



CRÉATEURS ET STYLISTES

La jeune création bénéficie de nombreux soutiens

A Marseille, Paris, Lyon et Lille, les structures d'aide à la jeune création permettent de mettre sur orbite la relève créative de demain.



Le Village des créateurs de Lyon.
La structure a pour vocation de détecter, d'accompagner et d'aider à la réalisation des créateurs de mode, de décoration et de design issus de la Région Auvergne-Rhône-Alpes.

Aix quatre coins de la France, des structures d'aide à la jeune création tentent d'assurer la relève de demain. Leurs missions sont variées : faire office d'incubateurs pour les créateurs en devenir, élaborer du coaching entrepreneurial, les installer dans des boutiques dédiées, mettre à disposition des ateliers ou encore organiser des prix médiatisés, afin de gagner en visibilité. Souvent associatives, ces structures sont financées, selon les cas, par l'agglomération, la Région, la Ville ou le Défi. Toutes sont également à la recherche de financements privés pour avoir les coudees plus franches et élargir leur périmètre d'action. Revue de détail.

■ L'une des plus anciennes de ces structures se trouve à Marseille. La *Mmm* (Maison mode Méditerranée) a été fondée à la fin des années 80 par Maryline Belleud-Vigouroux. Sa particularité est de compter, parmi ses 60 adhérents, à la fois de jeunes créateurs et des marques confirmées, comme *Gas*, *American Vintage* ou *Kaporal*, qui font office de soutiens financiers. Ainsi 66% des financements de l'organisme sont privés, tandis que 33% proviennent de la Ville de Marseille, de Métropole Aix-Marseille-Provence, du conseil départemental, de la chambre de commerce et de la Direction régionale des affaires culturelles (Draac). Alors que sa fondatrice vient de se retirer, une nouvelle gouvernance s'est mise en place. Toujours présidée par Matthieu Guinet, la *Mmm* a désigné Aurélie Vigouroux comme directrice de la stratégie, tandis que Jocelyn Meire est chargée

du développement (*Journal du Textile* n°2386, du 3 juillet 2018).

Les deux grandes missions de la *Mmm* sont la formation et l'aide à la création. En 2016 a ainsi été lancé le Festival *Open-*

mymed, dont les derniers participants étaient des créateurs tels que Jacquemus ou Christelle Kocher (marque *Koché*). Carte blanche leur avait été donnée pour exprimer leur vision de Marseille et in-

vestir la ville comme «un tremplin, une vitrine, une marche supplémentaire», fait observer Aurélie Vigouroux. Ces créateurs un peu plus qu'émergents ne sont pas forcément tous dans le giron de la *Mmm*, car celle-ci s'attache à élargir ses missions au-delà de ses «incubés».

Un autre levier est le Prix *Openmymed*, ouvert à dix-neuf pays de la zone Euro et porté par un jury international de vingt personnes. «Lors de la dernière édition, nous avons reçu 200 dossiers, pour treize lauréats. La dotation se fait à travers une plateforme de marque, via une aide à l'identité marketing pour définir l'image de ces griffes. Il s'agit aussi de les aider à définir leur plan de développement, ainsi qu'un mentoring pour lui mise en place d'une stratégie de distribution à l'international.»

Coaching

Outre ces actions médiatiques, la structure veut renforcer ses initiatives autour du coaching, d'ateliers, de rendez-vous avec des experts. Elle dispose également d'un pôle de formation qui lui permet de mieux se différencier. Monté en partenariat avec l'université Aix-Marseille, il délivre une licence et des masters 1 et 2 pour les métiers de la mode et du textile. Depuis sa création, en 2006, 500 étudiants y ont été formés. De nouveaux programmes sont en préparation : un cursus axé sur la distribution, «retail excellence», et un *Desu* (diplôme d'études supérieures universitaires) de «fashion craft and hi-tech» (mêlant de la mode et haute technologie), qui fera sa rentrée en 2019. Une chaire universitaire dédiée à la Rse (responsabilité sociale et environnementale), dirigée par Aurélie Kessous, va aussi être lancée.

Enfin, après avoir développé son offre de boutiques pour valoriser ses jeunes créateurs (le projet réalisé avec *McArthurGlen* dans le centre commercial *Mitamas* et le «silstore» dans *Les Docks Village*), la *Mmm* plane sur la création d'une *Station M*, inspirée de la *Station F* parisienne, c'est-à-dire un incubateur et des espaces de coworking pour de jeunes pousses innovantes. Le projet pourrait voir le jour en 2020.

■ L'hébergement. C'est justement l'axe sur lequel sont en train de travailler les *Ateliers de Paris*, qui disposent d'un



Ateliers de Paris. La structure de la Ville de Paris dédiée aux métiers d'art, au design et à la mode va ouvrir de nouveaux locaux dans le 10^e arrondissement et va mettre en place un nouveau programme de formation. Marc Pivard



Défilés Maisons de Mode.
La structure-incubateur de Lille et Roubaix suit aujourd'hui vingt-huit créateurs, qui bénéficient de boutiques-ateliers, et des programmes de coaching. *Photo: F. Fosse*

incubateur, d'une galerie et qui proposent des services d'accompagnement à la création d'entreprise. La structure de la Direction de l'attractivité et de l'emploi de la Ville de Paris, dédiée aux métiers d'art, au design et à la mode, est installée rue du Faubourg-Saint-Antoine depuis 2005 et est dirigée par Françoise Seince. Elle s'adresse principalement aux diplômés des écoles d'arts appliqués, de mode et de design, mais aussi à des personnes en reconversion professionnelle (demandeurs d'emploi) ou à des collectifs de créateurs en recherche d'activités, constitués en associations ou en coopératives.

Au printemps prochain, les Ateliers de Paris disposeront de nouveaux locaux dans le 10^e arrondissement, centres sur la mode et les métiers d'art. « Concernant le recrutement de la nouvelle promotion, 30 créateurs sont auditionnés. Nous n'avons qu'une douzaine de places. Nous agrandir est une priorité. » En termes d'offre, les Ateliers de Paris ont élargi leur panel de consultants accessibles à moindre coût. La consultation d'aide à la création d'entreprise est facturée 25 €. Un nouveau programme de formation va être mis en place pour la rentrée, proposant du conseil en business plan, du conseil juridique ou de la stratégie de communication.

■ Fondé en 2011 à Lyon, avec l'aide de la Ville et des syndicats professionnels du secteur, le Village des créateurs accompagne 80 marques. « L'accompagnement est extrêmement personnalisé, sur des thématiques telles que l'entrepreneuriat, l'export ou le juridique », souligne la directrice, Isabelle Gleize. La structure a pour vocation de détecter, d'accompagner et de propulser les créateurs de mode, de décoration et de design-objet de la région

Auvergne-Rhône-Alpes. Elle compte douze entreprises en résidence, des ateliers-show-rooms dans le passage Thiaffait, au cœur du quartier historique des Pentes de la Croix-Rousse. Au-delà de cet incubateur, le Village des créateurs s'attache à fédérer une communauté de créatifs qui échangent et coconstruisent des projets, qui essaient de favoriser les passerelles entre la mode et le design.

Dans l'hyper-centre de Lyon, le concept-store *Vide h* (Village des créateurs boutique) rassemble les griffes fédérées, soit une cinquantaine actuellement. « Il monte en puissance », souligne la directrice. Cette boutique fait partie intégrante du dispositif de tremplin impulsé par le Village des créateurs. En novembre, un grand espace de vente collectif devrait ouvrir. De nombreux autres projets sont en cours, à commencer par une exposition pendant la Paris Design Week, avec sept marques. Le Village des créateurs sera aussi présent à la Fashion Tech Week à Paris et est en liens avec les Fashion Tech Days de Roubaix.

Club de partenaires

Au total, la structure a accompagné 310 entreprises depuis 2011, dont 63% sont toujours en activité. Lancé il y a douze ans, son concours *Talents de mode* continue de grandir au niveau national et international. Sa vocation est de repérer et de promouvoir les talents émergents de la création de mode contemporaine, en leur offrant des moyens concrets pour se développer. L'association est financée par la Métropole, la Région, la Ville de Lyon, ainsi que par les cotisations des adhérents et résidents. Elle s'appuie également sur un « club des partenaires »,

dont le Centre technique du cuir, *Esmold Lyon*, les *Galeries Lafayette Lyon*, qui mettent à sa disposition des corners, ou *Techtera*. « Nous essayons de combiner les financements publics et privés, cela devient une priorité », note Isabelle Gleize.

■ Entre Lille et Roubaix, *Maisons de mode* est en plein renouvellement. Voilà quelques mois, la structure-incubateur s'est dotée d'une nouvelle gouvernance en la personne d'Emmanuelle Axer, la fondatrice du concept-store *Série noire*. « Notre volonté est de nous ouvrir, de multiplier les rencontres avec l'écosystème de la mode et du textile de la région. » Encore une fois, il s'agit de trouver des financements privés, en sus de l'enveloppe publique dotée par la Région et la communauté urbaine. Des partenariats ont été montés avec le *Ceti* de Roubaix, le musée de la Piscine de Roubaix, mais aussi avec le site d'e-commerce *Showroomprivé*, qui offre des sites gratuits aux jeunes talents, *Vestiaire collectif*, *La Redoute*, enfin certains commerçants des centres-ville, ainsi que le nouveau centre commercial de Lille Sud. Un partenariat avec *Tranoi* permet également à de jeunes créateurs de bénéficier de cette vitrine à moindre coût. Un accord avec la *Sncf*, pour un stand dans le hall de la gare du Nord, a également été développé. « Il s'agit d'ouvrir notre label pour qu'un plus large public nous connaisse », remarque Emmanuelle Axer.

Aujourd'hui, l'association suit vingt-huit créateurs. Depuis dix ans, ce label a accompagné plus d'une centaine de marques, dont de belles success-stories, comme *Le Colonel Moutarde*, *Clivia Nobilité* ou encore celle de Daniel Essa, jeune réfugié syrien, créateur de sneakers

de luxe. L'accompagnement dont bénéficient ces créateurs est renforcé par un programme annuel de coachings collectifs ou individuels, assurés par des professionnels et axés sur les plans de collection, les techniques commerciales, l'exportation, la communication, les réseaux sociaux, la protection de marque ou la distribution. Comme ses consœurs, l'association dispose de vingt-cinq boutiques-ateliers (entre Roubaix et Lille), mais aussi de six ateliers au sein du *Jardin de mode* à Lille et de cinq appartements-résidences. Un atelier de prototypage intégré, animé par trois modélistes, accompagne les créateurs dans l'élaboration de leurs collections.

Côté événementiel, chaque année le *Grand Prix Maisons de mode*, d'un montant de 25.000 €, est remis à un créateur prometteur dans le cadre des « 48 heures Maisons de mode ». Autre manifestation emblématique, le *Marché des modes* réunit en décembre, à Roubaix, une centaine de marques venues de toute la France. Le *Nomad Market* est, lui, un nouvel événement qui réunit une centaine de créateurs au sein du site *La Condition publique*, à Roubaix. Enfin, *Maisons de mode* fait partie du projet européen *United Fashion*, auquel participent également *Mada Lisboa* ou le *Mad* de Bruxelles (plateforme pour le rayonnement et le développement économique de la mode). Son objectif est de développer des échanges et des synergies de partager des informations, d'organiser des conférences et de valoriser les griffes que chaque structure représente dans les pays européens partenaires. La jeune création a encore du vent dans les voiles.

ODILE MOPIN ●