



Une nouvelle communication

Le rendez-vous incontournable pour un électrochoc Mode, c'est à PRÊT À PORTER PARIS®

Les marques pulsent, les tendances y vibrent, l'avant-garde culturelle s'y diffuse, la mode y explose. C'est la mode en-vie.

Respirez au rythme de la mode avec :

- 1 500 marques internationales
- 43 000 visiteurs du monde entier
- Les tendances de demain
- Les défilés
- 1 000 journalistes
- Des expositions Mode-Arts-Culture
- Des happenings
- Les nouveaux marchés

PRÊT À PORTER PARIS®, c'est le cœur de la mode. Un nouveau concept imaginé par Tom Hingston Studio, un studio de création et de design dédié au luxe, à la mode et à la musique basé à Londres.

Le cœur qui fait vivre, PRÊT À PORTER PARIS®, un organe de mode qui met toute son énergie à la diffusion en avant-première des dernières tendances, qui fait pulser toutes les modes et les marchés en effervescence pour un melting-pot mode et un parcours mode-arts-culture d'avant-garde.

Le cœur qui regroupe, une communauté de tous les acteurs mode. Des détaillants aux fashion addicts en passant par les journalistes de la presse internationale, PRÊT À PORTER PARIS®, cœur de la mode est un lieu de rencontres incontournable du business entre les marques et les acheteurs du monde entier.

La mode qui a du cœur, Une vision positive de la passion que PRÊT À PORTER PARIS®, développe pour la mode et son business. Une vision généreuse par le soutien aux talents et aux marchés de demain.

Le cœur de la mode, un positionnement de leader que Tom Hingston a exprimé par une campagne qui rend hommage au cœur comme une puissance créatrice de vie, une campagne qui veut créer un électrochoc mode.

Ce concept réunit, à l'image du salon, des talents internationaux : fondé en 1997, Tom Hingston Studio est une agence de design multidisciplinaire.

Basé à Londres, reconnu pour son approche conceptuelle et innovatrice de la direction artistique et du design, le studio a remporté de nombreux prix.

Clients et collaborations incluent *Alexander Mc Queen, Absolut BBC, Christian Dior, Nike, Massive Attack, Mandarin Duck, Lancôme, Nick Cave, Robbie Williams, Nokia, Gnarl's Barkley et les Rolling Stones.*

Photographiée par Luis Sanchis, il utilise lumières d'ambiance et artificielles pour créer une atmosphère unique et une approche au temps très glamour - entre jour et nuit.

Sa sensuelle et cinématique photographie apparaît régulièrement dans une large sélection de magazine internationaux et campagnes tels British Vogue, Italian Vogue, Harpers Bazaar, Visionaire 10, Intersection, Mixte, L'Officiel, Arena Homme Plus, The Face, Pop, Arena, and Big Magazine A, et des campagnes internationales telles que Gucci, Alexander Mc Queen, Pacciotti, Emilio Pucci,..



Les nouveaux univers

LINK.FR, la Fast Fashion

Les rythmes d'achats évoluent, le recours aux mini-collections s'amplifie. PRÊT À PORTER PARIS® précurseur de tendances lance avec Bolognafirenze LINK, le nouvel univers créatif international mixte, moyen et haut de gamme en prêt-à-porter et accessoires. LINK s'adresse au points de vente qui souhaitent enrichir, diversifier et actualiser leur offre produits rapidement pour répondre aux exigences d'une clientèle toujours plus férue de mode.

Un salon nomade dont la première édition se déroule en Italie, à Bologne, du 19 au 22 juin 2008. Les marques présentes PAPA' RAZZI, IMPERIAL / 78ZEROTTO, ABSOLUT JOY, AMERICAN VINTAGE, CRISTINAEFFE, HOLIDAY IN, TOY G, YUMI, ...

A Paris LINK rejoint au 3^{ème} niveau les univers So Ethic, Casabo "planète découvertes", Shibuya, l'espace tendances EXPLOSION DE MODES et les défilés.

CREATIVE BY les marques créatives d'aujourd'hui

Betwin évolue et donne naissance à Créative by un univers résolument Fashion et Trendy pour une mode accessible avec des marques style de vie.

Deux tendances émergentes, la mode belge néo romantique, vraie attitude, style de vie, couleurs pastels "Ladurée" associées à des tons chauds, des superpositions, des matières froissées, transparences, mailles fines, lin... LES GENS, MAIS IL EST OU LE SOLEIL?, SANDWICH, MES SOEURS ET MOI, STUDIO Z, LINO FACTORY, MELVIN

La mode hispanique, un style inspiré par la marque espagnole mythique CUSTO BARCELONA où les imprimés et les couleurs vives, acidulées sont reines. Casual chic inspiré du streetwear, t-shirts avec messages, imprimés bariolés, superpositions, mailles... AUTHENTIC SIDECAR, ALDO MARTIN'S, DIKTON'S, PARAMITA, VILAGALLO, YERSE...

Et les incontournables marques françaises créatives casual : BETTY BOOM, CHEYENNE, COTTONADE, CREA CONCEPT, ECRU, EVA KAYAN, FLEUR DE SEL, GARELLA, INDIES, HELENA SOREL, INES DE LA FRESSANGE,...

Les nouvelles marques

Atmosphère's, le secteur d'anticipation des tendances de la mode réunit le meilleur de la création internationale.

Avant-garde et notoriété, créateurs confirmés, marques mises en scène dans un écrin pur design.

On y retrouve cette saison :

WEIS, THE POSTZ'BRAULEIN STORY, MILLEROSTOCK, SOSHAN, KIILERICH, BLACK NOIR, MAKEZENZ

« New génération » danoise avec la magazine DANSK

Une sélection drastique de créateurs pointus et avant-gardistes réalisée par le magazine.

ON/OFF L'électricité anglaise

Le salon hyper pointu ON/OFF présente pour la seconde fois sur PRET A PORTER PARIS® la nouvelle génération de créateurs Anglais. ON/OFF est l'évènement hype qui a remis sur les agendas de la presse et des acheteurs internationaux la LONDON FASHION WEEK réduisant le fossé qu'il y avait entre les créateurs du calendrier on et ceux du off. Créé en 2003 ON/OFF est considéré comme la force vive de la mode britannique.

Shibuya@paris l'énergie culturelle et créative

5^{ème} édition de l'univers Street Fashion de Prêt-à-porter Paris®. Une mode éclectique et urbaine, des pôles distincts pour plus de visibilité.

De nouvelles marques prêt-à-porter et accessoires : SUSAN BIJL, BIBI CHEMINITZ, JB CLASSIC, BOX FRESH

L'exposition itinérante internationale UNTITLED

Après Barcelone, Amsterdam, Boschum, Berlin... l'exposition internationale « street culture » se pose sur SHIBUYA : collaborations exclusives et collections thématiques « street arts »... par les acteurs les plus hype de cet univers, à travers la musique, la photographie, les accessoires de mode.

THE BOX, Hight Fantasy

Nouveau temple de l'accessoire, espace-écrin de noir vêtu, **THE BOX**, présente des marques performantes. Les stands et les corners sont mis en scènes à la façon d'une exposition d'art appliqué, dont le parcours fonctionne comme un guide shopping pour mieux identifier chaque tendance.

30 nouvelles marques rejoignent ce secteur Hight Fantasy, CORPUS CHRISTI, PERLE DE NOA, HELENE ZUBELDIA, BRONTIBAY PARIS, KJACQUES, REPETTO, KARINE DUPONT LUXE, JEROME DREYFUSS, AVRIL GAU, BA&SH, GASPARD YURKIEVICH...

Nos coups de cœur : ETTE, HANKA_IN, LUCAS&JULIETTE, MARINE DE DIESBACH, AS29...

SO ETHIC, le branché engagé

PRÊT À PORTER PARIS®, le seul salon professionnel qui donne une place majeure à la mode éthique; SO ETHIC s'impose comme le rdv d'une mode bio et trendy, regroupant trois exigences : le commerce équitable, le recyclage et le bio. De 20 marques en février 2006, elles passent à plus de 80 pour la session de septembre 2008 sur laquelle on peut remarquer une vague de créateurs scandinaves et coréens. Toutes souscrivent aux principes exprimés dans la chartre de la mode éthique, la mode éthique se démocratise tout en se faisant de plus en plus fashion.

Engagé avec les DESIGNERS AGAINST AIDS (DAA)

Beauty without Irony, association de bienfaisance, a été fondée en 2004 pour véhiculer le message de la prévention du virus HIV/SIDA dans les médias internationaux vis-à-vis du grand public. Réalisation d'une campagne / collection "Fashion Against AIDS" en coton bio pour H&M en collaboration avec des grands talents de la mode et de la musique comme Katharine Hamnett (qui a proposé le slogan USA A CONDOM), Rihanna, Timbaland, Chics on Speed, Henrik Vibskov etc. et « sold out »

A découvrir, la nouvelle collection en coton bio/équitable et une expo photo décoiffante.

Les nouvelles marques :

WILDLIFEWORKS

Une collection colorée, de qualité et actuelle, qui utilise la popeline bio, le chanvre et la soie. Une marque avec une approche nouvelle, « la conservation par le consommateur ». Capter le pouvoir de la consommation globale et créer des solutions innovantes qui reflètent les valeurs du Développement Durable afin de conserver la diversité des espèces et la nature. Leur première "usine-écologie-commerce équitable" a déjà été créée au Kenya.

Camilla Norrback

Camilla Norrback tient une place majeure parmi les marques de Prêt-à-porter à tendance écologique. Depuis sa création en 1999, la marque suédoise s'est engagée à créer des vêtements à partir de matières écologiques de la plus haute qualité sans jamais compromettre sa création et sa liberté d'expression: L'Eco-Luxe. L'Eco-Luxe, les valeurs du Développement Durable et de l'écologie couplées avec des matières opulentes forment la colonne vertébrale de cette marque déjà vendue dans 14 pays dans le monde dans des points de vente tels que Beams au Japon, Kaight NYC et Plagg à Paris.

Rodnik

Des vêtements qui s'arrachent chez Barneys et Selfridges, Liv Tyler et Scarlett Johansson côté people et une liste impressionnante de la noblesse anglaise comme la Duchesse of York comptent parmi les clientes de ses deux jeunes anglais qui ne comptent pas faire les choses comme tout le monde. Ils réalisent en 2008 une collection en coton bio pour Topshop, une mini tournée mondiale et sortent un CD à quatre titres. Rodnik n'est pas seulement une marque "top fashion" écolo mais aussi un groupe de rock avec Peaches Geldorf, la fille de Bob Geldorf et Paula Yates. Leurs défilés lors de la London Fashion Week sont très attendus et pourtant ils ont tout appris sur le tas.....

Au cœur de la mode, les différents autres univers :

SO SWEET, ADRESSE PREMIERE, CASABO, SO CHIC, SO WORLD...

Ils ont été repérés sur PRÊT À PORTER PARIS®

Mr Poulet, Paul and Joe, Antik Batik, Les Prairies de Paris, Katharine Hamnett, Andrea Crews, Antik Batik, Heimstone, By Marlene Birger, Bruuns Bazaar, Repetto, Jean Paul Knott...

« **Explosion de Modes** »

Printemps / Eté 2009 : LA COLORTHEQUE

De nouveau orchestré par Alexandra Senes, **Explosion de Modes** garde son principe initial et n'est pourtant pas tout à fait le même. Toujours au croisement de différents courants qui interagissent et s'influencent sans cesse. **Explosion de Modes**, après une première session « Mode, Musique et Food », une deuxième « Mode, Musique et Ethique » mettra à l'honneur en septembre, « Mode, Art, Design et Cinéma » tout en décryptant les tendances de la saison à venir. Même chef d'orchestre, nouveaux commissaires pour un décryptage transversal des tendances. La mode est partout se nourrie de tout et inspire tout.

MODE ET ART avec Joanna Chevalier, commissaire de l'exposition.

Féru de création audiovisuelle contemporaine, elle crée en 2005 « Talents », The Art Video Collection. A travers le choix des œuvres, elle amène la création contemporaine dans nos « intérieurs », comme une présence quotidienne qui forme nos sens à une nouvelle pensée, une entrée dans la poésie de l'ère numérique ...

Avec

- **H2-Zoo** de Catherine Nyeki

« zoo primitif moléculaire » à plasticité variable et sonore, constitué de bourgeons cellulaires vidéo issus de captations filmées d'éléments réels végétaux, corporels et aquatiques, sources d'un mystérieux proto-langage imaginaire.

- **Procrastination** de Johnny Kelly

Récompensé par le ROYAL COLLEGE OF ART

Une exploration sur la pratique de remettre les choses à plus tard, car parfois la seule façon de faire une chose est de faire avant tout mille et une autre chose...

"Pro...

Cras...

...Tination

Procrastination

Procrastination is avoiding doing something

Procrastination

Is not being able to get started

Its reading a book

Its descaling a kettle

Its colour co-ordinating your shelves

Its sharpening your pencil

Procrastination is spending 30 minutes looking for the right pen

Its spending 10 minutes getting the right pen to work

..."

- **The Manipulators** d' Andrew Jeffrey Wright et Clare Rojas

Fruit de leur collaboration, ce film a remporté le premier prix dans la catégorie animation au New York Underground Film Festival et à la New York Comedy Film.

Le travail d'Andrew Jeffrey inclut la peinture, l'animation, le dessin, le collage, la photographie, la sculpture, la vidéo et l'installation.

- **Gravitation** de Sabine Massenet

Sabine Massenet explore le portrait, une thématique récurrente dans son travail, avec une ouverture sur le langage et sur la résonance des images dans la mémoire collective ou privée.

Elle crée aussi des vidéos pour le théâtre et pour les spectacles "Paysages 1" de Ulrich Füncke, "La vita Alessandrina" de Stéphane Olry mis en scène par Xavier Marchand pour le Festival d'Automne

2002, et "Shot" de Patrick Bouvet mis en scène par Véronique Caye à la Ménagerie de Verre. Elle obtient la bourse d'aide à l'art numérique de la SCAM 2003 pour "361° de bonheur" et une résidence en juin 2004 à Vidéochroniques pour sa réalisation. Ses vidéos sont présentées régulièrement dans les festivals français et étrangers.

Sa vidéo « Transports amoureux » est éditée dans le numéro 1 de la collection TALENTS, the art vidéo collection.

Elle commence un travail d'installation avec « gravitation » en 2006, « le salon de la bibliothèque Elsa Triolet » à Bobigny en 2007, et enfin avec "5H25/13H45" à l'exposition "Intrasection" organisée par le 3015 à Paris en novembre 2007.

Elle fait partie des artistes sélectionnés pour les projections Paradise Now ! - Essential French Avant-garde Cinéma, 1890–2008, à la Tate Modern de Londres.

Elle est avec Christian et Véronique Barani, à l'origine de l'association de diffusion vidéos, « est-ce une bonne nouvelle ».

MODE ET DESIGN, la nature à consommer, la nature à regarder avec Anthony Van den Bossche commissaire de l'exposition.

Anthony van den Bossche anime Duende Studio depuis 2007, un studio de conception et relations presse. Il se consacre au design depuis 2001 après une carrière de journaliste, concepteur et producteur de télévision. Il a été commissaire d'expositions comme "Design@home.se", "Norway says" ou "Eden ADN, design génétique" (Biennale de St Etienne 2006) dédiée à l'amélioration fonctionnelle et décorative des matières vivantes par l'homme. Membre du comité d'acquisition du Fond National d'Art Contemporain, département arts décoratifs, il a créé le site d'actualité internationale www.resetdesign.com (2002 à 2007).

www.duendestudio.fr

- **Local River** de Mathieu Lehanneur

Diplômé de l'ENSCI, il explore les possibilités naturelles et technologiques pour leurs avancées fonctionnelles et leur capacité à produire de la magie. Il s'est révélé au niveau international avec la série « Elements » (Carte Blanche VIA 2006) et le système de filtration par les plantes « Bel Air » (2007), six objets composant une gamme de « Health Angels » domestiques qui visent à rééquilibrer nos carences physiologiques (comme le manque de lumière en hiver) et contrecarrer les agressions urbaines (pollution sonore, pollution de l'air).

- **Genetic Jewelry**

La carpe Koï japonaise est le premier projet graphique animal. Depuis deux cent ans, les éleveurs de la province de Nigata, croisent patiemment les poissons dans le seul but de créer de nouveaux motifs qui évolueront dans les bassins d'amateurs. Mates ou métalliques, monochromes ou multicolores, les carpes deviennent une palette de couleurs et de matières à mixer pour obtenir des « bijoux vivants ».

MODE ET CINEMA avec Alexis Kolnikoff, commissaire de l'exposition

Après avoir quitté ses associés de Cake Films fin 2005, il rejoint IRENE comme producteur pub tout en continuant à développer des projets cinéma en parallèle. Dénicheur de nouveaux talents, il découvre des réalisateurs comme Olivier Dahan ou Benoît Mariage.

Il nous présente deux artistes, **Paul Gore** (clip Massive Attack), et l'étalonneur free lance **Franck Voiturier**, basé à Londres au MPC, Moving Picture Company, qui nous présente son travail « Avant-Après ».

MODAGOGIE by SAS

Trois tendances Printemps-Eté 2009

ROUDOUDOU ACIDE
CANDY CASTLE

DIVA ORIGINELLE
PRIMITIVE DIVA

URBAINE RECYCLÉE
RECYCLED CITY CHICK

Les trois tendances seront aussi déclinées par deux expériences: les fleurs et les cabines.

Commissaire Lisa White, « horticulturaliste », jardinière de tendances.

Fleurs : www.thehorticulturalist.com

Une scénographie et une sélection de fleurs fraîches en cohérence avec chaque tendance.

La Cabine : une cabine d'essayage par tendance pour plonger, marcher sur les pas de l'urbaine recyclée, se regarder en DIVA originelle, sentir le roudoudou acide.