ne pouvais pas être dans la cage, je serais autour. Organiser, structurer, produire. C’est là que s’est construit mon rapport aux sports de combat.

En 2005, vous créez Fighting Spirit avec votre frère Laurent. En quoi cette expérience a-t-elle été fondatrice ?

Fighting Spirit est une agence spécialisée dans la distribution de droits télé. Nous avons travaillé avec des ligues internationales comme l’UFC, le Pride au Japon ou Cage Rage en Angleterre. Cage Rage remplissait Wembley et a été l’une des premières organisations à exposer Anderson Silva. Cette période nous a permis d’observer le MMA de l’intérieur, sur différents marchés, bien avant sa légalisation en France.

Hexagone MMA était donc un projet mûri de longue date ?

Totalement. On a suivi toutes les tentatives de légalisation du MMA en France : 2010, 2016, puis 2020. À chaque fois, on se préparait. Quand la légalisation est enfin arrivée, le Covid est venu se mettre en travers du projet. Nous avons lancé Hexagone MMA en 2021, mais avec plus de quinze ans d’anticipation et d’expérience.

D’où venait une telle foi dans le potentiel du MMA en France ?

Tout était déjà là : un vivier de combattants capables de performer à l’international, un intérêt clair des chaînes comme RMC, et une popularité massive sur les réseaux sociaux, surtout chez les jeunes. Le MMA parlait déjà à une génération avant même d’être officiellement reconnu.

Votre ligue revendique une place importante accordée au storytelling. Comment trouvez-vous l’équilibre avec l’exigence sportive ?

Le sport reste la base absolue. Le résultat ne se négocie jamais. Mais raconter un parcours, un enjeu, une trajectoire permet de créer de l’attachement. Un combattant n’est pas qu’un palmarès. Benoît Saint-Denis, Manon Fiorot ou Nassourdine Imavov incarnent chacun quelque chose de plus large que leurs statistiques.

Comment détectez-vous les talents aujourd’hui ?

Il n’y a pas de recette unique. On observe énormément : amateur, IMMAF, clubs, coachs. Samba Sima a été repéré très tôt. Paul Denis aussi, parce que sa popularité existait déjà, mais il fallait que le niveau sportif suive. Quand les deux s’alignent, on agit vite.

On parle souvent d’un « French touch » du MMA. Le ressentez-vous ?

Oui. Le MMA a été interdit très longtemps en France, ce qui a créé une attente énorme. Et la France est historiquement une terre de sports de combat. Le public français est très engagé, très expressif, très fidèle. Tous les combattants le disent.

Le MMA souffre-t-il encore d’un problème d’image aujourd’hui ?

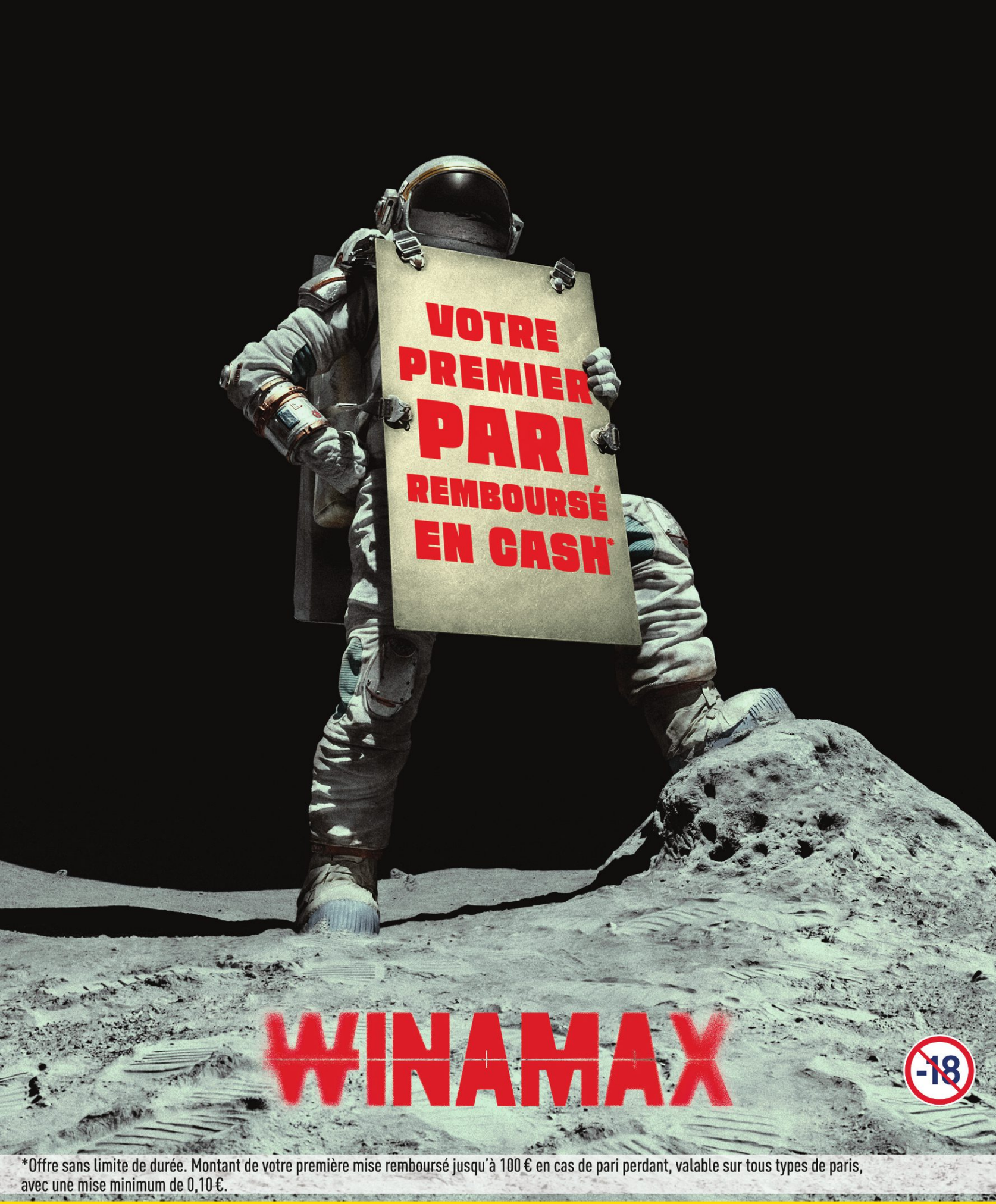
Non. Ce cap est derrière nous. L’arrivée de l’UFC en France a recentré le discours sur le sport et les athlètes. Le prochain basculement viendra avec un champion UFC français. À ce moment-là, l’émotion collective changera tout.

Pourquoi avoir lancé un tournoi doté de 100 000 euros ?

C’est une brillante idée de mon frère Laurent, elle est née d’un clin d’œil historique : l’UFC est née avec des tournois. Ensuite parce que 100 000 euros, c’est une dotation de ligue internationale. Ça positionne Hexagone MMA comme une compétition crédible et légitime.

Enfin, jusqu’où souhaitez-vous emmener Hexagone MMA ?

L’objectif est clair : s’installer durablement comme la ligue numéro un en France, puis devenir une référence européenne. Sans se fixer de plafond.



*Offre sans limite de durée. Montant de votre première mise remboursé jusqu'à 100 € en cas de pari perdant, valable sur tous types de paris, avec une mise minimum de 0,10 €.

LES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD PEUVENT ÊTRE DANGEREUX: PERTES D'ARGENT, CONFLITS FAMILIAUX, ADDICTION...
RETROUVEZ NOS CONSEILS SUR JOUEURS-INFO-SERVICE.FR (09 74 75 13 13 - APPEL NON SURTAXÉ)

GOUVERNEMENT
Liberté
Égalité
Fraternité

GrandPalais Rmn × Centre Pompidou



MINISTÈRE DE LA CULTURE
Liberté
Égalité
Fraternité

CHANEL
GRAND MÉCÈNE DU GRAND PALAIS

ART FOUNDATION MENTOR LUCERNE

RATP · arte · LA CROIX · TROISCOULEURS · PSYCHOLOGIES · MilK DECORATION · france culture

TECHNIKART

SPICY_
De l'émission Hot Ones à la tendance swicy (sweet + spicy), la Piment-Mania est partout, même dans vos cocktails : la preuve avec les liaisons dangereuses entre Absolut Vodka et la sauce Tabasco.




ABSOLUT SINCE 1879
L.O. SMITH
ABSOLUT®
TABASCO™
BRAND
CHILI PEPPER FLAVORED VODKA

RED HOT VODKA

Par
Adèle Thiéry

Photos
Axel Vanhessche

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

Toujours prête à surprendre avec de nouveaux arômes, la **vodka Absolut** s'aventure aujourd'hui sur un nouveau terrain, en collaborant avec Tabasco. Rencontre épicée avec Caroline Tran, Directrice de Marque chez Pernod Ricard France.

Vous lancez cette année une nouvelle Vodka, aux mêmes saveurs de piment qui composent le Tabasco. Comment est née cette collaboration et comment l'avez-vous élaborée ?

Caroline Tran : Les collaborations font partie de notre ADN, notamment à travers l'innovation autour des saveurs. Dès les années 1980, nous avons été parmi les premiers à développer des vodkas aromatisées avec Absolut Peppar, puis Absolut Citron, qui ont largement contribué à l'essor de la culture cocktail. Dans ce contexte, nous cherchions aujourd'hui à réinventer des cocktails emblématiques comme le Moscow Mule et Bloody Mary, tout en répondant à une évolution très claire des goûts des consommateurs vers des saveurs plus intenses, notamment autour du spicy. Tabasco, qui est une référence mondiale dans ce domaine et un ingrédient clé du Bloody Mary, s'est imposé comme un partenaire naturel. D'autant plus que nous partageons avec cette marque plus d'un siècle d'histoire, ainsi qu'un héritage commun autour de l'authenticité et de la qualité. La collaboration s'est donc construite assez naturellement, avec l'idée de réunir deux expertises fortes pour créer une nouvelle expérience autour du cocktail, à la fois ancrée dans des usages existants et tournée vers l'attrait croissant pour les saveurs épicées et les expériences de dégustation plus audacieuses.

Votre nouveau flacon, vu sous un certain angle, donne l'illusion d'un liquide complètement rouge. Comment avez-vous travaillé ce design ?

Nous avons pensé le design du flacon comme une véritable rencontre entre deux univers visuels très forts. L'idée était de créer une fusion fidèle aux deux marques : on retrouve la forme emblématique d'Absolut, avec son identité très épurée, à laquelle vient s'intégrer le logo en losange de Tabasco, agrandi et visible à travers le verre. Le résultat est une combinaison assez frappante, où les codes des deux marques coexistent de manière très lisible. Il y a aussi eu un vrai travail technique derrière cette apparente simplicité. Nous avons notamment dû prendre en compte la manière dont le liquide allait « déformer » visuellement les éléments im-

primés sur la bouteille. À cause de l'effet de réfraction, le motif pouvait apparaître changé ; nous avons donc ajusté son design pour qu'il reste parfaitement lisible une fois vu à travers le flacon. Enfin, l'ensemble du visuel est directement imprimé sur le verre, couche par couche, ce qui permet d'obtenir ce rendu très net et de renforcer l'impression de fusion entre les deux identités.

Au cœur du marché mondial de la vodka, on observe une certaine premiumisation, surtout avec le développement d'un storytelling autour des bouteilles. Quelle histoire raconte cette bouteille d'Absolut Tabasco ?

Cette bouteille raconte avant tout une rencontre entre deux icônes, mais aussi une certaine idée de la culture du goût aujourd'hui. Elle incarne le croisement entre deux héritages très forts, celui d'Absolut, avec son identité épurée et reconnaissable, et celui de Tabasco, avec une signature visuelle et culturelle très marquée, réunis dans un objet unique. Au-delà de la collaboration, elle traduit aussi une évolution des codes : on passe d'une bouteille qui raconte une origine ou un savoir-faire, à un objet qui porte une expérience, une intensité, presque une promesse sensorielle. C'est cette tension et ce dialogue qui font la singularité de cette bouteille.

Aujourd'hui qu'est ce qui crée de la désirabilité autour de la Vodka ? Vers quoi orientez-vous votre communication ?

Aujourd'hui, la désirabilité autour de la vodka passe beaucoup par la capacité à proposer de nouvelles expériences et à s'inscrire dans les évolutions des attentes consommateurs. On observe notamment un intérêt croissant pour des saveurs plus intenses et des profils plus affirmés, avec une vraie curiosité autour du spicy. De notre côté, cela se traduit par une stratégie d'innovation autour des saveurs, qui nous permet à la fois de faire évoluer la catégorie vodka, d'explorer de nouveaux usages, notamment dans le cocktail, et d'attirer de nouveaux publics. L'enjeu est vraiment de rester pertinent dans une culture cocktail en constante évolution, tout en proposant des expériences qui marquent.

Selon une étude menée par Grand View Research (2025), on observe également la croissance forte de ces vodkas aromatisées. Comment l'expliquez-vous ?

Cette croissance s'explique aussi par une transformation des usages autour de la vodka. Les vodkas aromatisées permettent d'élargir le champ des possibles, notamment dans l'univers du cocktail, en apportant des profils plus identifiables et plus expressifs, tout en restant faciles à utiliser. Elles jouent un rôle d'accélérateur dans la création, aussi bien pour les bartenders que pour les consommateurs, en simplifiant l'accès à des recettes plus élaborées. C'est aussi un levier pour toucher de nouveaux publics et renouveler l'intérêt pour la catégorie, en proposant des expériences plus lisibles et plus immédiates.

Avec son goût très versatile, la vodka est au centre d'une grande quantité de cocktails, avez-vous repéré des mixologues en particulier dont vous aimez le travail avec l'Absolut ?

On travaille avec beaucoup de bartenders, parce que la culture cocktail est vraiment au cœur de ce qu'on fait. Dans le cadre de ce projet, on a notamment collaboré avec Margot Lecarpentier, du bar Combat, qui a imaginé une partie des cocktails pour notre takeover sur la péniche River's King de fin avril à début mai. Son travail est particulièrement intéressant parce qu'elle a une approche très précise et assez libre à la fois, avec une vraie attention portée à l'équilibre et à la construction des goûts. C'est exactement le type de regard qu'on cherchait pour ce projet : quelqu'un capable de s'approprier le produit et d'en explorer le potentiel de manière créative, sans tomber dans quelque chose de démonstratif.

D'ailleurs sur votre site vous mettez en avant des dérivés : Hot Star Martini, Spicy Bloody Mary… Avez-vous élaboré ces recettes avec un mixologue spécifique ?

Ces recettes s'inscrivent dans notre approche autour du cocktail et de l'innovation, et elles sont développées en lien étroit avec nos équipes internes et notre réseau de bartenders. Nos Brand Ambassadors, comme Rico Dynan pour Absolut, jouent un rôle clé dans ce travail, en explorant les usages du produit et en développant des recettes adaptées à différents moments de consommation. L'idée est de proposer des cocktails à la fois créatifs et accessibles, qui permettent de révéler le potentiel du produit dans des contextes variés.

Il semblerait que la tendance soit aujourd'hui autour des alcools aux saveurs plus marquées, que l'on peut déguster purs, c'est le cas de cette nouvelle Absolut ?

On observe effectivement un intérêt croissant pour des profils plus marqués, y compris dans des formats de dégustation plus directs. Pour autant, Absolut Tabasco a été conçu avant tout comme un produit de cocktail, avec des usages très naturels dans des recettes comme le Spicy Bloody Mary, notre signature, ou des formats plus accessibles comme le Spicy Lemonade et le Spicy Mule . Cela dit, il peut aussi se découvrir en shot, notamment avec des formats comme le One-Shot Mary, qui permettent d'appréhender plus directement son profil et son équilibre. Ce qui est important, c'est sa polyvalence : il fonctionne aussi bien dans des moments festifs en cocktail que dans des occasions plus informelles comme le brunch.

Sauriez-vous me dire en quoi la France est un marché pertinent pour cette nouvelle Absolut ?

La France est un marché particulièrement intéressant pour ce type d'innovation pour plusieurs raisons. D'abord, la vodka y occupe une place importante, notamment dans l'univers du cocktail, qui est très dynamique, aussi bien en bars qu'en consommation à domicile. C'est un spiritueux très polyvalent, déjà bien installé dans les usages. Ensuite, le marché français est en pleine évolution, avec une montée en gamme et une forte attente autour de produits plus qualitatifs et plus différenciants. On observe également une croissance très marquée des vodkas aromatisées, portée par une recherche de nouvelles saveurs et d'expériences gustatives plus originales. Enfin, même si ce n'est pas historiquement un pays associé au piment, on voit aujourd'hui une vraie ouverture à ces profils, notamment sous l'influence des cultures food internationales et des nouvelles générations. C'est donc un marché où les conditions sont réunies pour accueillir une innovation comme Absolut Tabasco, à la croisée des tendances cocktail, saveur et expérience.

L'identité de l'Absolut Tabasco en trois mots ?

Chaleur, parce que c'est la signature immédiate du produit. C'est le piment, la sensation physique, celle qu'on perçoit dès la première gorgée. Équilibre, parce que tout repose sur la rencontre entre la fraîcheur de la vodka Absolut et cette chaleur. Aucun des deux ne prend le dessus : c'est ce dialogue qui structure le goût. Intensité, enfin, parce que cette chaleur n'est pas brutale : elle se construit, elle s'installe et elle dure. C'est une expérience progressive, qui donne de la profondeur à la dégustation.

Et pour la suite ? Quels sont vos désirs en termes d'innovation ?

L'innovation fait partie intégrante de notre stratégie, avec la volonté de continuer à faire évoluer la catégorie vodka en accompagnant les tendances consommateurs et en explorant de nouveaux territoires, notamment autour des saveurs. Aujourd'hui, Absolut Tabasco est un lancement important pour nous, sur lequel nous sommes pleinement concentrés. C'est une innovation qui ouvre un nouveau territoire, et notre priorité est de l'installer dans la durée.


ABSOLUT SINCE 1879
L.O. SMITH
ABSOLUT®
TABASCO™
BRAND
CHILI PEPPER FLAVORED VODKA
McILHENNY CO.
TABASCO
BRAND
PEPPER BLEND
FINEST FLAVOR
SWEDISH WATER
38% ALC/VOL
WINTER WHEAT
PRODUCED & BOTTLED IN THE VILLAGE OF AHUS, SWEDEN

“La niche ? UN ÉTAT D'ESPRIT”

Photo
Axel Vanhessche

Par
Adèle Thiéry



Fondateur de Niche Beauty Brands (N2B pour les intimes), Emmanuel Haddad accompagne depuis 2022 les jeunes marques de cosmétique et parfumerie de niche, dans leur chemin à travers le marché français.

Tu as commencé ta carrière avec des marques imposantes comme Lolita Lempicka ou Acqua di Parma. Comment appliques-tu les logiques commerciales que tu y as appris à des marques de niches ?

Emmanuel Haddad : Pour commencer, le constat actuel du marché, c'est que de plus en plus de grands groupes achètent des marques de niches. Le groupe Puig (qui détient Paco Rabanne, Nina Ricci ou encore Jean Paul Gaultier, ndlr) a racheté le parfumeur Byredo en 2022 par exemple. Et à côté, beaucoup de marques de niches se créent, avec une vision créative forte, des jus différents, des belles matières… Mais, sur la partie commerciale, elles ont besoin d'une personne pour les défendre. C'est là que j'interviens. J'offre aux marques des formations, je suis leurs ventes au quotidien, et je les ouvre à un marché de boutiques indépendantes, ou de concept-stores.

Qu'est ce qui distingue une marque de niche précisément ?

C'est à la fois une identité forte, mais aussi une faible production. Pour le lancement d'un nouveau produit Chanel ou Dior, on va produire entre 15 et 30 mille unités. Sur une marque de niche, on est plutôt entre 3000 et 5 000. Les premières fois, ça m'a pris au dépourvu. Lorsque j'ai débuté chez Lalique, comme à mon habitude avec mes anciennes marques, j'ai proposé une mise en place pour les magasins à 12 ou 24 parfums. Ils m'ont répondu « Emmanuel, voyons, on va faire trois pièces de chaque. » J'aime ce côté confidentiel et intimiste.

On a l'impression de voir de plus en plus de ces Grands Magasins comme la Samaritaine, le Printemps ou les Galeries Lafayettes, ouvrir leurs portes à des petites maisons d'auteurs. Quel est leur rôle actuel dans le commerce des marques de niche ?

Les Grands Magasins sont de formidables moyens de véhiculer une image de marque. Alors, la demande a gagné en importance certes, mais avec elle, la demande de suivi. Il ne suffit pas d'ouvrir les portes d'un pop-up à la Samaritaine pour vendre. Il faut continuellement animer, raconter et défendre le stand. C'est le rôle de Louis Debois, que j'ai recruté spécifiquement pour que les Grands Magasins soient sa deuxième maison. C'est ainsi qu'est né le Pop Up Fugazi & Born to Stand Out, à la Samaritaine. L'idée, c'était pour la Saint Valentin, de célébrer l'anniversaire de la collaboration entre ces deux parfumeurs, Bram Niessink et Jun Lin. D'ailleurs, Blue Ivy, la fille de Beyoncé, est venue signer notre parfum !

The Grey Men's Skincare depuis 2 ans, OBAYATY plus récemment, parmi tes marques de cosmétiques, on retrouve beaucoup de gammes dédiées aux hommes. Pourquoi ?

Ce qui m'intéressait, c'est le challenge. Il y a toujours du challenge dans tout ce que je fais. L'histoire de The Grey Men's Skincare, c'est celle d'un ancien buyer de Grand Magasins aux Pays Bas, Grégor Jaspers. Il voyageait beaucoup pour les collections, et ne trouvait jamais les crèmes qui lui correspondaient. Il trouvait toujours des gros pots roses, avec des dizaines de parfums, une crème hyper généreuse, ne correspondant pas forcément à la typologie de peau d'un homme. Et qui à un moment a décidé de créer sa propre marque. Ce que je veux dire avec ces marques, c'est que les cosmétiques et même le maquillage n'appartiennent pas uniquement aux femmes. Pour l'instant en France, et plus tard à l'international.

Des marques coréennes, néerlandaises, italiennes… L'internationalité des marques que vous accompagnez est marquante. Comment repérez-vous les naissances de tels concepts à travers les continents?

Grâce aux Salons ! Ils prennent de l'ampleur, parce qu'on s'aperçoit que le parfum est de plus en plus fort à l'international. Les marques du monde entier s'y réunissent. Cette année à la Paris Perfume Week, nous étions présent à l'intérieur des murs, pour défendre notre rôle dans le marché. Pour cela, il fallait que nous soyons identifiables, qu'on nous considère comme des références du parfum. On a choisi un code couleur noir et jaune assez statutaire, crée des mugs avec un QR code qui mène à mon site, des immense tote bags pour y fourrer tous les échantillons de parfum…

Quel est votre premier critère de sélection lorsque vous cherchez à intégrer une nouvelle marque à votre catalogue ?

Si une marque est interchangeable, elle ne m'intéressa pas. Je cherche des marques dont la première égérie est le créateur. Je pense à Francis Kurkdjian, qui a fait Le Mâle de Jean-Paul Gaultier. Il est lui-même l'une des raisons du succès de sa maison lancée après coup. Dans mon catalogue, une marque comme Room 1015, est parfaitement incarnée par Michael Partouche, son créateur. Il véhicule parfaitement ses concepts axés sur la musique, la contre-culture et la rébellion. Ensuite, je fais en sorte que mon écosystème de marques ne se cannibalise pas.

Pour faire votre métier, vous devez impérativement être au courant des dernières tendances beauté. Alors, quel avenir pour 2026 ?

Je pense qu'on assiste à une recherche d'authenticité et de singularité. D'où la montée en puissance des marques de niches face aux grands groupes comme LVMH ou Coty. La beauté est un territoire d'expression, et une marque de makeup comme OBAYATY est la preuve vivante d'une transformation du secteur, en étant une marque de soin premium dédiée aux hommes. Et puis, se parfumer aujourd'hui, c'est appartenir à un groupe. Lorsque je me parfume avec un parfum de niche, j'affirme que je ne porte pas quelque chose qu'on peut retrouver chez Marionnaud ou Sephora. Je m'identifie à une rareté. La niche n'est pas un marché mais un état d'esprit.

Quelle place voulez-vous occuper dans le marché dans les prochaines années ?

J'aimerais me concentrer sur les marques de mon catalogue, structurer leur croissance, et progresser avec elles. Je ne suis pas le marché, je tente de le redéfinir.

OLMECA

ALTOS

100% AGAVE TEQUILA

LA TEQUILA
CRÉÉE POR LES BARTENDERS*
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.



DAVID BENEDEK

“L’INDÉPENDANCE CRÉATIVE ? ESSENTIELLE !”

Photo
Axel Vanhessche

Par
Chloé Roubaud

Il est la figure qui redessine les codes de la parfumerie. En **esthète assumé**, David Benedek, fondateur de BDK Parfums, porte un regard neuf sur un secteur en pleine expansion et pense à la beauté de la matière avant la senteur. L’avenir de la fragrance ? Il le voit grand, créatif et changeant.

LE STUDIO
BY BDK PARFUMS

23 juin 2016. David Benedek, 26 ans, lance BDK Parfums, sans idée définie, mais avec une ambition fixe: transférer un héritage en odeurs que l'on ne trouve nulle part ailleurs. 13 mars 2026. Dix ans plus tard, l'heure est au bilan. D'une démarche purement intuitive, sa marque s'impose aujourd'hui à l'international. À son actif: une vingtaine de créations, une présence dans 900 points de vente à travers le monde et deux prix marquant la reconnaissance de ses pairs : de la Fragrance Foundation France Awards 2022 et en 2023, le prix du Parfum Extraordinaire de l'année de la Fragrance Foundation USA. Nous lui donnons rendez-vous. Il arrive avec sous le bras un coffret encore discret: sa nouvelle collection qui sortira le 18 mai.

ODEUR AVEC UN GRAND « O »

Chez lui, tout commence par l'odeur avec un grand « O », celle d'une enfance passée entre les murs d'une parfumerie ouverte dans les années 1960 par ses grands-parents, à proximité du 312 rue Saint-Honoré Paris, où se trouve aujourd'hui sa propre boutique. « *Grandir dans une famille liée au parfum m'a donné un amour naturel pour cet art.* » Sa grand-mère, Édith, revient souvent. « *Elle adorait dire que la vie est rigolote et que l'on doit toujours rester fidèle à sa vision pour ne pas se dénaturer.* » Dans un secteur saturé de références, ce conseil lui vaut manifeste. Parce que David Benedek garde les codes d'une tradition familiale qu'il refuse de figer. Le respect des matières premières et une idée du beau restent. Puis, il les adapte à notre ère, s'appuie sur ce qu'il a appris au cours de son master à l'Institut français de la mode et chez Cinquième Sens où il a été formé au langage de la parfumerie. « *Je souhaite m'inspirer de l'héritage français, mais retranscrit dans un univers très urbain et plus contemporain. Il s'agit de parler aux gens de notre époque, ceux qui cherchent à affirmer leur personnalité.* » De là se dessine une empreinte: les parfums sensuels avec une tenue extraordinaire, sa signature. Naissent ses premiers succès. « Gris Charnel », « Pas ce Soir » ou « Bouquet de Hongrie ». Chacun dédié à une histoire parisienne.

Puis, une nouvelle approche voit le jour: se concentrer, non plus sur le souvenir, l'émotion mais sur la matière. «*Lui donner un regard différent en la retravaillant.* » «Repenser » est un leitmotiv. Avec lui, la vanille, un classique, ne relève plus d'un plan marketing mais d'un joyeux « *petit accident olfactif qui apparaît dans une formule* ». Consensuelle par nature, cet ingredient laisse place à Vanille Leather, qu'il détourne sans la trahir. Vanille Caviar aussi. Velvet Tonka et Velvet Tonka Extrait sont inspirés de ses origines marocaines uniquement. Ses origines roumaines ont quant à elles inspiré Bouquet de Hongrie. En bref ? David Benedek déplace le parfum vers quelque chose de plus personnel, mouvant et surtout, plus vivant. Rencontre.

Le marché du parfum dépasse les 50 milliards de dollars et continue d'évoluer. Pourquoi une telle croissance ?

David Benedek : Parce qu'il parle de nous. Le parfum est un marqueur d'identité idéal. Nous sommes dans une ère digitale où chacun met en scène ses goûts et ses choix. L'odeur complète cette volonté d'affirmation de soi. Je trouve fantastique que les nouvelles générations s'y intéressent. Le sens de l'odorat est beaucoup plus valorisé qu'avant, où on parlait plutôt d'art et de musique.

Le « made in France » est-il encore un atout dans la parfumerie ?

Oui, et il me tient à cœur. C'est un vrai gage de savoir-faire pour une marque française. On a de magnifiques verriers et producteurs. BDK Parfums développe ses produits en collaboration avec des entreprises françaises afin de valoriser la tradition et l'artisanat. Le flacon biseauté est fabriqué par un maître verrier basé en Normandie. Le capot a été imaginé en hommage à l'architecture du dôme du Grand Palais à Paris. L'étiquette, apposée à la main, a été réalisée par une imprimerie bordelaise. Les coffrets sont façonnés par une entreprise familiale de la région du Mans. Toutefois, de très beaux parfums naissent aussi ailleurs, le public y est de plus en plus ouvert.

Depuis des années, le top dix des marques de parfums ne regroupe que des grandes enseignes. Quel avenir pour les marques indépendantes ?

C'est une question de temps, ça va bouger. Quand je vois l'appétence des jeunes pour ces marques, avec tout le respect que j'ai pour les grandes maisons qui font un travail extraordinaire; il y a peut-être une envie de quelque chose qui n'est pas porté par tout le monde en même temps.

Vous admirez le cinéma français. Quels acteurs souhaiteriez-vous voir porter vos parfums ?

Louis Garrel, Pierre Niney et Leïla Bekhti.

Les réglementations sur les matières rares sont-elles une limite ?

Elles ont un coût, comme la vanille, l'iris, le santal; mais ne doivent pas être une limite à la création. Il y a autant de matières de synthèse qu'il y a de matières naturelles. Chez BDK Parfums, aucun compromis n'est fait sur la qualité des formules.

Une odeur est-elle plus dominante cette année ?

Les affirmées, avec les musc; qui font des parfums « de peau ». Et, à l'inverse, les fragrances plus intimes aussi. Les fleurs reviennent également, mais réinterprétées en version contemporaine. C'est ce que j'ai fait avec IMPADIA, un parfum lancé l'année dernière et qui est devenu un bestseller.

Vous créez aussi des eaux de lessive et des parfums d'intérieur. Les gens vont-ils délaisser le parfum de peau pour ces produits plus subtils ?

Il y aura toujours ceux qui aiment se parfumer et ceux qui préfèrent une identité olfactive pour la maison ou les vêtements. L'un n'exclut pas l'autre, bien au contraire : il s'agit de construire un univers olfactif plus large, qui dépasse le corps pour s'étendre à son environnement. C'est une manière d'enrichir son identité et de s'approprier le parfum dans différentes dimensions du quotidien.

Si on se projette dans 20 ans, qu'est-ce qui aura changé dans la façon de se parfumer ?

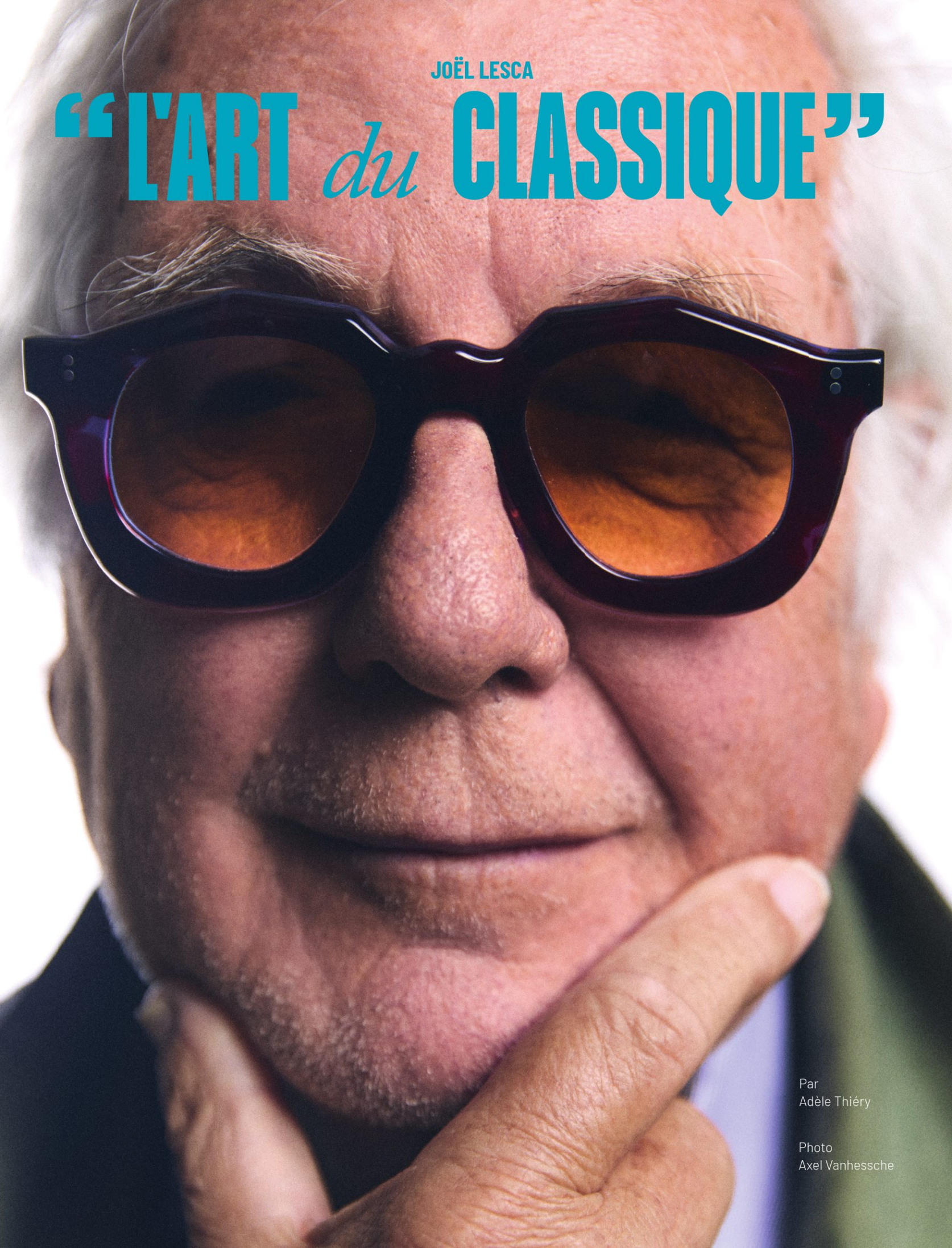
Depuis toujours, les gens se parfument. Ce qui évolue surtout, ce sont les gestes et les usages. Aujourd'hui déjà, on observe de nouvelles pratiques comme le roll-on ou le layering Les personnes aiment superposer différents parfums pour créer leur propre identité olfactive. Le parfum devient ainsi plus personnel et plus libre, dans sa manière d'être porté comme dans sa construction.



David Benedek annonce un tournant encore plus conceptuel pour BDK Parfums : sa nouvelle collection « Studio ». Le principe ? Traduire le toucher en odeur. La soie, le cuir et les sequins y sont à l'honneur dans trois nouvelles créations distinctes avec une concentration entre 40 et 48%. « *Cette Collection est dédiée à la mode, un univers très lié au parfum dans le rapport au corps et au mouvement. Car les fragrances possèdent des sillages qui se sentent dès que vous vous déplacez, ils vous suivent et laissent une trace.* » Développée sur plus de deux ans avec le Maître parfumeur Jordi Fernández, elle verra le jour le 18 mai. À l'occasion du lancement de la collection et de ses 10 ans, BDK Parfums investira la Galerie Molière, au 40 rue de Richelieu à Paris, avec une expérience immersive ouverte au public du 6 au 14 juin. Pensé comme un lieu de vie, cet espace hybride entre galerie et pop-up invite à découvrir la Maison autrement, dans une atmosphère sensorielle, contemporaine et chaleureuse.
Au programme : La découverte de la Collection Studio et de ses trois fragrances, une rétrospective des 10 ans de la Maison, des expériences de personnalisation (gravure, estampage, furoshiki) et une collaboration avec Simple Coffee Paris, autour de créations inspirées des fragrances iconiques de BDK Parfums.

JOËL LESCA

“L'ART *du* CLASSIQUE”



Par
Adèle Thiéry

Photo
Axel Vanhessche

LES ŒILLADES *de* LESCA

Témoin de l'artisanat parisien des années 1960, Joël Lesca et sa marque éponyme séduisent un public français et international avec des lunettes **indémodables, vintage et durables**. Retour sur sa carrière en un clin d'œil.

Vous avez été marqué par le Paris des années 1960. À quoi ressemblait le marché de la lunette à l'époque ?

Joël Lesca : La genèse de Lesca, c'est ma propre genèse. Quand on est jeune, on tatillonne, on papillonne… J'ai eu la chance d'être jeune dans ce Paris des années 1960, où on trouvait plein d'artisans lunetiers, tous rassemblés à l'hôtel Salé, qui était un peu en ruine (l'actuel musée Picasso, ndlr). À l'époque, on fabriquait encore des lunettes sur mesure, en écailles de tortue… Le matériau a été interdit depuis. J'ai commencé à travailler avec eux, je vendais des paires à droite à gauche, avec ma petite société. J'ai commencé à la développer avec des clients étrangers venant d'Allemagne, d'Autriche, en engageant des représentants…

On arrive au début des années 1970, avec l'arrivée de Saint Laurent, de Dior…

Oui, et un gars que je connaissais a lancé Nina Ricci, et m'a proposé de le rejoindre. Ça m'intéressait moins de vendre des produits sur lesquels je n'avais aucun contrôle, mais enfin, j'ai pris le contrôle de la vente en Suisse et en Allemagne. À cette époque, encore, il y avait une demande énorme, et très peu de concurrents. Dior et Saint-Laurent en étaient à leur prémices, les italiens n'étaient pas encore arrivés. J'y suis resté quelques années, les marques françaises que je vendais marchaient très bien. Au bout d'un certain temps, j'avais des contacts parmi les clients, mais surtout dans le Jura, le foyer de l'artisanat des lunettes en France. Et je voulais avoir ma propre collection, donc j'ai développé ma marque, Lesca Lunetier, avec des artisans d'Oyonnax. Et au milieu des années 1980, j'ai abandonné la vente des produits dont je n'avais pas la maîtrise.

Aujourd'hui, on qualifie souvent votre style de « vintage ». Lorsque vous avez lancé Lesca, c'était déjà le cas ?

Avec Lesca, j'ai produit ce que j'appelle encore la lunette « classique ». Lorsque j'ai pu lancer ma propre fabrication, j'ai créé des lunettes rondes, des ovales, des pentoses, des petites carrés, des rectangles. J'en ai créé certaines un peu étirées sur les côtés pour les femmes. Plutôt des petites lunettes, souvent assez épaisses et lourdes, comme celles des écrivains des années 1930. Aujourd'hui, on a dû adapter la taille à la demande, donc elles sont un peu plus grandes… En fait, mes lunettes sont apparues à la grande époque du lunetier Vito, qui faisait des lunettes dans des matières très pointues, avec des formes nouvelles. En contrepartie, je faisais des lunettes à la mode, mais 100% classiques.

La plupart de vos collections sont en acétate, mais vous avez aussi innové avec les matières, non ?

On a fait quelques modèles en corne de buffle. Le matériau était plutôt utilisé pour la tabletterie, c'est-à-dire les peignes, les miroirs… On a décidé d'en faire des lunettes. On commençait par chauffer la corne, puis on aplatissait. Il y a quelques années j'ai aussi fait des lunettes en bois aussi : c'était très léger, anallergique. Dans tous les cas, ces matières vieillissent bien. Je vois encore maintenant des gens porter mes modèles des années 1980, ça fait comme une sorte de patine, comme sur un vieux meuble.

Dans les années 1970 et 1980 en France, il y a eu du mouvement dans l'industrie. De plus en plus d'ateliers installés dans les gorges du Jura, ne nécessitant plus la force du courant pour travailler, ont déménagé dans les hauteurs plus confortables…

C'est là où j'ai fondé mon premier stock de lunettes, de vraies vintage cette fois ! En déménageant, ils laissaient derrière eux des immenses stocks de lunettes, des pince nez, des petites lunettes rondes en métal. J'ai essayé d'en racheter le maximum, et j'ai commencé à les revendre à des passionnés. La technologie de ces lunettes est très particulière, on a des branches qui n'existent plus aujourd'hui. Il y avait également beaucoup de modèles griffés, avec un pont de vis vissé directement dans le verre, pour le nez et les branches. J'ai pu récupérer des stocks fabuleux !

Vos modèles connaissent un succès particulier au Japon, pourquoi selon vous ?

Le marché japonais est très friand du vintage, des archives. J'avais rencontré des opticiens japonais sur une foire, où j'exposais à la fois mes modèles et mes collections d'anciennes lunettes, et la relation s'est développée de manière assez naturelle. Nous avons tissé ensemble un réseau de collectionneurs et d'amateurs : avec eux, on a développé des modèles spécifiques pour leur marché, mais mes collections classiques marchent bien aussi. C'est une sorte de marqueur. On a la lunette américaine avec Ray Ban par exemple… Les porteurs de Lesca se reconnaissent entre eux, car ils sont très identifiables.

Vous êtes partenaires du projet Koriace, un film d'une minute retraçant les 6000 km à vélo de Thibaut Martinez. Il existe des Lesca sportives ?

Il y en a eu de très belles ! Des sortes de goggles recourbées, reliées avec une barre en titane. C'était des jolies lunettes de sport ! Aujourd'hui, c'est mon fils Mathieu qui gère en grande partie la communication autour de la marque. Peut-être qu'il y reviendra !

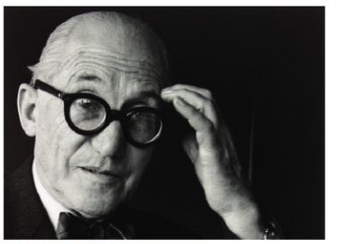
Ces dernières années, vous avez commencé à produire des lunettes recyclées. Comment est arrivée cette nouveauté ?

De l'ensemble de ma carrière, j'ai accumulé de gros stocks d'acétate. Elles arrivent découpées en grande feuilles d'épaisseurs différentes. Avec mon fils, on a eu l'idée de faire des collages de ces matières, pour créer de nouvelles coloration pour nos montures. On a donc créé cette ligne très classique, en innovant sur les couleurs.

La suite pour Lesca ?

Mathieu introduit une gamme de lunettes en métal ! En ce moment, Lesca connaît une sorte de renouveau avec des gammes inspirées des nineties. Et nous explorons notre relation au Japon avec un film, qui sortira à la rentrée.

Joël Lesca a créé des modèles de lunettes tirés d'inspirations historiques. Son top 3.



LE CORBUSIER

« Le Corbusier avait des lunettes très identifiables, très épaisses. Il y avait un côté architectural mais encore une fois, des formes très classiques. »



PEGGY GUGGENHEIM

« Peggy Guggenheim portait des lunettes avec plein de pointes, très compliquées et techniques. Elles sont devenues le symbole de sa personnalité. »



YVES SAINT LAURENT

« Yves Saint Laurent avait acheté ses lunettes à des artisans, elles ressemblent un peu à celles que portait Michel Berger. Quand on achetait ces lunettes, on devenait comme lui. »

ABEL MAXWELL

“L'EXCELLENCE AVEC DIGNITÉ”

Par
Alexis Lacourte

Chanteur et prêcheur de good vibes, Abel Maxwell prépare un sixième album, avec toujours **autant de ferveur**. Interview sur le rôle émancipateur de la musique.



En avril 2025, tu as été invité à la première partie du Zénith de Paris par le groupe d'afrobeat Toofan. Ton concert le plus spectaculaire ?

Abel Maxwell : C'était l'opportunité de rencontrer beaucoup d'artistes, d'avoir une visibilité rare, dans une salle mythique. C'était un honneur de faire partie de cette programmation.

Tu reviens de la deuxième édition du Togo Art Festival. Comment s'est passé ton concert ?

C'est encore un tout jeune festival, j'étais enthousiaste à l'idée de leur prêter main forte, et j'ai adoré ! Le public était content.

La dernière fois que tu es venu à *Technikart*, c'était pour présenter ton cinquième album, *5 Roses*. Quid de la suite ?

Le sixième est en cours ! Entre-temps, j'ai signé avec Universal. Je travaille avec plusieurs artistes que je ne peux pas encore nommer, car rien n'est officiel. J'espère que le disque sortira à l'automne. Je vais sortir des singles, peut-être un court EP.

Tu consacres une importante partie de ton temps à diffuser un message de positivité dans les écoles, au Canada, ce pour quoi tu as reçu la médaille de couronnement du roi Charles III. Une consécration ?

C'est assez incroyable, car c'est la plus haute distinction du pays, pour les personnes qui ont une implication communautaire. Le jour de la remise, j'étais avec des astronautes, des médecins et des chercheurs ; d'être à leur côté m'a touché. Le quotidien d'aller dans les écoles est un travail de l'ombre, alors je suis très fier de cette reconnaissance !

Que dis-tu dans les écoles ?

Je leur parle de mon parcours, d'à quel point faire de la musique m'a ouvert des portes et des rencontres enrichissantes. Mais ils me poussent aussi ! Il y a quelques années, j'ai ouvert un compte TikTok après ce genre d'échanges, ils m'ont tous suivi ! Beaucoup de jeunes veulent arrêter l'école… Ceux qui ont souffert de racisme se disent que ça n'en vaut pas la peine. En fait, j'essaie vraiment de les encourager à développer leur plein potentiel, à devenir la meilleure version d'eux-mêmes, à poursuivre l'excellence avec dignité.

Ton parcours ?

J'ai fait un MBA en finance, en même temps que j'ai développé ma carrière de musicien. C'est la musique qui m'a fait voyager, qui me fait aujourd'hui venir à Paris, c'est aussi un message que je veux faire passer. Je crois qu'on est sur Terre pour peu de temps, ce qui reste de nous, c'est l'héritage et le bien qu'on peut transmettre. C'est ce qui me pousse à encourager d'autres jeunes, qu'ils soient doués dans le sport, la musique, l'écriture ou la peinture.

Tu as à ce propos également été invité aux Nations Unies pour ton implication dans la francophonie. En quoi est-ce une notion centrale aujourd'hui ?

Il y a près de 320 millions de francophones dans le monde. D'ici à 2050, deux tiers de la francophonie habitera en Afrique. C'est une chose dont on ne se rend pas forcément compte lorsqu'on est en France, mais la langue française est parlée partout dans le monde, c'est aussi ce qui relie des cultures a priori très différentes. La langue rapproche les gens entre eux. C'est ce que j'essaie de communiquer dans ma musique. Il y a de la place pour tout le monde.

« Demain », sortie le 5 juin 2026 chez Imposture WISER Records

WE CAN FLY tour festival

MUSIQUE HUMOUR GASTRONOMIE

1 ÈRE ÉDITION

3 LIEUX EN FRANCE

18 DATES EN 2026

UN NOUVEAU FESTIVAL DÉCOLLE EN FRANCE

Mettre en avant la musique,
l'humour et la gastronomie.

Organiser 18 dates pour accueillir
des dizaines de milliers de personnes.

Être capable d'offrir des artistes
internationaux pour un prix abordable.

Proposer chaque soir un style musical
différent (Rap, Pop, Électro, K-Pop, Disco
et plus encore) pour 6 heures de show.

Nous sommes audacieux,
à la hauteur de nos ambitions.

Nous sommes pour l'accès à
la culture, aux rires et à la fête.

Nous sommes intergénérationnels
et ouverts à toutes les envies.

Nous sommes une expérience
inoubliable pour nos festivaliers.

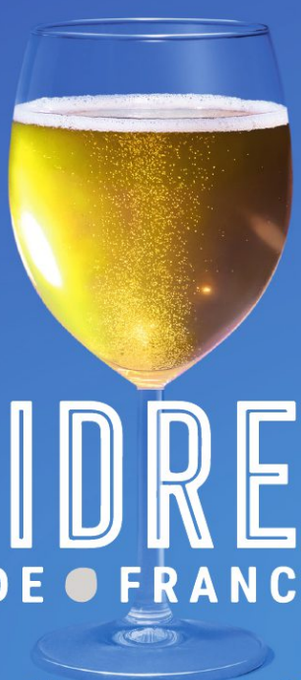
**Nous sommes We Can Fly,
et le ciel est notre seule limite.**

WECANFLY-FESTIVAL.COM



LÉGER EN ALCOOL, RICHE EN ARÔMES.

Seul le cidre réunit les contraires. Légèrement alcoolisé (le plus souvent entre 2 et 6 degrés), il est pourtant d'une grande richesse aromatique. Pour respecter ses saveurs fruitées et sa fine pétillance, servir votre cidre bien frais.



CIDRES DE FRANCE

Naturellement différent

UNICID, RCS Paris 422148759.

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



AUTOFICITON
PEDRO ALMODOVAR

LE MEILLEUR DU MOIS

PAR MARC GODIN

L'AUTOPORTRAIT DU MOIS

★★★★



ALMODÓVAR ET SES FANTÔMES

De retour à Cannes, Pedro Almodóvar livre son film le plus déroutant depuis longtemps. Un objet instable, à la fois confession sans concession, mise en scène et **sabotage méthodique** de son propre cinéma. Une œuvre hantée.

***Autofiction* ressemble à une maison hantée.** On pourrait croire à un retour aux fondamentaux de Pedro avec une histoire de famille, une temporalité fragmentée, des femmes dans les rôles principaux. Mais très vite, le cinéaste de 76 ans brouille les pistes, nous perd dans son labyrinthe. Le film débute en 2004, mais ce que l'on voit est-il vécu, rêvé, reconstruit ? Le film s'ouvre sur Elsa, réalisatrice de deux petits films cultes, obligée de bosser dans la pub. Elle vit avec son petit ami, Bonifacio, et, submergée par le deuil de sa mère, souffre de crises d'angoisse. Cut en 2025 : Raúl, cinéaste en perte de vitesse, est en train d'écrire l'histoire d'Elsa et de Bonifacio. Pour se faire, il se nourrit de l'intimité des autres, exploite les drames autour de lui, vampirise ses proches pour surmonter sa panne d'inspiration…

Déjà dans *Douleur et gloire* (2019), Almodóvar brouillait les pistes autant qu'il se dévoilait, entre autobiographie et fiction. Ici, il se dépeint en réalisateur paumé, exsangue, et il complexifie plus encore les intrigues, avec une vérité qui n'existe qu'à travers la narration instable, glissante. Il refuse la flamboyance, choisit la retenue et sa palette chromatique paraît comme passée au filtre du temps. Almodóvar ne renonce pas à son style, il le met à distance. Plans fixes, cadres fermés, mouvements rares, tout concourt à créer une sensation d'étouffement. Comme si Almodóvar cherchait à contenir ce qui, chez lui, déborde habituellement. Ses thèmes favoris (la mère, la filiation, le désir, le secret…) apparaissent comme vidés de leur puissance mélodramatique. Ce sabotage discret produit une forme de distance, et le spectateur se retrouve non plus à ressentir, mais à observer ce qui s'effondre. Comme jamais, Almodóvar met à nu avec une brutalité sidérante. Dans ses costumes Prada, Raúl est devenu un voyeur qui assiste à une projection de Peeping Tom, un cinéaste qui a « *perdu la grâce* », et s'entendra même dire « *tu as déjà fait tes meilleurs films, tu peux vivre de ton prestige.* » Tandis qu'il bégaie « *ma vie n'a pas de sens si je ne tourne pas.* »

Malgré une apparente sécheresse, *Autofiction* est traversé par une émotion sourde qui emporte tout. Elle affleure dans les silences, sur une plage de sable noir de Lanzarote, dans les regards d'une femme qui a perdu son enfant… *Autofiction* n'est en rien un film aimable, ni un testament, c'est un film qui doute, qui se fissure. Et dans ce geste de déconstruction, Almodóvar – qui continue de se réinventer – signe peut-être l'une de ses œuvres les plus libres, les plus audacieuses, parce que la plus fragile.

***Autofiction*, Pedro Almodóvar, en salles le 20 mai**

THE CRIMINALS

★★★★

C'EST DE LA BOMBE, BÉBÉ

Excellent artisan du cinéma d'action, l'Écossais David Makenzie, 59 ans, aligne les bons films comme *Les Poings contre les murs* (2013), et est l'auteur de l'immense *Comancheria* (2016). Dans son nouveau petit bijou, il est question de la découverte d'une bombe datant de la Seconde Guerre mondiale en plein centre de Londres et d'un casse audacieux. C'est bien écrit, parfaitement usiné par Mackenzie, qui alterne suspense et scènes d'action testostéronées, et porté par d'excellents acteurs comme Aaron Taylor-Johnson et Sam Worthington. Hautement recommandé.

The Criminals, *David Mackenzie*, en salles le 6 mai

COLONY

★★★★

ZOMBIES GOURMETS

À la suite d'un attentat, un virus mutant contamine les habitants d'un gratte-ciel de Séoul. Transformés en gros monstres baveux, les infectés mutent et boulottent les survivants. Dix ans après *Dernier Train pour Busan*, le Coréen Yeon Sang-ho, venu du cinéma d'animation, revient en séance de minuit à Cannes. Après avoir réalisé un prequel animé de son chef-d'œuvre (*Seoul Station*), puis une suite nullos (*Peninsula*), il usine une nouvelle histoire de zombies, un peu pimpée, mais très inspirée de *World War Z*, *[REC]*, *The Last of Us* ou *Zombie*… Fun, sympathique mais déjà vu…

Colony, *Yeon Sang-ho*, en salles le 27 mai

HÉROS OU ZÉROS



1 THIERRY FRÉMAUX

Comment, avec la concurrence, la défection des studios US et 2541 films à visionner, faire de Cannes le plus grand festival du monde ? C'est la magie Titi…



2 FERI

C'est l'une des huit poules qui incarne « l'héroïne » de ce film étrange et attachant, sur un gallinacé en quête d'émancipation et de liberté.

***Cocotte*, 27 mai**



3 TAKAHIDE HORI

Autodidacte, Hori avait mis quatre ans pour fignoler tout seul *Junk Head*, en stop motion. Voici la suite, un bijou post-apocalyptique halluciné.

***Junk World*, 13 mai**



4 VIMALA PONS

C'est l'année Vimala. Après son César, elle fait l'ouverture de Cannes avec le Pierre Salvadori et livre une belle performance dans *Sauvons les meubles*.

***Sauvons les meubles*, 6 mai et *La Vénus électrique*, 13 mai**



5 TEREZA NVOTOVÁ

La comédienne et cinéaste slovaque goupille une arme de destruction massive, l'histoire d'un homme qui oublie sa fillette dans sa voiture un jour de canicule. Insoutenable.

***Father*, 27 mai**



6 RACHEL LANG

Militaire de réserve, Rachel Lang, 42 ans, signe un film d'espionnage, parfois confus, mais ponctué de belles séquences paranos.

***Mata*, 27 mai**



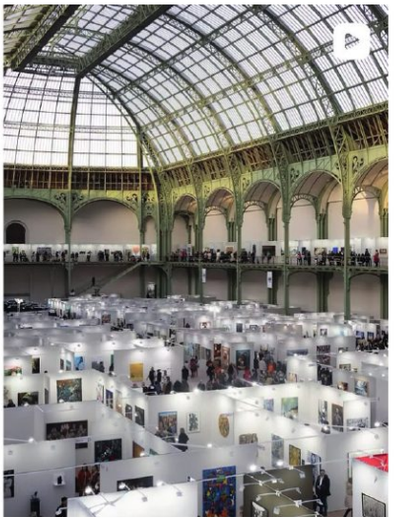
7 JIM PARFAIT

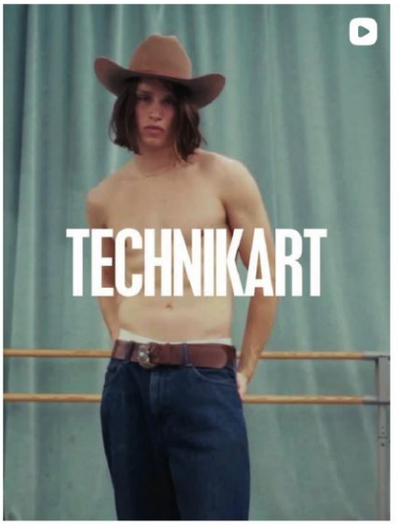
Icône gay bodybuildée, Jim contracte l'Hétérose, un étrange virus qui transforme les gays en hétéros. Un des héros de Cannes 2026.

***Jim Queen*, 17 juin**

VOUS NE SCROLLEZ PAS ASSEZ !







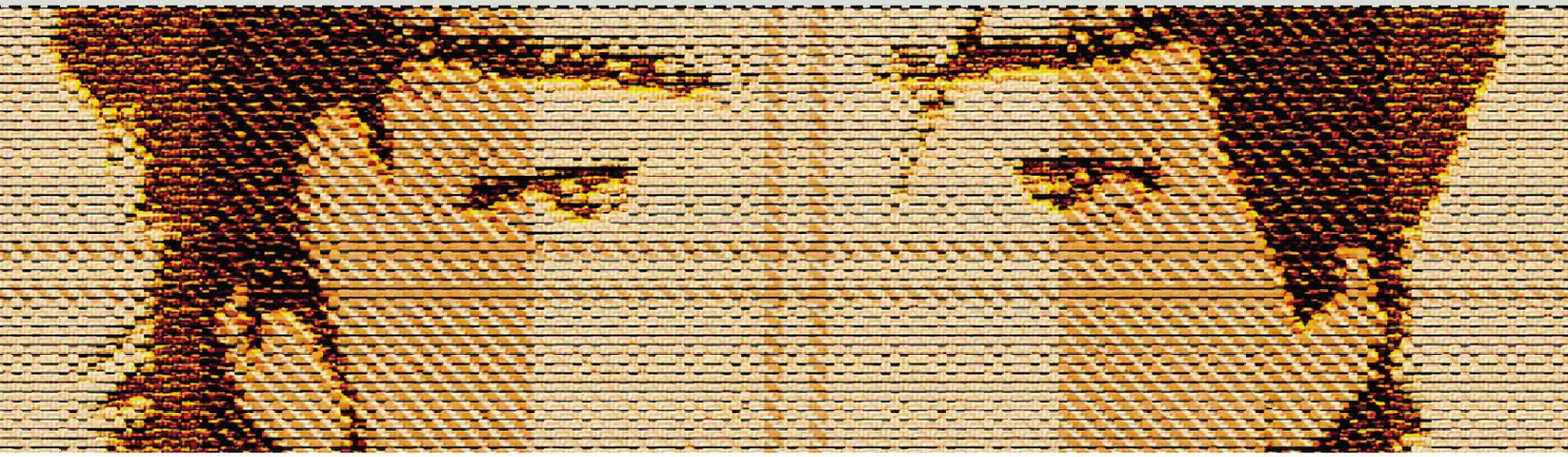
@technikart_mag

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

L'INCONNU DU MOIS

★★★★



TOUS ANONYMES

Puisque nous en avons marre d'avoir à raconter notre vie en permanence pour réussir, certains ont pris les devants. Parmi eux, un **batteur norvégien** influencé par Reed et Dylan.

La machinerie médiatique contemporaine aimerait que les artistes soient d'abord des influenceurs, mais il en reste quelques-uns pour qui ce n'est pas le bon pari à prendre. Le mutant Prince 85 nous le disait en début d'année : « *Nous sommes beaucoup dans l'industrie à cacher notre identité, pour pouvoir mettre au centre de notre travail, la création.* » Pour une nouvelle génération de musiciens, jouer avec l'anonymat est un bon compromis. C'est un double avantage, car, tyrannie de la loi du marché oblige, ce qui est rare, est cher ; de plus, limiter ses apparitions permet de contrôler son image, obsession parmi les obsessions. Le londonien Dean Blunt l'a bien compris depuis plus de quinze ans ; il fait le pont entre Yves Tumor et Bar Italia tout en restant une énigme que les journalistes aiment à remâcher

Mais pour cela, il faut un peu de génie. Lauritz Kaasa est de ceux-là. Seules informations à son sujet, il est un batteur norvégien fan de Motown, Lou Reed et Dylan, venu s'installer à Paris. Imaginez en effet Dylan et Lou Reed arborant le même flegme érotique que Leonard Cohen. Voyez ensuite Tim Maia apparaître d'une clameur de cuivres, filant illico vers des synthés vaporeux à la Air. Continuez en prenant l'idée de vacances, et tout ce que celle-ci inocule en formes de légèreté, facilité et bombance – et vous obtenez ce petit quatre titres provenant du catalogue de Record Makers. Dans le label de Blasé, c'est Cesar Wogue qui a eu le nez fin. Il a repéré Lauritz Kaasa à son style, un soir, dans un vernissage. Ce dernier l'a accompagné jusque dans sa cave à l'Hôtel de Ville pour lui présenter ses maquettes, des instrumentaux pour la plupart. Au fur et à mesure de leurs rencontres, il s'est mis à chanter. « *T'es un songwriter, mec!* », a convenu Cesar. Nous l'avons appelé pour en savoir davantage. « *Lauritz, c'est un peu un mystère,* démarre-t-il. *Je l'associe à la scène scandinave qui émerge partout dans le monde, mais plus timidement encore à Paris. Il a un goût très sûr, bien prononcé pour la culture française. Paris est devenu un hub en Europe. Beaucoup de créatifs sont ici en ce moment. Il fait partie de ce mouvement-là. Il y a une certaine passivité des Français vis-à-vis d'eux, qui ne les remarquent pas. À mon petit niveau, j'essaie de décoincer la situation.* » L'absence d'informations sur lui, pudeur ou coup marketing ? « *C'est un mélange des deux. Il veut vachement contrôler son image, à la manière de plein d'artistes aujourd'hui. Mais c'est un mouvement assez normal, par opposition à des personnalités qui montrent tout. Il est devenu davantage attirant de ne pas tout comprendre, afin de recréer de la rareté.* »

La pochette est à l'image de cette communication, elle laisse apparaître une silhouette qui se déclinera en cover de singles et en affiche, car c'est une image résolument efficace, pop à la façon de Marilyn Monroe par Warhol – qui signe l'image du mythe. En train d'enregistrer son premier album à New York, nous verrons ce qu'il en est le moment venu. En attendant, nous avons un petit joyau à écouter, nommé *Two Floors Under*.

Lauritz Kaasa, *Two Floors Under*, Record Makers

FLEUR BLEU·E

★★★★



PARENTHÈSE BLEUTÉE

Parmi des milliards de mondes parallèles, nous aimons tout particulièrement celui de Fleur bleu·e où tout ce qui de loin ou de près paraît maussade s'effondre, au profit d'idées telles que l'ex-Californie, les *seventies* ou la volupté. Avec la sortie du single « Funambule » le mois dernier, le duo franco-américain signait son plus beau morceau. C'était avant de découvrir « Let the World In », le titre qui clôture leur second album, un condensé de tout ce que nous aimons, c'est-à-dire une ballade minimaliste paumée entre deux siècles de pop.

Fleur bleu·e, *Question Marked Upon The World*, Sunday Records

CHASSOL

★★★★



STANDING OVATION

Chassol est d'ores et déjà un musicien de légende. Il a tourné avec Phoenix et Tellier, a participé aux disques de Frank Ocean et de Burgalat, et surtout, il a développé une approche toute singulière du jazz et de la pop, prenant pour matière première de ses créations, le langage à travers des films, des interviews ou des discussions ordinaires. Le sujet de son nouveau disque est le stand-up aux États-Unis, décrit comme une catharsis contemporaine où s'exprime la totalité des opinions du pays. Découvert en live au studio 104, *Funny How?* est non seulement un disque de virtuoses (la chanteuse Ala.ni y est bouleversante) mais il est drôle et noblement politique.

Chassol, *Funny How*, Ludi Magister/Créature

LES SINGLES DU MOIS



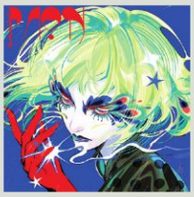
ISSAM, « RAÏ 2008 » ▲

Le rappeur marocain prépare un album tout simplement monstrueux, produit par Prince 85. « Raï 2008 » exprime ce que ce duo est capable de faire, une trap syncrétique, propulsée en synthèse de la pop contemporaine.



GENRE IS DEATH, « I SEE RED » ▲

Typiquement un groupe que Manoukian ne commenterait pas sur YouTube (trop occupé à se demander si Last Train est le meilleur groupe de rock français ou pas). Profitons-en pour adorer ça, rendu à notre coin sombre et peu fréquenté.



PAON, « MÉTAMORPHOSE » ▲

Titre phare de leur premier EP, ce nouveau groupe de free jazz pop rappelle le « Heavy Metal Be Bop 2 » de Moodoïd. Avec tout autant de soin apporté à son esthétique, Paon accélère furieusement le bpm. La suite est attendue avec impatience.
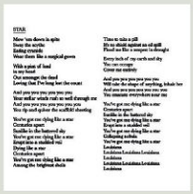


SCRITTI POLITTI, « SEX » ▲

La seule bonne chose dans l'économie de la musique depuis un certain temps, c'est que le marché des rééditions se porte plutôt bien, ce qui permet à des minots comme nous, biberonnés à l'algorithme YouTube, de découvrir avec quarante-quatre ans de retard de telles pépites. Ouch.



54 ULTRA, « TURNAROUND » ▲

Il eût pu être une réédition que nous n'aurions pas cillé d'un nanomètre. Car tout ici rappelle le géant Shuggie Otis avec une pointe du groupe Jungle. Un single tout simplement magnifique.



ICEAGE, « STAR » ▼

Elias Ronnefeldt est tout ce qu'il y a de plus cool kid. Mais avec Iceage il y a toujours quelque chose qui cloche. Les mélodies ne prennent pas, elles sont bruyantes et plutôt ennuyeuses. Même si ce titre sauve à lui seul son *For Love of Grace*, il est loin de son dernier album solo.



RNBOI, « ELLE VOULAIT » ▼

Produit par Aya Nakamura et ambassadeur Rabanne, à 19 ans, il serait la nouvelle pépite de la pop française. À raison, car il se fond parfaitement dans la masse de ce qui est insignifiant. Mais laissons-lui encore un peu le bénéfice du doute…

THIERRY LASRY
40 RUE DU FOUR
PARIS
265 LAFAYETTE ST
NEW YORK
THIERRYLASRY.COM

PAR VIOLAINE EPITALON

LE DÉMONS DU MOIS

★★★★

DIVIN ENFER

Simon Liberati, romancier le plus slave de Paris, boucle avec *New York City Inferno* sa trilogie démoniaque. Jouissif.

La dernière fois que nous avons reçu Simon Liberati, c'était à l'occasion de la parution des *Démons*, premier volet de sa trilogie qu'il ponctue aujourd'hui avec *New York City Inferno.* Il nous en faisait le pitch à l'époque : « *Au départ,* Les Démons *tournaient autour de Truman Capote et de ses* Prières exaucées, *son livre inachevé [...] Finalement, je me suis amusé à inventer des personnages* (les trois frères et soeurs Serge, Taïné et Alexis Tcherepakine, ndlr) *qui voudraient être dans un livre, livre raté qui lui-même ne sortira jamais…*».

Bilan ? Entre-temps, Liberati a fait paraître *La Hyène du Capitole* (Stock, 2024) et après le Paris de l'après-guerre, Bangkok et Rome, ce dernier volume nous plante dans le New York des années 1970. Sur le roman plane toujours la petite ombre bilieuse et délirante de Truman Capote, obsédé mais impuissant devant « *sa petite recherche du temps perdu, cinq cents ou six cents pages formidables, dignes enfin du Pulitzer* », mais aussi celle des « *tâcherons millionnaires* » de Palm Springs, des mondaines et mondains sexuellement chargées et ambigus (on retrouve Andy Warhol et les restes de sa Silver Factory ou encore Lee Radziwill, soeur infortunée de Jackie Kennedy), des squatteurs du Chelsea Hotel et du Max's Kansas City (y sont évoqués Patti Smith et Robert Mapplethorpe)... Mais cette foultitude de personnages plus vraie que nature (l'amateur du *Journal* de Léautaud donne l'impression d'avoir fourré son nez dans les notes intimes de tout le monde, tant il expose avec clarté les vices et intimités de chacun) ne sert que de prétexte aux véritables protagonistes de cette saga dantesque. (Re)voici donc Alexis, vingt ans, détruit par l'alcool, un séjour à la prison Regina Coeli et en maison de repos, et Taïné, 27 ans, « *androgyne intergalactique* » blindée et défoncée à la cantharide, traumatisée par la mort de son frère Serge et l'homicide involontaire de Dominique (voir les deux premiers volumes), plongés dans la fournaise new-yorkaise, poursuivant leurs ambitions décadentes, romanesques et désormais plus punk que pop, dans un décor évoquant tantôt les clichés de Dustin Pittman, tantôt les plus beaux feuillets de Tom Wolfe.

Liberati démontre une fois de plus et avec majesté qu'aucun format ne lui résiste. On l'avait connu bref, égotiste et incisif dans *Performance*, autobiographique, nostalgique et insolent dans *Stanislas*, il prouve avec ce dernier volume qu'il maîtrise la fresque historique (de cette exactitude dans les essences d'une époque, ses géants et ses folles, il ne s'est jamais départi) et dramatique à la façon des plus grands maîtres de l'âme humaine (les Russes, bien entendu), digne donc d'un Albert Cohen avec ce que ses personnages peuvent avoir de pathétiques, déchirants et inoubliables.

***New York City Inferno*, Simon Liberati, Stock, 320 p., 22 € (Photo Julien Grignon)** **V.E.**



JEAN BERTHIER

★★★☆

LOVE, MAO

1974, Pékin. Au lendemain de la révolution culturelle, cinq intellectuels made in Paris – les maoïstes Philippe Sollers, Julia Kristeva et Marcelin Pleynet, accompagnés de Roland Barthes et de l'éditeur François Wahl – décident de passer trois semaines en Chine. Dans un récit ultra-documenté, Jean Berthier reconstitue ce voyage dans ce qu'il a d'opportuniste (les zozos de la revue *Tel Quel,* dans laquelle Sollers avait fait paraître des poèmes du Grand Timonier, se font applaudir par les ouvriers et viennent récolter de quoi publier des ouvrages pour le petit monde germanopratin) mais aussi d'incongru et romanesque (cf. Barthes sexagénaire blasé au milieu des dazibaos de l'imprimerie nationale de Pékin s'inquiétant de la sexualité des Chinois). Lecture fortement conseillée.

***Voyage tranquille au pays des horreurs*, Cherche Midi, 192 p., 20 €** **V.E.**

ALEXANDRE GUY

★★☆☆

RAT DE LABO

Le plus souvent, nous aimons tout ce qui sort de chez le dilettante. Ce premier roman par Alexandre Guy, toubib de profession, promettait une lecture savante et dramatique. Le pitch ? Un oncologue, chercheur en biologie médicale, égare une souris avant dissection dans les sous-sols d'un hôpital inhospitalier en tous points. Las, le récit s'étiole trop vite (la chasse à la souris se tranforme en fuite en avant et plutôt que de nous plonger plus avant dans le monde des labos, l'auteur chosit la voie qui pour nous est celle de la facilité : la crise existentielle sans profondeur), sans parvenir à honorer ses promesses et le lecteur reste sur sa faim, n'ayant été ni éduqué, ni troublé. Regrettable.

***Une vie bien rongée*, Alexandre Guy, le dilettante, 160 p. 17 €** **V.E.**

YOUNESS BOUSENNA

★★★☆

META-PHYSIQUE

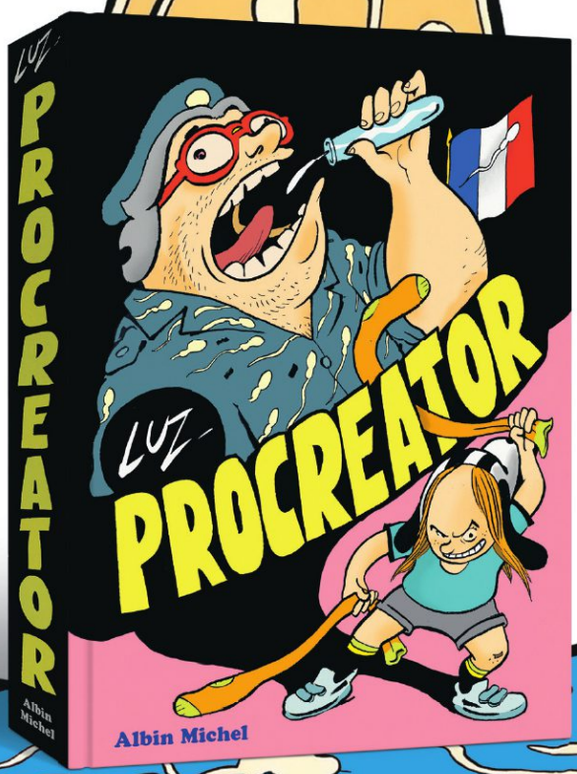
En 48 pages (la 49e étant une carte postale – c'est le concept de la nouvelle maison d'édition bien nommée 49 pages, créée il y a moins d'un an par Pierre Poligone), le journaliste Youness Bousenna, déjà auteur d'un premier roman aux éditions Rivages, *Les Présences imparfaites* (2024) fait une démonstration métaphysique au travers des yeux d'un veilleur de nuit témoin des pathologies les plus dérangeantes exposées au musée Dupuytren (situé à Paris, le musée a fermé ses portes en 2016, mais pour plus de déformations anatomiques, nous vous conseillons le musée des moulages de l'hôpital Saint-Louis). Sensations et élucubrations platoniciennes garanties.

***La Flemme de la forme*, Youness Bousenna, 49 pages, 7,49 €**

V.E.

LA NOUVELLE CLAQUE COMIQUE DE LUZ

PROCREATOR



LUZ

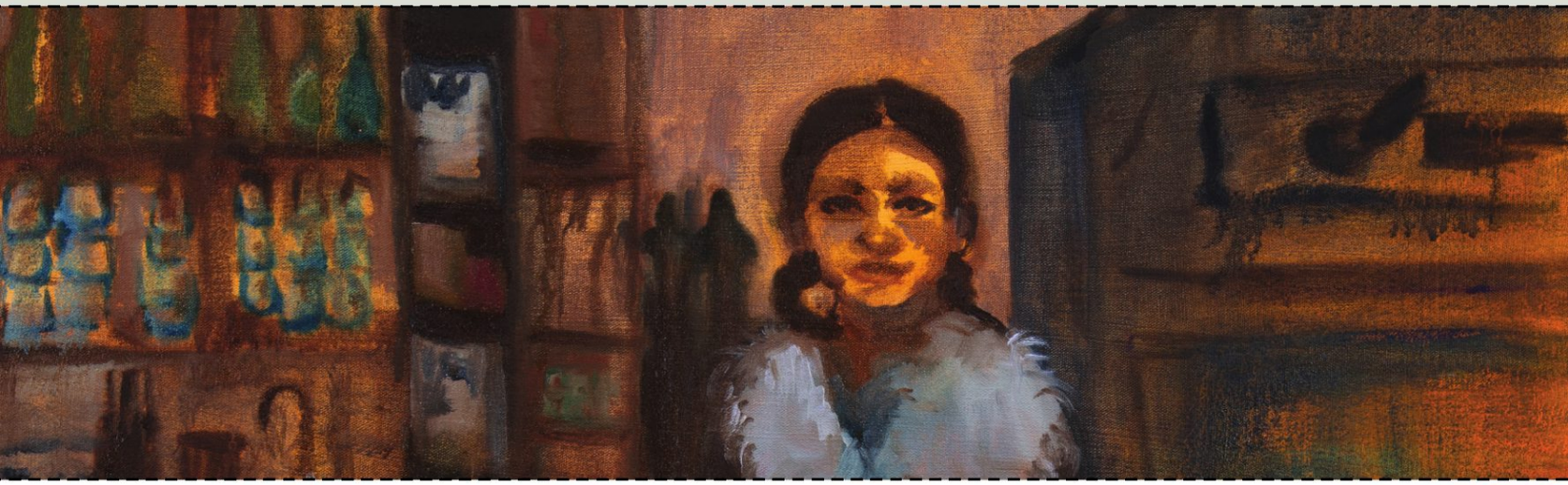
Procreator Luz © Éditions Albin Michel, département bande dessinée, 2026.

Albin Michel
BANDE DESSINÉE

PAR MATHILDE DELLI

L'ÉMERGENTE DU MOIS

★★★★



ENTRÉE EN SCÈNE

Diva solitaire, robe de scène flamboyante, pose derrière un bar… les personnages de **Mariama Conteh**, qui expose une série sur le thème de la scène, ne sont pas prises dans un décor, ce sont elles qui créent le décor.

« Je ne peux pas peindre sans m'inspirer un minimum d'une expérience vécue. » Anciennement impliquée dans la scène drag queen parisienne, Mariama Conteh s'est intéressée à ces moments d'attente et de suspension, précédant l'entrée sur scène, qu'elle soit scène de concert ou scène de bar, lorsque l'espace physique de représentation et du public se rendent flous. « *Je me suis questionnée sur ce que représente cette expérience esthétique de performance, lorsqu'un public te regarde faire quelque chose.* » Telle une mémoire d'avant-scène figée par la peinture, ses œuvres représentent des femmes dans leur costumes d'apparat, qu'on aurait pu croiser au XIX[e] siècle. Malgré la frontalité figurative de leurs états, quelque chose dans la toile nous échappe, un mouvement, émanant d'elles, teinte l'espace qui les entoure. « *Dans ma démarche, le dessin force l'image à apparaître, alors le début d'une toile est toujours un peu abstrait et fantomatique. J'aime garder cette partie fuyante et lui donner de la place. Je raconte quelque chose avec la figuration et autre chose se raconte par l'abstraction.* » Ces visages « *pris dans la mêlée des coups de brosse* », à peine définis, cèdent leur éclat aux accessoires et costumes, qui détonnent et saturent. « *Je me sers de la couleur pour parler de choses que l'on a connues. Le rapport entre les tons bruns qui me permettent d'organiser les formes humaines, et les tons bleus foncés qui m'aident à délimiter les contours d'un monde hors du corps.* » Ce que l'on ne voit pas, ou plutôt n'entend pas, c'est la musique qui parcourt le travail de l'artiste, sortie de ces bouches muettes car figées dans le temps de la peinture, jouée par un violoncelle en arrière-plan. On peut dire des œuvres de Mariama Conteh qu'elles sont musicales, car devant elles, on peut presque entendre les notes mélancoliques côtoyer la partition d'une certaine idée de la féminité.

Mariama Conteh, « Mennour Emergence 3# », jusqu'au 6 juin à la Galerie Mennour.

LAURA FOOTES

★★★★



TRANSLUCIDE RÉALITÉ

Personnages translucides et décors domestiques, Laura Footes nous accueille dans l'antichambre de son esprit. Sous ses pinceaux, un imaginaire de métamorphose côtoie une réalité trouble. L'espace est fragmenté, les récits multiples, l'artiste a du cinéma sous les doigts.

Laura Footes, « L'Antichambre », jusqu'au 30 mai à la galerie Bremond Capela.

MICHEL JOCAILLE

★★★★



FLEURS MILITANTES

Premier solo show, mois de mai, les muguets sont en fleurs sur les sculptures de Michel Jocaille, qui ne s'arrête pas à l'installation. L'esthétique camp et queer est au rendez-vous pour donner une vision des marges, qui de là où elles sont, interrogent les constructions identitaires et les récits normatifs.

Michel Jocaille, « Lily ot the Valley », jusqu'au 20 juin à la galerie Les filles du calvaire.

VOUS AIMEZ TECHNIKART...

UN PEU ?

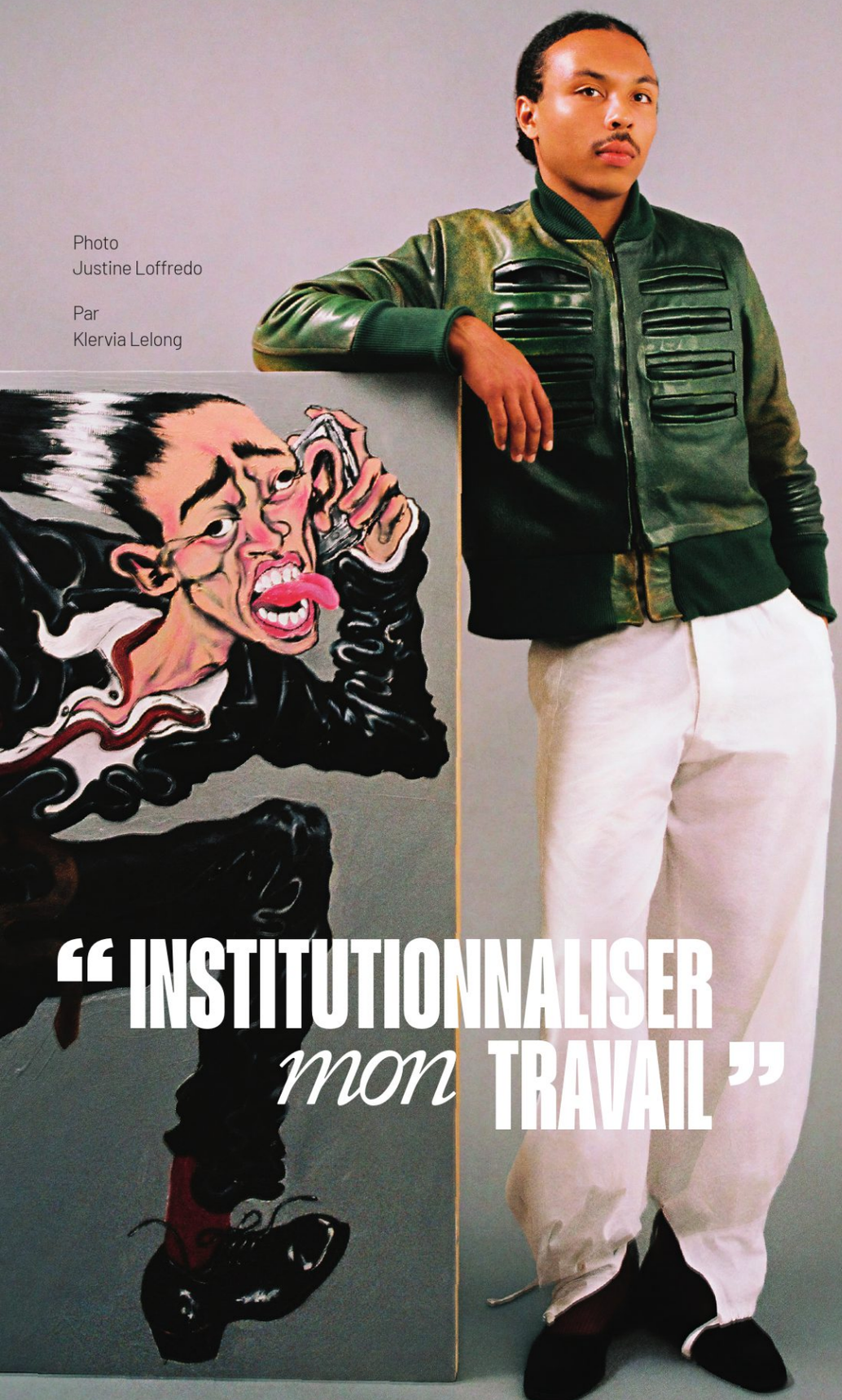
1 NUMÉRO DIGITAL
TECHNIKART
3,99€

BEAUCOUP ?

1 AN DE TECHNIKART,
10 NUMÉROS
59€

PASSIONNÉMENT ?

2 ANS DE TECHNIKART,
20 NUMÉROS
100€



“INSTITUTIONNALISER *mon* TRAVAIL”

Photo
Justine Loffredo

Par
Klervia Lelong

À 24 ans, Léo Kpodzro est un artiste accompli. Originaire de Saint-Ouen-sur-Seine et diplômé de l'Institut Français de la Mode (IFM), il jongle avec talent entre ses deux passions : la peinture et la couture. **Interview sur le fil**.

Tes peintures déforment la réalité en déséquilibrant les proportions de tes personnages. Avec ce style aux traits exagérés, quelles sont tes inspirations ?

Léo Kpodzro : Des peintres de la vague expressionniste du XX[e] siècle, comme Chaïm Soutine, Christian Schad, Otto Dix… Même Kerry James Marshall à sa manière. Ce sont des personnes dont je considère le travail. J'essaie de transgresser certains tableaux et d'apporter ma valeur ajoutée, tout en restant authentique et intuitif dans ce que je fais.

On peut voir plusieurs de tes œuvres dans la rue, sur des devantures de boutiques notamment. C'est le cas du diptyque *Depiction of a Cat*. Pourquoi graffer sur les murs plutôt que peindre sur une toile ?

C'est intéressant de bosser sur des médiums divers. J'apprécie l'aérographe, le graffiti, la sculpture… À la bombe, il y a une notion sonore : j'aime la mélodie que tu peux créer avec ce pschit.

Tu as commencé à coudre il y a huit ans. Comment définirais-tu ton style vestimentaire ?

C'est assez éclectique et singulier. J'aime l'élégance, les motifs, les couleurs, les belles matières, les tissus travaillés, les étoffes et les volumes.

Tu utilises beaucoup de matières animales sur tes pièces (fourrure, griffes, cuir…)…

Oui, il y a un côté cabinet de curiosité. J'ai envie que ce soit intriguant, mais pas que ça fasse peur. J'ai également une dimension Arte Povera (« art pauvre »). Tout peut rentrer en compte dans ma création, j'aime récupérer ce qui est autour de moi et l'utiliser à mes propres fins. Je travaille par exemple avec des cuirs d'ameublement et on ne le remarque même pas : si je ne le dis pas, personne ne saura que ma veste est faite en cuir de canapé.

Suis-tu la même démarche en peinture ?

Oui, j'ai peint *La Lutte des classes* sur un couvercle en bois trouvé dans une benne de chantier. On peut très vite se bloquer dans nos créations en se disant qu'on manque de moyens, de support, d'audience… C'est cliché, mais il ne faut pas se prendre la tête.

Pour ton premier solo show, tu as exposé au Palais Bulles de Pierre Cardin, aux côtés de la curatrice Vittoria di Savoia. Quels sont tes projets en 2026 ?

Avec Lucas, mon associé, on travaille sur un deuxième solo show avant la fin de l'année, à Paris cette fois-ci. On aimerait institutionnaliser mon travail, marquer un grand coup en exposant dans un lieu important. J'aimerais aussi avoir un espace dédié à mes créations et, à terme, tenir un showroom, pour continuer de faire rayonner la ville de Saint-Ouen, qui est en train de devenir un hub de création, un carrefour éclectique à sa manière.

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.

APPUYEZ, EXPLOREZ

DUA LIPA POUR NESPRESSO



WHAT ELSE?*

*Quoi d'autre ?

NESPRESSO France SAS - SIREN 382 597 821 - RCS PARIS 27 rue du Colonel Pierre Avia, 75015 Paris. Photo retouchée.