



Quand les marques de mode multiplient les concours de jeunes talents pour nourrir leur créativité

A côté du prix de l'Andam, du LVMH Prize ou du Festival de Hyères, d'innombrables initiatives ont éclos ces dernières années pour débusquer la perle rare. De plus en plus de marques, souvent associées à des écoles de mode, ont lancé leur propre concours dédié à la jeune création, à la recherche du jeune designer ou de l'artisan talentueux à pouvoir potentiellement intégrer dans leurs équipes. Une manière de faire face à la pénurie de vocations dans les métiers manuels et d'injecter de nouvelles énergies créatives dans les maisons.

Parmi les projets les plus récents, Kering vient de désigner les lauréats de son nouveau concours dédié à la joaillerie responsable, "Kering Generation Award X Jewelry", lancé avec la CIBJO (Confédération internationale de la bijouterie, joaillerie, orfèvrerie des diamants, perles et pierres) et l'université milanaise Poli.Design - Politecnico di Milano. Le groupe de luxe français a invité 22 start-up et étudiants à créer un bijou à partir de déchets. Sous le thème "Seconde chance, premier choix", cette première édition s'est tenue le 7 juin à Las Vegas, lors du salon mondial de la joaillerie JCK.

Elle a récompensé dans la catégorie "étudiants", la créatrice coréenne Lee Min Seo de l'université Hongik de Séoul, qui a réalisé des bijoux à partir des rebuts en cuir du jangu, un instrument de percussion traditionnel. Elle bénéficiera d'un stage au sein de l'une des maisons de joaillerie du groupe (Boucheron Pomellato, DoDo, Qeelin). Pour les start-up, s'est distinguée la marque chinoise lanyan, dont les créations joaillères sont réalisées à partir de pierres imparfaites ou fracturées. Les deux vainqueurs pourront profiter d'un mentorat de la part des experts de la faculté milanaise Politecnico.

De son côté, Louis Vuitton a lancé fin 2023, en partenariat avec une trentaine d'écoles dans le monde, le concours "Accessories Design Graduates Initiative" récompensant l'innovation et la créativité dans le design de maroquinerie et d'accessoires. C'est la Chinoise Kexin Zhang, formée à l'Académie des Beaux-Arts de Tianjin (TAFa) et à l'Académie royale des Beaux-Arts d'Anvers, où elle s'est spécialisée dans la création de bijoux et d'orfèvrerie, qui vient de remporter la deuxième édition, s'illustrant "par son sens du détail et son savoir-faire exceptionnel".

Kexin Zhang va rejoindre les équipes du studio pour la réalisation de produits de maroquinerie et d'accessoires de Louis Vuitton, indique la maison. Elle intégrera les équipes Louis Vuitton et participera à la création de pièces de maroquinerie, d'accessoires et de joaillerie, grâce à un programme d'intégration complet, où elle croisera sans aucun doute Johnny Coca, le directeur de la maroquinerie femme de la griffe phare de LVMH.

En mars, la griffe parisienne AMI a remis son quatrième Prix de l'entrepreneuriat AMI x IFM à Matho, marque spécialisée dans des vêtements en maille près du corps fondée par Léa Mathonière Fallot avec, à la clé, un accompagnement et un soutien financier de 20.000 euros. Le jury a aussi attribué un prix "Coup de cœur" à Telmet, marque expérimentale portée par Léo Ciavarella et César Noyer mêlant design de mode et créations audiovisuelles, qui va recevoir un financement de 10.000 euros. Une manière pour la maison de soutenir concrètement la jeune création.

D'autres marques recrutent, dans le cadre de projets spéciaux, des noms émergents le temps d'une collaboration. Elles voient dans cette démarche l'opportunité d'apporter un vent de renouveau à leur offre, sans perdre leur identité, tout en créant du buzz. En



contrepartie, elles offrent de la visibilité à ces jeunes talents souvent inconnus du grand public, leur confiant au coup par coup la création de collections capsules. Ce fut le cas d'AZ Factory, par exemple, pour continuer à faire vivre la marque d'Alber Elbaz après son décès.

Le label espagnol de fast-fashion Mango vient de lancer le projet "Mango Collective", "pour célébrer la créativité et l'innovation des marques émergentes". Comme première styliste invitée, il a choisi l'Anglo-Indienne Supriya Lele, finaliste en 2020 du Prix LVMH, qui s'est déjà fait un nom à Londres, où elle a fondé sa marque en 2017. "L'ambition est de lancer une collaboration par an, avec une collection imaginée main dans la main avec la marque ou le designer invité, dans l'idée de construire une communauté créative", explique l'enseigne.

L'artisanat et les savoir-faire manuels valorisés

Artisanat et talents manuels sont eux aussi au centre de toutes les attentions, comme en témoigne la multiplication d'initiatives dans ce domaine. Loewe, la maison de maroquinerie espagnole de LVMH, a été l'une des premières à créer un prix dédié à l'artisanat en 2016 sous l'égide de son directeur artistique de l'époque, Jonathan Anderson. Le "Loewe Foundation Craft Prize" a ainsi couronné fin mai le sculpteur japonais Kunimasa Aoki.

Un an plus tard, en 2017, le chausseur J.M. Weston a institué, via sa fondation d'entreprise, le programme "J.M. Weston Foundation Awards", visant à promouvoir un échange international entre de jeunes artisans français et japonais. "L'objectif est de permettre à de jeunes cordonniers-bottiers de rejoindre pendant une période de quatre semaines les meilleurs ateliers des deux pays", indique la marque, précisant que les lauréats doivent réaliser au cours de cette formation "un projet d'exception grâce à l'accompagnement des maîtres artisans locaux et l'apprentissage de leurs méthodes".

La maison attribue chaque année quatre bourses, deux pour des Français et deux pour des Japonais. La sélection des deux lauréats japonais est en cours. Ils viendront découvrir la manufacture J.M. Weston à Limoges en septembre. Les deux lauréats français ont été quant à eux sélectionnés et sont attendus au Japon en octobre, où ils seront accueillis dans la manufacture Scotch Grain à Tokyo. La cérémonie de clôture avec la présentation des projets réalisés et la remise des prix auront lieu au Japon le 31 octobre.

En 2023, la griffe marseillaise Sessùn a initié à son tour un concours international à destination des moins de 35 ans, mais cette fois dans le domaine du design d'intérieur. Pour sa troisième édition, elle a décerné trois récompenses, dont le premier prix à Sarah El Yousefy et Nina Ouchinsky. Leur projet sera produit et présenté aux Galeries Lafayette Haussmann en septembre. Le deuxième prix est allé à Gala Vernhes-Chazeau et le troisième à Constant Clesse et Clément Pasquier. Cette stratégie permet de valoriser l'image des marques, tout en soutenant les générations créatives de demain.

