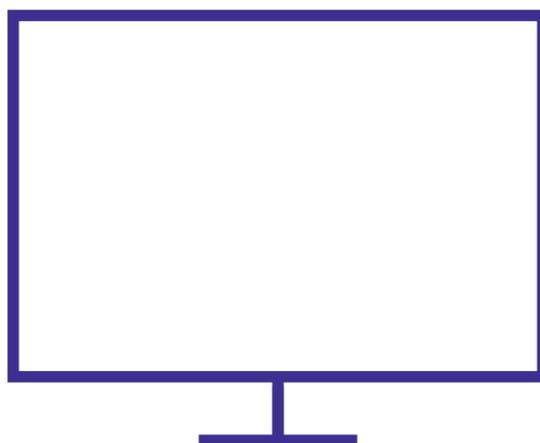
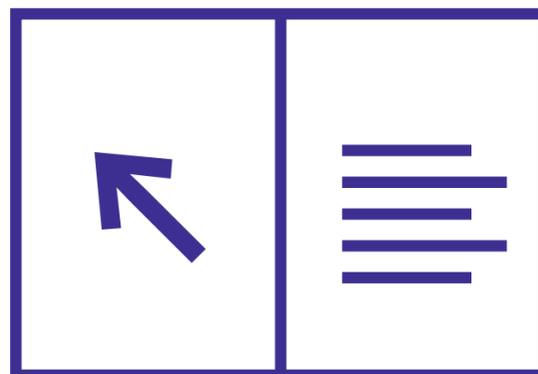
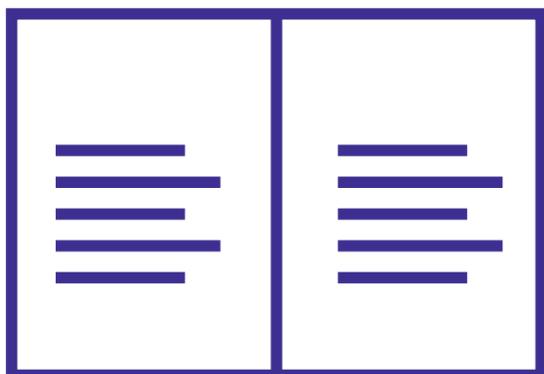


**-HEAD
Genève**

20 décembre 2017

**Défilé HEAD 2017
-
Revue de Presse**



SOMMAIRE

Presse nationale

- 01 - L'Officiel Schweiz, *HEAD over heels*, 1 octobre 2017
- 02 - L'illustré, *Un romand à la mode*, 18 octobre 2017
- 03 - Tribune de Genève, *"Le défilé éveille le désir et fait rayonner la HEAD"*, 20 octobre 2017
- 04 - Le Temps, *De Genève à Paris, de fil en aiguille*, 20 octobre 2017
- 05 - Tribune de Genève, *Elle forme de futurs stylistes*, 20 octobre 2017
- 06 - Tribune de Genève, *Le défilé de la HEAD a séduit*, 24 octobre 2017
- 07 - Le Temps, *Du jean revisité emballe le défilé de la HEAD*, 24 octobre 2017
- 08 - Le Temps - *L'édition mode homme, je m'obstine, tu m'entêtes*, 28 octobre 2017
- 15 - Bolero, *Trois questions à Nina Gander*, novembre 2017
- 17 - 360° magazine, *Défilé HEAD 2017*, novembre 2017
- 19 - Bolero, *Grünes Licht für Carven*, 6 décembre 2017
- 25 - Tribune de Genève, *Une année en images*, 14 décembre 2017
- 28 - Trajectoire magazine, *Art, Design, Merco & CO.*, 18 décembre 2017
- 29 - Bolero, *Carven en vert et contre tout*, 1 janvier 2018

Presse internationale

- 35 - Grazia, *La suisse l'autre pays de la mode*, 3 novembre 2017
- 37 - Le Monde, *La Haute École de Genève s'affirme*, 2 décembre 2017

Presse électronique suisse et internationale

- 38 - SAY WHO, *Trois jeunes designers sacrés au défilé de la HEAD 2017*, octobre 2017
- 43 - i-D, *Rencontre avec Serge Ruffieux*, 23 octobre 2017
- 47 - FashionManiac, *Mikael Vilchez forbidden denimeries ss2018*, 20 novembre 2017
- 57 - Textilrevue, *Flore Girard de Langlade gewinnt den ersten La Redoute X HEAD Preis*,
20 novembre 2017
- 59 - 20 minutes Friday, *Flore fait le printemps*, 30 novembre 2017

Blogs

- 68 - BETC POP, *H.E.A.D Will Roll! La mode en streaming*, 20 octobre 2017
- 71 - DRESSCAPE, *HEAD - Genève 2017 fashion show*, 23 octobre 2017
- 101 - Kaizen, *HEAD fashion show 2107 at espace Hippomène*, 23 octobre 2017
- 108 - Mercedes Benz, *Défilé Head 2017*, 23 octobre 2017
- 111 - Modzik, *L'école de la HEAD imagine un futur sans clichés*, 23 octobre 2017
- 112 - Fashion Network, *La Redoute lance sa première capsule avec la HEAD*, 30 octobre 2017
- 113 - BOF, *Bachelors et masters collections 2017*, novembre 2017
- 116 - Not Just A Label , *Flore Girard De Langlade*, novembre 2017
- 117 - Not Just A Label, *Miguel Filipe Mendes Salvador*, novembre 2017
- 118 - Not Just A Label, *Mikael Vilchez*, novembre 2017
- 120 - Not Just A Label, *HEAD - Graduate Highlight*, 2 novembre 2017
- 124 - Fashion Network, *La Redoute s'offre un défilé pour ancrer son image de mode*,
19 décembre 2017

Radio/TV

- 128 - Radio Lac, *L'invité/ Jean-Pierre Greff, directeur de la HEAD*, 19 octobre 2017
- 129 - Radio Vostok, 17 octobre 2017
- 130 - Léman Bleu, *Défilé de la HEAD*, 19 octobre 2017
- 131 - Radio Lac, *Défilé 2017 de la HEAD*, 19 octobre 2017
- 132 - Léman Bleu, *Derniers préparatifs pour les étudiants de la HEAD à 24h du défilé*,
19 octobre 2017
- 133 - Radio Lac, *La HEAD s'est-elle faite sa place dans le circuit des écoles de mode du monde?*,
19 octobre 2017
- 134 - Radio Lac, *Le traditionnel défilé de la HEAD aura lieu demain soir*, 19 octobre 2017



HEAD OVER HEELS

Nicht einmal zehn Jahre dauerte es, bis die Abteilung für Mode der HEAD in Genf (früher die Kunsthochschule) in die weltweite Spitzenklasse aufstieg. Sie haben richtig gelesen: weltweit. Die jährliche Modeschau der Studenten ist jeden Herbst wieder ein Highlight. Serge Ruffieux, einstiger Student der HEAD, ist dieses Jahr Leiter der Jury, zuvor war er Co-Kreativdirektor bei Dior und steht jetzt an der Spitze von Carven.

Espace Hippomène, Genf, 20. Oktober,
20 Uhr. Baldige Reservierung
empfohlen unter: www.head-geneve.ch



UN ROMAND À LA MODE

Les stylistes romands capables de surnager dans l'univers de la mode parisienne sont rares. Il y a eu Laurent Mercier, qui a réveillé la maison Balmain avant de se lancer sous son propre nom, Camille Kunz, lauréate du prix Chloé 2013. L'an dernier, deux Suisses, Lucie Meier et Serge Ruffieux, se font remarquer chez Dior en qualité de codirecteurs artistiques de la mode femme. Serge Ruffieux était auparavant passé chez Sonia Rykiel. Aujourd'hui, cet ancien diplômé de la HEAD, à Genève, dirige seul la maison Carven, à 43 ans. *Le Temps* nous apprend qu'il a présenté sa toute première collection lors de la dernière Fashion Week et qu'il revient à la HEAD ce jeudi 19 octobre, pour une conférence. ■





La styliste Léa Peckre dirige la filière Design Mode depuis 2015 comme directrice artistique. STEVE IUNCKER-GOMEZ

«Le défilé éveille le désir et fait rayonner la HEAD»

Les collections des étudiants de la filière Design Mode passent sur le podium vendredi. Dernières retouches pour leur directrice, Léa Peckre

Pascal Zimmermann

Ses créations sont belles à tomber. Pourtant aujourd'hui, ce n'est pas la styliste parisienne qui arpente à longues foulées la cour du bâtiment historique de la HEAD pour se prêter au jeu du cliché et de l'interview, mais la directrice de la filière Design Mode de l'école d'art genevoise. Léa Peckre, 33 ans, en poste depuis 2015, met la dernière main au défilé, cet outil pédagogique essentiel, cet atout promotionnel indéniable qui braquera, vendredi à 20 heures, les projecteurs sur ses élèves et leurs créations. Rencontre à quelques degrés du point d'ébullition.

Le défilé de la HEAD est un petit événement pour Genève. Et un moment clé pour l'école? Oui. Le prestige de la filière Design Mode lui doit beaucoup. Le défilé fascine, éveille le désir et fait rayonner notre école. Il stimule les étudiants en leur permettant de présenter leur travail au grand public.

Vous lancez cette année une nouvelle émulation, le prix La Redoute x HEAD. Comment avez-vous obtenu cela?

J'ai fait une capsule (une minicollection, ndr) pour La Redoute l'an dernier et c'était une superbe expérience. Sylvette Lepers, qui s'occupe de ce programme, connaît bien et soutient la jeune création. Ce prix est donc vraiment glorifiant pour nos étudiants. Ils se donnent beaucoup de mal, et je trouve chouette de leur offrir, à l'issue du master, l'exercice de penser leur collection de diplôme pour une capsule La Redoute: l'adapter à une certaine clientèle, avec des prix extrêmement abordables et la rendre désirable pour toute forme de morphologie. Le jeune créateur

est payé pour réaliser cette minicollection. J'aime bien l'idée d'un prix en forme d'expérience. Et nous avons toujours nos autres distinctions, les Prix bachelor Bongénie et master Mercedes-Benz.

Vous avez repris la direction artistique de la filière Design Mode en 2015. Qui êtes-vous?

Je vis à Paris, j'ai eu 33 ans récemment et je commence à atteindre un âge plus adapté au titre de directrice (rires). J'ai fait mes études à La Cambre, à Bruxelles, et pendant mon master, j'ai travaillé chez Jean Paul Gaultier, que j'assistais. C'était excitant, pas difficile du tout. La force de La Cambre, c'est d'inciter les élèves à faire énormément de stages. Je suis donc passée notamment chez Margiela, Chloé et Rochas. Je suis passée ensuite chez Givenchy. Puis j'ai fait un choix: me faire engager par Isabel Marant. J'avais toujours créé pour le pôle haute couture et des collections très haut de gamme; je voulais me confronter à la réalité du prêt-à-porter et des grandes séries désirées par beaucoup de femmes. Je n'avais plus envie des marchés de niche. J'ai travaillé chez Isabel pendant deux ans, c'est là que j'ai gagné le 1er Prix du festival international de mode de Hyères. Après cela, j'ai eu le désir d'être indépendante, de créer plein de trucs différents, d'aller très vite et une chose en amenant une autre, j'ai créé ma propre marque. Les ventes ont tellement bien marché que le succès

m'a un peu débordée, m'obligeant à être sur tous les fronts.

En quoi cette expérience profite-t-elle à vos étudiants?

A mon arrivée, la filière Design Mode avait déjà des acquis et un potentiel, une bonne équipe, une structure admirable. J'ai juste effectué des ajustements en fonction de mon expérience. Au niveau bachelor, j'amène les élèves à avoir une vision globale de la mode et une approche pluridisciplinaire. J'ai instauré une formule pédagogique qui incite les étudiants à prendre davantage de risques. Je ne donne pas de cours, mais je viens à Genève six jours par mois et assure un suivi individuel: je connais chacun de nos 90 élèves par son prénom et à chacun je demande de se dépasser, de se surpasser. Nous avons besoin de personnalités et de profils bien différents les uns des autres. J'aimerais que chaque étudiant forge son propre ADN. Je ne les pousse pas à obtenir un résultat concret.

Au niveau du master, votre approche change.

Le master permet de reprendre pied dans la réalité, sur un mode que je n'ai jamais vu dans aucune école: le travail en équipe, essentiel pour comprendre la richesse de la complémentarité. Pour arriver à ça, j'ai lancé, dès le 1er semestre du master I, un «projet studio»: les étudiants travaillent sous la supervision d'une personnalité, Jean Co-

lonna en l'occurrence cette année. Une douzaine d'élèves créent avec lui pendant cinq ou six mois, le temps réel de développement d'une collection. Ils font des vêtements mais aussi des accessoires, avec un regard global. Ils doivent chercher des sponsors ou des matériaux gratuits, nouer des contacts dans les milieux économiques, rendre visite à des industriels. Tout ça leur confère une grande maturité professionnelle. Le «projet studio» existe depuis un an et je suis ravie des résultats. Il défilera pour la première fois vendredi.

Vos diplômés trouvent-ils du travail en sortant de la HEAD?

Oui, de nombreux étudiants intègrent des grandes maisons ou développent leur marque. Je reçois beaucoup de demandes venant des maisons de couture - de plus en plus - lorsqu'elles cherchent des stagiaires, des assistants ou des profils particuliers. C'est aussi grâce à nos élèves, qui se sont fait apprécier lors de leurs stages et dont on note bonne réputation à l'école.

Les jeunes stylistes aujourd'hui sont-ils différents de vous il y a dix ans?

Ils sont peut-être plus curieux, se laissent porter par le vent. Ils me semblent émancipés des icônes.

Défilé de la HEAD Vendredi 20 à 20 h. Diffusion en streaming sur www.hesge.ch/head

Photos XXL pour montres et bijoux

Les objets nés de l'imagination et du savoir-faire des élèves escortent les invités du défilé de la HEAD jusqu'au podium. Pas de vitrines cette année comme écrans des montres, bijoux et petits accessoires, mais des clichés montés sur de grands panneaux. «Nous avons opté pour un shooting photo de tous les travaux de diplômés sous la direction artistique de Léa Peckre, ce qui est en soi une expérience formatrice pour nos étudiants», commente Elizabeth

Fischer, directrice de la filière Design Produit/Bijou et accessoires (45 élèves en bachelor, 5 en master) et responsable de la chaire de design horloger (7 étudiants). «Ils doivent aussi apprendre à valoriser leurs créations et suivent des cours sur la communication personnelle: comment élaborer un portfolio, décrocher un entretien d'embauche ou travailler avec un photographe sans se laisser déborder par lui.»

Les spectateurs du défilé qui

seraient déçus de ne pas voir «en vrai» les travaux des élèves pourront se rattraper - en ce qui concerne les montres du moins - avec le Grand Prix d'horlogerie de Genève, le 8 novembre, qui exposera les projets de diplômés de la HEAD. Pour ce qui est des autres petits objets - bijoux, mais aussi service de table, boule à thé, miroir de poche ou lunettes - les visiteurs devront lever le nez du tapis rouge dans les espaces de circulation du public à la recherche des photos XXL. P.Z.



Astérix et Obélix prennent part à un rallye endiablé, riche en jeux de mots et en anachronismes savoureux. ED. ALBERT-RENE

Astérix mène son char avec brio

Critique

Dans l'esprit du duo Goscinny-Uderzo, Ferri et Conrad mènent un train d'enfer au cours du 37e album du petit Gaulois

Ça roule pour Astérix! Le petit Gaulois cavale avec bonheur à travers l'Italie dans son 37e album, *Astérix et la Transitalique*, paru jeudi. Une histoire menée à cent à l'heure par le scénariste Jean-Yves Ferri et le dessinateur Didier Conrad, dignes successeurs du tandem Goscinny-Uderzo. Tiré à cinq millions d'exemplaires, dont deux millions en français, ce nouvel opus voit ses héros galoper des Alpes au Vésuve, dans un festival de jeux de mots et d'anachronismes savoureux.

Le pitch? Histoire de prouver l'excellence des voies romaines, le sénateur Lactus Bifidus imagine une course de chars ouverte à tous les peuples connus (même les Barbares). A gagner, une belle coupe ou son équivalent en sesterces; nombreux esclaves de consolation en prime. Séduit par l'idée, Jules César se l'approprie, exigeant que la victoire revienne à un Romain. «Il en va de l'unité des peuples de la péninsule italique», clame le grand homme. Astérix et Obélix, qui prennent part à ce rallye endiablé, ne l'entendent évidemment pas de cette oreille...

De Modicia (Monza) à Neapolis (Naples) en passant par Parme ou Sena Julia (Sienne), la course va réserver son lot de surprises. Et de gags... Inspiré, Ferri a laissé les rênes à Obélix pour piloter le char gaulois. C'est lui l'auteur. S'il commet une erreur de parcours, Astérix est là, en coarriage. Vous voyez le genre: les calembours ne craignent pas les sorties de route, et abondent, notamment dans les noms de nombreux nouveaux personnages - 31, un record! L'équipage breton est ainsi com-

posé de Madmax et d'Ecotax. Les Normands s'appellent Ripilaf Trodaf. Quant aux Cimbres (Danois de l'Antiquité), qu'on promit d'affranchir en haut lieu ils se nomment Zerogluten et takaroten. Grand sentiment Obélix en pince de son côté pour l'équipage féminin du pays royaume de Koush (au sud de l'Egypte), les séduisantes princesses Toutunafer et Niphéniafer.

«De Modicia (Monza) à Neapolis (Naples) en passant par Parme ou Sena Julia (Sienne), la course va réserver son lot de surprises»

Puisqu'il faut un méchant pour pimenter le récit, celui-ci prend les traits du mystérieux Coronera, un cocher masqué qui révélera son identité tardivement, posant en caricature d'un pilon de F1 français mondialement connu.

Des caricatures, tiens, il n'en manque pas dans cet album. On voit notamment Astérix croiser Joconde. «C'est une impression ou elle me suit du regard?» rétorque le petit Gaulois, charmé.

Dopés à la potion magique, les auteurs font feu de tout bois. Ferri livre un scénario tendu avec plusieurs degrés de lecture et de multiples clins d'œil. Graphiquement, Conrad se situe entre *Astérix légionnaire* et *Le vin*: générosité dans le détail, subtilité parfaite. *La Transitalique*, à tout du classique.

Philippe Muri

«Astérix et la Transitalique» Ferri et Conrad. Ed. Albert-René, 4

PUBLICITE

Tribune de Genève

Partenaire média

20h

Les Frères Taloché

Onex - Salle Communale

Billets: Spectacles Onésiens, Service culturel Migros, Stand Info Balexert, Migros Nyon-La Combe, spectaclesonesiens.ch | culturel-migros-geneve.ch
Coproduction: MIGROS pour-cent culturel

«Sonia Rykiel était une mère, une patronne. Pour elle je donnais tout»

Un Vaudois à la tête de Carven, maison de couture plus-parisienne-tu-meurs? Il fallait le faire! Il l'a fait. A 43 ans, Serge Ruffieux, ancien élève de la Haute Ecole d'art et de design de Genève, a remporté tous ses paris. Il revient cette semaine sur ses terres pour présider le jury du défilé de l'école ce vendredi, jugeant du travail de ceux qui se surprennent à rêver, aiguille en main, à son improbable destin.

A l'origine de celui-ci, il y a des robes en mouchoirs. Des morceaux de papier blanc par dizaines, fragiles comme les souvenirs, cousus à la machine quand ils ne se déchirent pas entre ses doigts. Serge Ruffieux a 8 ans. Au fil des mois, au fin fond de la vallée de Joux, l'intérêt se mue en hobby, la passion en obsession. Points droits, points zigzag. Il aime les femmes qui l'entourent et l'activité qui les occupe: la couture. Dans sa vie, il y a Verena, sa grand-mère italienne. Clémentine, sa tante couturière chez Schiaparelli. Et sa mère bien sûr, avec laquelle il va choisir les magazines de mode chez le libraire, qu'il finit par collectionner: *Paris, Jalouse, Vogue*. «A l'âge de 10 ans, j'imaginai des défilés en Lego et Playmobil. J'étais déjà un peu fou», lance le directeur artistique de la maison Carven.

Page après page, Paris s'installe au cœur de tous ses fantasmes. «Je devorais dans les magazines les reportings des collections, les nuits parisiennes. Saint Laurent, Gaultier... je les connaissais tous.» Adolescent, il use ses yeux sur ses machines à coudre et intègre la HEAD. «De ce temps-là, je retiens une rigueur, une ouverture d'esprit avec des cours de photo, d'architecture, d'histoire de l'art. Finalement, c'est là que je suis sorti du rêve et que je suis devenu adulte, que j'ai acquis, peut-être un peu tard, cette curiosité. Une époque où il a fallu progresser, prendre et donner.» Il sort de l'école, grandi, en 1997.

Dans la lumière des plus brillants

S'ouvre alors le deuxième chapitre de sa vie. Un billet Genève-Paris, aller simple, s'il vous plaît. Serge Ruffieux enchaîne les stages dans le cadre de sa formation. Est-ce la réalité de la ville qui le séduit tant, ou le fantasme qu'il projette sur elle? Peu importe. Ce premier séjour ne fait que confirmer son intuition: sa place est là, à battre le pavé et le parquet usé des musées, levant son verre sous les étoiles et goûtant au plaisir du rêve réalisé. «J'ai eu la chance d'être hébergé pendant ces mois de stages parisiens par un ami d'une assistante de la HEAD. C'était un homme d'une incroyable érudition, qui m'a adopté comme un grand frère et introduit à la ville, aux arts, à tout. C'est là que tout a vraiment débuté.»

Son nom circule et il collabore très tôt dans sa carrière avec les plus brillants designers. Il entre-



PROFIL

1974 Naissance à la vallée de Joux.

1997 Obtention du diplôme de la HEAD.

2008 Entrée chez Dior.

2017 Prise de fonction chez Carven et président du jury de la HEAD.

Ces terres d'origine, aujourd'hui, semblent bien loin de Saint-Germain-des-Près. Les jeunes talents suisses n'ont-ils d'autre choix que de s'exiler pour percer? «Ce que fait la HEAD est formidable, elle ouvre de plus en plus de portes. Mais il faudrait que le pays s'intéresse davantage à la mode: pourquoi pas une Fashion Week nationale? On pourrait aussi imaginer que nos banques, nos grands groupes soutiennent davantage la création.»

Vendredi soir, le cœur des étudiants de la HEAD battra au rythme des sourires du président Serge Ruffieux. Une génération de créateurs qu'il juge «forte, ambitieuse». «Elle pense la mode à 360 degrés, des pieds au ciel. J'espère les voir percer en Suisse, à Paris ou à Milan, à mes côtés ou ailleurs. C'est dur, mais chacun peut trouver sa place. Je suis désolé de le dire, mais on ne fait pas la HEAD pour avoir un atelier-boutique à Carouge.»

De pari en pari, rien ne semble l'effrayer. Le Suisse reste fidèle à son calme olympien dans un milieu souvent dépeint comme un aquarium de requins. «Par le passé, j'ai eu peur des fantômes, mais je les ai apprivoisés. Aujourd'hui, je n'ai peur de rien: je sais ce que je fais, où je vais. L'essentiel est de garder son ancrage. Et de rêver.» Alors, à quoi rêve Serge Ruffieux? «Aux voyages. Ils me nourrissent. Mais mes plus grands voyages, je les fais dans ma tête.» Pour garder les pieds sur terre sans être ébloui par la lumière, il sait qu'il est toujours bon de revisiter son passé, l'endroit où tout a commencé, parmi les femmes, dans le bruit des machines. Et le froissement des mouchoirs en papier. ■

tient une relation pétrie de «je t'aime, moi non plus» avec la flamboyante Sonia Rykiel: «Elle était une mère, une patronne, pour elle je donnais tout.» A ses côtés, il apprend à «déglinguer»: «tout dégommer et tout reconstruire». La fin des années 90 marque son entrée chez Dior, où il fait la connaissance d'un homme avec lequel il n'aurait jamais osé rêver collaborer, Raf Simons, qui remplace le controversé John Galiano. Avec lui, il apprend à affiner, «à perfectionner» une vision.

Les filles Carven

A force de travail acharné vient la consécration: les rênes de la vénérable maison Carven, fondée en 1945 à Paris par Carmen de Tommaso, lui sont remises en février 2017, alors que la marque cherche un nouveau souffle. La collection présentée en septembre lors de la Fashion Week parisienne propose à une génération décomplexée des vête-

De Genève à Paris, de fil en aiguille

SERGE RUFFIEUX

A 43 ans, le Suisse a pris la tête de la direction artistique de la maison Carven et présidera le jury de la HEAD lors du défilé organisé ce vendredi.

Rencontre

CÉLIA HÉRON

@CeliaHeron

ments confortables mais pointus, ajustés à la réalité d'un monde en constant mouvement.

«Il n'y a pas une femme Carven, mais plusieurs filles Carven. ce sont des Parisiennes ouvertes sur le monde, qui appartiennent à différentes cultures, qui ont en elle une force.» L'idée n'est pas de capturer l'époque, mais de sauter à pieds joints dedans. La marquant si possible de sa petite touche personnelle: une cohérence de la silhouette des pieds à la tête, en redonnant leurs lettres de noblesse aux sacs, aux chaussures (colorées et plates de préférence – les filles Carven n'ont pas le temps de trembler sur des échasses).

Dans un univers de la mode qui persiste à croire que toutes ses étoiles tournent autour de Paris, comment mettre en avant une «influence suisse»? «J'apporte une certaine rigueur: ce souci du détail, une précision chère à l'industrie horlogère avec laquelle j'ai grandi dans la vallée de Joux.»

FLORIAN DELAFOI
@floriandel

Devant la boutique, un enfant s'exclame: «El Gato!» Sourire de la propriétaire. Le nom de sa boutique est affiché en lettres d'or sur la devanture, entouré de deux oreilles de chat. «Je voulais que ce soit une boutique atypique», confie Evelyng Baldeon, 27 ans. Sa pâtisserie propose des douceurs sans gluten. Les recettes peuvent également être adaptées aux intolérants au lactose. Mais sans sacrifier le goût. Elle choisit des ingrédients de saison et, dès que possible, des produits locaux.

Sur le comptoir, on trouve des macarons chats ou licornes. Un véritable succès depuis l'ouverture en mai dernier. «Il me fallait un produit particulier, une spécialité», indique celle qui veut se

démarrer des pâtisseries traditionnelles. Pour les grandes occasions, elle confectionne également des gâteaux personnalisés. Des créations publiées sur la page Facebook de la boutique: un clin d'œil au sorcier Harry Potter, une girafe ou encore un personnage de la série animée japonaise Pokémon.

El Gato ne se contente pas d'offrir des sucreries. La boutique de poche accueille aussi les affamés de la mi-journée. D'origine équatorienne, Evelyng Baldeon propose des galettes sud-américaines dont les ingrédients varient chaque semaine. Sans oublier la version végane. Les gourmands peuvent également craquer pour une part de quiche, toujours sans gluten. La pâte a été remplacée par des rösti.

La pâtissière est elle-même intolérante à la farine de blé: «J'ai été malade pendant près d'une année.»

Dans la boutique, elle gère tout: la production, la vente et les imprévus. Une tâche plaisante mais fatigante. Son frère Jonathan, âgé de 22 ans, lui donne régulièrement un coup de main.

Le concept est complet: Evelyng Baldeon concocte des infusions maison, et va bientôt préparer des chocolats chauds «à la façon sud-américaine». Une boisson plus épaisse et légèrement épicée, que les curieux pourront déguster dans cette boutique décorée avec goût. Tout en parcourant les pages d'un livre disposé dans la minuscule bibliothèque. De quoi se sentir bien. «Je crois que les gens attendent un endroit comme ça. 4» enthousiasme la propriétaire. ■

El Gato Pâtisserie, rue Martrey 19, Lausanne, tél. 021 311 17 94, ma-ve 9-18h, sa 9h-16h30, www.facebook.com/ElGatoPatisserie

Un jour, une idée

El Gato et ses jolies pâtisseries sans gluten





Culture Elle forme de futurs stylistes

Directrice de la filière Design Mode de la Haute Ecole d'art et de design de Genève (HEAD), la styliste française Léa Peckre a accompagné ses étudiants dans la préparation du défilé de ce soir. Cette manifestation à la fois créative et pédagogique met en valeur le savoir-faire d'une filière comme le potentiel des jeunes talents. Elle assure aussi le rayonnement de l'école. Léa Peckre explique les enjeux de ce rendez-vous, parle de son approche de l'enseignement, évoque l'intégration professionnelle des diplômés et revient sur son parcours personnel effectué auprès de grandes marques.

Consécration

Le défilé de la HEAD a séduit

Les élèves diplômés ont montré leurs créations vendredi soir à l'Espace Hippomène



Défilé de la HEAD à l'Espace Hippomène vendredi soir. Trente et un étudiants ont dévoilé leurs collections, 270 pièces au total.

Pascale Zimmermann

De loin, on discerne les invités, qui affluent en un long ruban dense et continu. Deux mille personnes mettent le cap vendredi soir sur l'Espace Hippomène comme les saumons remontent le courant: pour frayer avec les leurs. Le défilé de la HEAD est désormais un événement genevois où se retrouvent tous ceux qui aiment la mode, ses tendances et la jeune création. Ils viennent saluer le talent des stylistes qui achèvent leur formation et l'excellence d'une école d'art qui en fait chaque année la preuve avec brio.

Ils sont 31 à faire défiler leur collection sur le tapis de feutre crème, 270 pièces au total, 23 étudiants de niveau bachelors, 8 en master. Et Jean-Pierre Greff, directeur de la HEAD, de se réjouir d'être désormais hôte permanent de ce campus de Châtclaine et de voir son établissement caracoler dans le top 10 mondial des écoles de mode, selon certains classements internationaux.

Miguel et Mikael primés

Dans l'allée qui sert de podium, les collections de niveau bachelors sont nettement plus expérimentales, moins abouties, moins profondément originales aussi que leurs

grandes sœurs de niveau master. Normal, et souhaité par la directrice artistique de la filière Design Mode, Léa Peckre, qui encourage les élèves les moins avancés dans leur cursus à laisser libre cours à leurs fantasmes artistiques. Le prix bachelors Bongénie, en fin de défilé, récompense le travail de Miguel Felipe Mendes Salvador.

Les étudiants en master, eux, atteignent cette année dans leurs collections une cohérence remarquable et un rendu qui force l'admiration. Certaines pièces sont absolument superbes. Mikael Vilchez, qui avait déjà gagné il y a trois ans le prix Bongénie, repart vendredi avec une consécration un rang au-dessus: le prix master Mercedes-Benz.

Capsule pour La Redoute

Sur le tapis, un homme torse nu, la taille prise haut dans un pantalon de daim orange balance contre son flanc un sac marron contenant une bouteille. Un autre, en futal de peau bleu cobalt et chemise blanche à petits plis s'évasant sur les hanches, remonte l'allée, précédé d'une combinaison de veau velours couleur craie qui habille avec classe un troisième modèle. La collection qui défile dégage à la fois une grâce androgyne et une force virile qui arrêtent le regard.

Elle porte la patte de sa créatrice, Flore Girard de Langlade. La styliste de 27 ans vient d'être sacrée lauréate du prix La Redoute x HEAD. Décernée cette année pour la première fois, cette distinction offre à un élève de l'école d'art genevoise l'opportunité de créer, sur la base de son travail de master, une minicollection qui sera commercialisée par La Redoute.

Trois looks, déclinés sur cinq pièces, sont commandés à Flore Girard de Langlade pour la saison printemps-été 2018: une combinaison, une robe, un pantalon, une blouse et un perfecto. «Je vais travailler des pièces en jean et en coton, même si ma matière préférée est, de très loin, le cuir», confesse la jeune femme. Le premier veto de La Redoute a en effet frappé la peau: trop chère, trop complexe à produire et pas assez politiquement correcte vis-à-vis des éco-citoyens. «Je ne veux pas de cuir», confesse la jeune femme. Le premier veto de La Redoute a en effet frappé la peau: trop chère, trop complexe à produire et pas assez politiquement correcte vis-à-vis des éco-citoyens.

Bâtir une capsule pour une marque grand public comble l'étudiante primée. Se coller aux contraintes du marché, adapter ses modèles à toutes les morphologies, serrer les coûts au maximum ne l'effraie pas. «Il faut faire des compromis», note Flore. Les finitions des modèles de sa collection de diplômée ne sont

par exemple pas reproductibles à l'échelle industrielle.»

Ce n'est pas la plus radicale des adaptations à laquelle la styliste en herbe s'est prêtée. Sa collection qui défilait vendredi est taillée pour les hommes... mais les vêtements proposés par La Redoute dès mars 2018 seront destinés aux dames. Flore commente cette mutation génétique: «Au départ, j'ai commencé mon travail de diplômée pour la femme. Je n'avais jamais touché à la mode masculine et ça me faisait très peur. Il me paraissait impossible de créer pour l'homme une proposition intéressante qui ne soit ni du costume ni du déguisement. J'ai une vision disons très BCBG, très classique de l'élégance masculine.»

L'étudiante commence donc une ligne pour dames puis, en novembre dernier, sur une suggestion de son tuteur Bertrand Maréchal, elle change de genre et adapte ses modèles aux messieurs: «On m'a souvent reproché dans mes études d'être trop sage, de ne pas assez oser. Là, c'était une vraie prise de risques. J'avais l'impression de déplacer une montagne alors qu'au final, créer pour l'homme m'a été presque plus instinctif, naturel et facile que pour la femme.»

«Romans d'adultes»: les ados ont grandi



La finition de «Romans d'adultes» de Béatrice et Nasser Bakhti a nécessité une aide sous la forme de crowdfunding.

Documentaire

Béatrice et Nasser Bakhti prolongent l'expérience de «Romans d'ados», sorti il y a déjà sept ans

C'était il y a sept ans. En salles sortait *Romans d'ados*, film-fléuve en quatre parties qui faisait le portrait de différents ados romands. Conflits familiaux, problèmes à l'école, premières interrogations identitaires, angoisses face à l'avenir ou bonheur du moment présent, Béatrice Bakhti, sa réalisatrice, partait du détail pour mieux atteindre l'universel. Fresque saisissante et tentaculaire, sorte de *Heimat* documentaire gorgé d'émotion et de suspense, le film s'achevait sur des adieux à des personnages auxquels on avait fini par s'attacher.

Si on prend en compte le temps de tournage du premier volet, plus de dix ans se sont écoulés depuis. *Romans d'adultes* en constitue une suite, du moins pour six des protagonistes d'origine, les autres n'ayant pas souhaité continuer l'expérience. Dans cette continuité, on retrouve Jordann, Mélanie, Xavier, Rachel et Thys dans leur quotidien actuel, avec un certain sens du suspense pour le premier, qui tarde à apparaître à l'image. On sait que le film, réalisé (et produit) cette fois par Béatrice Bakhti et son époux, le cinéaste Nasser Bakhti, n'a pas été simple à terminer et qu'il a même nécessité une aide participative sous la forme d'un crowdfunding. Moins long que *Romans d'ados*,

Romans d'adultes se divise en deux segments, *Sur le chemin de l'indépendance*, volumes 1 et 2. Le registre y est davantage celui du témoignage que de la pure introspection. Les allusions au film lui-même constituent un degré de lecture supplémentaire. L'impact des témoignages proprement dits est moins fort et prêterait un projet qu'il est sans doute difficile d'apprécier à sa juste valeur sans avoir vu les métrages de 2010. Reste que ce film ample et traversé par un souffle saisissant est absolument unique en son genre, à la fois par l'aspect expérimental qu'il recouvre et par la structure qu'il revendique - plusieurs blocs plutôt constitutifs de la minisérie que du long-métrage. *Romans d'adultes* aurait très bien pu, en effet, se découper en un format exclusivement télévisuel.

L'intelligence des Bakhti est d'avoir compris que justement, un tel film ne peut trouver sa véritable dimension qu'en osant le grand écran. Les effets de réel qu'il inclut, ces saveurs apartés dans lesquels les personnages font référence à ce que le premier volet leur a apporté (ou volé) et à tout ce qui se joue hors-champ, c'est-à-dire le travail technique, la caméra, ce que d'ordinaire on tente d'effacer, se trouve au contraire amplifié et *in fine* considéré comme un élément comme les autres participant de la vie de ceux qu'il filme. Et ça, on adore.

Pascal Gavillet

«Romans d'adultes» En ce moment au Cinélux. Cote: ***

Wong Kar-wai a reçu le 9e Prix Lumière

Cinéma

A 59 ans, il est le premier réalisateur chinois à se voir décerner ce prix

Le cinéaste Wong Kar-wai a reçu vendredi à Lyon le 9e Prix Lumière pour l'ensemble de sa carrière. A 59 ans, il est le premier réalisateur chinois à se voir décerner ce prix, succédant à l'actrice Catherine Deneuve, récompensée en 2016.

«Je voudrais dédier cet honneur qui m'est fait à mon épouse et muse, Esther. Il y a des éclats

d'elle dans chacun des personnages féminins de mes films», a-t-il déclaré en recevant son prix des mains d'Isabelle Adjani.

Lors d'une master class, Wong Kar-wai a commenté sa méthode de travail: «J'ai horreur de l'écriture car c'est la phase la plus solitaire du processus créatif. J'ai tendance à la repousser le plus possible», a expliqué le réalisateur. Pour ce cinéaste reconnu comme l'un des plus fascinants stylistes du cinéma contemporain, le tournage constitue l'étape la plus «appréciable» de la réalisation d'un film. P.G. avec les agences

Les piñatas à la conquête de Genève

À partir de vendredi, les Bien-arts contemporains aux côtés de la Biennale de Genève célèbrent la piñata. L'occasion de se réunir sur l'engouement d'aujourd'hui cet objet d'anniversaire et récurrent de la politique

SPRINGER

«Lui, chez les enfants, il a un anniversaire digne sans piñata!» Cofondatrice de la Biennale des arts contemporains Libellules (BAL), Serge Boulaz, se réjouit de l'engouement d'aujourd'hui cet objet d'anniversaire et récurrent de la politique. Il s'agit de papier mâché refermant mille et une faces. Son mixage initial (fusion populaire et propédeutique) constituait de fait un idéal pour la quatrième BAL, qui se veut précisément un chemin entre l'artistique et le politique.

«L'arrivée de sa coéquipière, Zozon, qui, comme toutes les d'aujourd'hui, s'est faite à une enfant réclame piñata pour sa fête d'anniversaire. Encore inconnu il y a une dizaine d'années dans nos contrées, l'objet s'est imposé avec nos habitudes festives. Il mène la touche d'ailleurs les enfants», souligne Serge Boulaz, qui revient à l'anniversaire d'une dizaine d'années, qui à également un anniversaire.

«Les mexicains ont vu venir cette étrange tradition. La piñata est indissociable des fêtes mexicaines depuis plus de cent ans. Elle trouve ses origines dans la culture aztèque. Les habitants de la Mésopotamie seraient en effet les premiers à avoir confectionné ces objets pour leurs festivités. An, marquant égale-

ment le début du printemps. Ces coques en forme de vaches ou de buffles accrochées en hauteur refermaient alors plusieurs sortes de semences, qu'il s'agissait d'extraire à coups de bâton. Les graines tombées au sol étaient alors promesse de prospérité pour l'année à venir.

Ce serait le navigateur vénitien Marco Polo qui en aurait rapportées en Italie, au XIII^e siècle. C'est d'ailleurs là que le terme de piñata trouve ses racines étymologiques: «pignatta», soit une «marmite fragile», que l'on remplissait dorénavant de friandises. Gagnant également l'Espagne, cette tradition païenne se christianise au XIV^e siècle pour devenir un rituel associé à la période du Carême. Il était alors de coutume de briser la piñata, en guise de dévouement collectif, avant d'entrer dans cette période de jeûne et de pénitence.

Support d'évangélisation

L'objet n'en avait pas pour autant fini de voyager. A leur tour, les conquistadors l'importèrent au Mexique, où ils découvrirent avec étonnement que les peuples indigènes avaient élaboré un rituel semblable en l'honneur de leurs dieux. Les missionnaires espagnols profitèrent alors de cette coutume multiculturelle pour évoquer la lutte des chrétiens face au péché. C'est ainsi que la piñata traditionnelle prend désormais la forme d'une étoile à sept branches, chacune représentant l'un des sept péchés capitaux. Frapper cet objet les yeux bandés signifiait alors la volonté de vaincre la tentation du mal par la foi seule.

Si, aujourd'hui, cette pratique a perdu tout lien avec la liturgie chrétienne, elle s'est néanmoins imposée durablement comme rituel incontournable de toutes festivités mexicaines. C'est dans ce mode purement ludique que cette tradition est alors réapparue en Europe, ces dernières années, suscitant un emballement inédit.

Pour Olivier Moeschler, sociologue de la culture, «cet engouement relève d'abord des phénomènes de mode qui traversent régulièrement nos sociétés basées sur un certain métissage des cultures, comme aussi sur une économie de marché effrénée en quête permanente de nouvelles niches».

Pourtant, la raison commerciale ne suffirait pas à décoder l'ampleur du phénomène, s'il ne répondait également à des attentes plus profondes, comme le précise le chercheur de l'Université de Lausanne: «A un niveau anthropologique, la reprise de cette pratique, qui associe violence de l'acte destructeur à un message de bonheur et d'espoir (symbolisé par les bonbons qui tombent), renvoie à la dimension imaginaire, et dans ce sens "irrationnelle" propre à tout groupe humain et à laquelle notre société qui se veut hyperrationnelle ne peut échapper.»

Taper sur Andy Warhol

Il n'est alors pas étonnant de voir la piñata devenir une affaire sérieuse, loin de son usage purement récréatif. Inscrite au Patrimoine culturel immatériel de l'Unesco depuis 2010, «elle est aujourd'hui revisitée par de nombreux artistes», signale Céline Mazzon. Et de citer ces piñatas exposées au Musée de Brooklyn, «où l'on a pu voir des gens hyperchics taper avec une batte sur une tête géante d'Andy Warhol».

Dans le cadre de la Biennale des Libellules, Claire Mayet (ici à gauche) proposera entre autres un grand contest de destruction de piñatas le 28 octobre à 19h30. (BAL / SERGE BOULAZ)

LIEUX ET DATES

Piñatas
Performance collective de BAL. En collaboration avec les 3 points de suspension, Pulp68 et Claire Mayet. Vendredi 27 et samedi 28 octobre. Genève, parc des Libellules.

Entrée libre.

Dans le cadre de la Biennale des Libellules, Claire Mayet (ici à gauche) proposera entre autres un grand contest de destruction de piñatas le 28 octobre à 19h30. (BAL / SERGE BOULAZ)

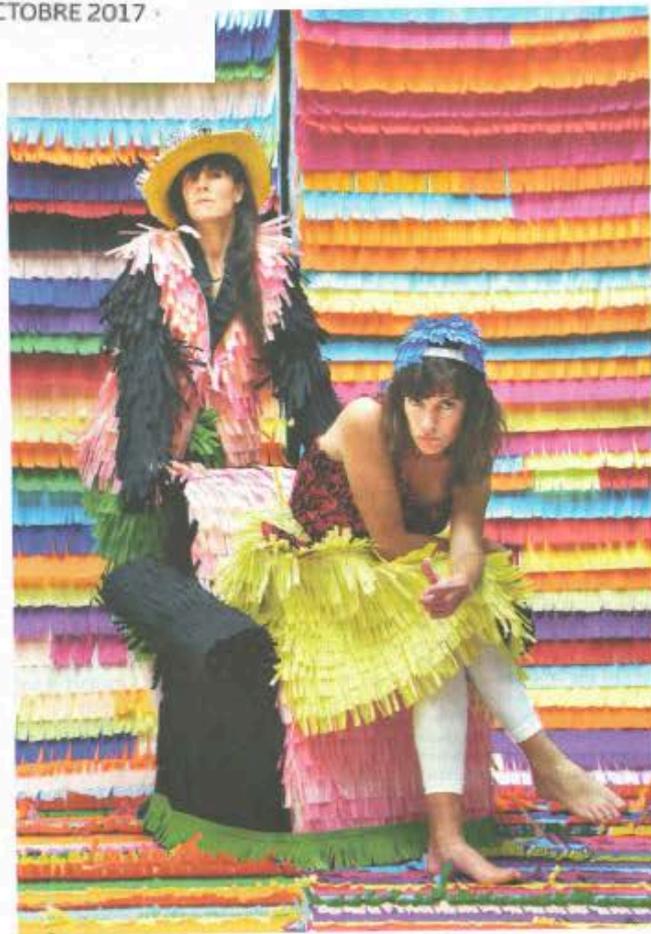
contemporain s'inspire volontiers (pensez aux masques africains chez Picasso) en contrepoint à une société parfois amnésique de son histoire. Là encore, l'acte destructeur devient en même temps construction, continué entre passé et avenir, espoir détruire et construire sont indissociablement liés.»

«Aux Etats-Unis, la contestation s'est aussi approprié cet objet-là. Après l'élection de Donald Trump,

on a vu apparaître de nombreuses piñatas à son effigie», relève à son tour Serge Boulaz. En septembre 2016, Madonna postait d'ailleurs sur les réseaux sociaux une vidéo de l'anniversaire de son fils, auquel elle avait offert un de ces défolioirs hautement politisés. Une façon à peine détournée d'exprimer son ras-le-bol politique.

«Si cette critique ludique rappelle les démocraties très ouvertes dont elles sont issues (un tel acte serait

impensable dans un pays totalitaire!), elle renvoie peut-être aussi à une certaine infantilisation de la critique face à un pouvoir ressenti comme totalitaire et opaque», analyse encore la sociologue. «Taper sur une piñata de Trump comme les enfants lors d'un anniversaire permet certes une forme de catharsis ponctuelle, mais rien n'indique que ce soit très efficace politiquement. A la fin, on n'a que les bonbons pour se consoler...»



Du jean revisité emballe le défilé de la HEAD

MODE Vendredi soir se déroulait le 11^e défilé des étudiants de la filière mode de la HEAD. 1h20 de show très fashion, qui prouve que l'école genevoise est bien dans le top 10 européen de la formation aux métiers du vêtement

Vendredi, c'était l'événement de la Haute école d'art et de design de l'année. On veut parler du fameux défilé de sa filière mode, qui attire le Tout-Genève stylé à Châtelaine, sur ce nouveau campus que la HEAD investit depuis la fin de l'été.

Avec en 2017 quelques nouveautés. Les passages ont été réduits à un seul centre deux les années précédentes. C'est dire que l'espace du Campus HEAD et ses 2000 places étaient donc pleins comme un œuf. Léa Peckre, responsable du département fashion design, a aussi voulu que tous les degrés – du Bachelor I aux Masters II – présentent au public leurs créations. Pour la responsable de la filière, l'apprentissage de la mode, ce n'est pas seulement savoir tailler des vêtements, c'est aussi en parler, connaître les moyens de la diffuser et donc aussi la confronter à l'épreuve du défilé. Elle a bien raison, à une époque où les diplômés sont souvent lâchés dans la nature une fois leurs formations terminées.

Alors oui, le nombre croît forcément l'impression du même. On

sent les influences: beaucoup de fronces, de déchirures, de surcouche qui donnent aux modèles des allures de musclic de chez Marvel. Et comme chez Gainsbourg, de petits trous un peu partout. Ce qui n'enlève en rien à l'excellence. La HEAD appartient au top 10 européen des écoles qui forment au métier du design de mode. Ça se voit et ça se sent, la qualité des travaux présentés augmentant chaque année.

Hommage à Buren

Au rayon des collections qui font waouh, il faut noter l'incroyable travail de la maille et de textile semi-transparent d'Irina Terekhova, qui revisite ainsi le genre de la lingerie. Les femmes rayures de Remi Galtier dont l'intitulé de la collection, «Cindy adore les tableaux de Daniel», ne cache pas l'hommage fashion au peintre Buren. Et puis Mikael Vilchez. Le fashion designer de 27 ans propose une collection masculine qui décline le denim. C'est original et complètement contemporain dans cette manière de revisiter la toile de jean façon sportswear qui brille, capote militaire et même petite robe près du corps pour homme dégingandé. Mikael Vilchez a tapé dans l'œil du jury, présidé par Serge Ruffieux, directeur de la maison Carven à Paris, et constitué de Stephen Jones, fondateur de Stephen Jones Milli-

nery à Londres, Glenn Martens, designer de mode parisien, des journalistes Alice Pfeiffer et Séverine Saas, responsable des éditions Mode du 7, le magazine du Temps, de Mikael de Picciotto, du Bongénie, et Sylvette Lepers de La Redoute. Lequel jury a décerné au diplômé master le prix Mercedes-Benz de 10000 francs.

Glamour de la pampa

Le Bongénie, lui, a remis un chèque de 5000 francs au diplômé bachelier Miguel Mendes Salvador pour ses garçons hauts en couleur chez qui les manches (des vestes, des chemises) ne s'enfilent pas forcément sur les bras et l'oversize est une seconde nature.

Cette année, La Redoute rejoint le Bongénie et Mercedes-Benz dans le cercle des généreux donateurs du défilé de la HEAD. Le grand magasin s'engage à développer une collection capsule avec son lauréat. Signe des temps qui volent les garçons regardent leur vestiaire moins machinalement que leur smartphone, c'est encore une collection pour homme qui a gagné. En mars 2018, ils pourront donc acheter les vêtements de Flore Girard de Langlade, qui trouve l'inspiration dans l'univers de la tauramachie. ■

EMMANUEL GRANDJEAN
@ManuGrandj

Fust
ça fonctionne.

Infos et adresses:
59 111 ou www.fust.ch

Service intégral
avec garantie
de satisfaction

meilleur prix de 5 jours
1^{er} échange de 30 jours
rapide d'installation
et livraison

engagements de garantie
et au lieu d'acheter
prix de réparations
de

pas avant d'acheter
s'il n'avons pas le produit,
de son

équipe compétente du
prix et excellent conseil
sur les appareils en
présentation directe

**Votre spécialiste pour tous les
appareils électroménagers!**

New
Sèche-linge
OekoLine Adora 8991W
+ Programme rapide pour un séchage encore plus rapide
No art. 108953

899.-
au lieu de 1099.-
-47%

A++

Fust
Sèche-linge
OekoLine Adora 8991W
+ Programme rapide pour un séchage encore plus rapide
No art. 108953

2299.-
au lieu de 3199.-
-29%

A+++

Développé et produit par ZUG

4498.-
au lieu de 6698.-
-33%

A+++

Exclusivité Fust

SAMSUNG
Sèche-linge
DV BFMS1010Q/WWS
+ Système Optimal Dry pour de meilleurs résultats au séchage
+ Avec éclairage du tambour
No art. 220670

899.-
au lieu de 1599.-
-43%

A+++

Exclusivité Fust

Fust
Sèche-linge
OekoLine Adora 8991W
+ Programme rapide pour un séchage encore plus rapide
No art. 108953

2299.-
au lieu de 3199.-
-29%

A+++

Exclusivité Fust

AMATIC
Lave-linge
14.1 E
-linge haut de gamme en A+++
-rammes spéciaux comme
-linge délicat
-103018

349.-
au lieu de 599.-
-41%

A+++

Programme Quick de 20 min.

Bauknecht
Lave-linge
WAPC 86541
+ SoftMove protège les fibres en adaptant les mouvements du tambour
No art. 126250

899.-
au lieu de 1599.-
-43%

A+++

Exclusivité Fust

Fust
Lave-linge
OekoLine Adora 8991W
No art. 108954

2299.-
au lieu de 3199.-
-29%

A+++

Exclusivité Fust

✓ Stop aux acariens: convient pour allergiques
✓ VAS: prolonge la durée de vie de votre lave-linge
✓ Procédé économique automatique pour chargement partiel
✓ Lissage vapeur: réduit la formation de plis

T

+ DANS LES HABITS
DE JOHN MALKOVICH
+ LES NOUVEAUX
CHEMINS DE LA VIRILITÉ
+ L'OR DES ALAMBICS

L'ÉDITION MODE

HOMME

JEM'OBSTINE,



TU M'EN TÊTES

Du haut de leur jeunesse, les diplômés en design mode de la HEAD - Genève tracent pour les hommes un nouvel horizon de liberté (collections masculines Bachelor et Master du défilé HEAD 2017)

PHOTOS **DMITRY BUKREEV**
 DIRECTION ARTISTIQUE ET STYLISME **LUCIE GUIRAGOSSIAN**
 MAQUILLAGE **VERA PIMENTAO**
 MANNEQUINS **LÉO CHANBET ET NATHAN TUTONDA**
 LIEU **BÂTIMENT ADMINISTRATIF DE L'ENTREPRISE ELNA**

Pull en laine de mouton et fil de coton, **Claire Lefebvre**. Pantalon en jean, **Mikael Vilchez**.



CH-CONTRE

Top en jersey de coton, **Mikael Vilchez**. Pantalon en jean avec bande de jersey, **Claire Lefebvre**. Gants en croûte de cuir par Agnelle, **Flore Girard De Langlade**.

PAGE DE DROITE

Top en tricot/laine d'angora, **Miguel Filipe Mendes Salvador**.

AU CENTRE

Combinaison en satin de coton et dentelle, sponsoring par Sophie Hallette et Riechers Marescot, **Duc Siegenthaler**. Pantalon et short en jean, gants en croûte de cuir par Agnelle, **Flore Girard De Langlade**.







PAGE DE GAUCHE
Bombers en jersey
de coton, **Tara Mabiala**.
Top en soie, Saloméja
Jacquet. Pantalon
en jean et cuir, **Flore
Girard De Langlade**.

CI-CONTRE
Veste en soie sauvage,
Tara Mabiala. Pantalon
en jean et croûte
de cuir, **Flore Girard
De Langlade**. Sneakers
«vintage».

N° 11 NOVEMBRE 2017
LE MAGAZINE SUISSE
DE LA MODE ET DE LA CULTURE FR 8.-

BOILERO



Haute Couture

LE GRAND SHOW

Lausanne ouvre un palais à Ai Weiwei

ENTRAIN SUR LA ROUTE DE LA SOIE

Les étoffes de rêve de Jakob Schlaepfer



Des femmes & des BIJOUX

Les cordonniers sont-ils les plus mal chaussés? Peut-être. Les joaillières, elles, en revanche, ont un goût certain pour porter les parures et les rêver. Un ouvrage nous le rappelle et rend hommage à ces femmes de style, et de caractère. Coco Chanel, Suzanne Belperron (Boivin), Jeanne Toussaint (Cartier) ou Renée Puissant (Van Cleef & Arpels) sont quelques-uns des grands noms qui ont marqué la création de bijoux au XX^e siècle.

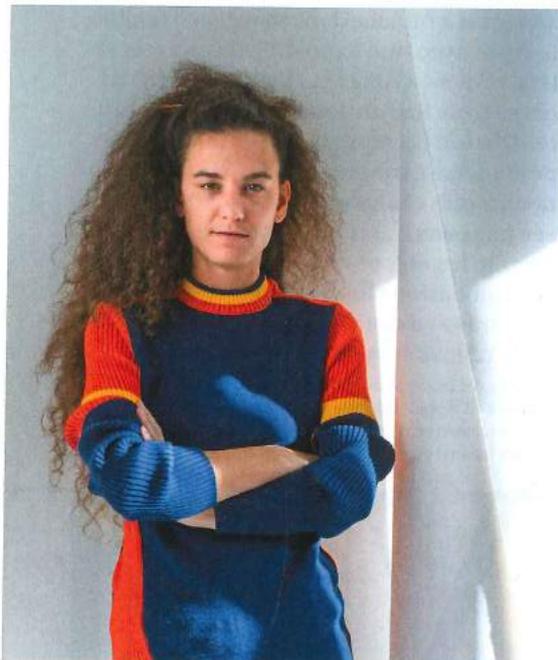
«Les plus beaux bijoux de femmes joaillières»,
par Juliet Weir-de La Rochefoucauld, Editions
La Bibliothèque des Arts.



GERDA FLÖCKINGER
Collier à cercles et
disques d'or, 1962 - nacre,
aigue-marine,
onyx, or jaune.

Trois questions à NINA GANDER

NINA
GANDER La
jeune femme
gère tous
les aspects
mode du défilé
annuel
de la HEAD.



Nina Gander est responsable de tous les aspects mode du défilé annuel de la Haute Ecole d'art et de design de Genève. Elle a un œil sur les 31 étudiants, les 270 vêtements, le casting des 60 mannequins, les essayages, la chorégraphie, les 15 maquilleurs et 15 coiffeurs d'un show qui se tiendra le 20 octobre au nouveau campus de la HEAD, à Genève, et qui met en lumière les collections des diplômants.

BOLERO Musique, scénographie, mannequins: que vous préférez-vous et pourquoi?

NINA GANDER La scénographie est une sorte de casse-tête très stimulant. Un moment très spécial, c'est le casting sauvage qu'on organise chaque année à la HEAD. C'est magique de voir des jeunes très motivés se présenter souvent pour la première fois, et de les voir défiler avec les pros.

Quel est votre calendrier?

On en parle dès avril. On commence par la scénographie. En septembre, on travaille la partie *catwalk*, on rassemble tous les vêtements, on organise les castings et les essayages, et on prépare les chorégraphies. La dernière semaine, on produit les fiches mannequins, on organise les portants.

Y a-t-il un thème?

Pas vraiment, et c'est en effet là que réside la difficulté de ce défilé. On présente des collections très éclectiques, avec des univers très différents. Il faut faire en sorte de toutes les mettre en valeur et donc de ne pas imposer une vision trop personnelle.

360°

SENIORS
ENFIN DES PISTES

○

RÉSISTANCE
SYLVIN RUBINSTEIN

○

PORNO
AUTRE GENRE

N° 171 Novembre 2017 - CHF 5.- €6 - 360.ch



FIGURES ET ÉPOQUES

DÉFILÉ HEAD 2017
-
MIKAEL VILCHEZ
LAUREAT PRIX MASTER
MERCEDES-BENZ



MIGUEL FILIPE MENDES
SALVADOR
PRIX BACHELOR BONGÉNIE



©Head-RaphaëlleMueller

GAYMAP BRAVO

deutsche Ausgabe

Bolero
8048 Zürich
058 629 20 00
www.boleromagazin.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 37'436
Parution: 10x/année



Page: 72
Surface: 211'991 mm²

Hes·SO

Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences
Western Switzerland

Ordre: 1073023 Référence: 67712189
N° de thème: 375.009 Coupure Page: 1/6

Bolero / deutsche Ausgabe / allemand

MODE

Die französische Marke erobert nach mehreren Jahrzehnten erneut die Laufstege — mit dem Schweizer Serge Ruffieux als Creative Director.

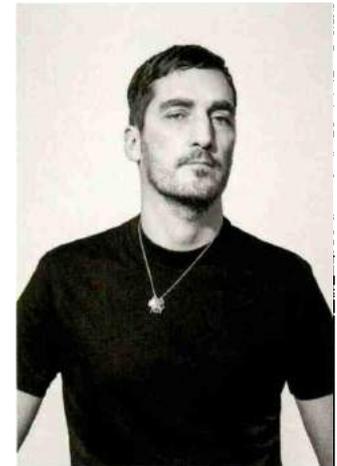
GRÜNES LICHT

für Carven

Interview ESTELLE LUCIEN

Was stellt ein zehnjähriges Kind mit Playmobil an? Es spielt Cowboy, Indianer, manchmal auch Pirat. Nicht so Serge Ruffieux. In einem Alter, in dem andere Kinder sich für Butch Cassidy oder Kapitän Schwarzbart hielten, schlüpfte er lieber in die Rolle eines grossen Couturiers: Yves Saint Laurent. Er klebte die Plastikfiguren auf Spielkarten, stellte sie in einer Reihe auf und malte ihnen mit einem schwarzen Stift das Logo YSL auf. Und um dem Ganzen die Krone aufzusetzen, fotografierte er diese kleine Inszenierung auch noch. Als er dreissig Jahre später als neu ernannter Creative Director des Hauses Carven in die Spitzenränge der Pariser Couture aufsteigt, zweifelt niemand mehr an seiner Leidenschaft für die Mode, die ihm in die Wiege gelegt wurde.

Serge Ruffieux wurde 1974 im Vallée de Joux geboren. Als Kind und Jugendlicher verschlang er Modemagazine wie «Glamour» und «Vogue». Kreierte auch eine eigene Zeitschrift namens «Cocktail», die er an seine Nachbarn verkaufte. Während sein Vater für die Uhrenindustrie arbeitete, waren seine Mutter, Grossmutter und Tante als Schneiderinnen tätig – Letztere bei Elsa Schiaparelli. Das färbte auf den Jungen ab, der anfangs, Taschentücher zu nähen, aus denen er dann Kleider fertigte. Die Sache war sonnenklar: Ruffieux wusste, was er wollte und zog nach Nyon, wo er eine Ausbildung zum Damenschneider absolvierte. Danach studierte er Stil-Lehre an der Haute école d'arts appliqués in Genf, aus der später die HEAD wurde. Fünf Jahre



SERGE RUFFIEUX

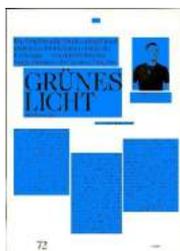
Der Creative Director von Carven ist ein ehemaliger Schüler der Haute école d'art et de design. Genf.

BOLERO

deutsche Ausgabe

Bolero
8048 Zürich
058 629 20 00
www.bolero magazin.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 37'436
Parution: 10x/année



Page: 72
Surface: 211'991 mm²

Hes·SO

Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences
Western Switzerland

Ordre: 1073023
N° de thème: 375.009
Référence: 67712189
Coupure Page: 2/6

Bolero / deutsche Ausgabe / allemand

lang arbeitete er für Sonia Rykiel. Nach fünfzehn Vorstellungsrunden erhielt er quasi den Ritterschlag der Modebranche: eine Stelle bei Christian Dior, wo er mit John Galliano arbeitete. «Dieser Typ ist ein Genie», sagt er ehrfürchtig. Als Raf Simons, der auf Galliano folgte, das Haus an der Avenue Montaigne überraschend verliess, schlug der Schweizer vor, gemeinsam mit Lucie Meier die Nachfolge zu übernehmen. Das Duo zeichnete in neun Monaten für fünf Kollektionen verantwortlich. «Dabei habe ich das Metier als Gesamtheit erlernt», erzählt er. Nun war für Ruffieux langsam die Zeit gekommen, um seine Kindheitsträume wahr werden zu lassen: «Von klein auf hegte ich den Wunsch, als Creative Director für ein Label ganz verantwortlich zu sein.» Dieses würde Carven sein, das Haute-Couture-Haus, welches 1945 von Carmen Tommaso – die sich später Marie-Louise Carven nannte – gegründet wurde und in den Sechzigerjahren florierte. Nach mehreren Jahrzehnten im Dornröschenschlaf wurde das Label 2010 zu neuem Leben erweckt. Seit Januar 2017 wirkt Serge Ruffieux als Creative Director der Marke. Er brachte Carven zurück auf die Laufstege und präsentierte im September seine erste Prêt-à-porter-Kollektion für Frühling/Sommer 2018. Die hübschen «Petites Bourgeoises» aus den Fünfzigern sind coolen jungen Frauen mit einer ungezwungenen, städtischen Eleganz gewichen. Es geht vorwärts mit Carven, und Serge Ruffieux ist der Projektleiter dieses Abenteuers.

BOLERO Stellen Sie uns die Carven-Frau von heute vor.

SERGE RUFFIEUX Ich würde sagen, die «Carven-Mädchen» sind Pariserinnen, die reisen, nach Tokio, Genf, London oder New York. Was sie ausmacht, sind ihre Haltung und ein Look, den ich jeweils den Jahreszeiten gemäss entwickeln möchte.



DIE CARVEN-MÄDCHEN

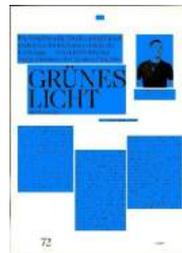
Der frische Look des Labels spiegelt die Lebenswelt der Trägerinnen wider. Frühling/Sommer 2018.

BOLERO

deutsche Ausgabe

Bolero
8048 Zürich
058 629 20 00
www.bolero magazin.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 37'436
Parution: 10x/année



Page: 72
Surface: 211'991 mm²

Ordre: 1073023
N° de thème: 375.009
Référence: 67712189
Coupure Page: 3/6

Hes·SO
Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences
Western Switzerland

Bolero / deutsche Ausgabe / allemand

Man erzählt sich, dass Madame Carven Kleider für kleine Frauen - wie sie selbst eine war - machen wollte. Ist das eine Idee, die Sie weiterverfolgen werden?

Nein. Die heutige Mode verschreibt sich eher einer globalen Einstellung. Die Zeit von Madame Carven war eine andere. Sie war eine kleine Frau und sie hat diese Marke geschaffen, weil sie gewisse Dinge wollte. Was mich aber interessiert, ist ihr Leben. Sie war eine «zitronige» Frau, in jeder Hinsicht. Säuerlich und erfrischend. Für mich bedeutet das, dass sie über eine Spur Verrücktheit und Exzentrik verfügte.

Sie haben gewisse Dinge der DNA der Marke wie die Farbe Grün beibehalten.

Genau. Das ist die Erkennungsfarbe des Hauses. Sie wird vor allem bei der Verpackung für die Kosmetikprodukte und für die Einkaufstaschen verwendet. Ursprünglich war es ein Grasgrün. Die moderne Version ist etwas dunkler.

Es ist eine Farbe, die nicht oft verwendet wird, oder?

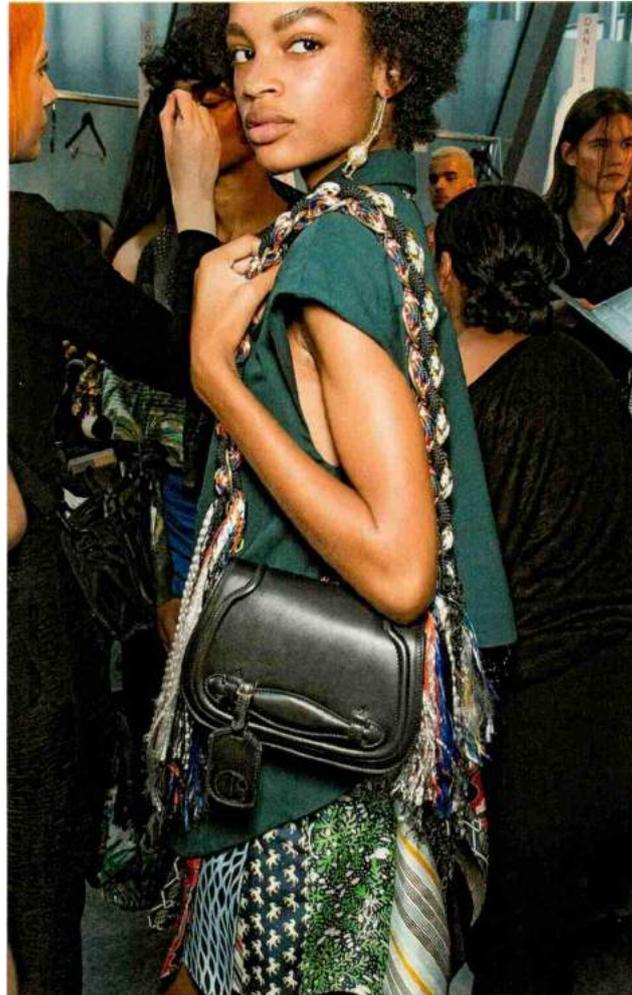
Ja, man stellt sie immer ein bisschen auf die Seite, weil sie Angst einflösst. Vor allem im Theater.

Und Ihnen macht sie keine Angst?

Überhaupt nicht. Sie ist das Wahrzeichen des Hauses und unser Glücksbringer.

Bei Ihrer ersten Modeschau erschienen die Models in flachen, sehr bunten Schuhen und Sandalen, über die viel gesprochen wurde. Was hatte es mit dieser Entscheidung auf sich?

Ich mache mir keine falschen Vorstellungen über die Frauen, ich denke an ihr Wohlbefinden. Flache Schuhe haben eine Ästhetik, die ich mag. Es liegt mir am Herzen, dass Carven sich im Bereich Accessoires behauptet. Ich lege Wert darauf, mich zu differenzieren, damit das Accessoire eben keines ist.



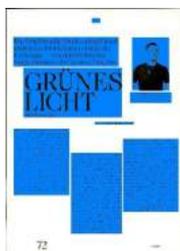
**DETAIL-
VERLIEBT**
Die französische Marke macht Accessoires mit hohem Haben-wollen-Faktor.

BOLERO

deutsche Ausgabe

Bolero
8048 Zürich
058 629 20 00
www.boleromagazin.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 37'436
Parution: 10x/année



Page: 72
Surface: 211'991 mm²

Hes·SO

Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences
Western Switzerland

Ordre: 1073023
N° de thème: 375.009
Référence: 67712189
Coupure Page: 4/6

Bolero / deutsche Ausgabe / allemand

«Ich habe eine Vorliebe für alles Symbolische.»

BOLERO Man hat ausserdem Drucke mit Hahnenmuster gesehen. Arbeiten Sie jeweils mit Themen?

SERGE RUFFIEUX Nein, das ist nicht die Art, wie ich funktioniere. Den Hahn haben wir in den Archiven von Madame Carven gefunden. Das ist einfach ein kleines Zeichen, ein Zufall, spielerisch.

Woher nehmen Sie Ihre Inspiration?

Ich gehe gerne von einem Gefühl, einer Haltung, einer Empfindung aus. Bei Carven ist alles noch frisch. Natürlich hat das Label eine Vergangenheit, aber es kommt uns neu vor. Es ist fast wie ein weisses Blatt Papier. Was noch in der Luft liegt, ist der Duft von Carven, «Vétiver», «Ma Griffes» (zwei charakteristische Parfums des Haus

SERGE RUFFIEUX, Designer

ses, Anm. der Red.). Das ist wie der Atem der Marke, ein Geist, der im kollektiven Gedächtnis haftet. Ich arbeite häufig mit Bildern. Dann sind da noch die Materialvorlieben. Ich will, dass man sich sagt: «Ich kaufe bei Carven ein, denn da gibts diese bedruckte Baumwolle.»

Inwiefern beeinflusst Sie das Reisen?

Ich hatte das Glück, nach der Schule reisen zu können. Das spürt man in meinen Kollektionen. Aber ich konzentriere mich nicht auf eine bestimmte Destination. Mein Nährstoff sind Gegensätze. In gewissen Abschnitten der Kollektion findet man sich im Norden Frankreichs wieder, mit einer Jägerjacke, und wenn man dann auf die Füsse schaut, stecken diese in car shoes, also in Schuhen, die man zum Autofahren trägt, die aber übersät sind mit Details, die von Reisesouvenirs inspiriert sind. In kleinen Andeutungen bringe ich diese Erinnerungen zurück und

entwickle daraus ein nonchalantes und sehr begehrenswertes Teil.

Kommen Sie manchmal in die Schweiz zurück?

Ja, vor allem nach Genf, manchmal ins Vallée de Joux.

Die Frauen in Ihrer Familie haben Ihre Liebe für die Mode beeinflusst. Welchen Platz nimmt Ihr Vater in Ihrer Laufbahn ein?

Mein Vater hat mir die Genauigkeit beigebracht, die in seinem Beruf als Uhrmacher unerlässlich ist. Das Ausmass seines Fachwissens und seine Leidenschaft trieben mich an.

Trotzdem wollten Sie lieber in die Mode gehen.

Ich verspürte den Wunsch, Mode zu machen, seit ich acht Jahre alt war. Deshalb wollte ich gleich zum Kern der Sache vordringen und erlernte das Schneiderhandwerk, um danach an die HEAD gehen zu können. Heute nähe ich nicht mehr, mache aber noch Anproben. Trotzdem ist das immer noch mein erster Beruf: ein Kleidungsstück entwickeln, es studieren.

Ist es für einen Designer von Vorteil, wenn er nähen kann?

Anfangs hatte ich mich auch gefragt, ob das nicht ein Nachteil ist. Aber mittlerweile sehe ich es als ein Plus.

Für Dior haben Sie zusammen mit Lucie Meier gearbeitet. Sie schienen ein gutes Team zu sein.

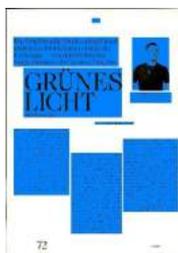
Ich mag den Austausch ungemein. Zu dieser Zeit gab es sehr viel Druck bei Dior. Da wir zu zweit waren, konnten wir diesen aufteilen. Man tauscht Ideen aus, aber auch Gefühle und Ängste. Wie bei einem Paar – das ist unbezahlbar.

BOLERO

deutsche Ausgabe

Bolero
8048 Zürich
058 629 20 00
www.bolero magazin.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 37'436
Parution: 10x/année



Page: 72
Surface: 211'991 mm²

Hes·SO

Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences
Western Switzerland

Ordre: 1073023 Référence: 67712189
N° de thème: 375.009 Coupure Page: 5/6

Bolero / deutsche Ausgabe / allemand

Ihre erste Modeschau im September kam sehr gut an. Wie stellen Sie sich die nächste vor?

Die zweite ist immer die schwierigste.

Fürchten Sie sich davor?

Nein, ich habe keine Angst davor. Ich sehe ihr gelassen entgegen, denn ich weiss, wohin ich gehe. Nun heisst es, weiterzumachen, nachzudoppeln, das Charakteristische der Marke noch mehr herauszustreichen und die Entwürfe in finale Kreationen umzuwandeln.

Wie läuft ein normaler Tag bei Ihnen ab - wenn es den überhaupt gibt?

Ich stehe sehr früh auf, mache morgens Sport und komme gegen 9.30 Uhr im Studio an. Gegen 21 Uhr geht mein Arbeitstag zu Ende.

Gibt es in Ihrem Leben neben der Mode noch Platz für eine andere Leidenschaft?

Die Mode vereint viele Leidenschaften. Ich mag Modern Dance und habe Freunde,

die an der Pariser Oper oder in Los Angeles arbeiten, wie Benjamin Millepied. Nach meinem Studium an der HEAD arbeitete ich ausserdem ein bisschen am Grand Théâtre de Genève.

Sie erhielten die Zusage für den Job bei Christian Dior an Heiligabend.

Sind Sie abergläubisch?

Ja, sehr! Ich wurde an einem Freitag, den 13. geboren. Ich habe eine Vorliebe für alles Symbolische, das mit Aberglauben zu tun hat. Das findet sich in meiner Arbeit in den Details oder den Accessoires wieder. Ich besitze auch mehrere Glücksbringer.

Sie tragen sie um den Hals ...

Ja, ich habe eine Pfefferschote aus Neapel, die Hand der Fatma, ein Nazar-Amulett aus Griechenland und eines aus der Türkei, die Wundertätige Medaille der Kapelle an der Rue du Bac, einen kleinen Anker und ein Horn, das ich von meiner ersten Reise nach Thailand mitgebracht habe. Und ich habe sie alle immer bei mir.



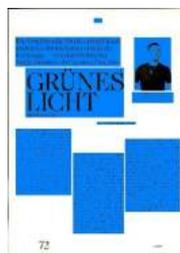
INDIGEN Der Stil ist inspiriert von den Reisen des Designers. Jedes Stück hat einen überraschenden Twist.

BOLERO

deutsche Ausgabe

Bolero
8048 Zürich
058 629 20 00
www.bolero magazin.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 37'436
Parution: 10x/année



Page: 72
Surface: 211'991 mm²

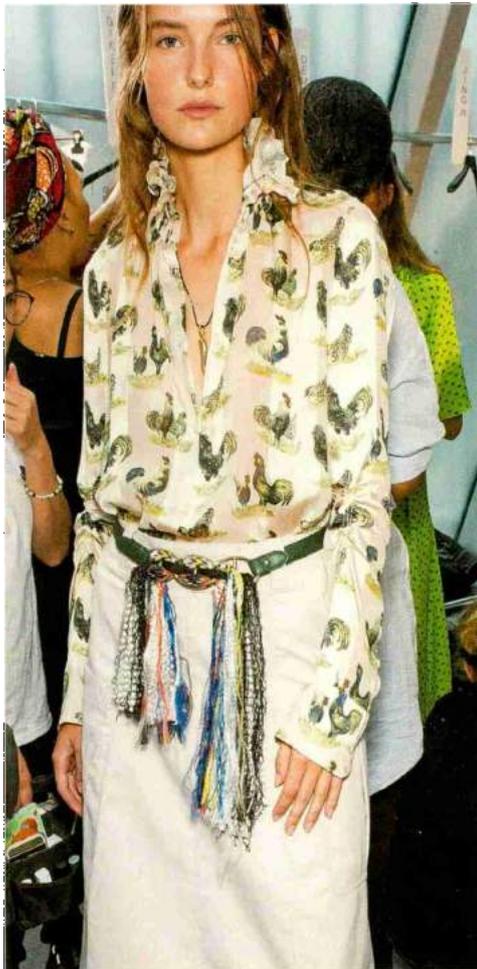
Hes·SO

Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences
Western Switzerland

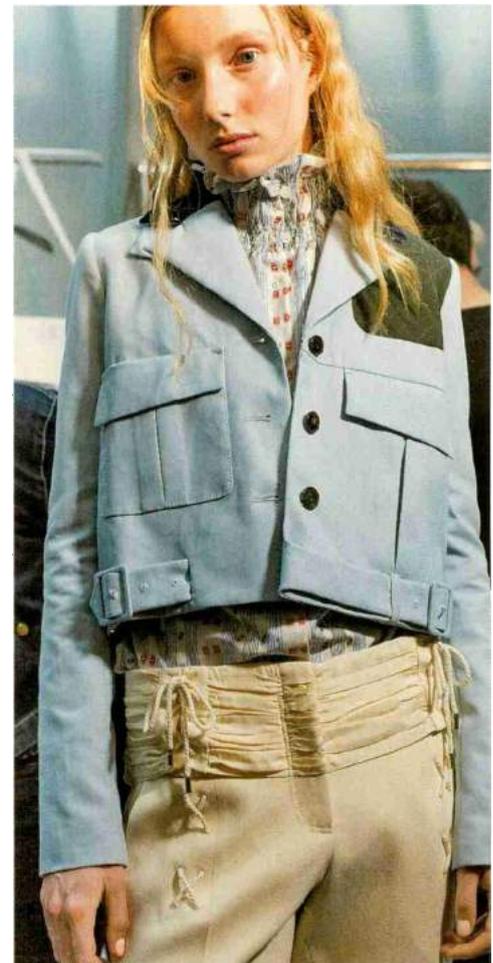
Ordre: 1073023 Référence: 67712189
N° de thème: 375.009 Coupure Page: 6/6

Bolero / deutsche Ausgabe / allemand

HAHN Das französische Nationalsymbol wurde in den Archiven von Madame Carven gefunden und mit einem Augenzwinkern interpretiert.

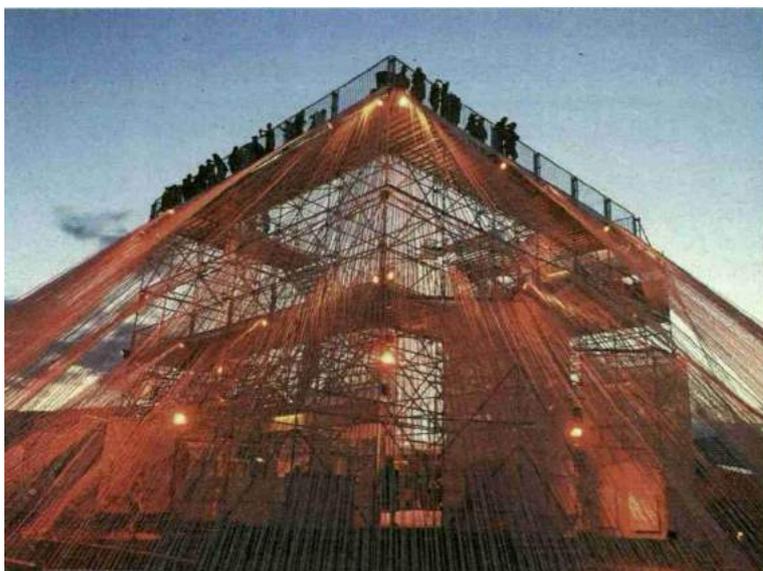


KONTRASTE
Eine Silhouette, die mit Schichten und Längen spielt.





Une année en images



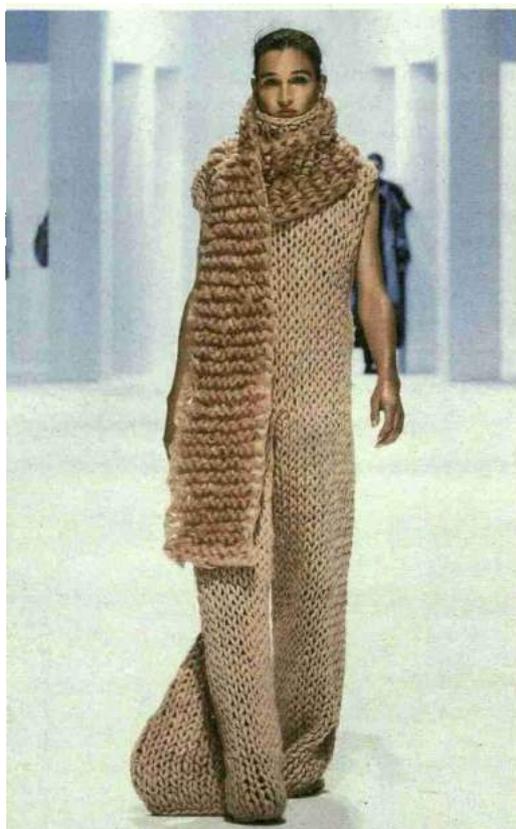
HEPIA
Des étudiants en Architecture et en Architecture du paysage d'HEPIA ont imaginé une scénographie volcanique pour le stand HES-SO durant le Paléo Festival en juillet 2017. «Smooth Vulcano» accueillait les festivaliers au cœur d'un cratère en fusion, tout en proposant des animations au cours de l'ascension, avant d'embrasser la vue au sommet. HEPIA (2017)

HEdS

En mai 2017, les caméras de l'émission 36.9° de la RTS ont suivi des étudiants de la HEdS durant un long week-end de simulations grandeur nature dans le Val-de-Travers. Une expérience très enrichissante pour ces futurs soignants qui a abouti sur un reportage de qualité au plus proche de la réalité.

GILLES BOREL/HEDS (2017)

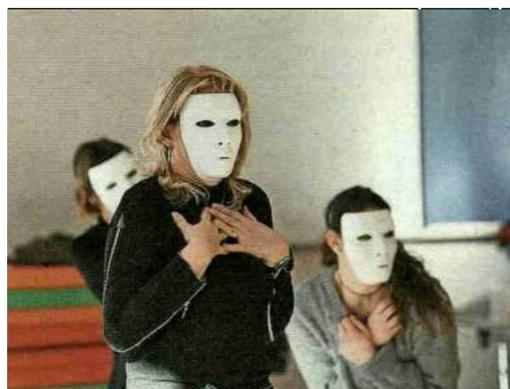




HEAD

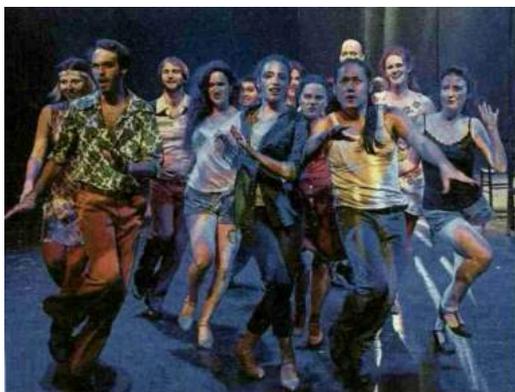
La collection de diplôme de Master «Sensuality reversed» d'Irina Terekhova a été présentée lors du Défilé HEAD 2017 qui s'est tenu le 20 octobre dans le Cube (nouveau Campus de la HEAD), devant près de 2000 personnes. RAPHAELLE MUELLER /

HEAD (2017)



HETS

Les 10 et 11 mars 2017, la filière Psychomotricité ouvrait ses portes pour fêter les 50 ans de son diplôme. Au travers d'activités entièrement conçues et animées par les étudiants, près de 500 personnes ont découvert et expérimenté la psychomotricité et ses fondamentaux tels que le Jeu, le corps, la communication Interpersonnelle, comme ici dans un atelier intitulé «Mettre en scène ses émotions». ERIC ROSET / HETS (2017)



HEM

En septembre 2017, la HEM présente la célèbre comédie musicale Kiss me Kate de Cole Porter au Théâtre du Galpon en collaboration avec la Haute école de musique de Lausanne. Montée par trois artistes invités, Nader Abbassi, Christian Răth et Daniel Esteve, Kiss me Kate remporte un franc succès public et fait salle comble pour les huit représentations. CAROLEPARODI/HEM (2017)



HEG

A l'aube de la quatrième révolution industrielle, le Symposium HEG «Mon collègue est une machine» a réuni des intervenants de qualité tels que technologues, économistes et philosophes. Ensemble, ils ont fait le point sur l'évolution de la robotisation dans différents secteurs d'activité, cerné les enjeux de ces mutations et ont ainsi permis d'envisager l'avenir. HEG (2017)

TRAJECTOIRE

L'axe du luxe Genève - Lausanne - Gstaad - Verbier

Trajectoire Magazine
1227 Carouge GE
022/ 827 71 00
trajectoire.ch/

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines spéc. et de loisir
Tirage: 23'477
Parution: 4x/année



Page: 176
Surface: 22'636 mm²

Ordre: 1073023 Référence: 67880906
N° de thème: 375.009 Coupure Page: 1/1

Hes·SO

Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences
Western Switzerland

Trajectoire Magazine / français

ART, DESIGN, MERCO & CO.

Partenaires de l'événement depuis 2014, Mercedes-Benz et le Groupe Chevalley ont une fois de plus soutenu le défilé de la Haute Ecole d'art et de design de Genève. Un moment de poésie durant lequel les lauréats ont eu l'opportunité de présenter leurs plus belles créations. Le Prix La Redoute x HEAD, nouvelle distinction cette année, s'ajoute aux deux autres prix remis traditionnellement à l'issue du défilé, le Prix Bachelor Bongénie d'une valeur de 5000 francs et le Prix Master Mercedes-Benz d'une valeur de 10000 francs. Les récompenses ont été décernées par un jury international indépendant, composé de professionnels et d'experts de la mode.

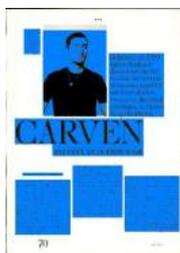


BOLERO

édition française

Bolero
8008 Zürich
044/ 259 67 67
www.bolero magazin.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 15'236
Parution: mensuelle



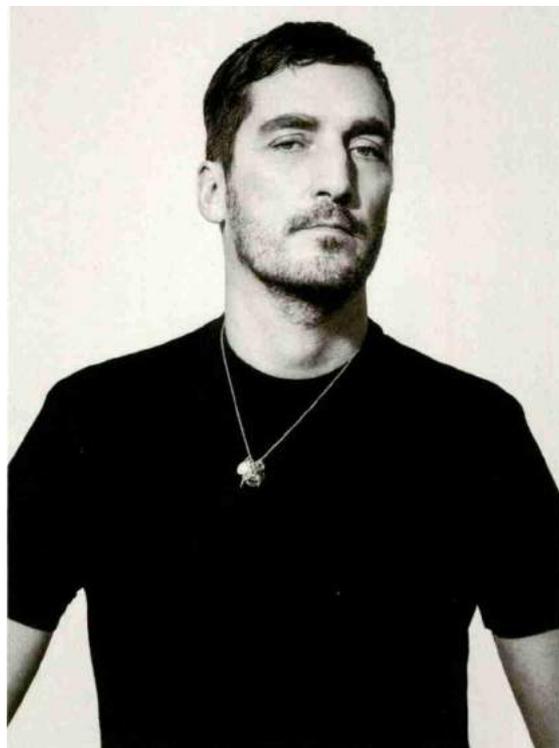
Page: 70
Surface: 200'221 mm²

Ordre: 1073023
N° de thème: 375.009
Référence: 67817506
Coupage Page: 1/6

Hes·SO
Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences
Western Switzerland

Bolero / édition française / français

SERGE RUFFIEUX
Le directeur
artistique
de Carven est un
ancien élève
de la Haute
école d'art et
de design de
Genève.



Relancée en 2010
après plusieurs
décennies de dor-
mance, la marque
française rejailit
sur les podiums
avec, à sa direction
artistique, le Suisse
Serge Ruffieux.

CARVEN

en vert et contre tout

Interview **ESTELLE LUCIEN**

Que fait un enfant de 10 ans avec des Playmobil? Il joue aux cow-boys, aux Indiens, voire aux pirates. Sauf Serge Ruffieux. A l'âge où les gamins se prennent pour Butch Cassidy ou Barbe-Noire, lui préfère enfiler le costume d'un grand couturier: Yves Saint Laurent. Les figurines de plastique, il les pose en rangs serrés sur des cartes à jouer et reproduit au stylo noir le logo YSL. Mieux, il photographie cette petite mise en scène. De sorte que trente ans plus tard, alors qu'il

évolue dans le gotha de la couture parisienne, fraîchement nommé à la direction artistique de la maison Carven, personne ne doute que sa passion de la mode ait été nourrie dès le berceau, ou presque.

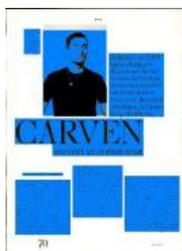
Serge Ruffieux est né en 1974 à la vallée de Joux. Il s'évade en dévorant les magazines de mode, *Glamour*, *Vogue*. Lui-même en crée un, *Cocktail*, qu'il vend à ses voisins. Alors que l'horlogerie emploie son père, la couture occupe sa mère, sa grand-mère et surtout sa

BOLERO

édition française

Bolero
8008 Zürich
044/ 259 67 67
www.boleromagazin.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 15'236
Parution: mensuelle



Page: 70
Surface: 200'221 mm²

Ordre: 1073023
N° de thème: 375.009
Référence: 67817506
Coupure Page: 2/6

Hes·SO
Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences
Western Switzerland

Bolero / édition française / français

tante, Clémentine, qui œuvre chez Elsa Schiaparelli. Le garçon se met aussi à coudre des mouchoirs dont il fait des robes. Pas l'ombre d'une hésitation à l'horizon. Le jeune homme sait ce qu'il veut et part apprendre le métier, à Nyon où il devient couturier pour dames. Puis il intègre la filière stylisme de la Haute école d'arts appliqués à Genève, qui deviendra la HEAD. C'est là qu'on le retrouve un soir d'octobre, pour le récit de ce parcours guidé par l'évidence, qui de Genève naturellement le mène à Paris. Le Suisse y fait sa place, de stage en stage. Il reste cinq ans auprès de Sonia Rykiel. Au terme de neuf mois et 15 entretiens, un soir de Noël, Serge Ruffieux décroche le graal: travailler chez Christian Dior avec John Galliano. «Lui, c'est un génie», souffle-t-il. Lorsque le successeur de Galliano, Raf Simons, quitte précipitamment la maison de l'avenue Montaigne, le Suisse propose d'emblée d'assurer la suite en duo avec Lucie Meier. Ils signent cinq collections en neuf mois. «J'ai appris le métier.» L'heure approche pour Serge de réaliser ses rêves d'enfant. «Depuis tout jeune, j'avais envie de travailler pour une marque.» Ce sera donc Carven. Créée en 1945 par Carmen de Tommaso – qui s'est ensuite appelée Marie-Louise Carven –, cette maison de haute couture, flamboyante dans les années 60, a ensuite connu un ralentissement. Après plusieurs années de dormance, elle est réveillée en 2010. Depuis janvier, Serge Ruffieux en est le directeur artistique, menant Carven de nouveau sur les podiums avec une collection croisière et une première collection prêt-à-porter printemps-été (2018) présentée en septembre dernier. Les jolies petites bourgeoises fifties ont laissé la place à des filles fraîches, à l'élégance urbaine et décontractée. Carven avance, et Serge Ruffieux est le maître d'œuvre de cette aventure dont il dévoile, avec une pudique réserve, les nouveaux contours.

BOLERO Présentez-nous la fille Carven d'aujourd'hui.

SERGE RUFFIEUX Je dirais «les filles

Carven», celles du Paris d'aujourd'hui. Des Parisiennes qui voyagent, à Tokyo, à Genève, à Londres et à New York. Ce qui les différencie, c'est leur attitude, et une allure que je souhaite développer au fil des saisons.

On raconte que Madame Carven souhaitait habiller des femmes petites, comme elle. Est-ce une idée que vous allez suivre?

Non, la mode aujourd'hui s'inscrit plutôt dans une attitude globale. C'était une époque, elle était petite, elle a créé cette marque parce qu'elle avait envie de certaines choses. Mais pour moi, ce qui est intéressant, c'est sa vie. Madame Carven était une femme «citronnée», dans tous les sens du terme. Acidulé et fraîche. Ce qui m'évoque un grain de folie et d'excentricité. Vous avez conservé quelques éléments de son ADN, comme le vert?

En effet. C'est la couleur identitaire de la maison. Elle a été utilisée surtout en matière de packaging, pour les produits cosmétiques et les *shopping bags*. A l'origine, c'est un vert gazon. La version moderne est un peu plus foncée.

C'est une couleur peu utilisée, non?

Oui, on la met un peu de côté, car elle fait peur. Au théâtre, notamment.

Elle ne vous fait donc pas peur?

C'est même l'emblème de la maison, le grigri.

Pour votre premier défilé, les mannequins sont apparues en chaussures et sandales plates ultracolorées qui ont été très remarquées. Pourquoi ce choix?

Je ne fantasme pas une femme, je pense à son confort. Il y a une esthétique que j'aime dans la chaussure plate. Que Carven s'impose dans le domaine de l'accessoire me tient à cœur. Je tiens à me différencier pour que l'accessoire ne soit justement pas accessoire.

On a aussi vu des imprimés de coqs.

Travaillez-vous sur des thèmes?

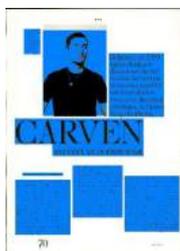
Non, je ne fonctionne pas ainsi. Le coq

BOLERO

édition française

Bolero
8008 Zürich
044/ 259 67 67
www.boleroMagazin.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 15'236
Parution: mensuelle



Page: 70
Surface: 200'221 mm²

Hes·SO

Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences
Western Switzerland

Ordre: 1073023
N° de thème: 375.009
Référence: 67817506
Couverture Page: 3/6

Bolero / édition française / français

a été trouvé dans les archives de Madame Carven. C'est un petit signe, un hasard, c'est ludique.

Comment se nourrit votre inspiration?

J'aime partir d'un sentiment, d'une attitude, d'un ressenti. Pour Carven, on est dans la fraîcheur. Certes, cette maison a un passé, mais elle nous revient neuve. C'est

**«Je revendique
une part
régressive,
nonchalante
et ultra-
désirable.»**

SERGE RUFFIEUX, designer

presque comme une page blanche. Il reste l'air Carven, c'est Vétiver, c'est Ma Griffe (ndlr: deux parfums emblématiques de la maison). C'est comme une respiration, un esprit qui est dans la mémoire collective. Je travaille beaucoup par images. J'échange aussi avec mes équipes, j'aime travailler la coupe et les proportions. Il y a aussi les envies de matières. Je veux qu'on puisse se dire: «Tiens, je vais chez Carven car il y a ce coton imprimé.»

BOLERO Comment les voyages vous influencent-ils?

SERGE RUFFIEUX J'ai eu la chance de voyager après l'école. On le ressent dans mes collections. Je ne me concentre pas sur une destination précise. Je me nourris de contrastes. Dans certains passages de la collection, on peut se retrouver dans le nord de la France, avec la veste de chasse, et si on regarde les pieds, ce sont des *car shoes*, des chaussures pour conduire une voiture, mais qui sont complètement «twistées» avec des détails qui sont des souvenirs de voyages. J'en ramène par touches et je revendique une part régressive, nonchalante et ultradésirable.

Vous revenez en Suisse?

Oui, à Genève surtout, à la vallée de Joux parfois.

Les femmes, votre grand-mère, votre mère et votre tante, ont influencé votre goût pour la couture. Quelle place a votre père dans votre parcours?

Mon père m'a enseigné la minutie de par son métier de maître horloger. Son niveau de technicité et de passion a été un moteur.

Vous-même avez d'abord appris à «faire» de la mode?

Dès l'âge de 8 ans, je voulais «faire» de la mode. Donc je voulais tout de suite entrer dans le vif du sujet et je suis allé apprendre à coudre pour ensuite entrer à la HEAD. Aujourd'hui, je ne couds plus mais je fais encore les essayages. C'est quand même mon premier métier: mettre au point un vêtement, l'étudier, le construire.

Est-ce un avantage ou pas de savoir coudre pour un créateur?

Au début, je me suis posé la question. Est-ce que ce n'était pas un inconvénient? Mais maintenant, je le vois comme un plus. Vous avez travaillé en duo avec Lucie Meier pour Dior. Vous avez l'air à l'aise dans cet exercice.

J'aime beaucoup l'échange. A cette époque, chez Dior, il y avait une grosse pression et donc à deux on peut la partager. On échange des idées, mais aussi des émotions et des angoisses. C'est comme dans un couple et ça n'a pas de prix.

Votre premier défilé, en septembre dernier, a été très bien accueilli.

Comment envisagez-vous le prochain?

Le deuxième est le plus difficile.

Vous l'appréhendez?

Non, je ne suis pas angoissé. Je l'envisage sereinement, je sais où je vais. Il faut continuer, enfoncer le clou, noircir le trait, et convertir l'essai.

Comment se déroule une journée

«normale», s'il y en a?

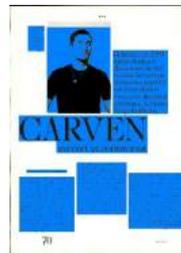
Je me lève très tôt. Je fais du sport et j'arrive au studio vers 9 h 30. Mes journées

BOLERO

édition française

Bolero
8008 Zürich
044/ 259 67 67
www.bolero Magazin.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 15'236
Parution: mensuelle



Page: 70
Surface: 200'221 mm²

Hes·SO

Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences
Western Switzerland

Ordre: 1073023
N° de thème: 375.009
Référence: 67817506
Coupage Page: 4/6

Bolero / édition française / français

se terminent vers 21 heures.
Dans votre vie, y a-t-il de la place pour
une autre passion que la mode?

La mode réunit beaucoup de passions.

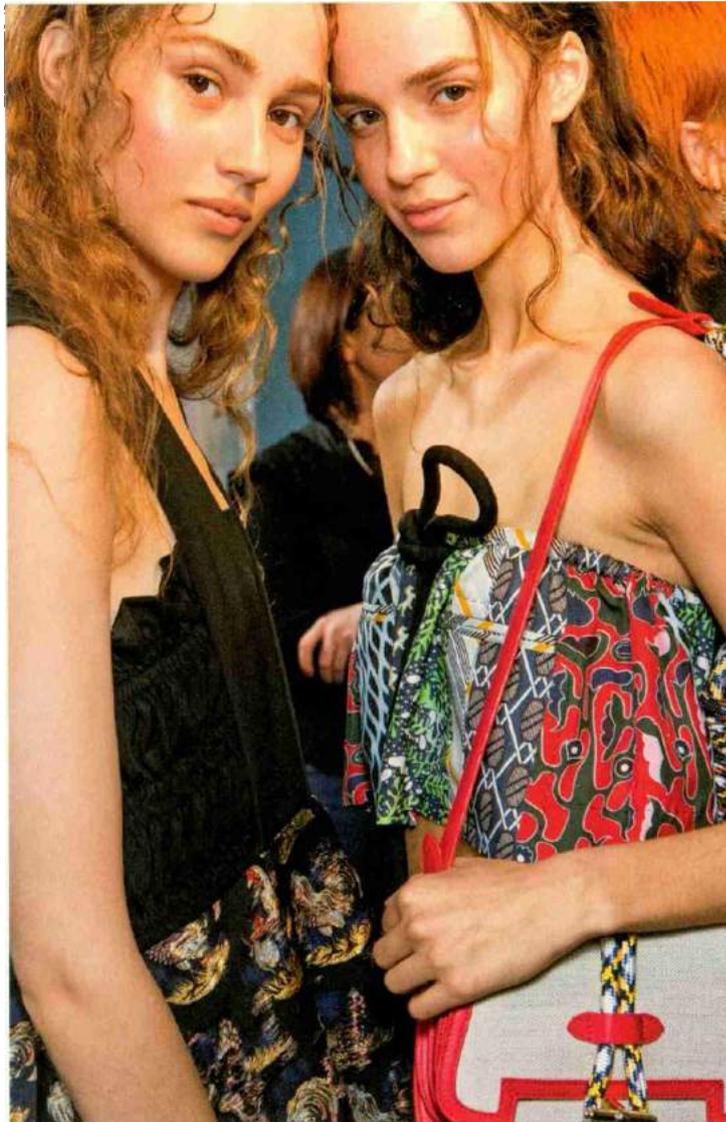
J'aime la danse contemporaine, j'ai des
amis à l'Opéra de Paris et à Los Ange-
les, tel Benjamin Millepied. Après la
HEAD, j'ai un peu travaillé au Grand
Théâtre de Genève d'ailleurs.

Vous avez su que vous aviez le job
chez Christian Dior le soir de Noël.
Etes-vous superstitieux?

Oui, très! Je suis né un vendredi 13!
J'aime toutes les symboliques qui
tournent autour de la superstition et
qui nourrissent mon travail dans le
détail ou dans l'accessoire. J'ai plein
de grigris!

Vous en portez autour du cou...

J'ai un piment de Naples, une main
de Fatma, un œil grec et un œil turc,
la médaille miraculeuse de la chapelle
de la rue du Bac, une petite ancre et
une corne ramenée de mon premier
voyage en Thaïlande. Et je les ai tou-
jours avec moi.



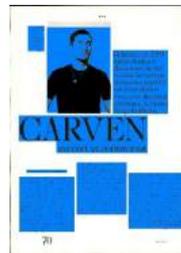
**LES FILLES
CARVEN**
Elles sont
à l'Image
des Parisiennes
d'aujourd'hui
et voyagent à
Tokyo, à Genève,
à Londres
et à New York

BOLERO

édition française

Bolero
8008 Zürich
044/ 259 67 67
www.boleromagazin.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 15'236
Parution: mensuelle



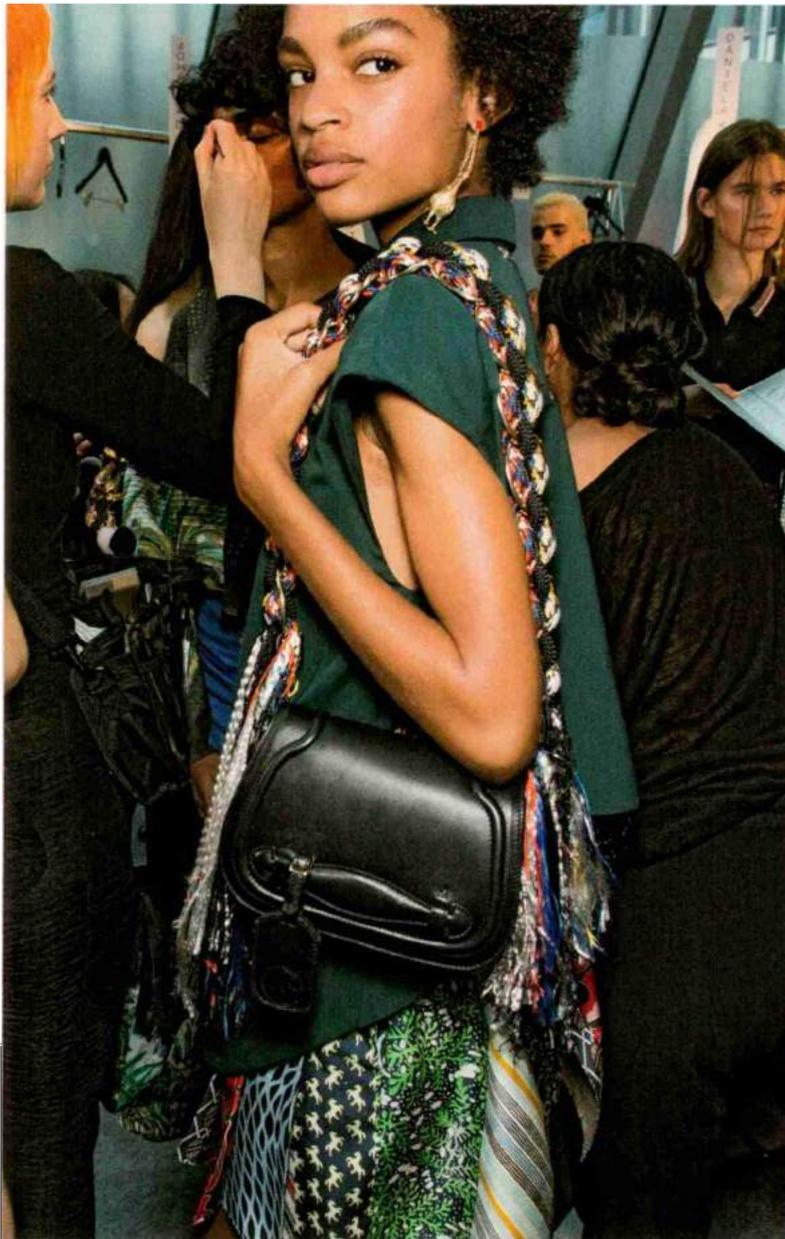
Page: 70
Surface: 200'221 mm²

Hes·SO

Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences
Western Switzerland

Ordre: 1073023 Référence: 67817506
N° de thème: 375.009 Coupure Page: 5/6

Bolero / édition française / français



ACCESSOIRES

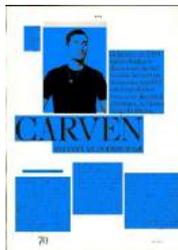
Un domaine qui compte
pour Carven
et Serge Ruffieux.

BOLERO

édition française

Bolero
8008 Zürich
044/ 259 67 67
www.bolero magazin.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 15'236
Parution: mensuelle



Page: 70
Surface: 200'221 mm²

Hes·SO

Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences
Western Switzerland

Ordre: 1073023 Référence: 67817506
N° de thème: 375.009 Coupure Page: 6/6

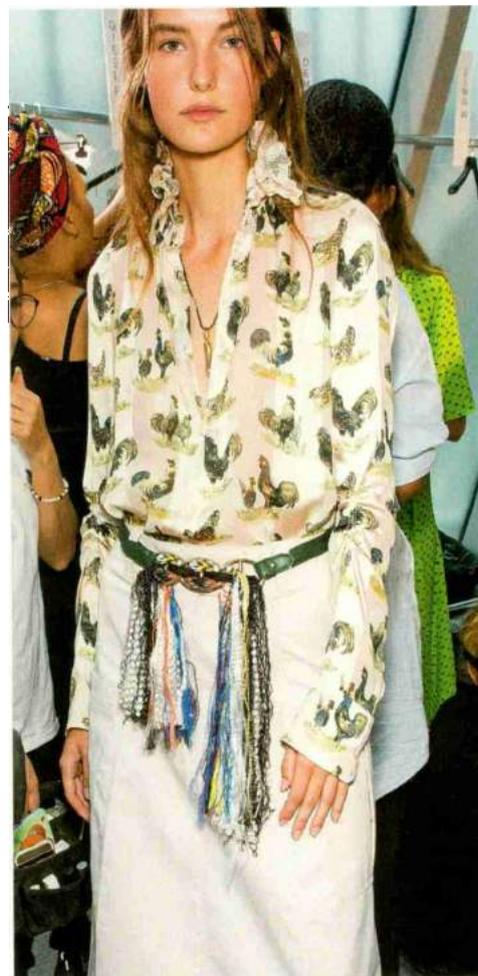
Bolero / édition française / français



ACIDULÉ
Le style
Carven se
nourrit de
voyages de
Serge Ruffieux
et d'un petit
grain de folie.



CONTRASTE
Une silhouette
qui joue des
superpositions
et des
raccourcis



COQ Symbole
français,
il a été trouvé
dans les
archives de
Madame Carven
et apparaît
ici comme un
clín d'œil
ludique.

GRAZIA

NEWS

PARIS

La bibliothèque féministe menacée

INTERNATIONAL

Le coup de com de l'Arabie saoudite

ANALYSE

Faut-il repenser les tests de QI ?

MODE

Reportage dans un vivier de jeunes créateurs

UN MONDE PLUS DOUX

LES PRODUITS DE BEAUTÉ EN DIRECT DE LA FERME

+ Vivre dans une maison sur l'eau: un pari fou et écolo

RÉUSSIR SA VIE

LES SECRETS DES ANCIENS CANCRES QUI CARTONNENT

GÉNÉRATION DAHO

RENCONTRE EXCLUSIVE

& **Juliette Armanet, Calypso Valois, Cléa Vincent...**

Ses héritières racontent l'homme et l'artiste

GRAZIA.FR

Semaine du 3 au 9 novembre 2017

DOM: A/6 € - S/4 € - BEL: 2,30 € - CH: 3,80 FS - CAN: 4,95 \$CAN
D: 4,50 € - AND: 2,30 € - A: 4,50 € - ESP: 3 € - FIN: 4,50 €
GB: 5 £ - GR: 3,50 € - ITA: 3,50 € - LUX: 2,30 € - MAR: 40 DH
TOM SURFACE: 750 CFP - PORT.CONT: 3 € - TUN: 6 DTU - USA: 4,95 \$

L 19753 - 420 - F: 1,80 €



LA DISTANCE

La Head a fait de sa localisation, à l'écart, une force. L'école a acquis un «campus urbain» de 16000 m², en périphérie de Genève. Les jeunes cravachent. Ils utilisent des «matériaux donnés par des manufactures locales. On ressent un travail très soigné qui trouve sa créativité ailleurs que dans l'explosion punk de Londres», constate Alice Pfeiffer, rédactrice en chef d'Antidote et membre du jury.

L'OXYMORE

Mikael Vilchez, 27 ans, grand prix du Jury (présidé par Serge Ruffieux, de Carven), a fait défiler ses créatures masculines sur une reprise de Britney Spears au piano. La rencontre entre culture queer, artisanat et imagerie pop se lit autant dans la fringue que dans la scénographie, en osmose avec sa déconstruction fantasmagorique du denim. Instagram a enfanté de jeunes directeurs artistiques, plus que de designers mode.

LE BURLESQUE

Le défilé présentait 270 tenues, d'où ont émergé des toreros dessinés par Flore Girard de Langlade (prix La Redoute x HEAD 2017) ou un chevalier moderne en forme de phallus - une performance de Paul Pourcelot. Des extravagances cadrées, qui laissent présager une rébellion sans heurts. En Suisse, on a l'excentricité pragmatique, on va chercher avec dérision dans «son histoire ancienne», dixit Alice Pfeiffer, la projetant dans une créativité portable.

Le défilé de Mikael Vilchez, grand prix du jury de la Head.

LA DIVERSITÉ

La Head compte 700 étudiants de 40 nationalités différentes et des intervenants du monde entier. «Une formation riche qui rend les élèves très matures», selon Glenn Martens, créateur de Y/Project et membre du jury. L'établissement pousse les étudiants à s'inscrire dans une réalité économique et sociale. Selon Jean-Pierre Greff, son directeur, la pédagogie est pensée comme «un espace de liberté et de responsabilité personnelle».



10 DÉCRYPTAGE

LA SUISSE, L'AUTRE PAYS DE LA MODE

En dix ans, l'école de mode et de design **la HEAD**, à Genève, est entrée dans le classement des meilleures institutions mondiales, selon The Business of Fashion. Son défilé annuel a eu lieu le 20 octobre. Sur quoi bâtir une nouvelle puissance mode? Par **Claire TOUZARD**



A l'étranger, ajouter une corde à son art

Les étudiants sont de plus en plus nombreux à choisir de suivre une partie de leur cursus dans un autre pays. Erasmus, les accords bi-diplômes et les antennes des écoles facilitent ces parenthèses

Etudiant à l'École nationale supérieure des Arts décoratifs (Insaad) à Paris, dans la spécialité « Design de la matière et du textile », Adrien Testard, 24 ans, a passé onze mois au Japon, à l'université Bunka de Tokyo. Dans le cadre d'un bi-diplôme, il y a fait sa quatrième année au département Mode. À côté de cours professionnalisants, comme à l'Insaad, il en suivait d'autres, généraux. Son mémoire a porté sur « Les ruines vivantes dans l'esthétique japonaise ». Un travail qui, à lui seul, illustre la richesse de son expérience.

De plus en plus, les étudiants en arts appliqués et en arts plastiques suivent une partie de leur cursus à l'étranger. Les écoles, privées et publiques, ont multiplié les partenariats à travers le monde, dans le cadre du programme européen Erasmus et d'échanges entre établissements ou d'accords de bi-diplômes. Un vaste réseau s'est ainsi tissé à travers le monde qui relie les écoles, les plus prestigieuses – l'Académie des Beaux-Arts de Bruxelles, l'ECAL de Lausanne... – comme les plus petites.

Besoin d'autonomie, soif de voyage et de découverte, curiosité pour d'autres cultures ou d'autres façons de travailler... Les étudiants candidats au départ affichent de multiples motivations. Rares sont ceux qui, à leur retour, se disent déçus.

Adrien avait postulé pour le département mode de la Bunka, à Tokyo, avant tout car cela lui

donnait l'opportunité de découvrir un secteur qui l'intéressait. Il a beaucoup appris, également sur un plan personnel. « En vivant un an si loin, dans une culture si différente et avec la barrière de la langue, j'ai acquis une forme d'assurance », estime-t-il.

Anais Hervé, 22 ans, en quatrième année à l'Insaad, a rejoint en septembre l'Academy of Arts, Architecture and Design de Prague, en République tchèque, dans le cadre d'Erasmus. Elle y restera un semestre. Dans le département textile, elle découvre une autre manière de travailler : « C'est plus créatif, moins technique, du fait même qu'il y a moins de matériel. Nous, nous avons des métiers à tisser, des machines pour le textile... et nous avons beaucoup de cours techniques. Ici, ils ont une approche plus expérimentale. »

Cinq mois à Glasgow

L'Académie pragoise est l'une des plus petites écoles européennes. Anais a préféré y postuler plutôt que dans un établissement plus connu pour lequel la concurrence est rude. « Je voulais être sûre de partir », explique-t-elle. En plus je souhaitais l'Europe, plutôt le Nord car je suis beaucoup allée dans le Sud, et un pays que je ne connaissais pas du tout. »

En deuxième année à l'école Camondo à Paris, établissement privé qui délivre un diplôme d'architecture intérieure et design, Edgar Jayet, 20 ans, a toujours aimé voyager loin. Après son bac, il s'est accordé une année de césure en Nouvelle-

Zélande. Le 3 janvier, dans le cadre d'un échange, il partira un semestre au Hong Kong Design Institute. « J'avais une envie terrible de repartir », confie-t-il, esti-

Les motivations sont multiples : quête d'autonomie, curiosité pour d'autres façons de travailler...

mant que « se confronter à une autre culture, à un autre mode d'enseignement, est essentiel pour un aspirant créateur ». Cette envie de voyager peut aussi entrer dans une stratégie réfléchie. En quatrième année à

Camondo, Charlise Benzech, 22 ans, a passé cinq mois l'an dernier en Erasmus à la Glasgow School of Art, en Écosse. « Je projette de travailler à l'étranger plus tard », explique-t-elle. J'ai demandé Glasgow car je voulais améliorer mon anglais. En plus, c'est une école très ouverte, pluridisciplinaire et internationale. Sur les trente-cinq étudiants en architecture d'intérieur, seuls cinq étaient écossais. Une ouverture qu'elle a appréciée. Elle a aussi appris à travailler plus en autonomie.

Il y a une autre façon encore de partir étudier à l'étranger. Certains établissements se délocalisent. L'École de design Nantes Atlantique propose ainsi chaque année à une vingtaine d'étudiants d'aller faire leur master à Shanghai, sur le campus du tout

nouvel Institut des Beaux-Arts. Le cursus est le même qu'à Nantes. Mais les étudiants vivent dans l'immense métropole chinoise, y font des stages et, durant ces deux ans, beaucoup en profitent pour voyager en Chine ou dans la région.

S'émanciper à Shanghai

En première année de master, Marie-Alix Rioual et Gaëlle Rioual, 23 ans toutes les deux, sont arrivées fin août à Shanghai. Gaëlle n'avait jamais mis les pieds en Chine. Mais elle est passionnée de culture asiatique, surtout japonaise et coréenne, grande amatrice de mangas. « J'ai l'impression d'être ici depuis longtemps », dit-elle. C'est un rythme de vie qui me convient. Plus tard, elle aimerait travailler

en Chine et espère que ce séjour sera un tremplin.

Marie-Alix, elle, garde un souvenir ébloui de son séjour dans une famille chinoise à Pékin dans le cadre d'un échange scolaire. « Je voulais avoir métrier dans la création et vivre en Chine, c'est pour cela que j'ai choisi l'école avec ce master Shanghai », confie-t-elle. Pour beaucoup, ces deux ans à Shanghai sont une formidable occasion de s'émanciper et s'ouvrir à un monde inconnu, peine arrivée. Marie-Alix Rioual et Gaëlle Rioual sont devenues accro à l'application mobile WeChat, qui permet de tout faire dans la métropole : prendre un vélo, payer ses courses, gérer le compte bancaire... ■

VERONIQUE SOY

La Haute Ecole de Genève s'affirme

Ses diplômés sont de plus en plus présents sur la scène internationale. L'établissement s'installe sur un nouveau campus

Née en 2007 de la fusion de l'École supérieure des beaux-arts et de la Haute Ecole d'arts appliqués, la Haute Ecole d'art et de design (HEAD) s'est hissée parmi les grandes écoles internationales dans le domaine artistique, avec des diplômés s'illustrant dans le domaine de la mode. Le designer suisse Sergio Buffaux, qui y a fait ses classes, a pris en janvier la direction artistique de la griffe parisienne Carven, et la jeune styliste suisse Vanessa Schindler a été lauréate du festival international de mode et de photographie d'Hyères, au mois de mai.

Fortes de ces reconnaissances, l'école voit venir à elle des jeunes du monde entier, attirés par ses formations de type bachelier et master dans les domaines de la mode, mais aussi du cinéma, des arts visuels, de l'architecture d'intérieur ou de la communication visuelle. Dans un pays de tradition hétérogène, la HEAD propose aussi une formation en design bijoux, montres et accessoires.

Sur ses 700 étudiants, 40 nationalités se côtoient parmi les quelque 40 % d'étrangers – la moitié venant de France. « C'est une grande richesse pour nos étudiants d'être dans une école multiculturelle », assure Jean-Pierre Greff, son directeur, un français à la tête de l'institution depuis sa création, et l'artisan de son rayonnement international. Son objectif, avec la

fusion, était de mettre l'art et le design en relation et en émulation. « Ce questionnement réciproque a démultiplié la créativité et la visibilité de l'école », constate l'ancien directeur des Arts déco de Strasbourg. Sous sa houlette, l'école s'est insérée dans la cité et a multiplié les partenariats : création de la signalétique pour l'organisation mondiale du commerce, dont le siège est à Genève, réalisation d'une boutique pour l'atelier « Petit 20 » d'Hermès, communication du Swiss Institute à New York, etc.

Un miracle

Comme un symbole de cette nouvelle ère, la HEAD héberge jusqu'à dans des locaux disséminés dans la ville, vétustes et trop étroits, a commencé à emménager, en septembre, dans trois fleurons industriels des années 1950 réunis sur un même campus. « C'est un miracle », n'hésite pas à dire Jean-Pierre Greff. La première partie du « miracle » tient au fait que trois bâtiments voisins de cette qualité, avec une surface totale de 15 000 mètres carrés non loin du centre de Genève, aient été disponibles en même temps. Et la seconde, « c'est qu'une fondation [la Fondation Hans Wilsdorf, suisse] achète ces bâtiments pour nous et nous les offre », explique le directeur de la HEAD. Qui n'en revient toujours pas. ■

INORIS SELTSCHNER
(GENÈVE, CORRESPONDANCE)

Le Monde | ECOS | Télérama | Quartiers d'Université 2017

LE SALON DES FORMATIONS ARTISTIQUES

2 & 3 DÉCEMBRE 2017

10h - 18h
ENTRÉE GRATUITE

PROGRAMME DES CONFÉRENCES

Conférences animées par des journalistes de Télérama

SAMEDI 2 DÉCEMBRE 2017

SALLE DE CONFÉRENCES

10h15 Les métiers du cinéma et de l'audiovisuel : quels débouchés ? Animée par SIS.

11h00 Les métiers du design.

12h00 Quels sont les profils créatifs qui sont recherchés aujourd'hui ? Tout savoir pour trouver rapidement un emploi bien payé. Animée par E-ARTSUP.

13h00 Etudes artistiques : quel parcours, quel profil, comment se préparer ?



11h00 Etudes artistiques : quel parcours, quel profil, comment se préparer ?

12h00 Les métiers dans l'architecture. Animée par l'École School of Architecture & Design.

13h00 Manaa, année préparatoire ou première année de bachelier. Comment bien choisir son orientation parmi les métiers des arts appliqués. Animée par LISAA - L'Institut supérieur des arts appliqués.

14h00 Jeu vidéo et cinéma d'animation : faites de votre passion un métier. Animée par ECY - Creative Schools & Community.

15h00 Cinéma d'animation : quelles filières, quels métiers ?

16h00 Devenir auteur de BD.

17h00 Les métiers de la mode : rêve ou réalité ?

DIMANCHE 3 DÉCEMBRE 2017

SALLE DE CONFÉRENCES

14h00 Se former aux métiers de l'animation et du jeu vidéo.

15h00 Métiers de l'animation : comment se donner toutes les chances d'accéder à un emploi qualifié ? Animée par l'École Emile Cohl.

16h00 Comment se préparer aux concours des écoles d'art (privées et publiques) ?

17h00 Les métiers du digital : quels profils, quelles perspectives ?

ET AUSSI DE NOMBREUSES ANIMATIONS : DÉFILÉS, EXPOSITIONS DE TRAVAUX ÉTUDIANTS, WORKSHOPS... Retrouvez le programme sur le-start.com

INFORMATIONS ET INSCRIPTIONS SUR : LE-START.COM
LES DOCKS - CITÉ DE LA MODE ET DU DESIGN
34, QUAI D'AUSTERLITZ - PARIS

START
LE SALON DES FORMATIONS ARTISTIQUES



Les 3 lauréats des prix du défilé: Miguel Filipe Mendes Salvador, Prix Bachelor Bongénie, Flore Girard de Langlade, Prix HEAD x La Redoute, Mikael Vilchez, Prix Master Mercedes-Benz 2017

Tradition depuis plusieurs années, la HEAD – Genève (Haute École d'art et de design) organisait à la fin octobre son annuel défilé pour présenter les collections de ses élèves de Bachelor et Master. C'est dans son tout nouveau campus (anciennement Espace Hippomène) que les 23 étudiants de Bachelor et 8 de Master ont présenté leurs collections dans l'espoir de remporter les très convoités Prix Bachelor Bongénie et Prix Master Mercedes-Benz. Nouveauté cette année, l'école (classée parmi le top 40 des formations mode par le très sérieux Business of Fashion) s'associait à La Redoute pour la création du prix La Redoute x HEAD avec à la clé l'opportunité pour le lauréat de créer une collection capsule avec le géant français du prêt-à-porter. Le talent des étudiants de la HEAD n'est plus à prouver, en atteste le prestigieux jury de cette édition 2017 : présidé par Serge Ruffieux, directeur de la création chez Carven et diplômé de la HEAD, le jury comptait notamment les créateurs Stephen Jones, Glenn Martens

ou la rédactrice Alice Pfeiffer. Alors que le défilé était placé sous la direction artistique de Léa Peckre, habituée des semaines de la mode et responsable de la filière Design Mode de l'école depuis 2015, l'école proposait également une conférence de Serge Ruffieux en conversation avec Jean-Pierre Blanc, fondateur du Festival de Hyères, et Jean-Baptiste Talbourdet-Napoleone, directeur de création du M Le Monde. À l'issue de la soirée, trois jeunes créateurs se sont démarqués : Mikael Vilchez remporte le Prix Master Mercedes-Benz et Miguel Filipe Mendes Salvador le Prix Bachelor Bongénie. Pour sa première édition, le Prix La Redoute x HEAD a été remis à Flore Girard de Langlade. Genève, sans aucun doute nouvelle capitale de mode à garder dans son radar...

Photos: Chantapitch Wiwatchaikamol

[invités](#) [ambiance](#) [détails](#)









