

LA REFERENCE DE L'IMAGE DEPUIS 1967

PHOTO

NOUVELLE FORMULE

SPECIAL TOP MODELS

ELITE

CARA DELEVINGNE

VIVA

JOHN CASABLANCAS

STEVEN MEISEL

PIRELLI 2015



POUR PHOTO NINA AGDAL PAR MARKUS & KOALA ART BASEL MIAMI

MENSUEL - N°513 - FRANCE MÉTROPOLE/TAINTE 5,50 € / A : 9 € / AND : 6 € / AUT : 8,40 € / BEL : 6,20 € / CAN : 10,99 \$ / DOM : 6,90 € /
ESP : 6,90 € / IT : 6,20 € / LUX : 6,20 € / PORT. cont : 6,20 € / SUIS : 9,90 CHF / USA : 9,99 \$. - ISSN 0399-4366

TOP MODELS PHOTO N°513 DÉCEMBRE 2014

M 02340-513 - F: 5,50 € - RD

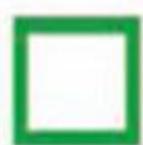




Vivez vos photos
dans une qualité
comme en galerie.
Par le labo photo
des pros.

Pour les vernissages, nous vous livrons
immédiatement le cadre exclusif avec.

WhiteWall.fr

 WHITE WALL



TIRAGE PHOTO DANS
SON CADRE FABRIQUÉ
À LA MAIN

à partir de
24,90 €

10 € de réduction

Code : **WW14PH12**

Montant de commande minimum de 70 €
valable jusqu'au 31/01/2015*

SOMMAIRE

PHOTO N°513 - DÉCEMBRE 2014



Photo :
Nina Agdal
de l'agence Elite par
Markus&Koala.
Photo réalisée pour
Photo à Miami en
décembre 2014, avec
un Nokia Lumia 930
et un reflex Nikon.



6 ADIEU LUCIEN CLERGUE

**8 LA DÉFONCE DU
CONSOMMATEUR**

11 LAURENT MASUREL

12 DE GRISOGONO

16 TALENTS NOMADES

FUJIFILM

19 EXPOS

22 TOUR DU MONDE

25 INFOS

27 VERNISSAGES

**28 LA BIBLIOTHÈQUE
IDÉALE**

30 LIVRES

32 SALON DE LA PHOTO

34 INSTAGRAM

Les best of des comptes
de top models.

**36 STEVE MCCURRY
POUR LAVAZZA**

37 ACTUS

**38 CONCOURS PHOTO
SELFIE NEXT MODELS**

**40 PHOTO ET
LES TOP MODELS**

**42 TOP 10 DES TOPS
LES MIEUX PAYÉS**

44 JOHN CASABLANCAS

Hommage au fondateur
de la célèbre agence Elite.

50 ELITE

Zoom sur les plus beaux tops
de l'agence et rencontre avec
son président Vick Mihaci.

62 CARA DELEVINGNE

Le super modèle incontour-
nable vu par les plus grands.

70 VIVA

Viva Model Management,
une agence à la française.
Interview de son fondateur et
directeur, Cyril Brûlé.

78 WOMEN

Plongée dans la plus
électrique des agences avec sa

directrice Nathalie
Cros-Coitton.

86 AGENCES

Models 1, Oui Management,
Storm et D'Management : le
tour du monde des agences.

88 MARKUS&KOALA

Les coulisses de la couverture
de *Photo* avec Nina Agdal.

94 CALENDRIER PIRELLI

Le mythique calendrier
présente ses pin-up 2015
par l'immense Steven Meisel.

102 STEVEN MEISEL

Le photographe américain,
star de la nouvelle expo-vente
monographique Phillips.

110 TECHNIQUE

Les nouveautés, le Smartlens
Sony QX1, le Panasonic
DMC-CM1 et le Microsoft
Lumia 735.

PHOTO

91, rue du Faubourg-Saint-Honoré, 75008 Paris
photo@photo.fr

PRÉSIDENTS D'HONNEUR

*Daniel Filipacchi
Lady Monika Bacardi*

FONDATEUR
Roger Thérond

CONSEILLER ARTISTIQUE AT LARGE
Eric Colmet Daage

RÉDACTION

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION ET DE LA REDACTION
David Swaelens-Kane

RÉDACTRICE EN CHEF
Agnès Grégoire - agnes.gregoire@photo.fr

DIRECTRICE MARKETING
Séverine Yrieix - pub@photo.fr

MAQUETTE
Marine Caignart - maquette@photo.fr

RÉDACTION
Cyrielle Gendron - cyrielle.gendron@photo.fr

SECRÉTARIAT DE RÉDACTION
Zoé Weller- sr@photo.fr

ONT CONTRIBUÉ À CE NUMÉRO

*Markus&Koala, Jérémy Roux, Scander Bouajila, Alice Vanoorenberghe,
David Ramasseul, Priscillia Fattelay, Michel Desseaux, Olivier Barrière, Rémy Legrand*

PUBLICITÉ
*Publicité secteur captif/opérations spéciales
Séverine Yrieix*

MEDIAOBS
*Corinne Rougé 01 44 88 97 70
Jean-Benoît Robert 01 44 88 97 78 jrobertmediaobs.com*

SITE INTERNET
Daniel Platteau, Karl Stranberg, Pierre Neuray

ABONNEMENTS
ABONNEMENTS GESTION
03 28 38 52 45 - abonnementsphoto@cba.fr
NOUVEAUX ABONNEMENTS
01 41 94 52 56 - abonnement-photo@nepro.fr

ÉDITÉ PAR EPMA/SPRL
91, rue du Faubourg-Saint-Honoré - 75008 Paris

IMPRIMERIE ROULARTA, BELGIQUE

N° DE COMMISSION PARITAIRE: 0913 k 82573

IMPRIMÉ EN BELGIQUE / PRINTED IN BELGIUM

PHOTO est une publication éditée par la société EPMA/SPRL/RESERVOIR.COM siège social 91, rue du Faubourg-Saint-Honoré, 75008 Paris. RCS Bobigny 529 103 145. La rédaction n'est pas responsable des textes, illustrations, dessins et photos publiés qui engagent la seule responsabilité de leurs auteurs. Les documents reçus ne sont pas rendus et leur envoi implique l'accord de l'auteur ou leur libre publication. Les indications de marques et les adresses qui figurent dans les pages rédactionnelles de ce numéro sont données à titre d'information sans aucun but publicitaire. Les prix peuvent être soumis à des légères variations. La reproduction des textes, dessins et photographies publiés est interdite. Ils sont la propriété exclusive de PHOTO qui se réserve tous droits de reproduction et de traduction dans le monde entier. Photo ISSN 0399-8968 is published monthly (except January and July), 10 times per year by EPMA/SPRL/RESERVOIR.COM c/o USACAN Media Dist. Srv. Corp at 26 Power Dam Way Suite St-S3, Plattsburgh, NY 12901. Periodicals Postage paid at Plattsburgh, NY. POSTMASTER : send address



Audience mesurée par

AUDIOPRESSE

ÉDITO

PHOTO N°513 - DÉCEMBRE 2014



PHOTO devient producteur d'images !

Pendant vingt ans, pour célébrer en beauté les fêtes de fin d'année, *Photo* a célébré LA beauté dans son numéro de décembre Spécial Top Models.

À l'image d'autres célèbres magazines réalisant divers classements (richesse, succès...), cette édition Spécial Top Models fut pendant toutes ces années la référence absolue, le Who's who du mannequinat : un baromètre pour les agences de mannequins, les mannequins stars ou les futures égéries et bien entendu pour les photographes. Cette tradition s'est arrêtée il y a quelques années avec la fin du règne des mannequins stars des années 90, les fameuses Super models dont la présence électrisait les défilés. Claudia, Naomi, Cindy, Christy, Linda... toutes tellement célèbres que leur prénom seul suffisait à les identifier et à faire rêver la planète entière ! La profession a depuis beaucoup évolué.

Le terme même de Top Model inventé par le légendaire John Casablancas, fondateur de l'agence Elite, à qui nous rendons hommage dans ce numéro, est moins utilisé, mais nous avons choisi de continuer à désigner ainsi notre n° spécial de décembre en mémoire de John qui fut l'un des visionnaires de cette profession et un grand ami de *Photo*. À l'heure où Internet bouleverse tous les secteurs, une nouvelle génération de mannequins 2.0 a désormais émergé. Elles ont une forte personnalité, sont de toutes les campagnes de mode, sur toutes les couvertures des magazines, dans le calendrier Pirelli et affolent les réseaux sociaux...

En 2014, la très rock'n'roll Cara Delevingne s'affirme incontestablement l'incarnation de cette nouvelle vague. *Photo* a donc entrepris de refaire cette édition spéciale en collaboration avec les plus grandes agences de mannequins et nous les remercions chaleureusement de continuer à participer à cette aventure unique dans la presse magazine.

En pleine (r)évolution, *Photo* a également produit sa cover de décembre à Miami Beach pendant la célèbre foire d'art contemporain Miami Art Basel. *Photo* devient donc également producteur d'images.

Miami incarne à elle seule la fusion entre art et glamour, car la ville qui reste un des spots préférés des photographes de mode pour sa lumière exceptionnelle et elle accueille en décembre les plus grandes galeries du monde qui y exposent les stars de l'art moderne et contemporain... Chaque année, la photo d'art y est d'ailleurs de plus en plus présente à des prix de plus en plus vertigineux ! Les photographes stars de la mode tels que Helmut Newton sont désormais devenus des stars du marché de l'art contemporain : Art, Mode et Glamour... Il était donc naturel que nous demandions au célèbre duo Markus&Koala (représenté par notre nouvelle division Photo Management) de réaliser notre couverture de décembre avec la top américaine Nina Agdal et ce, pendant le vernissage de leur exposition au National Hotel de Miami Beach, au beau milieu d'invités et de collectionneurs quelque peu étonnés mais complètement enchantés.

Photo a fait le buzz à Miami !

Ce sera donc à Miami, pendant Art Basel, que nous réaliserons désormais notre couverture de décembre.

Toujours à la recherche et révélateur de nouveaux talents, nous lançons également en 2015 notre propre concours de mannequins 2.0 : le *Photo Selfie Nextmodel* (voir p. 38). La gagnante partira donc à Miami faire la une de notre Spécial Top Model !

Photo continue donc de réinventer son futur. Nous continuerons à révéler les futurs Irving Penn, Guy Bourdin, Helmut Newton ou Patrick Demarchelier... et, à partir d'aujourd'hui, les futures Claudia, Naomi, Cindy et Cara de demain !

David Swaelens-Kane & Monika Bacardi

Toute l'équipe de *Photo* vous souhaite de bonnes et belles fêtes de fin d'année !

HOMMAGE

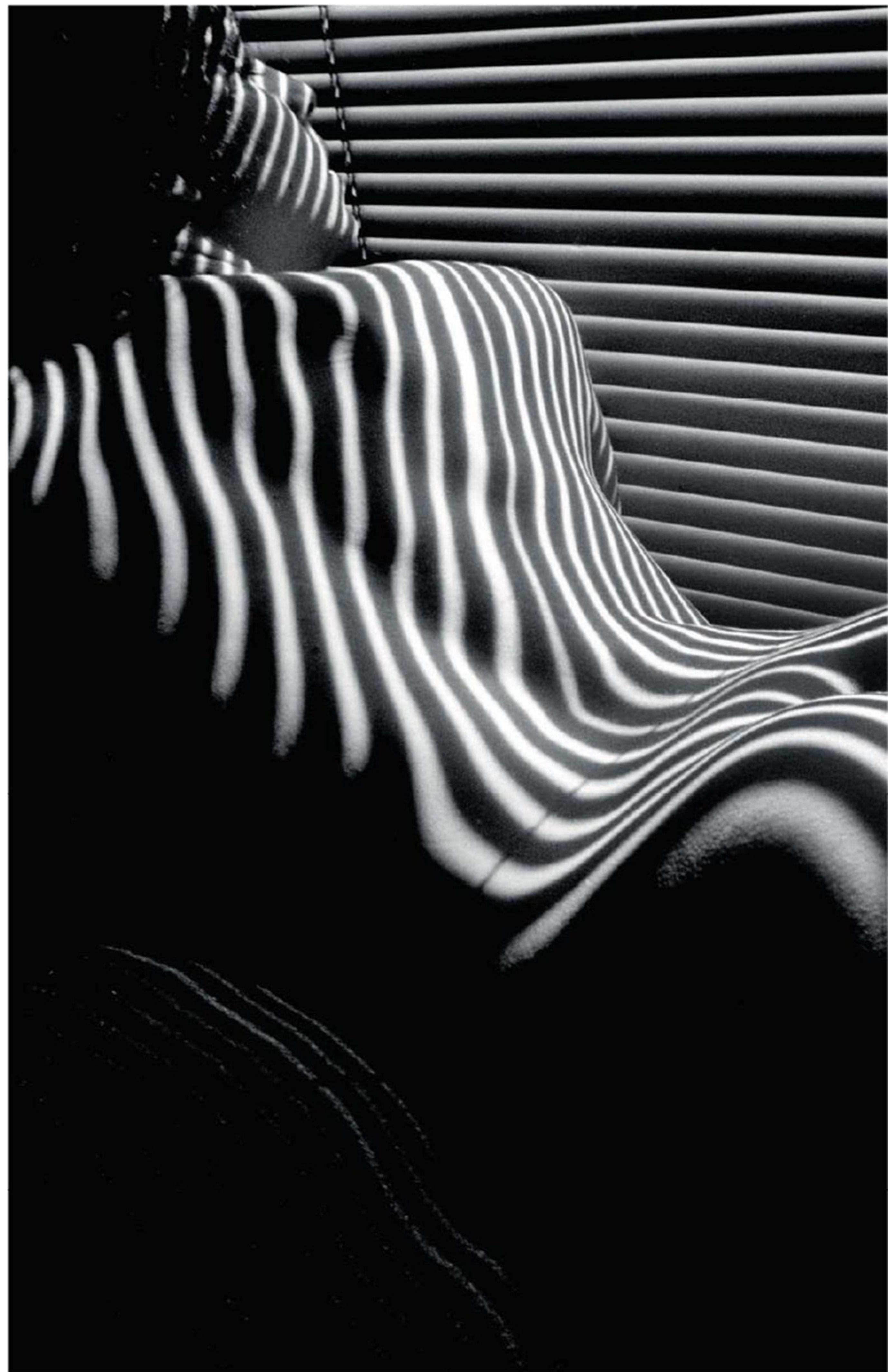
Texte par AGNÈS GRÉGOIRE

ADIEU LUCIEN CLERGUE

Depuis le N°1 de Photo, ce grand photographe, fondateur des Rencontres d'Arles et membre de l'Académie des beaux-arts, nous a accompagnés avec la bienveillance et la truculence qui le caractérisaient. Cet été, pour fêter ses 80 ans, nous lui avions consacré un portfolio intitulé « Bon anniversaire Lucien » où l'on présentait ses images iconiques : ses fameux nus dans la vague, ses portraits de Picasso ou Manitas de Plata, les Gitans, la Camargue... La maladie l'a emporté le 15 novembre 2014. Ses conseils, ses critiques, ses confidences, ses coups de gueule, son enthousiasme, son amitié vont nous manquer terriblement. Nous pensons affectueusement à sa femme et à ses filles. Adieu Lucien !

"NU ZÉBRÉ, NEW YORK 2013"

Un de ses nus les plus récents. Lucien Clergue avait passionné toute une génération de photographes avec ses célèbres nus extraits de « Née de la vague ».





LA DÉFONCE DU CONSOMMATEUR

Par ERIC COLMET DAÂGE

Textes de MICHEL DESSEAUX, CYRIELLE GENDRON ET MATHILDE MARINNE



DE LA PHOTOGRAPHIE JUSQU'À PLUS SOIF!

Quel lien entre les photos colorées de Benetton et un vignoble toscan de 11 ha ? Réponse : Oliviero Toscani. Créeur de sensations œnologiques depuis qu'il a acquis un domaine viticole en 2006, ce photographe mondialement connu cultive ses vignes en famille de même que près de 6000 oliviers. Le millésime 2008, exubérant, frais et épicé, colorera vos tables de fêtes.

www.otwine.com



LE DISCRET DMC-GM5

La mise à jour du GM1 est un petit capteur 4/3 de 16 Mp avec viseur électronique et écran LCD tactile de 3 p. Tenant dans la paume de votre main, ce joli boîtier ne vous quittera plus !

Panasonic Lumix DMC-GM5 + 12-32mm f/3.5-5.6 OIS. Prix conseillé : 799€. www.panasonic.com

UNE GOPRO QUI A DU CHIEN

Grace au harnais de fixation Fetch imaginé par GoPro, vous pourrez voir le monde dans les yeux de votre chien. Réglable en fonction de sa taille, il se fixe sur son dos ou sur sa poitrine. Fetch, 69€. www.gopro.com



UNE CAMÉRA RICOH

Lookée comme une grosse montre, la GoPro Ricoh possède un capteur 14 MP, filme en Full HD et nage sous l'eau jusqu'à 10 m de profondeur. Les moins téméraires peuvent la contrôler à distance via un smartphone. Ricoh WG-M1, 229€. www.ricoh-imaging.fr



UN APPAREIL EN LEGO

Un véritable appareil photo en Lego et dont le design est carrément évolutif ? En plus, vous pourrez lui ajouter des briques vous-même pour créer une pièce unique ! Cet appareil peut contenir jusqu'à 80 photos que vous pourrez récupérer via une connexion USB. LEGO 8 MP Digital Camera, \$60. www.fancy.com

TRUSTED[™]

DEPUIS
PLUS DE
47 ANS



Le Compact 35, circa 1972. Le légendaire photographe Arnold Crane a fait confiance à ce sac pour protéger son matériel autour du monde – littéralement.



The
Trusted
Original™

*Approuvé
www.daymen-france.fr
©2014 DayMen Canada Acquisition ULC



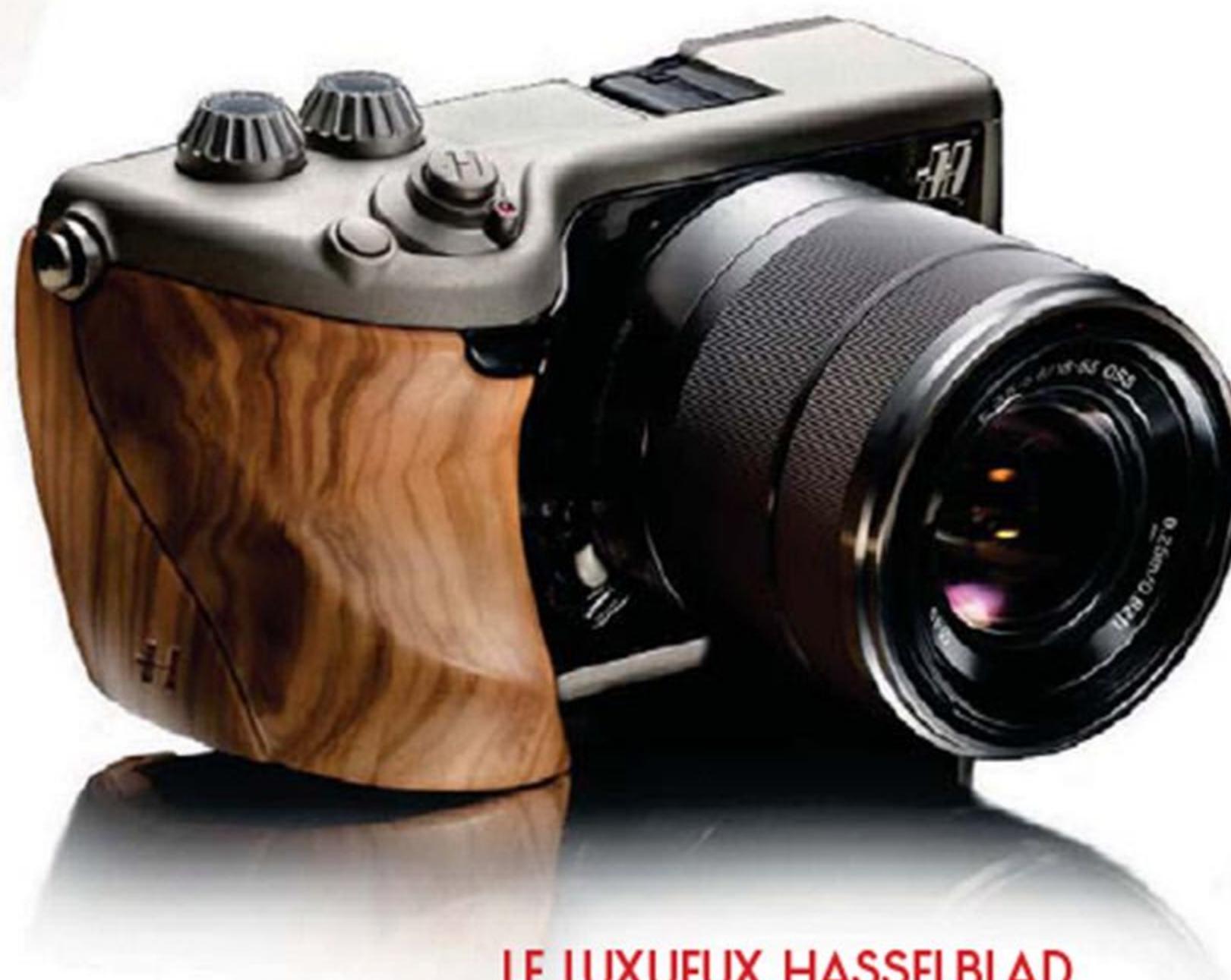
UN APPAREIL GOURMAND

Cet appareil photo en chocolat ravira les plus gourmands d'entre vous ! Parfait pour les fans de chocolat au lait et de photographie.
Appareil photo en chocolat, 9,90€.
www.coindugeek.com

LE CONCENTRÉ DE TECHNOLOGIE

Avec son capteur CMOS 1" de 20 Mpx, ce joli boîtier arbore un zoom x24-100mm f1,8-2,8 stabilisé sur 5 axes. L'autofocus sur 31 points, couplé au processeur Dicic 6 vous permettra une folle rafale à 6,6 i/s sur 700 vues ! Écran tactile de 7,5cm inclinable à 180°, GPS, Wi-Fi et NFC viennent compléter le tableau.

Canon G7X, 599€.
www.canon.fr



LE LUXUEUX HASSELBLAD

Avec son look rétro, l'hybride Lunar Hasselblad est l'appareil de luxe par excellence. Fabriqué en fibres de carbone, agrémenté de bois ou de cuir, ce modèle peut aussi être conçu à la demande en or ou en platine et se parer de gravures ou de pierres précieuses...

Hasselblad Lunar, 4990€.
www.hasselblad-lunar.com



LA BOÎTE À PHOTOS

Votre âme d'artiste va prendre le dessus. Mini-pinces à linge, corde, masking tape... Et plein d'autres surprises qui vont vous permettre de donner du style à vos 40 photos carrées. Cadeau ou déco, n'oubliez de partager vos créations sur #polabox !
La boîte à photos, 24,95€.
www.printklub.com



LE PÉRISCOPE PHOTO

C'est sûr, la petite caméra taïwanaise ne passe pas inaperçue ! Son look de périscope est séduisant et la prise en main évidente. Grâce à un capteur situé sur la poignée, la caméra s'allume lorsqu'on la saisit. Une pression sur le bouton situé au niveau du pouce active le mode photo, et une autre prolongée lance la vidéo. Le capteur de 16 Mp et l'objectif de 146° sont bien loin d'être ridicules. En connectant son smartphone avec le Wi-Fi, on peut visualiser son cadrage ou contrôler la caméra. Côté sauvegarde, l'application RE permet d'enregistrer les fichiers sur un mobile ou sur le Cloud.

Prix conseillé : 249€.
www.htc.com/us/re/re-camera/



LAURENT MASUREL

VU DE LA MER

Ambassadeur PNY, le Français, photographe officiel des compétitions du Billabong Pipe Masters 2014 à Hawaï, présente ses images insolites de surf dérobées au sein d'un paradis sensoriel marin.

Texte de CYRIELLE GENDRON



Les vagues, il a passé des années à les surfer, maintenant il les photographie. Trois fois vice-champion de France de bodysurf, Laurent Masurel mêle depuis vingt ans ses deux passions grâce à la photo subaquatique. Ambassadeur PNY, il court les manifestations de sports de glisse à travers le monde, collabore avec les plus grands magazines, les grandes marques de surfwear et

les entreprises du CAC 40. Parmi ses influences, il cite ses confrères Chris Van Lennep et Scott Aichner, et une étonnante source d'inspiration : David LaChapelle. À son instar, il compose des tableaux avec les éléments qui sont les siens : l'écumé, les rouleaux, les tunnels... Pour réussir ses prises de vue, Laurent Masurel est au bon endroit, au bon moment et au plus proche de l'action, avec son objectif fisheye grand angle.

Sous la vague, il imagine des angles de vue insolites. Vues de la mer, les couleurs sont profondes, la puissance de la vague jamais vue et l'atmosphère surréelle. En sa compagnie, on plonge à la recherche d'Aphrodite, la déesse grecque de l'Amour née de l'écume de la mer, qu'il « côtoie au quotidien » et qui a donné son nom à sa dernière série, *La naissance d'Aphrodite*. www.pny.eu/ambassador/laurent.masurel

LA CRAZY SKULL

UNE CREATION DE GRISOGONO AU TOP !

Placée sous le signe de l'audace, la maison De Grisogono vient de dévoiler sa nouvelle merveille : la Crazy Skull. Une montre haute couture que l'on voit déjà au poignet des mannequins du moment, Karlie Kloss et Cara Delevingne, et qui a inauguré le nouveau show-room parisien de la marque de joaillerie et horlogerie.

La maison De Grisogono, qui fêtait l'année dernière ses vingt ans, a lancé sa nouvelle création : la montre haute joaillerie Crazy Skull. L'occasion pour la maison genevoise de célébrer son tout nouveau show-room parisien, rue de la Boétie. Autour de Fawaz Gruosi, fondateur et directeur artistique de la maison De Grisogono, et de Gilles Mansard, président de la maison De Grisogono France, de nombreuses personnalités ont célébré le lancement de la Crazy Skull. La Crazy Skull, qui a su taper dans l'œil des mannequins Karlie Kloss et Barbara Palvin est un objet d'art unique. Sertie de 45 carats de pierres précieuses taillées sur mesure à partir de pierres brutes, cette montre regorge de surprises. Parmi elles, ses deux fuseaux horaires dédiés aux voyageurs et placés dans chacun de ses yeux, et sa mécanique. Car lorsque sa bouche s'ouvre, elle laisse apercevoir une langue également sertie de 66 saphirs ou de rubis. Une œuvre « positive et réjouissante » dans la bouche de son créateur, Fawaz Gruosi, mais surtout terriblement « irrévérencieuse ». Avec la Crazy Skull, la maison helvète réinvente l'icône de la tête de mort, image rock'n'roll par excellence. Une tête de mort souriante, pour un pied de nez audacieux à ce symbole de la mode et de l'art contemporain.

www.degrisogono.com

01 — Kavinsky, artiste de musique électro-house.



02 — Fawaz Gruosi, fondateur et directeur artistique de la maison De Grisogono, présente la montre Crazy Skull au chanteur de rock Johnny Hallyday.



06 — Le top américain Karlie Kloss pose avec la montre Crazy Skull au poignet.



03 — Le journaliste Philippe Manœuvre et son épouse, Candice de la Richardière.



05 — Le chanteur Marc Lavoine et le journaliste Frédéric Taddeï.



04 — Gilles Mansard, président de la maison De Grisogono France et le top hongrois Barbara Palvin.



Il aura fallu près d'un an pour concevoir la Crazy Skull, tout droit sortie de l'imagination de Fawaz Gruosi et sertie de 45 carats de pierres précieuses.

DES SCANNERS LED AU REGARD PERÇANT

Voici les nouveaux scanners Epson de la gamme Perfection, V800 Photo et V850 Pro. Capables d'atteindre une résolution optique de 6400 dpi pour les documents transparents et 4800 dpi pour les documents opaques. leur temps de chauffe est réduit grâce à leurs éclairages Led. Autre amélioration, les passe-vues ont été revus et dotés d'un verre anti-Newton. Le V850 Pro est fourni avec un jeu de passe-vues supplémentaire et le logiciel i1 de Xrite, en plus du SilverFast SE 8. V800 Photo, 660€, et V850 Pro, à 900€. www.epson.fr/



LE MUST VÉLOCE DE NIKON

Pour les aficionados du boîtier ultra réactif à capteur plein format. Cette référence professionnelle de 16 Mp brille par sa rapidité (11 im/s), la qualité de son autofocus et de sa plage de sensibilité (100-25600 ISO), et surtout par ses 0,3 s de latence au déclenchement. Quand on sait qu'il est pareillement efficace en vidéo, on comprend mieux son tarif !

Nikon D4S, 5999€. www.nikon.fr



UN COLLIER STYLE ROLLEIFLEX

Un pendentif en laiton qui s'inspire de la forme du mythique Rolleiflex. Les objectifs sont ornés de miroirs, ce qui attira à coup sûr tous les regards sur vous !

Brass Rolleiflex necklace, \$85. <http://store.icp.org>



UN LECTEUR DE CARTE TOUT NOMADE

Le Wireless Media Reader de PNY est le dispositif portable sans fil qui dépannera le photographe numérique. Son port USB et son slot SD étendent la mémoire des tablettes et smartphones en proposant un accès aux photos grâce au Wi-Fi. Sa batterie intégrée autorise l'accès aux périphériques externes pendant 5 h et permet la recharge d'un smartphone.

Wireless Media Reader, 49€90. www.pny.eu/



UN DRONE FORMAT POIDS PLUME

Grâce à ses 400 g et sa coque en ABS renforcé en fibres de verre, le Parrot Bebop Drone est robuste et sans danger. D'ailleurs, la carène en PPE fournie dans le pack assure la sécurité des vols en intérieur. Parrot Bebop Drone, prix public conseillé: 499€. www.parrot.com

UN NU

SONIA
BARBARA
JEAN LOUP
SIEFF

EXPOSITION DUREV EVENTS

HÔTEL DE SAUROY
58 RUE CHARLOT
75003 PARIS

DU 5 AU 21 DÉCEMBRE 2014



Central
DUPON
images

7POST


DUREV
EVENTS
www.durevevents.com

MATphoto

Leonor Greyl

 IVW

LE GAGNANT 2014 TALENTS NOMADES FUJIFILM

Depuis septembre, les aventures du prix Talents Nomades Fujifilm ont investi le Web. Ils étaient huit candidats, puis cinq, puis deux et enfin un ! Après trois sessions photographiques, Guillaume Flandre, webdesigner, devient le tout premier Talent Nomade Fujifilm.

Par AGNÈS GRÉGOIRE ET CYRIELLE GENDRON



GUILLAUME FLANDRE

À 28 ans, ce photographe amateur, développeur Web autodidacte, devient le lauréat du grand Prix Talents Nomades de Fujifilm et gagne un Fujifilm X-T1 Graphite Silver tout équipé.

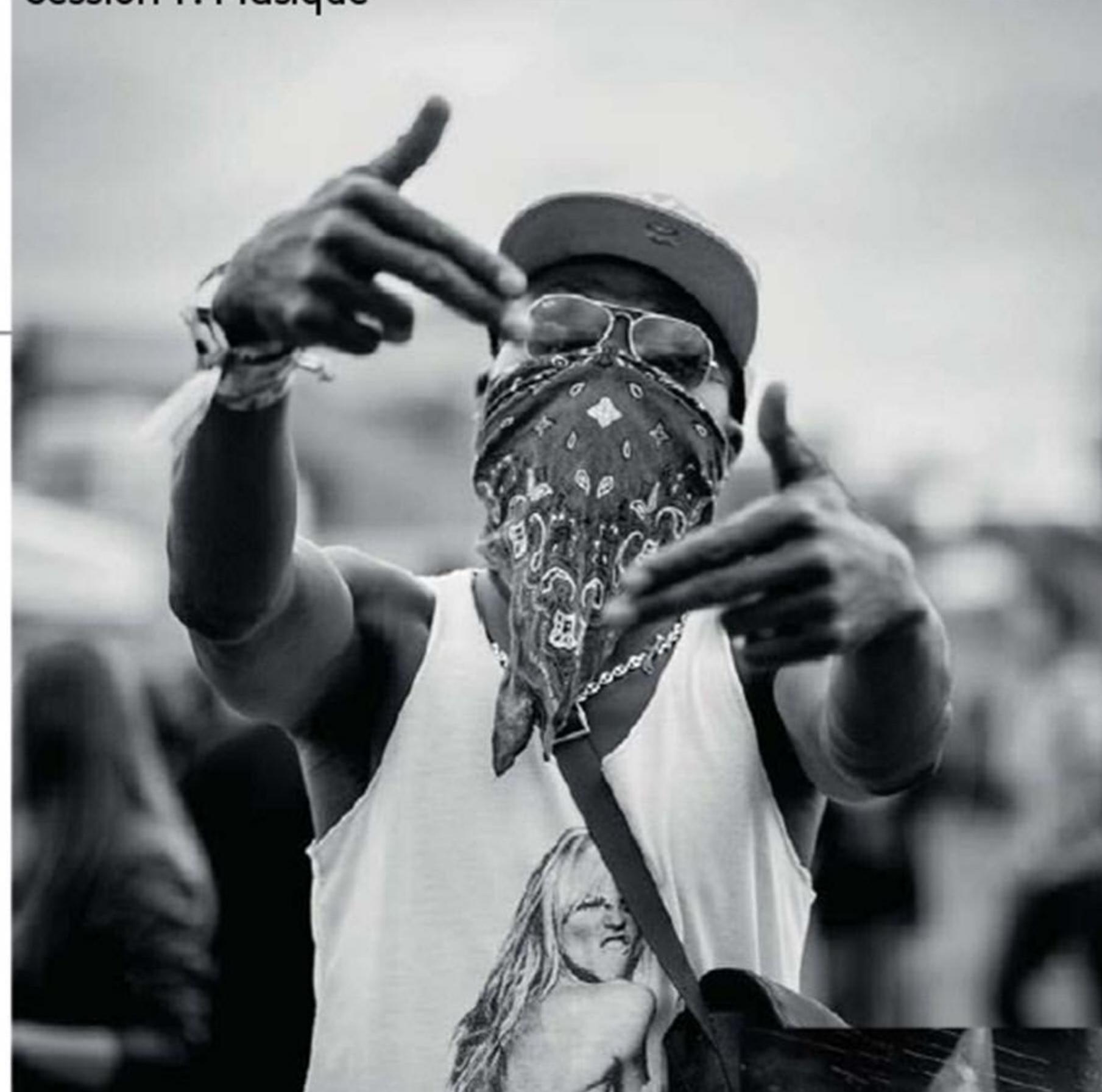
Nouveau dans l'univers du multimédia, ce concours a la particularité de mettre en scène les candidats. Sur le Web, on peut les voir en train de shooter et aussi les écouter commenter et défendre leurs images. Une première !

Guillaume a été consacré parmi les 8 candidats par le jury composé du réalisateur Diego Buñuel, de Renaud Monfourny, photographe des *Inrocks*, du fondateur de la galerie Sakura, Jean-Baptiste Simon, et de la rédactrice en chef du magazine *Photo*, Agnès Grégoire. Il s'est illustré lors des sessions reportage (« Musique » au festival Cabaret Vert, « Mode » dans l'atelier de Manish Arora et « Art » à la foire SLICK Attitude).

Le jeune photographe a réussi à faire émerger son talent en variant son positionnement en fonction de son sujet. Reportage classique en N&B sur le Cabaret vert; traitement raffiné et élégant sur la Fashion Week de Manish Arora, sujet créatif et plein d'humour sur la SLICK Attitude.

Attiré par le concept novateur de ce challenge Fujifilm, Guillaume Flandre a donc su convaincre : « Le concours des Talents Nomades est sûrement plus difficile que des concours plus classiques. Il est aussi plus intéressant. J'ai aimé me comparer à d'autres, dans les mêmes conditions et avec le même

Session 1: Musique



matériel qu'eux ». Une compétition nourrie des conseils avisés des professionnels et de la bonne entente entre les candidats. Le finaliste Vincent Huber, les demi-finalistes Florian Bouillot, Élise Darjo, Yann Bajard et les quarts-de-finalistes Victor Raison, Coline Bertolle et Jean-François Tinard se montrent tous animés de la même passion.

« Ma façon d'aborder et de penser la photo a évolué, précise Guillaume. Je comprends mieux l'équilibre à atteindre : aller chercher la photo tout en sachant faire oublier la présence du photographe. » Récompensé d'un Fujifilm X-T1, encouragé par son prix et son rôle de X-Photographer, il envisage de devenir pro, tout en voulant « continuer à s'amuser ». « Je veux diffuser et exposer mes photos et réaliser des séries de plus en plus ambitieuses. » Une chose est sûre, Guillaume Flandre va faire parler de lui !

LE CABARET VERT
Au cœur de l'éco-festival Rock et Territoire de Charleville-Mézières, Guillaume Flandre a su capter l'esprit de l'événement avec un reportage très classique en N&B. Avec ses portraits de festivaliers et ses photos d'ambiance, Guillaume Flandre décroche son ticket pour la suite de la compétition.

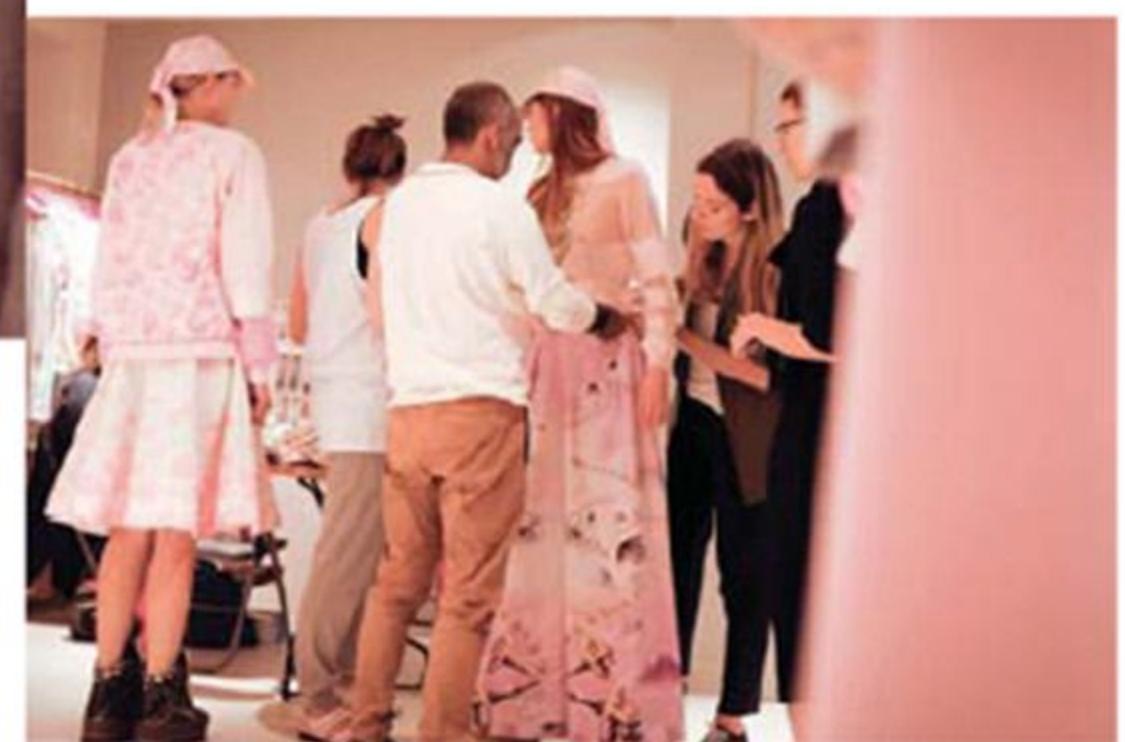




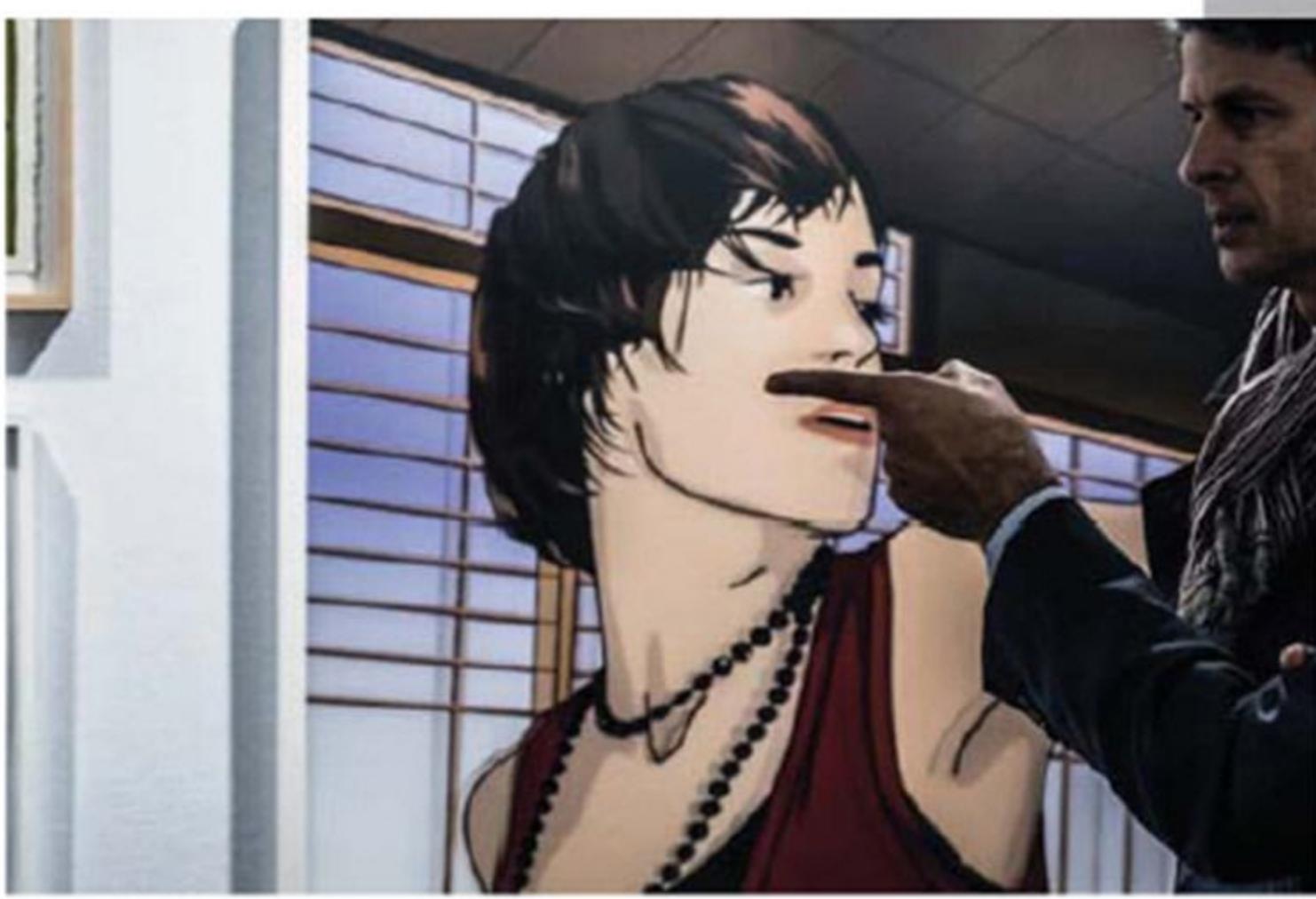
Session 2: Mode

LA FASHION WEEK DE MANISH ARORA

Dans l'atelier de Manish Arora, en pleins préparatifs de la Fashion Week, Guillaume Flandre a su mettre en images l'esprit de la collection du créateur indien tout en traduisant l'effervescence de l'événement.



Session 3: Art



LA SLICK ART FAIR

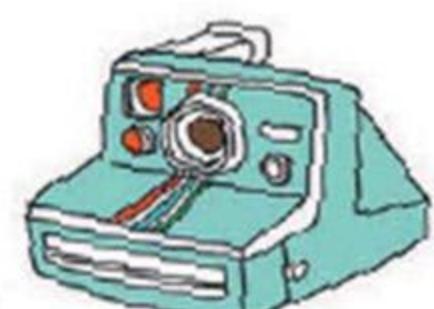
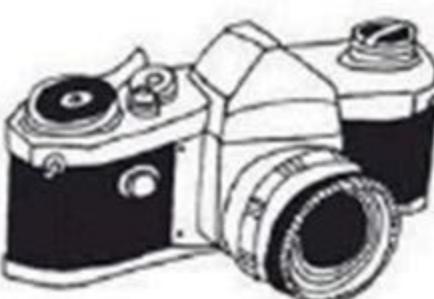
L'ultime session qui l'opposait à Vincent Huber s'est déroulée à la SLICK Attitude, à Paris, près du Grand Palais. À travers une série d'instants pris sur le vif et de compositions graphiques, Guillaume Flandre a mis en image la relation entre les œuvres et les visiteurs. Son regard amusé sur la Foire d'art contemporain a plu au jury.

Les épisodes du concours sont à revoir sur www.talents-nomades-fujifilm.com et www.guillaumeflandre.com/photos



UN HYBRIDE HAUT DE GAMME

Son écran orientable couplé ici à l'application OI Share pour smartphone fera de vous le prince des réseaux sociaux. D'autant que cet hybride est le roi de l'évolution: prise de vue en rafale à 8 i/s; rapidité de la mise au point sur 81 points; sensibilité de 200 à 25600 ISO; Wi-Fi intégré. **Olympus PEN E-PL7, disponible en kit avec un objectif zoom de 14-42 mm f/3.5-5.6, 599€.** www.olympus.fr



UNE TV INCURVÉE

Le futur de la TV est dans l'écran incurvé. Ce modèle Samsung LED de 55" marie ultra HD et design épuré. De quoi s'immerger un peu plus dans son film. **Samsung UE55HU7200, 1690€.** www.samsung.com



UN TIRAGE DE RAYMOND DEPARDON

Avoir un Depardon signé chez soi ? C'est possible avec ce cliché de Berlin réalisé en 1989 par le photojournaliste de Magnum Photos. D'autres grandes signatures de la célèbre agence sont disponibles à partir de 600€. Jusqu'au 20 décembre, 40 x 50 cm, 5800€. www.magnumgallery.fr



LA PHOTO TATOUÉE

Ce set de 8 tatouages éphémères en forme d'appareils photo et de diaphragme vous permettra d'accessoiriser votre peau lors de vos sorties. Les tatouages tiennent jusqu'à quatre jours. **Photography set, \$15.** www.tattly.com



APPLE DE LA TÊTE AUX PIEDS

En avance sur leur temps, les iPhone 6 et 6+ affichent le meilleur de la technologie Apple. Quant à la montre connectée, c'est un bijou révolutionnaire. **iPhone 6 et 6+, de 709€ à 919€. Apple Watch, à partir de 349€.** www.apple.com

EXPOS

Les coups de cœur du mois de novembre
Par AGNES GREGOIRE ET CYRIELLE GENDRON



ANTOINE SCHNECK DÉSHABILLE LES SOLDATS INCONNUS

À travers une sélection d'uniformes portés par des soldats de la Grande Guerre, Antoine Schneck rend hommage à 18 soldats inconnus de 14-18. Français, anglais, belges, allemands, italiens, australiens, russes, néo-zélandais, américains, les uniformes incarnent le conflit qui fête son centenaire en 2014, le tout sous le commissariat de l'historien Jordan Gaspin du musée de l'Armée. *Soldats Inconnus, Arc de Triomphe, Place du Général-de-Gaulle, Paris 8^e.* www.arc-de-triomphe.monuments-nationaux.fr



LES VILLES EXTRÊMES DE STEEVE IUNCKER

Iakoutsk (Sibérie), ville la plus froide, Ahwaz (Iran), la plus polluée, Tokyo (Japon), la plus surpeuplée... Steeve Luncker s'invite dans les lieux extrêmes de la planète. Situés aux antipodes, ces environnements hostiles donnent à la série son authenticité. Le photographe de l'Agence VU', lauréat du Prix Photo du Muséum 2013, prépare son voyage dans la ville la plus dangereuse, San Pedro Sula, au Honduras. Jusqu'au 1^{er} février 2015. Jardin des Plantes, Grilles de l'École de Botanique, Paris 5^e. www.mnhn.fr

SUDANPHOTOGRAPHS DE CLAUDE IVERNÉ: HISTOIRE D'UN LIVRE

Prix Nadar 2014, *SudanPhotoGraphs* de Claude Iverné révèle ses coulisses. Le photographe a réuni ses travaux sur le Soudan en une collection de 6 volumes, dont les deux premiers sont déjà imprimés. Il revient sur la genèse et l'édition de son œuvre. Jusqu'au 16 décembre, Bibliothèque Château d'Eau, Mairie du 10^e, 72, rue du Faubourg-Saint-Martin, Paris 10^e. www.mairie10.paris.fr



L'ADOLESCENCE DE CLÉMENCE VEILHAN

Qu'elle rejoue les étapes de sa vie pour «24 images dans la vie d'une femme», ou fasse appel à d'autres pour «Je n'ai jamais été une petite fille» et «Chewing-Girls» (photo), Clémence Veilhan raconte «le passage de l'enfance au monde adulte». Et les fruits passeront la promesse des fleurs, jusqu'au 31 janvier 2015. Galerie Laure Raynette, 20, rue de Thorigny, Paris 3^e. www.galerie-art-paris-raynette.com



COLIN DELFOSSE DANSE AVEC LES CENDRES

Depuis 2009, Colin Delfosse vit à l'heure du catch congolais. Le photojournaliste belge dépeint la situation instable de la RDC, tiraillée par des guerres incessantes, sous l'angle étonnant du catch. Entourée de croyances qui ajoutent à son folklore et à son esthétisme, la discipline est au premier plan de *Dancing Ashes*, réunion de trois séries réalisées au cours des cinq dernières années. Depuis le 24 novembre, 8 photos sont présentées hors-les-murs au Sofitel Grande Île de Strasbourg, jusqu'au 1^{er} février 2015. *Dancing Ashes*, du 5 au 21 décembre. La Chambre, 4, place Austerlitz, Strasbourg (67). www.la-chambre.org

INCONTOURNABLES

À LA MEP

Alberto García-Alix, Raed Bawayah, Marie Dorigny, Démosthènes Davvetas. Jusqu'au 25 Janvier 2015. Paris 4^e. www.mep-fr.org

AU MUSÉE DE L'ÉLYSÉE

Gilles Peress, Amos Gitai, Chaplin. Jusqu'au 4 Janvier 2015. Lausanne, Suisse. www.elysee.ch

AU BAL

Dirk Braeckman. Jusqu'au 4 Janvier 2015. Paris 18^e. www.le-bal.fr

AU JEU DE PAUME

Garry Winogrand. Jusqu'au 8 février 2015. Paris 8^e. Nicolas Muller. Jusqu'au 31 mai 2015. Tours (37). www.jeudepaume.org



UNE CAMÉRA KODAK 360°

Avec la Kodak PixPro SP360, plus besoin de bouger, la caméra filme à 360°. Piloteable à distance, résistante aux chocs, au froid et à l'eau (à 60 m), c'est le cadeau parfait pour les aventuriers.
Kodak Pack Aqua SP360, 349€.
www.kodakcamera.pixpro-sp360.com
Disponible chez www.boulanger.fr

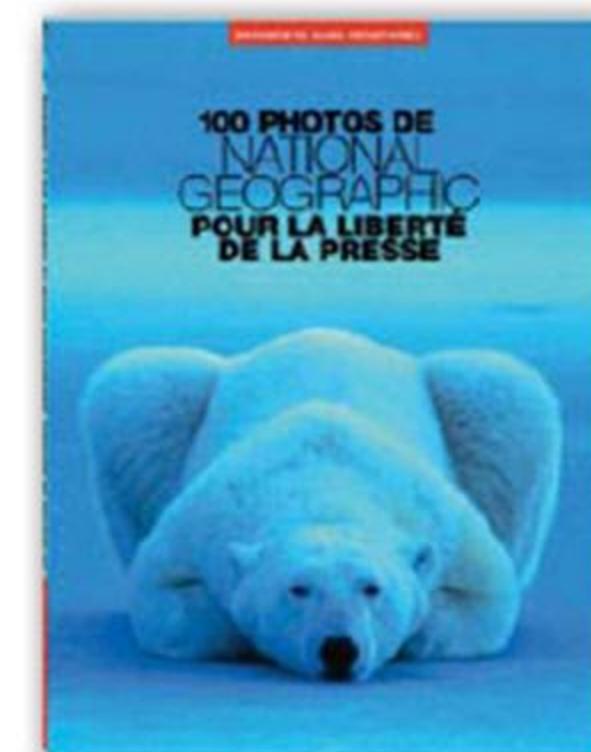


UNE CAMÉRA DE POCHE

Cet appareil photosphérique ultra-discret est à emmener partout. Capturez des images et vidéos en un seul clic et à 360°.
Ricoh Theta, 299€.
www.theta360.com

APRÈS LE 7D, VOICI LE 7D MARKII

Doté d'un capteur CMOS APS-C de 20,2 Mpx et d'un double processeur DIGIC 6, le boîtier expert reprend à son compte les innovations ayant fait le succès des modèles 5D MKIII et 1DX. Canon 7D MkII, à partir de 1800€, boîtier nu.
www.canon.fr



L'ALBUM RSF

Reporters sans frontières et *National Geographic* s'associent pour cet album de fin d'année. Un cadeau beau et utile par les plus grands photographes du légendaire *National Geographic Magazine*.
Album RSF, 9,90€.
fr.rsf.org



LA BROSSE À SELFIE

Pour être la plus belle pour faire son selfie, ne faites pas l'impasse sur la brosse-coque d'iPhone. Cet objet 2-en-1 est le must have pour toutes les détentrices d'iPhone 5&5S.
Selfie Brush, \$14,99.
www.thewetbrush.com



L'APPAREIL À FABRIQUER

Indémodable, cet appareil photo réflex argentique à construire soi-même. Grâce au kit Lomography, montez votre appareil en seulement deux heures et shooitez !
Konstruktor, 35€.
www.lomography.com

EXPOS

AUX FRONTIÈRES DE L'INTIME

Stars de nos réseaux sociaux, les enfants ont traversé l'histoire de la photo. Parmi ses 900 000 images de fonds professionnel et amateur, le musée français de la Photographie a choisi d'interroger les œuvres de 14 photographes sur leur représentation de la figure enfantine. Tandis que Julie Blackmon (photo) en fait les héros de ses contes, les images présentées sont construites en tension entre des représentations de l'enfant sublimé et de l'enfant pulsionnel.

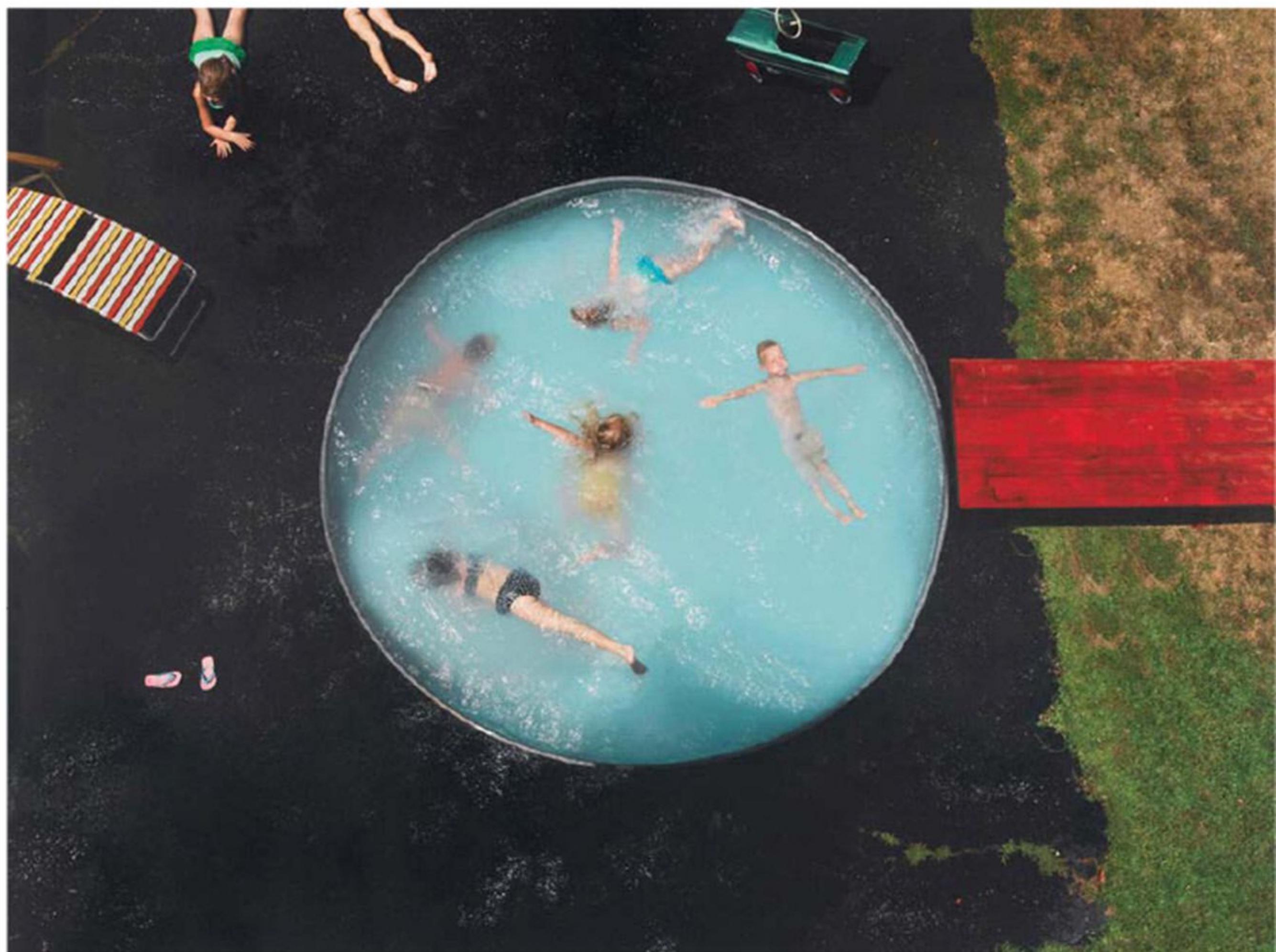
Aux frontières de l'intime, les photographes et leurs enfants, jusqu'au 15 avril 2015. Musée français de la Photographie, 78, rue de Paris, Bièvres (91). www.museedelaphoto.fr



UN NU DE LA FAMILLE SIEFF

Barbara et Sonia Sieff. Une mère et sa fille, photographes, partageant avec le père, Jeanloup Sieff, la même passion pour le nu. Les trois artistes croisent leurs regards pour un événement Durev Events.

UN NU, jusqu'au 21 décembre. Hôtel de Sauroy, 58, rue Charlot, Paris 3^e. www.centraldupon.com



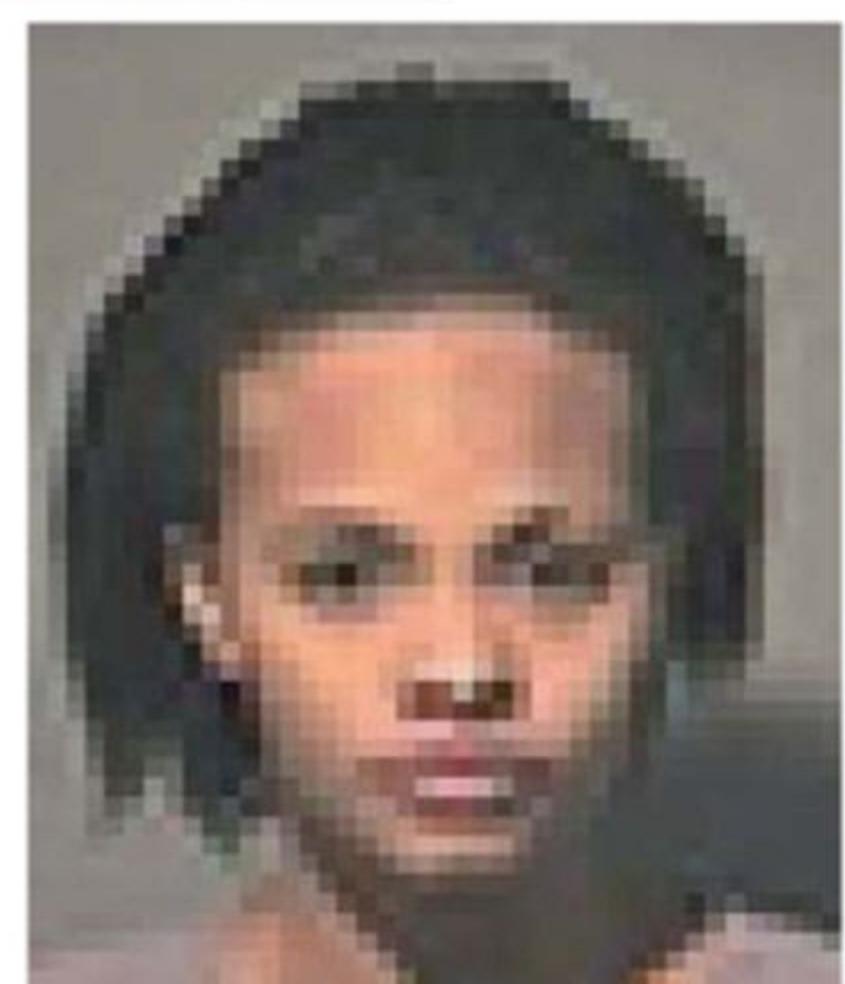
REZA AU PETIT PALAIS

Insatiable voyageur, le photographe humaniste révèle toutes les beautés de l'Azerbaïdjan. Architecte de formation, il a lui-même pensé la scénographie comme une promenade photo, guidant le spectateur à travers les visages, les paysages et le quotidien du pays caucasien. Depuis 1987, Reza témoigne des conflits et des instants de paix de l'humanité en braquant son objectif sur cette culture ancestrale pourtant tournée vers la modernité. Il publie aujourd'hui *Le Massacre des Innocents* et *L'Elégance du feu*, disponibles sur le site www.webistan.com de son agence.

L'élégance du feu, l'Azerbaïdjan par Reza, jusqu'au 7 décembre. Petit Palais, Musée des Beaux-Arts de Paris, avenue Winston Churchill, Paris 8^e. www.petitpalais.paris.fr

FRACTAL D'ANTOINE D'AGATA

Des clichés de police, il en existe des milliers en circulation. Antoine D'Agata a récolté de *smugshots* de prostituées arrêtées aux États-Unis et les a assemblés pour *Fractal*. Une manière de lier des histoires personnelles pour en créer une collective. L'esthétique brute contraste aussi avec la beauté des prostituées de *Angkor*, série de 73 portraits réalisés au bord de la rivière Siem Reap au Cambodge. Le livre *Fractal* est disponible chez Amor éditions, et *Angkor*, co-édité par Temple, aux éditions J.B. Temple, 20, rue de la Corderie, Paris 3^e. www.templeparis.com



TOUR DU MONDE

Aux quatre coins du globe, la photo bouge! Bougez avec Photo!

Textes de CYRIELLE GENDRON

NEW YORK

Histoires de rue par Amy Touchette

Comme beaucoup d'artistes, Amy Touchette s'est laissée tenter par l'iPhonographie de rue. New-yorkaise, elle collectionne les portraits des personnages qu'elle croise au quotidien. Loufoques, typiques de New York, les habitants de Williamsburg, Greenpoint et Manhattan l'inspirent. Pour découvrir la génèse de *Street Dailies*, allez sur son Instagram @amostouchette

Street Dailies, jusqu'au 3 janvier 2015. Max Fish Bar and Art Gallery, 120 Orchard Street, Lower East Side, New York, USA. www.maxfish.com



BONN

Quel est le visage de l'ennemi ?

À la question «Quel est le visage de l'ennemi?», Herlinde Koelbl répond qu'il change d'apparence. La photographe documente les camps d'entraînements. En Afghanistan, en Irak ou au Mali..., elle se penche depuis 2008 sur les cibles d'exercice sur lesquelles s'entraînent les soldats. Décontextualisés de tout conflit, ces supports deviennent de purs et signifiants symboles de violence et de mort. **Targets, jusqu'au 11 janvier 2015.** Bundeskunsthalle, Friedrich-Ebert-Allee 4, Bonn, Allemagne. www.bundeskunsthalle.de

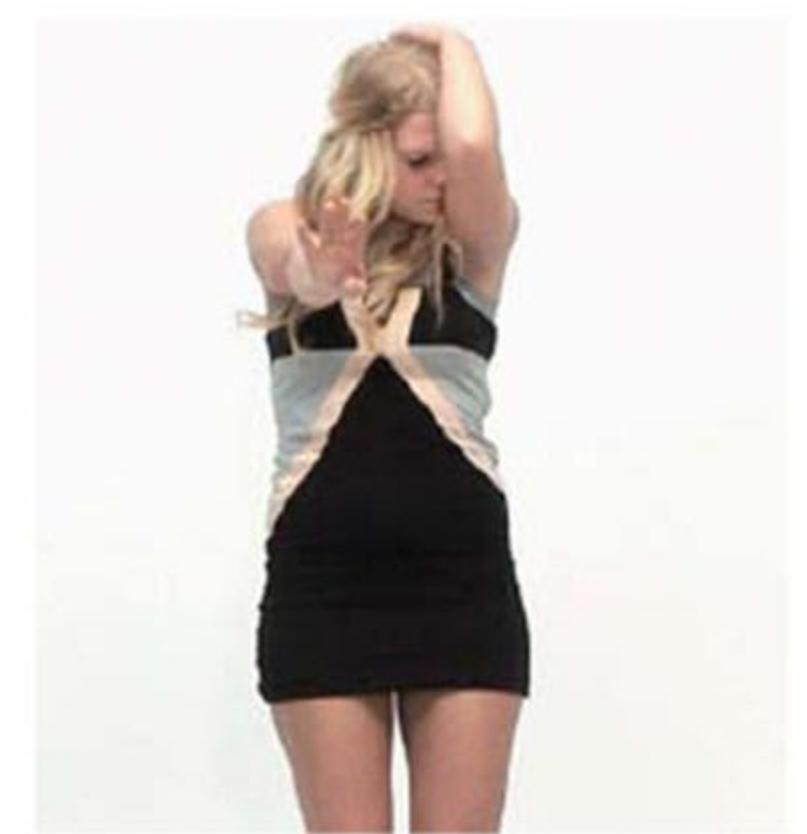


BRUXELLES

Jimmy Nelson,
Avant qu'ils ne disparaissent

C'est le cri du cœur de Jimmy Nelson. Entre 2010 et 2014, le photographe anglais s'est fait anthropologue, voire ethnologue, au contact des plus étonnantes peuples autochtones du monde. Dans des paysages grandioses, des personnages à la beauté et aux costumes saisissants incarnent la diversité et l'authenticité de ces cultures en voie de disparition. Nelson témoigne de l'existence de ces peuples pour transmettre ----aux générations futures et pour répondre à la question: «Que signifie d'être en vie sur une planète qui a survécu au xxie siècle?».

Before they pass away, jusqu'au 7 février 2015. Young Gallery, avenue Louise 75B, 1050 Bruxelles, Belgique. www.younggalleryphoto.com



SYDNEY

Click ! en Australie

Juste lancée, la galerie Badger&Fox Gallery expose de grands photographes australiens (Max Dupain, Bill Henson, David Moore, Narelle Auto (photo)) et internationaux (Robert Doisneau, Henri Cartier-Bresson, André Kertész, Garry Winogrand, Irving Penn, Danny Lyon). En montrant 40 tirages en rotation, les collectionneurs Peter Maddison et Peter Wright vont partager une sélection de plus de 180 images de grands maîtres. **Click !, jusqu'au 21 décembre.** **Badger&Fox Gallery, 201 Albion Street, Surry Hills, Sydney, Australie.** www.badgerandfoxgallery.com



BILBAO

Rineke Dijkstra en rythme

Megan, Simon, Nicky, Philip et Dee sont 5 jeunes clients de la discothèque The Krazyhouse, à Liverpool. Rineke Dijkstra les a laissés libres de danser devant sa caméra. Libres de s'exprimer mais restreints dans leur espace, ils dévoilent leur personnalité face à l'observateur. Présentée sous le commissariat de Alvaro Rodriguez Fominaya, l'installation interroge la relation spectateur-image. **Rineke Dijkstra : The Krazyhouse, jusqu'au 1er mars 2015.** Musée Guggenheim, Abandoibarra Etorbidea, 2, Bilbao, Espagne. www.guggenheim-bilbao.es/fr

**BERLIN****Le don de Helmut Newton**

À la création de sa fondation, Helmut Newton a fait don d'originale en prêt permanent. Pour son dixième anniversaire, la fondation berlinoise en expose 200. Portraits, nus et mode, l'on y retrouve les genres affectionnés par l'artiste. L'occasion de redécouvrir des portraits peu connus de Catherine Deneuve, Paloma Picasso, Karl Lagerfeld et David Bowie, certains de ses grands nus et des planches contact agrandies.

Helmut Newton, Permanent Loan Selection, jusqu'au 17 mai 2015. Fondation Helmut Newton, Jebensstrasse 2, Berlin, Allemagne.
www.helmutnewton.com

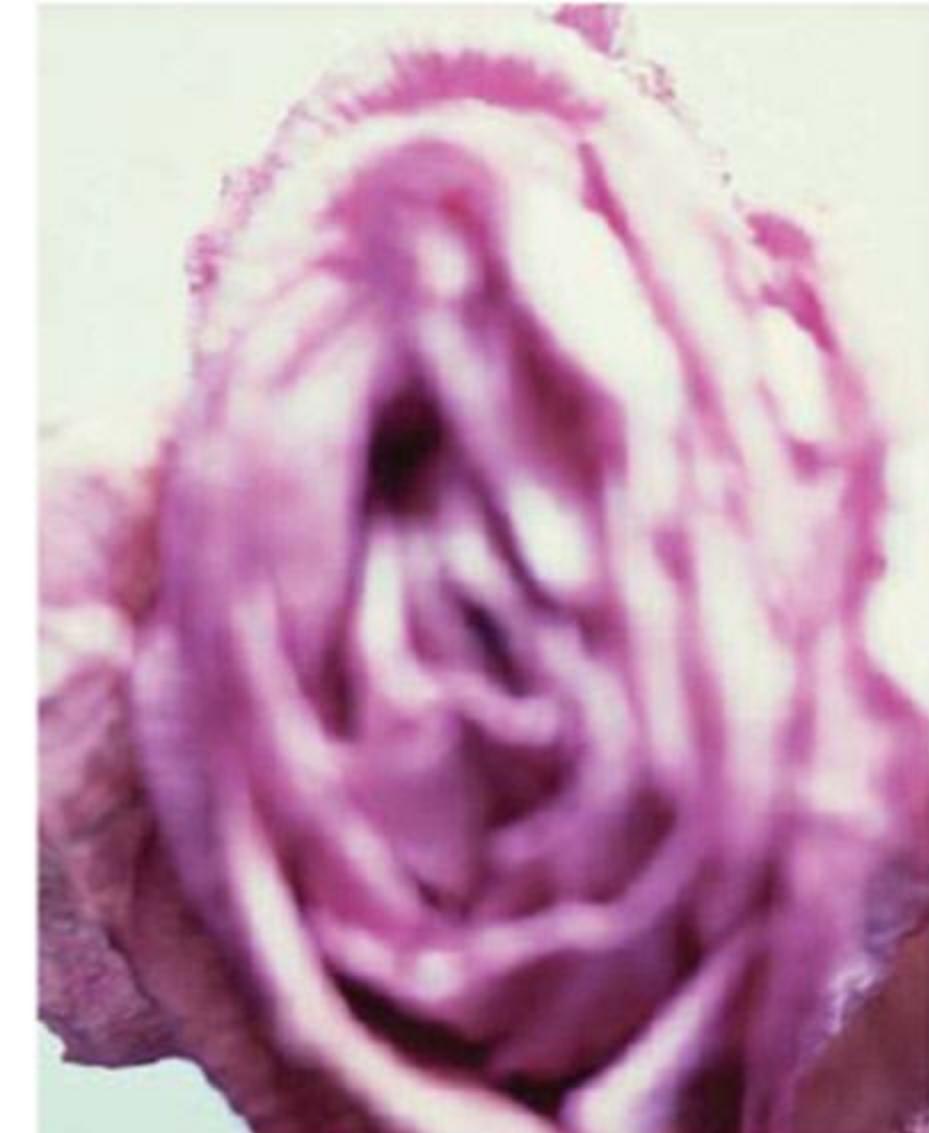
**MIAMI****Des stars à Art Basel**

Dans le cadre de la foire Art Basel, Markus&Koala, Markus+Indrani et Richard Orlinski croisent leurs univers. *Role Model*, titre de l'exposition et du prochain livre du duo Markus&Koala (photo), met en scène plus de 100 personnalités, chanteurs, acteurs et tops models. Une œuvre qui résonne avec celle de Markus+Indrani, qui ont sublimé les plus grandes stars de la pop comme Lady Gaga, Beyoncé, Britney Spears... Ils sont rejoints ici par le sculpteur français Richard Orlinski.

Role Model, du 4 au 7 décembre. National Hotel Miami Beach, 1677 Collins Avenue, Miami Beach, FL 33139, États-Unis.

**NEW YORK**
La photographie contemporaine mexicaine

Trop souvent représenté par les Nord-Américains, le Mexique se dévoile cette fois sous le regard de ses artistes. Cinq photographes mexicains contemporains se réapproprient leur pays: Alejandro Cartagena, grâce à ses documentaires sur la frontière; Chuy Benitez, à travers la vie de la communauté mexicaine de Houston, Ruth Prieto Arenas, par ses travaux sur les femmes mexicaines de New York; Fernando Brito (photo) avec ses cadavres exquis; Mauricio Palos de Boreal Collective en révélant les contradictions historiques entre Mexique et États-Unis. *Miradas, Contemporary Mexican Photographers*, jusqu'au 12 janvier 2015. Bronx Documentary Center, 614 Courtlandt Avenue, Bronx, New York, États-Unis.
www.bronxdoc.org

**ANTWERP**
Des filles en fleurs

Photographier les fleurs comme on photographie les femmes... Depuis les années 90, c'est le credo de Marcel Van Der Vlugt. Sensuels, ses Polaroids de bourgeons de fleurs (*buds* en anglais) captent chaque état de leur existence: desséchés, décolorés, transformés... De ces courtes vies, il crée des instants d'éternité. Une représentation de la beauté dans laquelle les femmes deviennent accessoires, leur corps n'étant plus dédié qu'à l'explosion et à la célébration de la nature. *Buds*, jusqu'au 20 décembre. Ingrid Deus Gallery, Provinciestraat 11, Antwerp, Belgique.
www.ingrideusgallery.com

**DENVER**
Le Colorado à la mode

Entre la mode et l'image, l'histoire d'amour est intense. En regard avec les archives du Centre d'arts photographiques du Colorado (CPAC), la commissaire d'exposition Natascha Seideneck a réuni une vingtaine d'artistes contemporains du Colorado. Tous croisent art, mode et beauté, et interrogent

l'impact de la mode sur la culture. Quand certains se penchent sur la représentation de l'identité, d'autres questionnent les idéaux de la beauté (photo: Marla Rutherford). Cette exposition qui bouscule les codes migrera au Denver Central Library à partir du 15 janvier 2015. *Fashion/Culture, jusqu'au 21 décembre. McNichols Civic Center Building, 144 West Colfax, 2nd floor, Denver, CO 80211, États-Unis.*
www.cpacphoto.org



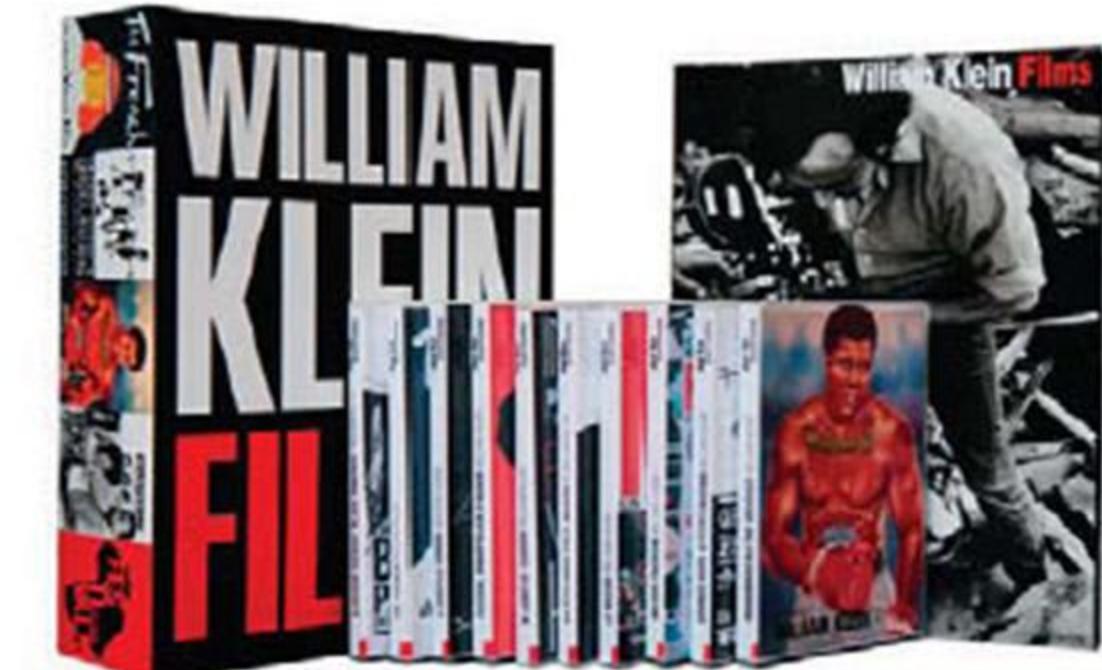
UN APPAREIL EN VUE

Avec son design imitant le Rolleiflex, cet accessoire est indispensable pour ranger ses lentilles de contact ! Un cadeau original à petit prix. Étui à lentilles de contact design appareil photo, 5,90€. www.ideecadeau.fr



UN SKATEBOARD PHOTO

Ce mini dolly skater est idéal pour la création de travellings circulaires et pour les plans à 360° autour d'un objet. Adapté aussi bien aux réflex qu'aux compact numériques, la position basse de l'appareil donnera des clichés originaux. JYC Dolly Skater de table pour réflex et compact numériques, 59,90€. www.lovinpix.com



TOUT WILLIAM KLEIN

Toute l'œuvre de William Klein est dans ce coffret de 10 films, d'entretiens avec le photographe-cinéaste, de séquences commentées et du livre *William Klein Films*. William Klein, coffret 10 films en DVD, 99,99€. www.fnac.com



UN VINTAGE TOURNÉ VERS LE FUTUR.

Voici le dernier compact expert de chez Fuji. Le premier de sa catégorie à être équipé d'un viseur télémétrique électronique ! Sous sa jolie robe, un capteur X-Trans CMOS II de 16,3 Mpx et un processeur EXR II accrois d'un objectif Fujinon 23mm f/2. De quoi ravir les plus exigeants ! Fujifilm X100T, prix conseillé : 1199€. www.fujifilm.eu/fr



UNE MINI-CAMÉRA POLAROID

Mille façons de jouer pour une seule petite caméra. Étanche et antichoc, le Polaroid Cube ne fait que 35 mm et vous suit partout avec son objectif grand angle, sa vidéo HD 1080P et ses 90 min d'enregistrement. Polaroid Cube, 99,99€. www.polaroid.com/cube

INFOS

Prix, festivals, concours, ventes... Photo les a repérés pour vous!

Par AGNES GREGOIRE ET CYRIELLE GENDRON



PRIX CAMERA CLARA, DAREK FORTAS

Ce sont ces vêtements au plafond qui ont attiré le regard du jeune Polonais. Entre 2011 et 2013, il a immortalisé les vestiaires des travailleurs, dans les mines de charbon de Haute-Silésie. *Changing Rooms* éclaire la dimension politique, sociale et culturelle de l'architecture industrielle polonaise. Grâce à ce projet documentaire aux accents conceptuels, Darek Fortas, laissant les places de finalistes à Nigel Bennet et Muriel Vega, remporte le prix Camera Clara, concours dédié aux photographes à la chambre.

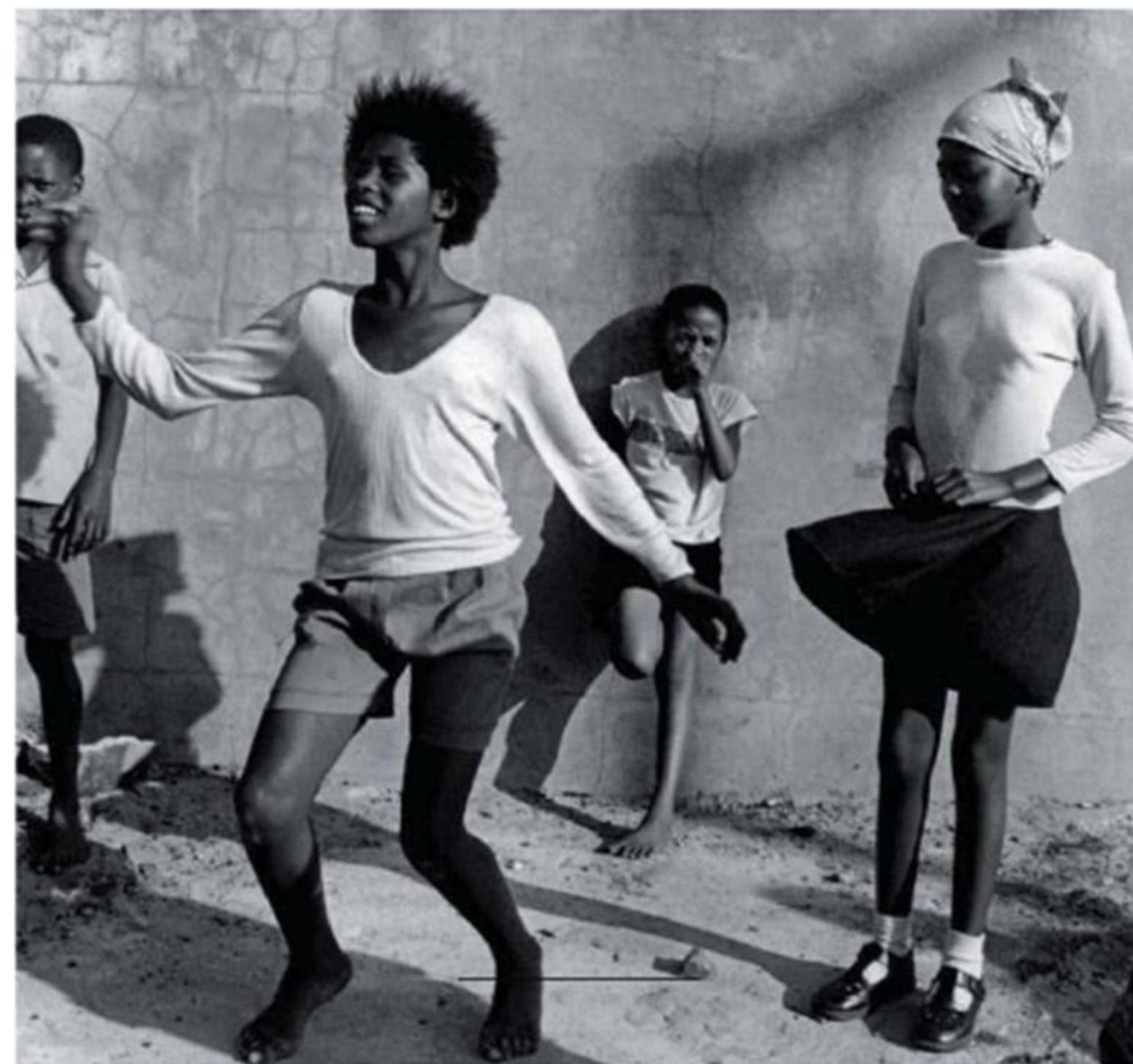
www.prixcameracrla.com



PRIX DU LIVRE PARIS PHOTO FONDATION APERTURE

Trois prix ont été attribués au cours de Paris Photo. Le prix «Premier Livre» revient à *Hidden Islam* de Nicoló Degiorgis, qui remporte 10 000\$. Le «Livre de l'année» récompense *Imaginary Club* d'Oliver Sieber et, avec une mention spéciale, Vytautas V. Stanionis pour *Photographs for Documents*. Nouvelle catégorie en 2014, celle du Catalogue photographique de l'année, qui consacre le travail de Christopher Williams: *The Production Line of Happiness* et *Printed in Germany*. Après Paris Photo, l'exposition sera présentée à la galerie Aperture à New York du 13 déc. au 29 janv. 2015, à Tokyo du 9 déc. au 18 janvier 2015, à Melbourne en février et à Los Angeles en avril 2014.

www.parisphoto.com



PRIX SCAM ROGER PIC, ANNE REARICK

De son immersion menée durant dix ans dans les townships du Cap, la photojournaliste Anne Rearick (agence VU') a retenu l'espoir au milieu de la pauvreté, de la violence et du racisme. Son portfolio *Afrique du Sud - Chroniques d'un township* remporte le Prix Scam Roger Pic 2014. Une série qui a su séduire Philippe Rochot, président du jury. «Elle sait dépasser la violence que nous guettons, que nous attendons, et nous conduire à la tendresse», souligne-t-il. *Hôtel Président* de Laurent Weyl (Collectif Argos) et *Quand le ciel est bleu* de Thomas Van Houtryve (Agence VII Photo) ont aussi été remarqués par le jury. Exposition jusqu'au 15 mars 2014. Scam, 5, avenue Vélasquez, Paris 8^e.

www.scam.fr



sélectionne des accessoires en lien avec le reportage présenté. Premier artiste invité, Lionel Macor a suivi six mois un groupe de jeunes filles de quartiers difficiles. Au milieu des vêtements street wear&vintage, l'ambiance sonore est assurée par la playlist et les conversations des filles photographiées. Du 5 décembre 2014 au 4 janvier 2015. Mayday Mayday Mayday, 56, rue Notre-Dame-de-Nazareth, Paris 3^e. www.maydaymaydaymayday.fr

MAYDAY MAYDAY MAYDAY

C'est LA galerie photo nouvelle génération, un concept-store voué à changer d'adresse tous les trois mois. Pour chaque série exposée, la galerie

EN BREF

RAPHAËL DALLAPORTA, LAURÉAT DU CONCOURS DE LA GROTTE CHAUVE

Pour sa 1^{re} édition en partenariat avec Photo, le concours de la grotte ornée du Pont-d'Arc, dite Grotte Chauvet, a reçu près de 70 candidatures. Parmi tous ces projets, le jury présidé par Yann Arthus-Bertrand a choisi le photographe français Raphaël Dallaporta, qui réalisera son projet à l'hiver 2015.

www.assolagrotte.org

L'AFP SOUTIENT UNE ÉCOLE DE PHOTOJOURNALISME À RIO

L'AFP s'associe à la «Casa Geração da Cidade de Deus», école de photojournalisme inaugurée le 20 novembre à Rio. Gratuite, elle ouvre ses portes à 30 jeunes de 12 à 18 ans de la favela Cité de Dieu. Grâce aux cours de prises de vue et d'édition donnés par l'association ModaFusion et le responsable photo de l'AFP Brésil, Christophe Simon, ils couvriront les préparatifs des JO de 2016.

«RIEN À VOIR» SUR ARTE

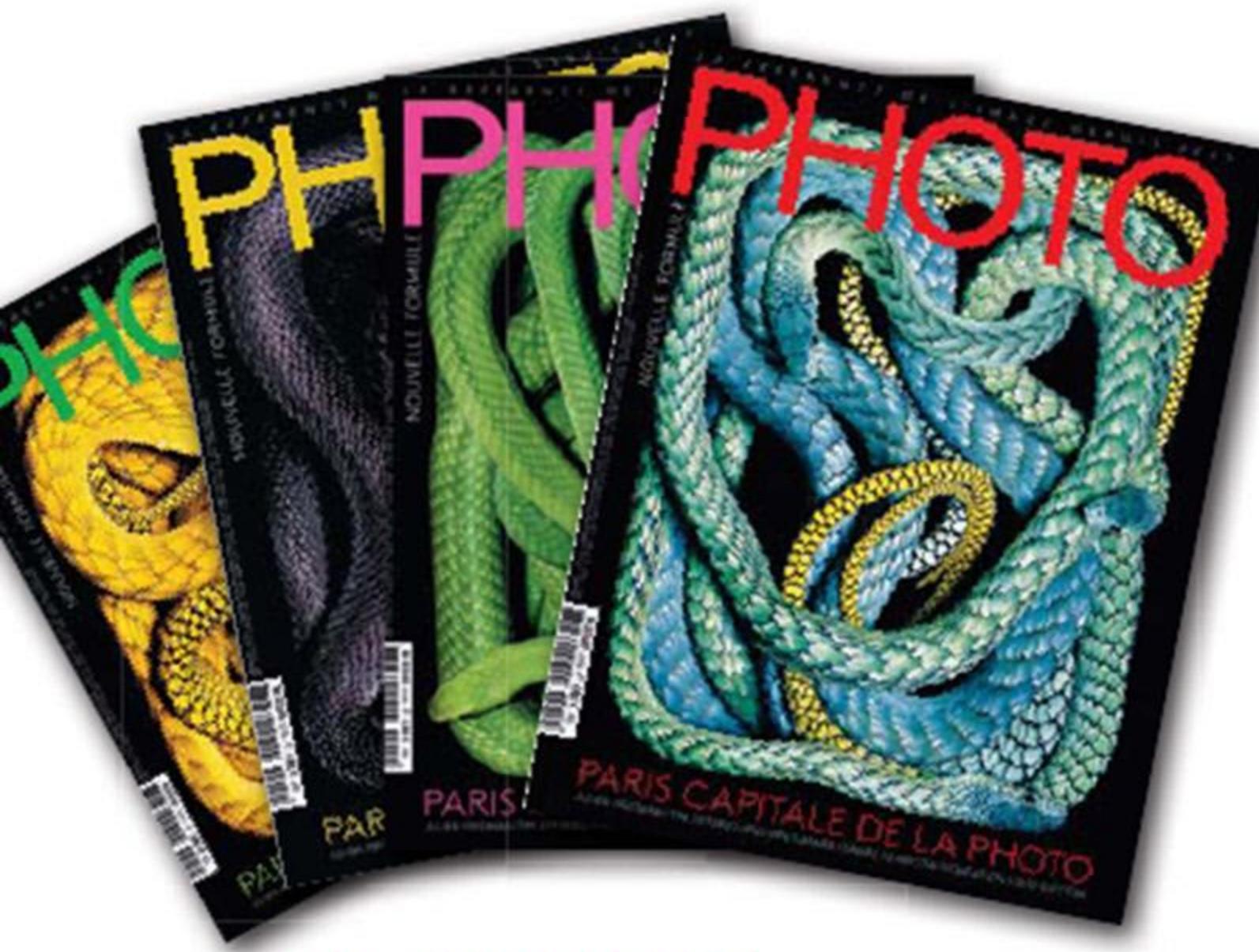
À l'occasion du mois de la Photo, «Rien à voir» revient sur Arte Radio. Douze photographes racontent en deux minutes la fois où ils n'ont pas déclenché. L'occasion de se suspendre aux paroles de Françoise Huguier, Roger Ballen, Sabine Weiss, Jane Evelyn Atwood, Anders Petersen... Sur les ondes ou en podcast.

www.arteradio.com

PRIX DE L'IMPACT FIGRA- AMNESTY INTERNATIONAL

Quel impact a eu telle ou telle œuvre audiovisuelle? C'est la réponse que cherche le prix de l'Impact, qui récompense un film qui a entraîné des changements sur la situation évoquée en révélant les violations des droits humains. Le prix est ouvert à toute personne majeure, avant le 10 janvier 2015.

www.amnesty.fr



UN ABOUNEMENT À PHOTO

La nouvelle année arrive ? Le moment de s'abonner à *Photo* nouvelle formule grâce à des offres vraiment exceptionnelles. Un an, 10 numéros à 33€ ou, encore mieux, sur deux ans, 20 numéros pour 55€ (soit plus de 50% de réduction). Bulletin d'abonnement p. 114.

UN DÉCLENCHEUR AUTOMATIQUE

Adapté à tout type d'appareils iOS, ce déclencheur automatique au look rétro vous permettra de réaliser des autoportraits sans vous tordre le bras ! Déclencheur automatique rétro Gizmon, 21,90€. www.ideecadeau.fr



RÊVEZ PHOTO

Pour ceux qui aiment les appareils photo jusqu'à en rêver : un coussin original en forme d'argentique ! En coton, entièrement réalisé à la main dans le quartier de Brooklyn, à New York. Speed Graphic Pillow, \$65. <http://store.icp.org>



LE NUMÉRIQUE SANS ÉCRAN

Ce boîtier en acier inoxydable, minimaliste à l'extrême, est dépouillé d'écran arrière et de menu. Concentrez-vous donc sur les réglages accessibles: vitesse, ouverture et sensibilité. C'est avec plaisir que les nostalgiques de l'argentique sentiront ce petit frisson leur parcourir le dos lorsqu'ils découvriront leurs DNG. M60 en kit avec un Summilux-M 35 mm f/1,4 ASPH, 15000€. fr.leica-camera.com



APERTURE, L'EAU DE PARFUM

Ulrich Lang New York Fragrances crée un jus insolite en collaboration avec Aperture, une fondation à but non lucratif fondée en 1952 qui soutient le travail de nombreux photographes. Le packaging est signé de la jeune artiste Olivia Bee. Une partie des bénéfices des ventes sera reversée à la fondation Aperture. Aperture, 100 ml, édition limitée, 125€. www.colette.fr

PELLI-CUL-LE INSOLITE

Un cadeau insolite pour les amateurs de photographie argentique ! Ce distributeur de papier WC en forme de pellicule photo changera la déco de vos toilettes ! Distributeur de papier ClicClac, 12,90€. www.lachaiselongue.fr



PHOTO DE NUIT

Novembre est LE mois 100% photo. Paris Photo, Mois de la Photo, salon de la photo, ou lancement du calendrier Pirelli à Milan... Les rendez-vous sont tous immanquables. Photo vous entraîne dans les coulisses des événements internationaux et des soirées ultra-privées.

Par CYRIELLE GENDRON

CHEZ CASTEL

Pour fêter sa nouvelle formule, *Photo* invitait le monde de la photo le 13 novembre dernier au bar de nuit Chez Castel. Dans la nouvelle décoration à l'honneur de *Photo* du célèbre bar-restaurant-discothèque, artistes, galeristes et journalistes ont répondu présent autour du dernier numéro et de l'équipe du magazine.



01 - Tim Jefferies de la Hamiltons Gallery entouré par les nouveaux éditeurs de Photo, David Swaelens-Kane et Lady Monika Bacardi.



02 - Edouard Pascaud de De Grisogono et deux invités.

03 - Thomas Marko de Thomas Marko & Associés, Luc Le Vaillant de Libération et Agnès Grégoire de Photo.

04 - Stéphane Manara, directeur de Leica Europe,

Eric Colmet Daâge de Photo et Xavier Moreau, ex agent d'Helmut Newton.

05 - Le photographe Ali Mahdavi et son ami Guillaume Thomas.

06 - Cyrielle Gendron, Scander Bouajila et Marine Caignart de Photo.

07 - Gilles Mansard, président de De Grisogono France et trois amies.

08 - Monsieur et Madame Swaelens-Kane.



À ART BASEL, MIAMI

De l'autre côté de l'Atlantique, *Photo* lançait le shooting de sa couverture en plein cœur de la foire Art Basel Miami. Lady Monika Bacardi et David Swaelens-Kane ont créé la rencontre de la top Nina Agdal et des photographes Markus&Koala.



CHEZ DANIEL TEMPLON

Alors que Paris Photo battait son plein au Grand Palais, le galeriste Daniel Templon a convié à son domicile tapissé de tirages des invités de prestige. Aperçus dans la grâce de l'instant, le duo Pierre&Gilles ou encore David LaChapelle...

Sur ces images: Lady Monika Bacardi, David LaChapelle, Eric Colmet Daâge, Daphne Guiness, Pierre&Gilles, Olga Sviblova, David Swaelens-Kane et Daniel Templon.

LA BIBLIOTHEQUE IDEALE

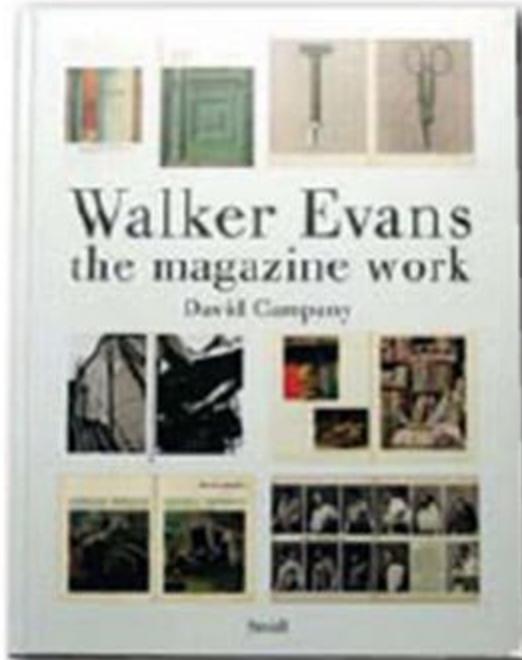
Chaque mois, les meilleures librairies du monde nous confient leurs coups de cœur photo !



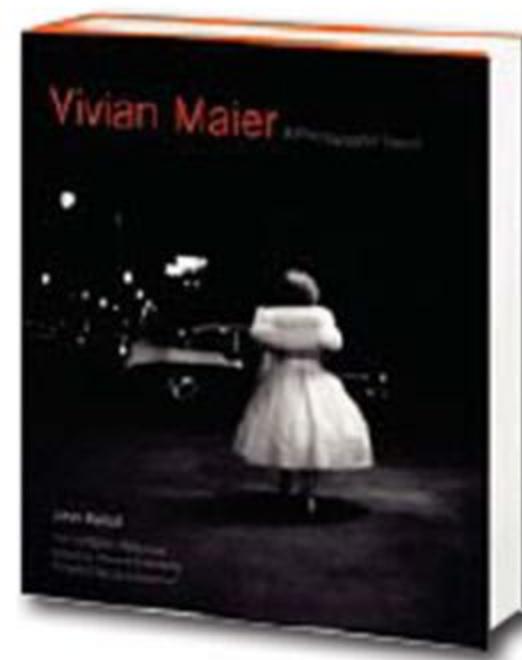
LA SÉLECTION DE BOOK SOUP / LOS ANGELES

Book Soup, c'est LA librairie de West Hollywood à Los Angeles. Fondée en 1975, elle compte près de 60 000 titres spécialisés dans l'art, le cinéma, la photographie, la musique... Sherri Gallentine, acheteuse de livres pour Book Soup, nous dévoile sa sélection.

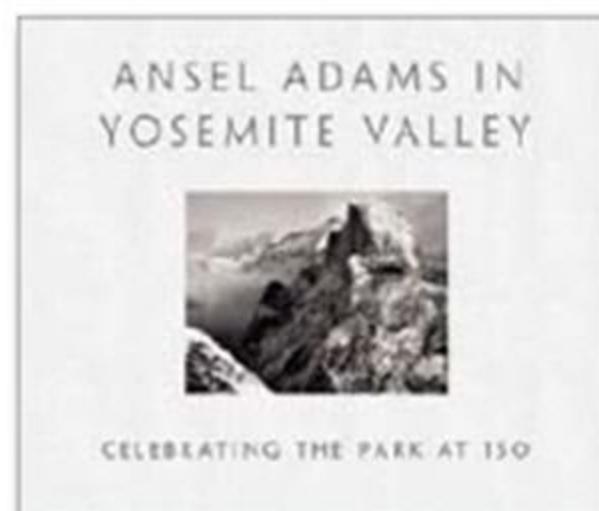
Book Soup, 8818 Sunset Boulevard, Los Angeles, États-Unis. www.booksoup.com



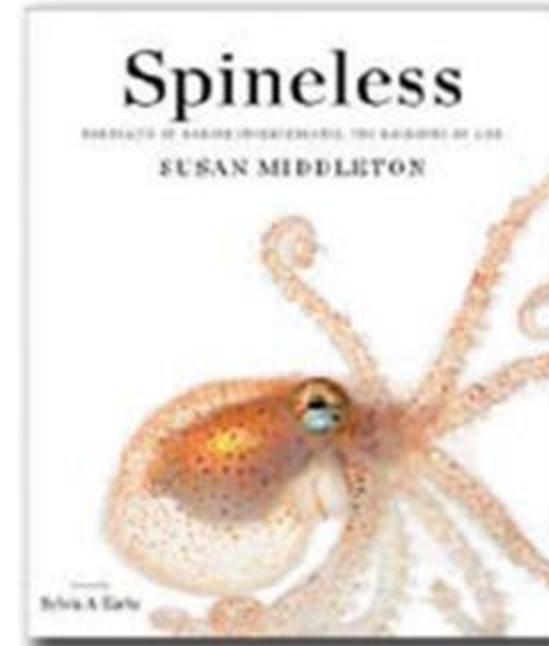
Walker Evans : The Magazine Work de David Campany.
Le travail d'Evans est connu de beaucoup, mais certaines des photos de cette collection sont issues de petites publications et n'ont pour la plupart jamais été vues.
Éditions Steidl, 224 p., 48€.



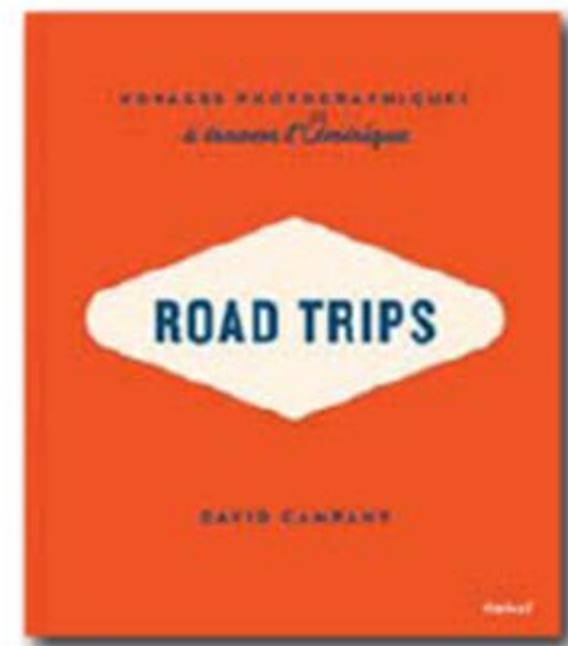
Vivian Maier : A Photographer Found de John Maloof.
Cette monographie contient de nombreuses photos encore inédites de Maier, une photographe américaine emblématique de la Street Photography.
Textes de Marvin Heiferman, préface de Laura Lippman, édité par Howard Greenberg, 288 p., \$90.



Ansel Adams in Yosemite Valley: Celebrating the Park at 150 de Peter Galassi.
Les images de Yosemite Valley par Adams sont certaines des meilleures de sa carrière. Tout simplement magnifique.
Éditions Little Browns, 224 p., \$100.



Spineless : Portraits of Marine Invertebrates de Susan Middleton
Les invertébrés marins n'ont jamais été aussi captivants qu'ils le sont à travers l'objectif de Middleton.
Magnifique !
Préface de Sylvia A. Earle, édité par Abrams Books, 256 p., \$50.



Road Trips, Voyages photographiques à travers l'Amérique de David Campany.
C'est un livre spectaculaire retraçant l'aventure américaine.
Éditions Textuel, traduction Brice Mathieusent, 336 p., 69€. Version anglaise aux éditions Aperture, \$65.

filigranes LIBRAIRIE 365 → 365

LA SÉLECTION DE FILIGRANES / BRUXELLES

C'est l'une des plus grandes librairies bruxelloises, Filigranes, fondée en 1984, propose plus de 180 000 ouvrages sur 2 600 m² dédiés à l'art et à la culture.
Elle est depuis 2013, fournisseur breveté de la Cour Royale de Belgique. Laurent Debrue et David Le Simple nous ont confié leur sélection.

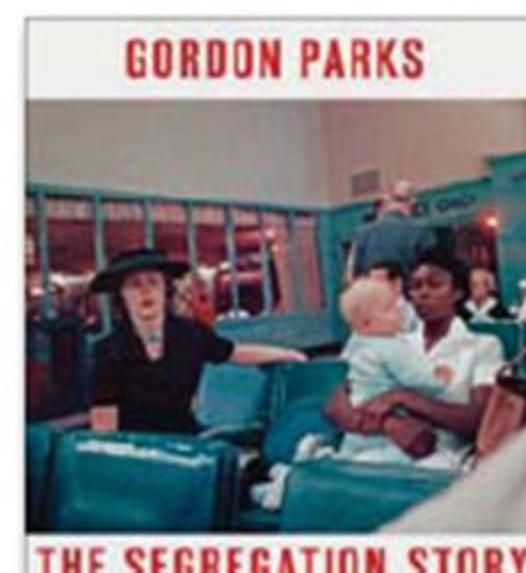
Filigranes, Avenue des Arts, 39-42, Bruxelles, Belgique. www.filigranes.be



Tokyo景, Issei Suda.
Un portrait de Tokyo dans les années 70 et 80 par un amoureux de la ville, de sa multitude et de sa mélancolie, un Tokyo disparu qui contient en germes la folie du Japon moderne. Un ouvrage somptueux et soigné comme Nazraeli en a coutume.
Nazraeli press, 116 pages, 108,57 €.



« Nous autres »
de Frédéric Lefever.
A l'occasion d'une mission photographique qui lui fut confiée par le BPS22, centre d'art contemporain de Charleroi, ce photographe carolorégien dresse une typologie de la Wallonie à travers ses constructions architecturales, bâtiments "sans importance mais (...) qui signent une vie, un désir".
BPS22 éditions, 165 p., 20€.



« The Segregation Story »
de Gordon Parks.
La Fondation Gordon Parks rend enfin publiques certaines photos de la série « Restraints : open and hidden » de 1956, qui suit la vie d'une famille africaine dans le Sud divisé des Etats-unis. Ce reportage garde aujourd'hui un aspect douloureusement actuel et poignant.
Éditions Steidl, 120 p., 35€.



« Small things in silence »
de Yamamoto Masao.
Photographe du souvenir et de l'inframince, Yamamoto Masao poursuit depuis 20 ans sa "route bleue", parsemée d'objets à la poésie discrète, de paysages oniriques, de nus et de natures mortes mêlés dans une poésie toute japonaise.
RM Verlag, texte de Jacobo Siruela, 144 pages, 54€.



« Photographies 1981/2014 »
de Eric Poitevin.
La première monographie conséquente consacrée à Eric Poitevin permet de prendre conscience de l'étendue de son champ artistique, balançant entre photographie naturaliste, histoire de la peinture, mise en scène et pratique documentaire.
Toluca éditions, 432 p., 49€.

colette

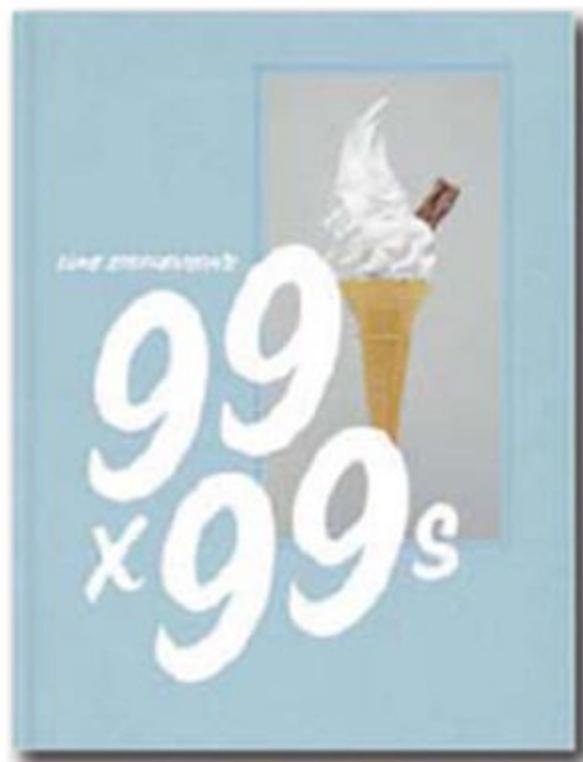
LA SÉLECTION
DE COLETTE / PARIS

Le concept store Colette est le lieu des dernières tendances à Paris. Mode, design, musique, technologie, édition et photo, la boutique propose régulièrement des expositions et signatures. Guillaume Salmon nous présente sa sélection.

Colette, 213 Rue Saint-Honoré, Paris 1er. www.colette.fr



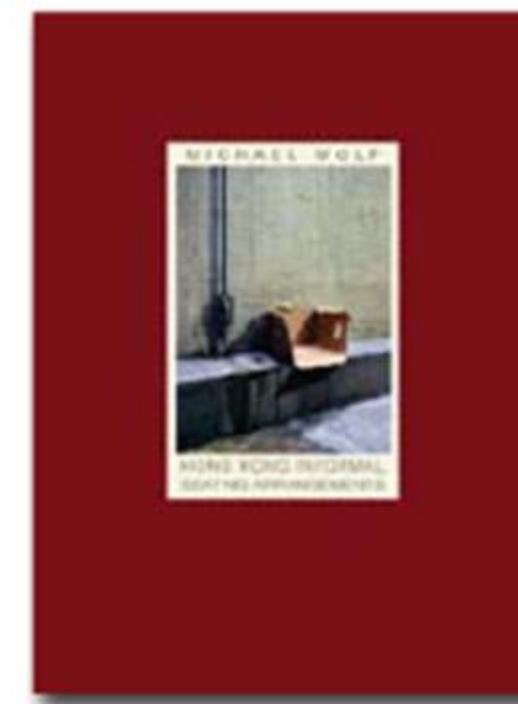
Record 24 de
Daido Moriyama,
Akio Nagasawa Publishing, 176 pages, 27,65€.



99x99s de Luke Stephenson,
Stephenson Publishing,
224 pages, 45€.



The Rolling Stones, édité
par Reuel Golden, Taschen,
522 pages, 99,99€.



Hong Kong Informal Seating
Arrangements de
Michael Wolf.
Peperoni Books, 80 p., 30€.



Bad Weather de Martin Parr,
textes de Thomas Weski,
Peter Turner, Jeffrey Ladd,
éd. Errata, 96 p., \$39,95.



BOURSE PRO

BOURSE PROFESSIONNELLE DE LA PHOTO DE MER

Appel à projet destiné aux professionnels

Thème : la mer
Dotation : 8000 €

Date limite de participation : 1^{er} février 2015
Inscription : www.photodemer.fr



GAGNEZ VOTRE DVD À LA RECHERCHE DE VIVIAN MAIER

À la recherche de Vivian Maier sort en DVD. Après avoir fait près de 85 000 entrées en salle, le documentaire de John Maloof et Charlie Siskel sort accompagné de bonus (un entretien avec Charlie Siskel, réalisateur du film, et 12 minutes de films en Super 8 de Vivian Maier) aux éditions Blaq Out. Photo et Blaq Out vous font gagner 10 DVD. Les gagnants seront tirés au sort parmi les bonnes réponses aux questions suivantes :

1 - En quel mois Photo a-t-il sorti sa nouvelle formule ?

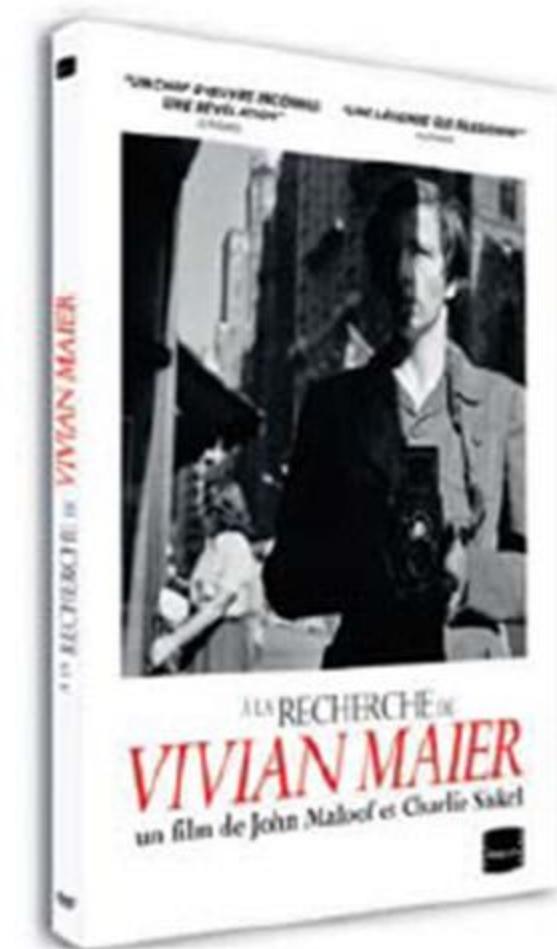
- A- Juin.
- B- Septembre.
- C- Novembre.

2- Quel métier exerçait Vivian Maier ?

- A- Nurse.
- B- Photographe.
- C- Alpiniste.

3- Quel autre DVD sort chez Blaq Out ?

- A- Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?
- B- Transformers.
- C- P'tit Quinquin.



Réponse avec vos coordonnées (adresse postale et tél.) avant le 31 janvier 2015 à minuit, uniquement par e-mail à photo@photo.fr (objet : Concours Vivian Maier) ou sur la page Facebook « Photo Officiel ». Les noms des gagnants seront annoncés dans le magazine Photo n°515 de mars 2015.

À la recherche de Vivian Maier, 84 minutes, éd. Blaq Out, 20 €.

<http://bit.ly/1BREamO>

LIVRES

Anthologie, reportage ou album engagé, la sélection du mois

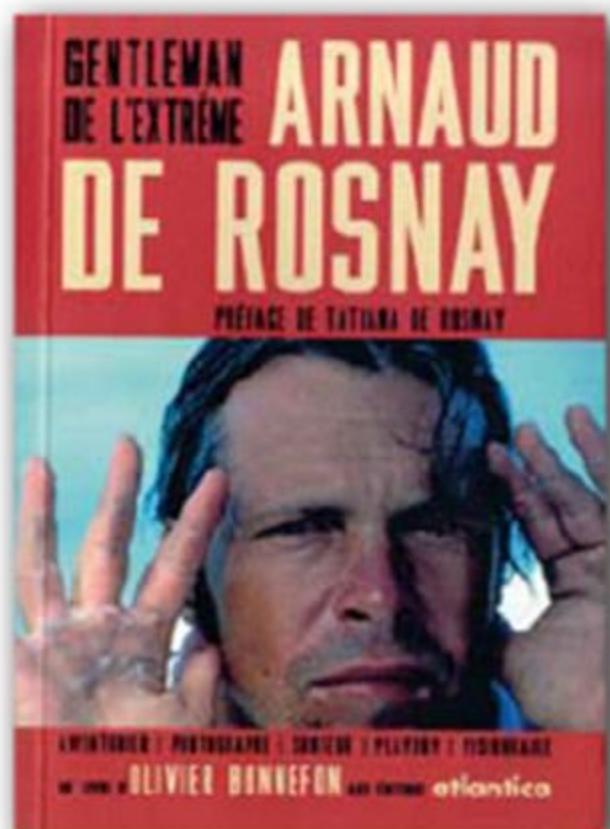
Textes de ÉMILIE BAUDIN ET CYRIELLE GENDRON



BERLIN PAR RAYMOND DEPARDON

Raymond Depardon célèbre les 25 ans de la chute du mur de Berlin. Présent avant, pendant et après les événements de 1989, le photojournaliste revient de manière chronologique sur l'histoire allemande jusqu'en 2014. À travers ses portraits de Berlinois, la reconstruction prend un nouveau visage, appuyé par les textes du photographe.

Une version en anglais est publiée par les éditions Steidl. *Berlin, fragments d'une histoire allemande*, Raymond Depardon, éd. du Seuil, 288 p., 48€.

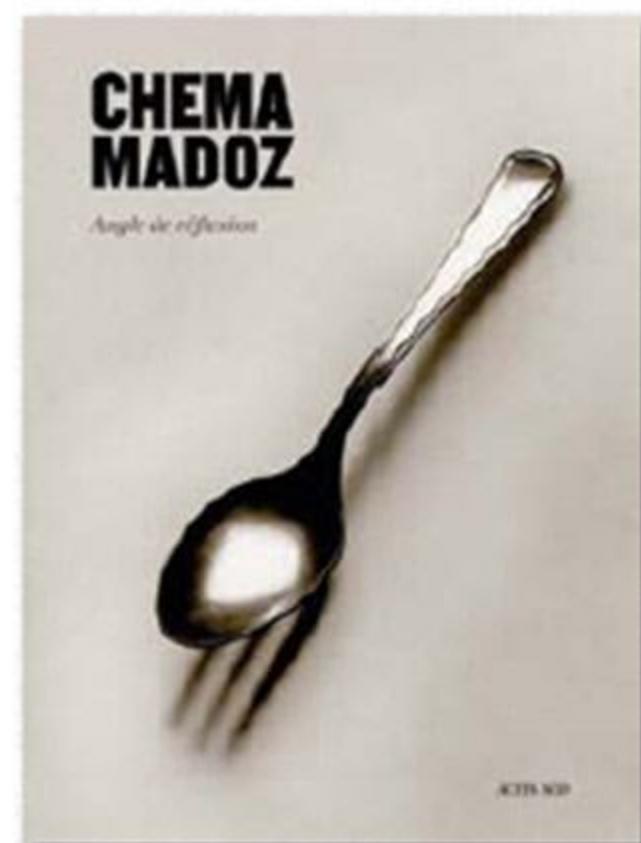


ARNAUD DE ROSNAY, AVENTURIER ET DANDY

Trente ans après la disparition en planche à voile en mer de Chine d'Arnaud de Rosnay, Olivier Bonnefon narre la vie de cet aventurier mondain, surfer et photographe pour *Vogue* dans les années 60.

Un roman d'aventures à la tonalité dramatique.

Arnaud de Rosnay, gentleman de l'extrême, Olivier Bonnefon, préface de Tatiana de Rosnay, 456 p., éd. Atlantica, 22€.



CHEMA MADOZ POETIQUE VISION

L'œuvre de Chema Madoz bouscule les codes. Proche du surréalisme, il met en scène les objets sortis de son imagination.

La pipe-flûte, le cactus-barbelés... Chacune de ses images trouble notre perception. Un beau livre baigné de poésie. *Angle de réflexion*, Chema Madoz, textes de D. Michals, C. Caujolle, E. de Diego, O.M. de Rubio et A. Anaut, éd. Actes Sud, 458 p., 65€.



LES PHOTOGRAPHES EN CAPITALE

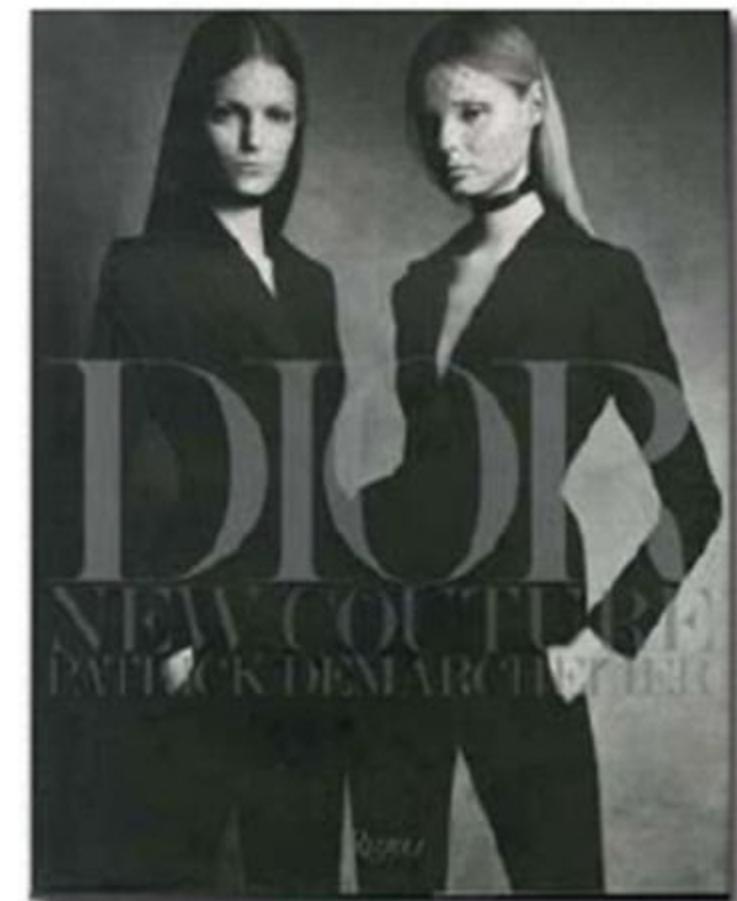
Le recueil offre 270 clichés qui magnifient Paris de 1932 à ce jour. Signés de 46 photojournalistes de l'agence Magnum Photos, parmi lesquels Cartier-Bresson et Pinkhassov. L'exposition *Paris Magnum, la retrospective* s'installe à l'Hôtel de Ville jusqu'au 28 mars 2015. Paris révélé, Paris magnifié, mais surtout Paris Magnum! *Paris Magnum, la capitale par les plus grands photoreporters*, éd. Flammarion, 304 p., 45€.



PAOLO VERZONE JEUNESSE MILITAIRE

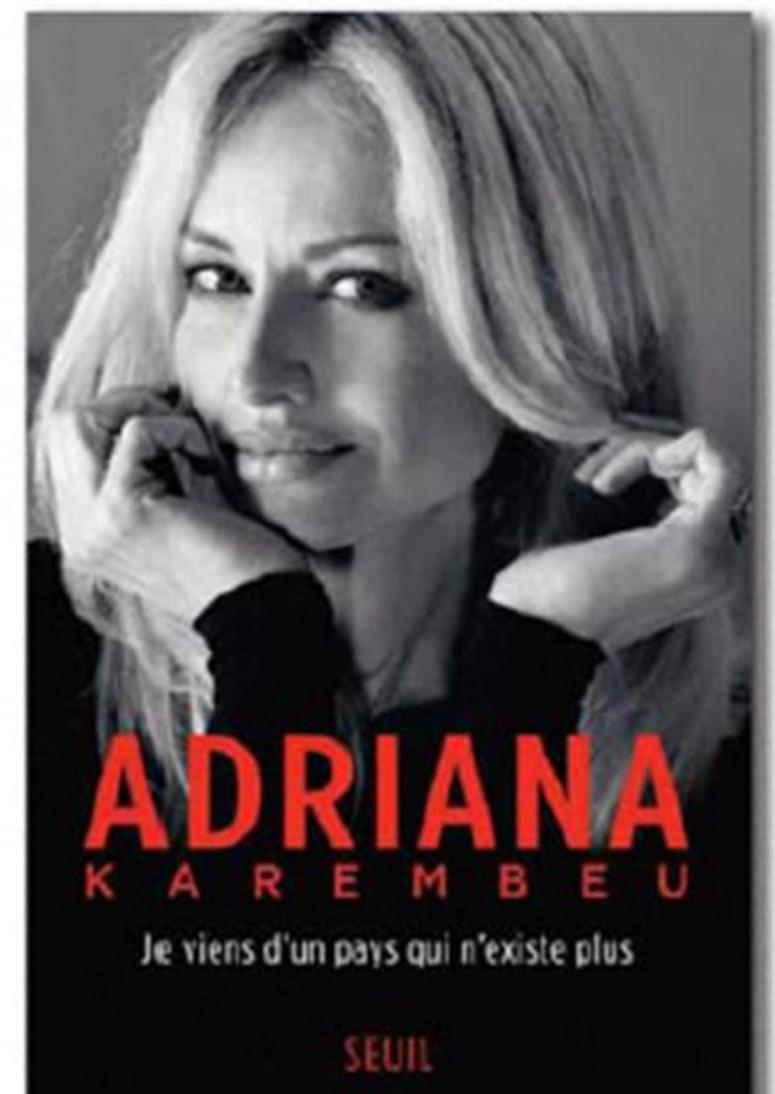
Les images de Paolo Verzone ont été prises entre 2009 et 2013, dans plus de 20 académies militaires d'Europe. Le photographe qui est allé à la rencontre de cadets, âgés de 18 à 25 ans, nous transmet leur désir d'identité européenne. Ces clichés sont exposés au Musée de l'Armée jusqu'au 22 janvier 2015.

Cadets, au cœur des académies militaires, Paolo Verzone, texte de Catherine Sauvat, 216 p., éd. de La Martinière, 42€.



DEMARCHELIER J'ADORE!

Après *Dior Couture*, voici le second volume signé Patrick Demarchelier. Dans *Dior: New Couture*, le photographe met en scène les modèles créés depuis 1947, des robes dessinées par Dior lui-même aux dernières créations de Raf Simons. *Dior: New Couture*, Patrick Demarchelier, textes de Cathy Horyn, 240 p., éd. Rizzoli, 100€.



HISTOIRE D'UNE TOP

Le récit autobiographique d'Adriana Karembeu nous fait découvrir ses origines et sa culture. La top-model slovaque évoque avec émotion sa jeunesse en Tchécoslovaquie. Elle y rend hommage à ceux qui ont marqué sa carrière: les photographes Fabien Baron et Steven Meisel, ou bien encore *Photo* qui a de nombreuses fois croisé sa route... *Je viens d'un pays qui n'existe plus*, Adriana Karembeu et Patrick Mahé, 238 p., éd. du Seuil, 18€.



LES FENETRES DE GAIL ALBERT HALABAN

Gail Albert Halaban met ici en lumière la tension intérieur-extérieur signifiée par la fenêtre. Ses photographies nous révèlent le quotidien des Parisiens saisis dans leur appartement. Une exposition se tiendra en février 2015 à la galerie Esther Woerdhoff.

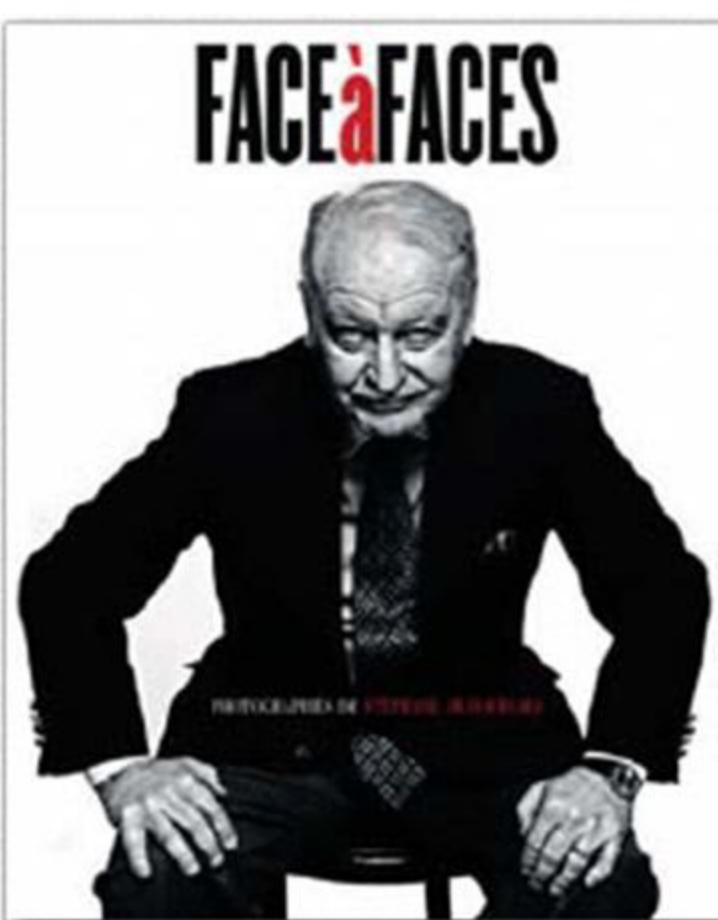
Vis à vis, Gail Albert Halaban, introduction de Cathy Rémy, préface de Christian Caujolle, 128 p., éd. de La Martinière, 55€.



CHARLIE CHAPLIN, L'ALBUM KEYSTONE

Pour les cent ans de Charlot, l'album Keystone est publié dans son intégralité. Réalisé dans sa version originale par H.D. Waley, il réunit les 794 photogrammes de 29 des 36 courts-métrages dans lesquels Charlie Chaplin a joué en 1914. Le journaliste Glenn Mitchell, Carole Sandrin et Sam Stourdzé reviennent sur la genèse de l'album et la naissance du personnage de Charlot.

Charlie Chaplin, l'album Keystone, l'invention de Charlot, textes de Glenn Mitchell, Carole Sandrin, Sam Stourdzé, 112 p., éd. Xavier Barral en coéd. avec le Musée de l'Élysée, 100€.



DANS L'OEIL DE STEPHANE DE BOURGIES

Stéphane de Bourgies est portraitiste depuis trente ans. Une pléiade de personnalités aux parcours variés défile dans son studio parisien. Acteurs, chefs cuisiniers, chanteurs, ils ont fait l'expérience du face à face avec le photographe. En résulte un recueil de portraits N&B aux mises en scène subtiles, qui instaure une relation complice avec le lecteur.

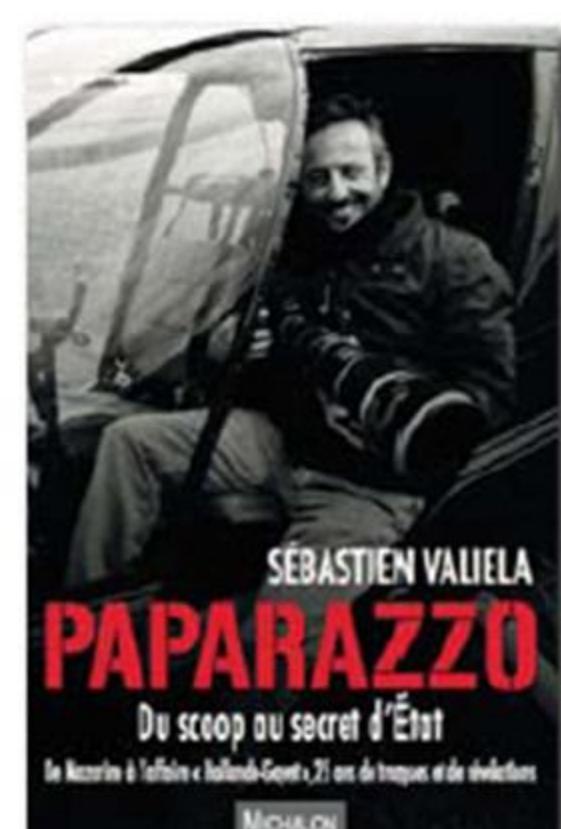
Face à faces, Stéphane de Bourgies, 96 p., éd. CDP, 50€.



LES INTROUVABLES DE STEPHANE REMAEL

Chaque année, des centaines de milliers de Japonais disparaissent sans laisser de traces. Intrigués par ce phénomène, Léna Mauger et Stéphane Remael ont enquêté sur ces hommes et ces femmes partis s'inventer une vie et devenus clandestins dans leur propre pays.

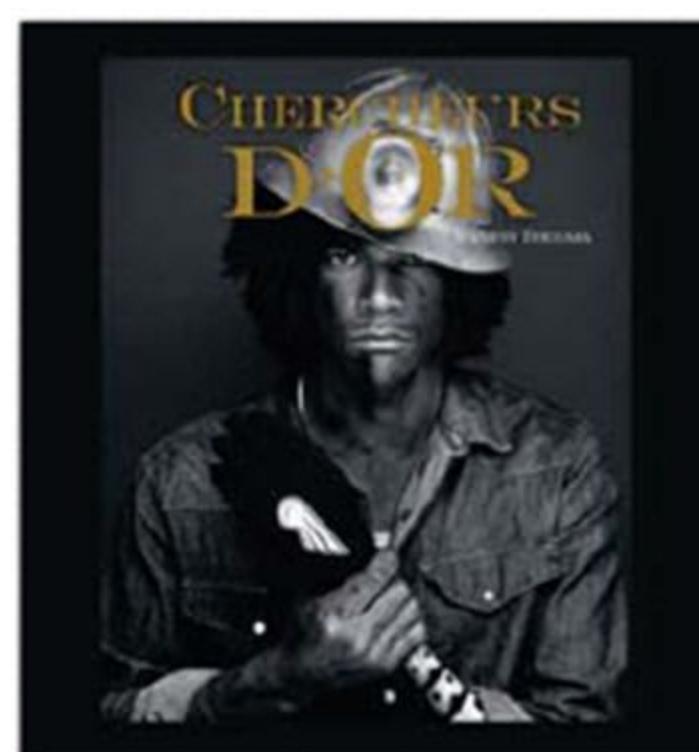
Les Évaporés du Japon, enquête sur le phénomène des disparitions volontaires, Léna Mauger et Stéphane Remael, éd. Les Arènes, 260 p., 20,90€.



SÉBASTIEN VALIELA, SCOOPS ET SECRETS

Connu depuis janvier 2014 pour son scoop Hollande-Gayet, Sébastien Valiela avait déjà à son actif une révélation d'État, celle de l'existence de la fille cachée de Mitterrand, Mazarine Pingeot, en 1994. Il revient ici sur sa carrière de chasseur de scoops.

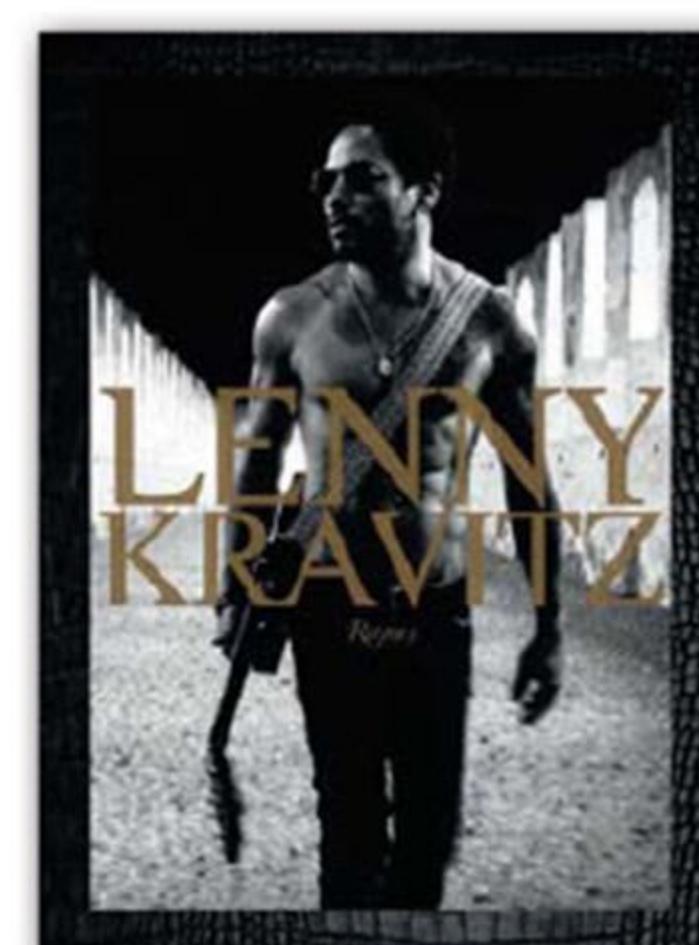
Paparazzo, du scoop au secret d'État, Sébastien Valiela, 192 p., éd. Michalon, 16€.



LE NOUVEL EXPLOIT DE MAMEDY DOUCARA

Ces chercheurs d'or ne sont pas communs... C'est après les médailles qu'ils courrent. Footballeurs, tennismen, nageurs, judokas, skieurs, basketteurs... Le champion de taekwondo et photographe Mamedy Doucara a fait jouer le rôle de chercheur d'or aux plus grands champions français. Ces 50 portraits de «mineurs», font se répondre dans leur quête de l'or la dureté du travail de mineur et la détermination du sportif.

Chercheurs d'Or, Mamedy Doucara, 120 p., éd. CDP, 35€.

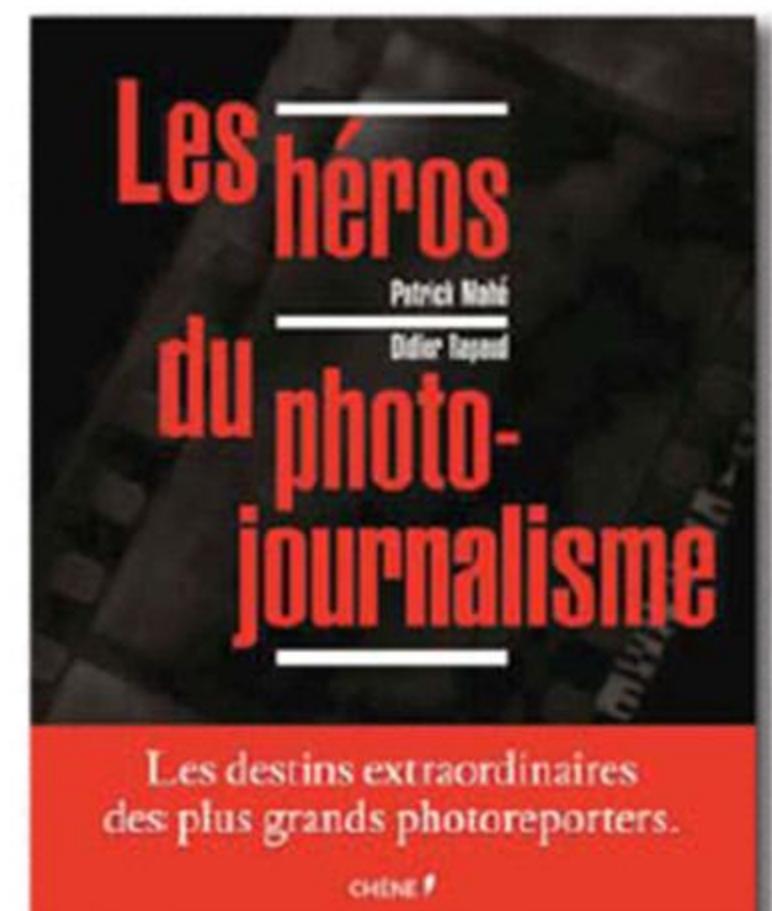


L'ALBUM PHOTO DE LENNY KRAVITZ

Célébration d'une des grandes étoiles du rock'n'roll américain, ce livre rassemble une collection de photos de Lenny Kravitz. On y découvre des images réalisées par Steven Meisel, Mark Seliger,

Patrick Demarchelier, Ellen von Unwerth...

Lenny Kravitz, textes de Lenny Kravitz, Anthony DeCurtis, Pharrell Williams et Marla Hamburg Kennedy, 228 p., éd. Rizzoli New York, US\$60.



TEMOINS AU PERIL DE LEUR VIE

De Robert Capa tombé en Indochine, à Rémi Ochlik, jeune Français mort en Syrie, des centaines de reporters ont couvert, au péril de leur vie, les grands événements mondiaux. Rédigé par deux anciens rédacteurs en chef de *Paris Match*, ce recueil rassemble les œuvres des plus grands, nous offrant un point de vue percutant sur l'Histoire.

Les héros du photojournalisme, Patrick Mahé et Didier Rapaud, préface de Jean-François Leroy, 207 p., éd. du Chêne, 35€.



CLAUDE GASSIAN TOUT EN MUSIQUE

Cinq livres de photographies rares ou inédites de Claude Gassian sortent en tirage limité pour fêter les 60 ans de la naissance de la Fnac. Chacun est voué à un artiste ou à un groupe: Alain Bashung, David Bowie, The Rolling Stones, Bob Marley et Depeche Mode. Collection Claude Gassian, 22x22 cm, 64 p., éd. limitée à 1200 exemplaires, 29€.

SALON DE LA PHOTO

Au pas, au trot, au galop... sur la route du succès!

Texte de CYRIELLE GENDRON



PHOTO VOIT LA VIE EN ROSE AU SALON DE LA PHOTO

Cette année encore, le Salon de la Photo a fait le plein de découvertes, d'expériences et de passion. Du 13 au 17 novembre 2014, l'espace Paris Expo-Porte de Versailles a vécu à l'heure de la photographie, au rythme des dernières sorties d'appareils, des conférences, des expositions et des animations des exposants. Durant ces cinq jours d'événements, *Photo* a accueilli des milliers de visiteurs sur son stand. Dans un décor onirique conçu par la société Onsit, autour du cheval en résine rose grandeur nature réalisé pour nous par Althom, le photographe Didier Bizo, équipé par Canon, Nikon, Fujifilm et Deuxième génération, a tiré le portrait des lecteurs qui ont répondu présents sur le stand éclairé par Broncolor, Profoto et Profoto. Notre photographe a reçu

le concours d'une équipe de choc composée de Nicolas Le Provost, Jeronimo Berg et Alexandre Tharreau, ainsi que des étudiants de l'école Icart Photo: Laure Chane-Tieng, Victoria Viennet, Amandine Desjardins et Thomas Grougi. Sur place, le duo Dada Epectase, poulain de *Photo* pour les Zooms 2014 et qui a inspiré l'univers absurde et décalé de notre stand, a exposé les tirages issus de

ses dernières séries et tirés par Central Dupon. Suite au shooting, les heureux sujets photographiés ont pu repartir avec leur séance photo enregistrée sur une clé USB 2.0 PNY, un calendrier réunissant les grandes couvertures de *Photo*, ainsi que leur portrait offert par Photoservice. *Photo* vous remercie pour votre belle fidélité et vous donne rendez-vous en novembre l'année prochaine!





DES FRINGUES DE PHOTOGRAPHES

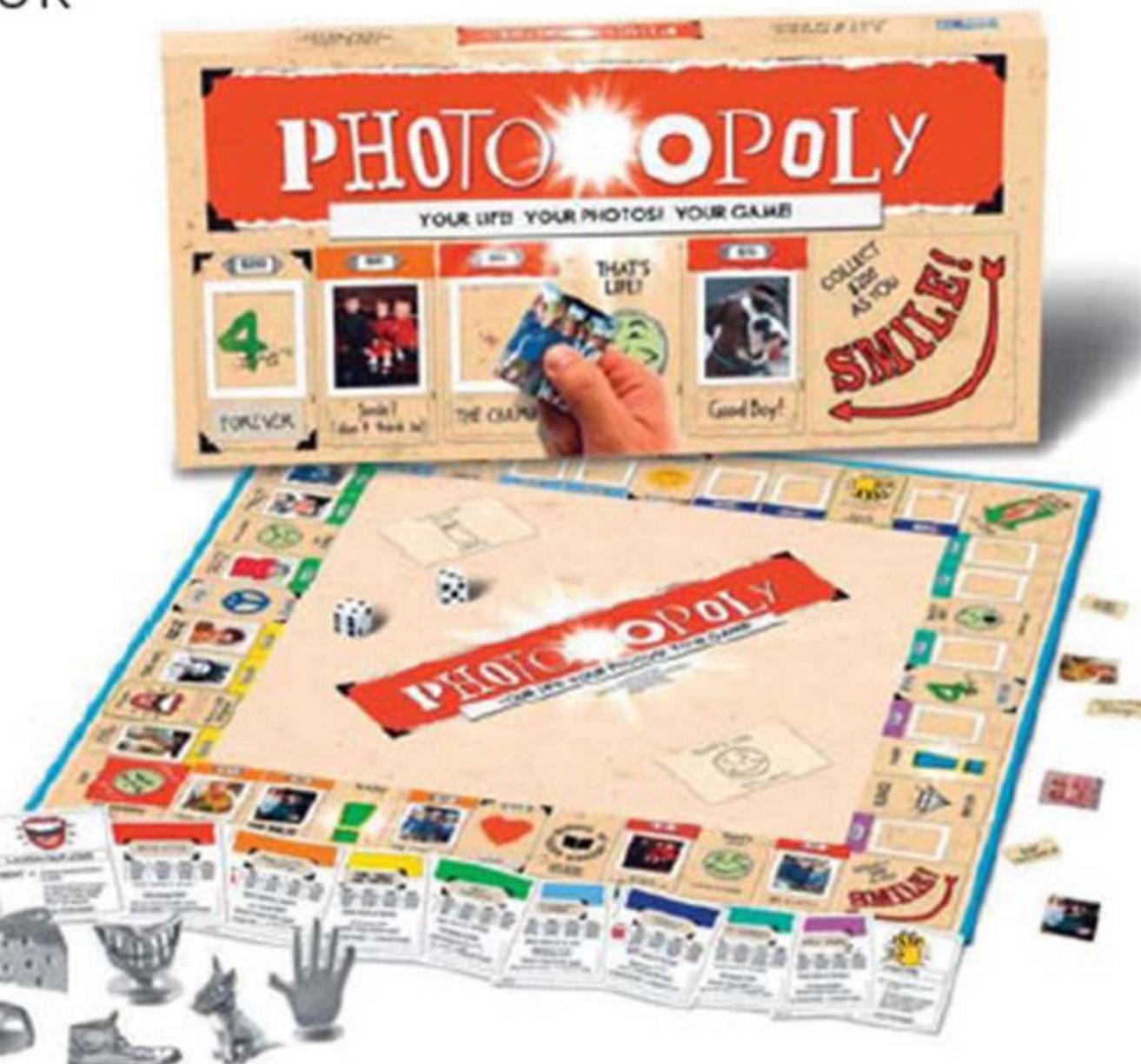
Le magazine photo en ligne COOPH lance une ligne de vêtements pour photographes. Pratiques, les sweats avec rangement d'objectifs, les poches pour caches dans les T-shirts et les bonnets, ou encore les essuie-lentilles cousus dans la chemise...

www.cooph.com

MA VIE EN MONOPOLY

Plus de Rue de la Paix, vous jouez avec vos propres photos ! Personnalisez votre plateau de jeu en imprimant vos photos d'anniversaires, de familles, ou d'amis... et créez un jeu unique sur le terrain de votre vie.

Photopoly, \$30.
www.photojojo.com



SILENCE PROFESSIONNEL

Un boîtier pro et silencieux puisque exempt de miroir. Avec un écran tactile, un capteur APS-C, et un autofocus sur 205 pts à corrélation de phase, vous aurez des images discrètement parfaites !

Samsung NX1, 1499€, boîtier nu.
www.samsung.com

UN PROJECTEUR NOMADE

Projeter depuis son téléphone ou sa tablette en instantané et en Wi-Fi ? C'est possible grâce à ce projecteur LED, léger et autonome durant 2 h. Pratique pour une séance photo improvisée.

Xsories X-Project Pro Wifi, 449,99€. www.xsories.com



BIZARRE, MAIS SANS ABERRATION

Le dernier né de la série DP à capteur APS-C de Sigma, avec son optique fixe équivalente à un 45mm, surprend par son look étonnant. Toujours équipé du capteur Foveon, il propose 19,6 « vrais » Mp. Sigma DP2 Quattro, 899€. www.sigmaphoto.fr



UN CASQUE DE RÉALITÉ VIRTUELLE

Samsung lance le Gear VR, un casque de réalité virtuelle qui utilise le Galaxy Note 4 comme écran. Grâce à son angle de vue de 96°, il donne une vision périphérique fascinante !

Samsung Gear VR, env. 200€.
www.samsung.com



Les mannequins sur Instagram

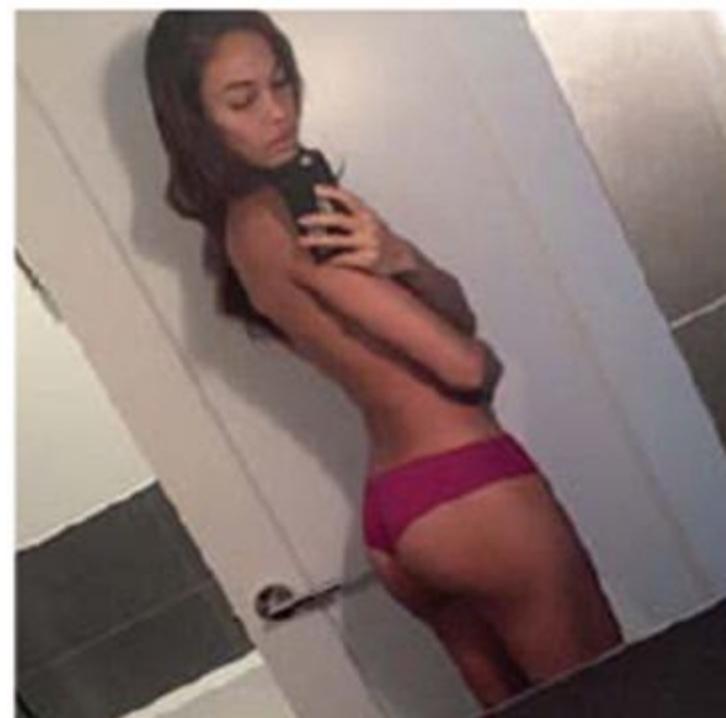
À la une des plus grands magazines, les tops s'affichent dans les rues du monde entier pour les plus grandes marques. Elles sont aussi de grandes fans d'Instagram où elles partagent leur vie de belles. Notre pêche du mois sur les comptes incontournables!

Textes de CYRIELLE GENDRON



@ANDREJAPEJIC

Depuis qu'elle a officialisé son changement de sexe en juillet, le top serbo-croate de 23 ans se cherche des sosies. Elle a apparemment trouvé sa jumelle parfaite en la Lettone Ginta Lapina. Saurez-vous les reconnaître?



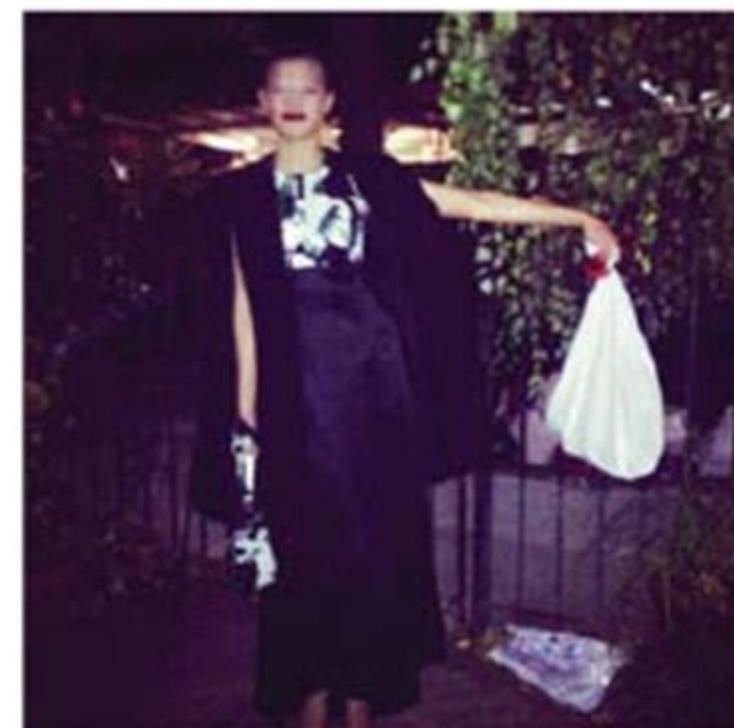
@JOANSMALLS

La Portoricaine Joan Smalls devance les pirates de photos volées en postant elle-même ses «selfies salle de bain». On lui pardonne, surtout quand il s'agit d'un essayage Victoria's Secret.



@CARADELEVINGNE

Le top la plus rock'n'roll du moment est un pur produit anglais, et se l'est même fait tatouer sous le pied. Avant d'immortaliser sous le second sa passion pour... le bacon. Cara, un produit? Elle dit oui!



@KARLIEKLOSS

Élue parmi les 9 «Instagirls» du magazine *Vogue*, l'Américaine de 22 ans a trouvé la plus glamour des manières de sortir les poubelles... En robe de soirée! Classe en toute circonstance.



@IAMNAOMICAMPBELL

Quand Naomi sort, elle est toujours bien accompagnée. Le 29 octobre dernier, elle a fêté, avec son amie Kate Moss, les 60 ans du photographe Mario Testino. Une soirée comme les autres sur la planète mode.



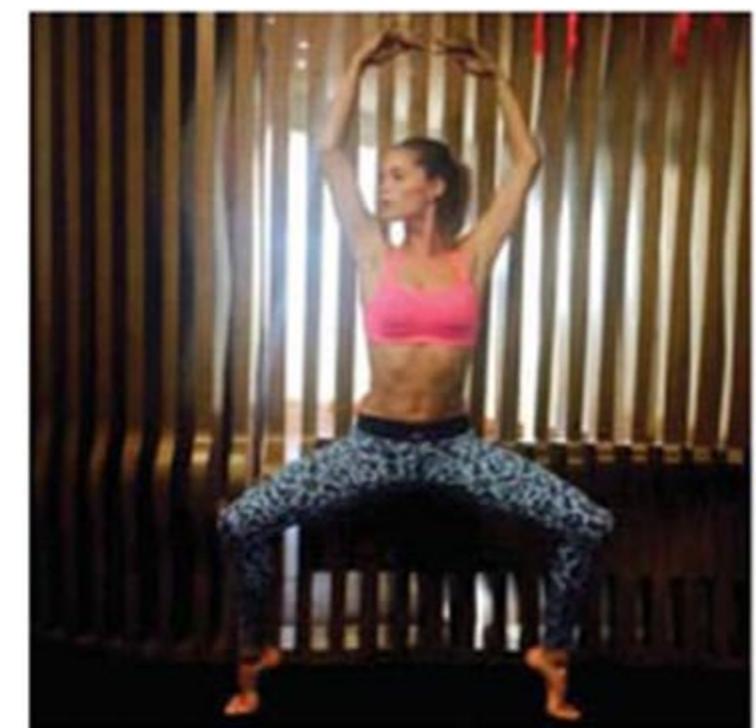
@LIUWENLW

Avoir son visage placardé sur les murs du métro parisien, pas si étonnant lorsqu'on s'appelle Liu Wen. Devant sa pub H&M, la jeune Chinoise n'a pourtant pas l'air de s'en lasser.



@GEORGIAMAYJAGGER

Glamour sur le shooting, mais complètement transformée en backstage, la fille Jagger, ambassadrice de Rimmel, a trouvé en son coiffeur Malcolm Edwards son meilleur allié pour décompresser.



@DOUTZEN

C'est l'une des modes d'Instagram et les modèles en usent et en abusent: le partage des séances de sport. Doutzen Kroes veut prouver au monde entier qu'elle se donne du mal pour défiler en lingerie Victoria's Secret.



@ADRIANALIMA

L'une est brune, brésilienne et mannequin international; l'autre blonde, allemande et photographe. Ensemble, elles font grimper la température dans les coulisses de leur dernier shooting pour *Vogue Brésil*.



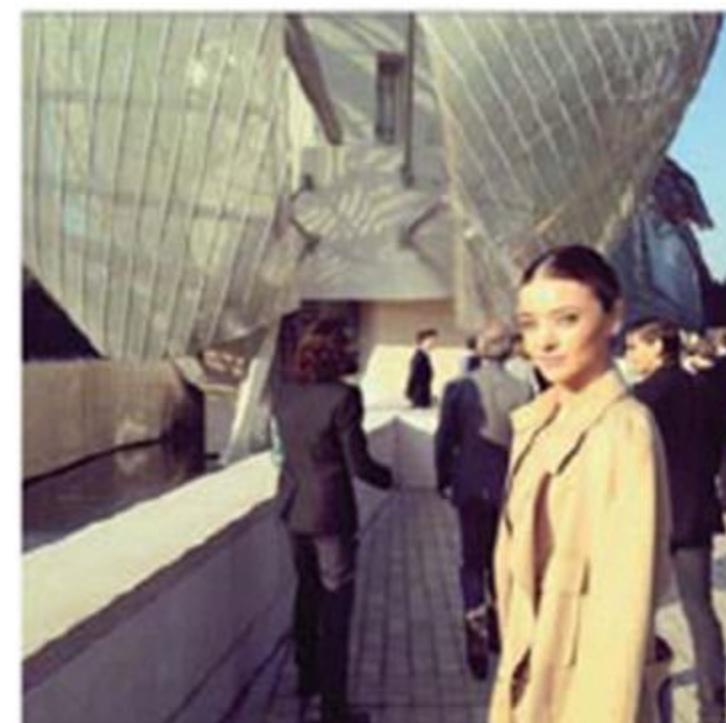
@NATASUPERNOVA

Un jour à Paris, le lendemain à Londres, New York, Los Angeles ou Moscou, la russe Natalia Vodianova ne s'arrête jamais. Alors par manque de temps... elle shoote ses pieds.



@ALESSANDRA
AMBROSIO

Même pour Halloween, un top doit rester glamour jusqu'au bout des ongles. Pas de doute pour la Brésilienne, métamorphosée en léopard des neiges. Sauvage!



@MIRANDAKERR

C'était l'événement du mois d'octobre, l'ouverture de la Fondation Louis Vuitton à Paris. Égérie de la marque, Miranda Kerr n'aurait manqué ça pour rien au monde!



@CLAUDIASCHIFFER

À quoi ressemble un top au réveil? Pour l'Unicef, Claudia Schiffer a osé le WakeUpCall, en soutien aux enfants syriens. Elle n'est pas la seule, puisqu'elle a nominé ses amis Eva Herzigova,

Mario Testino et Stefano Gabbana. Qui la suivra?



@GISELEOFFICIAL

La belle Gisele aime Paris, et Paris le lui rend bien. Le top le plus coté au monde a reçu de Karl Lagerfeld ce gigantesque bouquet en guise de déclaration. On dit merci qui?

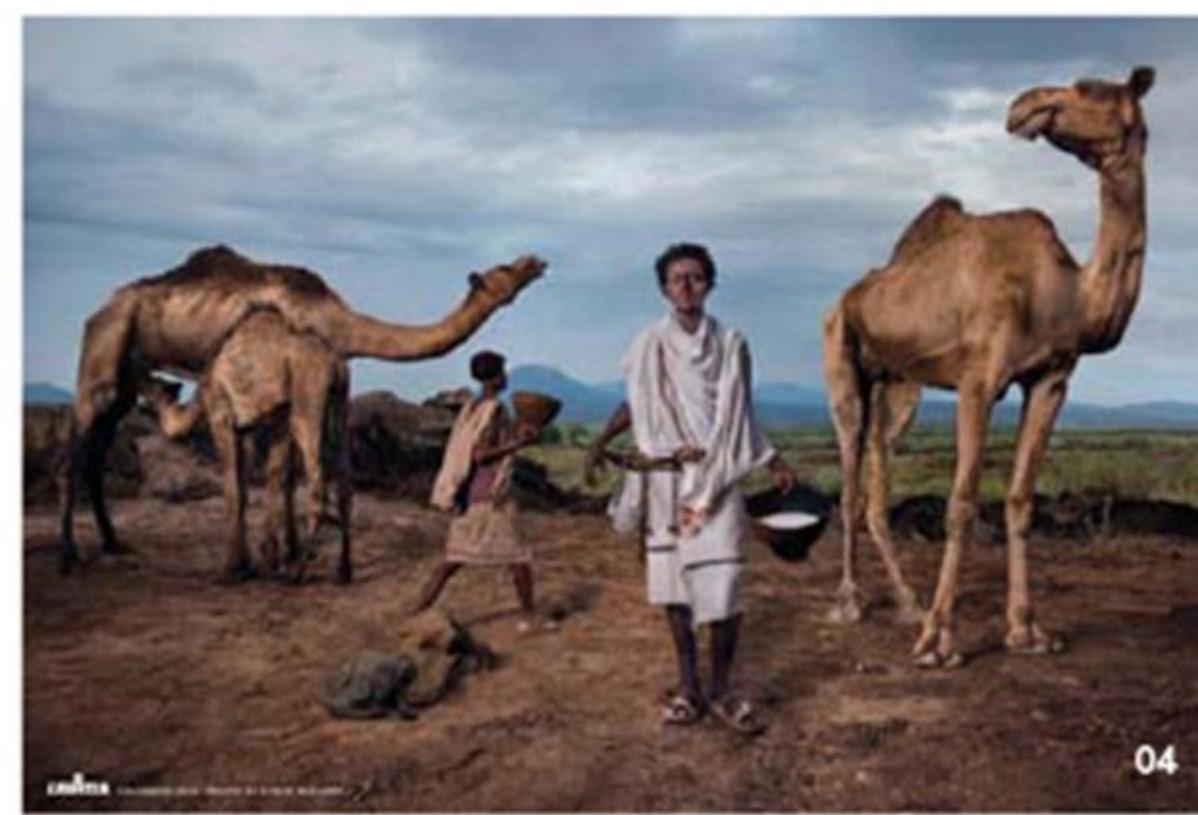
LE CALENDRIER LAVAZZA 2015 AUX COULEURS DE L'AFRIQUE

PAR STEVE McCURRY

Après Martin Schoeller en 2014, Lavazza a fait appel au grand photojournaliste Steve McCurry pour réaliser son calendrier de l'année.

Par CYRIELLE GENDRON

Lavazza et Slow Food s'engagent aux côtés des Défenseurs de la Terre. En 12 portraits, Steve McCurry a mis en images l'Afrique défendant sa terre et ses traditions. Un hommage à ces femmes et ces hommes rencontrés sur le continent africain. Sous la direction artistique d'Armando Testa, le photographe, fidèle à sa poésie et à ses couleurs éclatantes, est parti en quête d'histoires humaines, celles de héros ordinaires. « Fier » d'avoir été sollicité, Steve McCurry, qui collabore avec Lavazza depuis douze ans, veut « mettre à l'honneur ces individus qui se consacrent à la défense de leurs communautés alimentaires. C'est précisément notre volonté de les protéger qui a inspiré la création de ce calendrier dédié aux Défenseurs de la Terre et au continent africain dans son ensemble. [...] J'espère qu'à travers le langage universel de la photographie, mes clichés les aideront à faire résonner leurs projets dans le monde entier. » Une collaboration à visée éducative et une véritable volonté de réveiller les consciences. Comme chaque année, ce bijou est tiré en édition limitée. Après sa vente au Salon du Goût de Turin du 23 au 27 octobre 2014 – vente dont les bénéfices soutiennent le projet « 10000 jardins potagers en Afrique » – il ne sera désormais offert qu'à quelques chanceux.



01 - Andrew Wanyonyi Sikanga, producteur de sel à Nabuyole, Kenya.

02 - Mayé Ndour, chef d'un restaurant au Sénégal.

03 - Des enfants de l'école du Père Peter à Kirua, Tanzanie.

04 - Roba Bulga Jilo, membre de la tribu Karrayyu, Éthiopie.

05 - Asnakech Thomas, cafécultrice en Éthiopie.

UNE NOUVELLE ADRESSE

LEICA À PARIS

Photo vous ouvre les portes d'un lieu vitrine multifonctionnel dédié à la culture photographique sous toutes ses formes (galerie, librairie, workshop, formation...).

Par CYRIELLE GENDRON

LEICA S'INSTALLE RUE DU FAUBOURG- SAINT-HONORÉ

Leica quitte le 16^e et ouvre une nouvelle adresse à Paris. À partir d'aujourd'hui, il faut aller rue du Faubourg-Saint-Honoré pour trouver le nouveau flagship parisien de la marque. En plus des emplacements du 9^e et du 11^e, elle investit le 8^e arrondissement avec un lieu à l'image de son univers. Ce magasin vitrine dédié à la culture photographique accueille sur une surface de 170 m² en plus de l'espace de vente et de conseil, une galerie photo, une librairie, une salle de workshop photo et une Leica Akademie consacrée à la formation. La galerie accueille

l'era 4 à 5 expositions par an, qui mettront en avant des artistes adeptes de la marque. L'espace s'ouvre avec la série *Mille rêves* de la photographe française Dolores Marat, jusqu'au 15 mars 2015. La librairie propose une sélection de livres d'arts des éditions Xavier Barral, Phaidon, Steidl, Filigranes... De quoi ravir les amateurs de la marque iconique et de la photographie au sens large.

Leica Store, 105-109, rue du Faubourg-Saint-Honoré, Paris 8^e. www.leica-stores.fr



GRAND PRIX PHOTO



Rendez-vous sur
grandprixphoto.sttropez.org

EXPOSEZ
à Saint-Tropez &
sauvez des enfants !

INSCRIPTIONS
jusqu'au 15 février 2015

GrandPrix
PHOTO
SAINT - TROPEZ
2 0 1 5

Organisé par
Rotary
Saint-Tropez

au profit de



CONCOURS DE

FAITES LA COUVERTURE DU PROCHAIN SPÉCIAL TOP MODELS DE PHOTO



**PHOTO
SELFIE
NEXT
MODELS**

EN PARTENARIAT AVEC



Microsoft

MANNEQUINS

DEVENEZ LA RÉVÉLATION DE L'ANNÉE 2015 EN POSTANT VOTRE SELFIE

MICROSOFT LUMIA ET
LE MAGAZINE PHOTO ORGANISENT
LE 1^{ER} CONCOURS
DE MANNEQUINS PAR SELFIE

Ce Spécial Top Model nous inspire et Microsoft nous donne des envies d'innovation avec son smartphone Lumia 735 conçu spécifiquement pour les selfies.

Le principe est simple : les aspirantes mannequins envoient des selfies à la rédaction de *Photo*, un jury de photographes de mode présidé par Markus&Koala opère une sélection sur la base de leur photogénie et la gagnante se verra offrir un contrat de management avec une grande agence, un book par les plus grands...et partira à Miami faire la couverture de notre édition spéciale Top Model de décembre 2015 !

Instagram assistera au shooting et constituera un Instashoot pour l'occasion.

Le concours commencera en 2015, dans le prochain numéro, et durera un an. Nous vous donnerons le site où poster vos selfies mais dès à présent, vous pouvez vous entraîner et prévenir vos plus belles amies !

PHOTO •fr



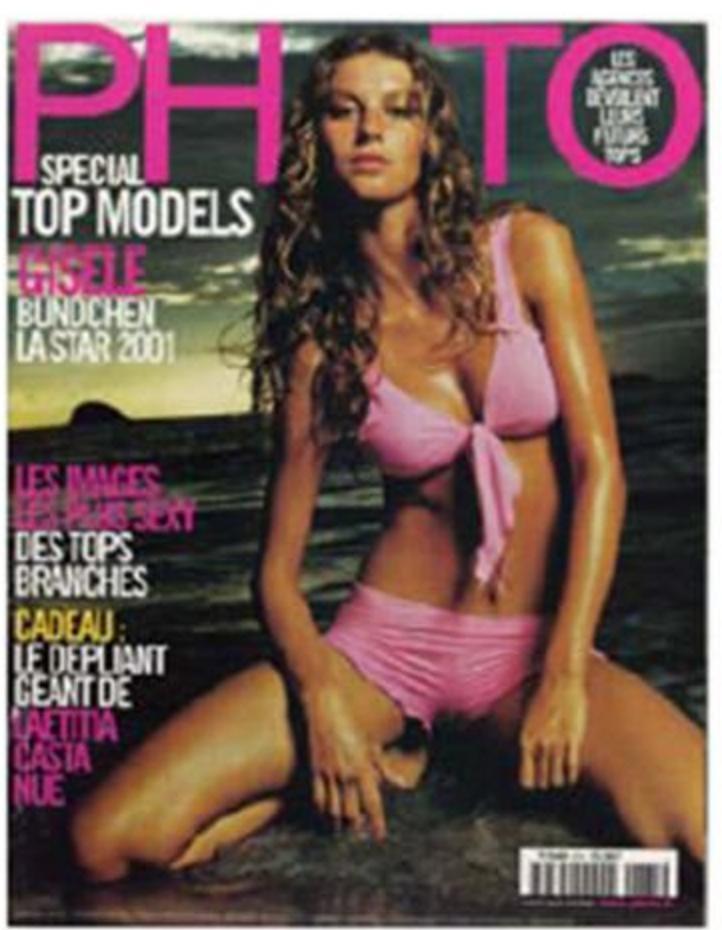
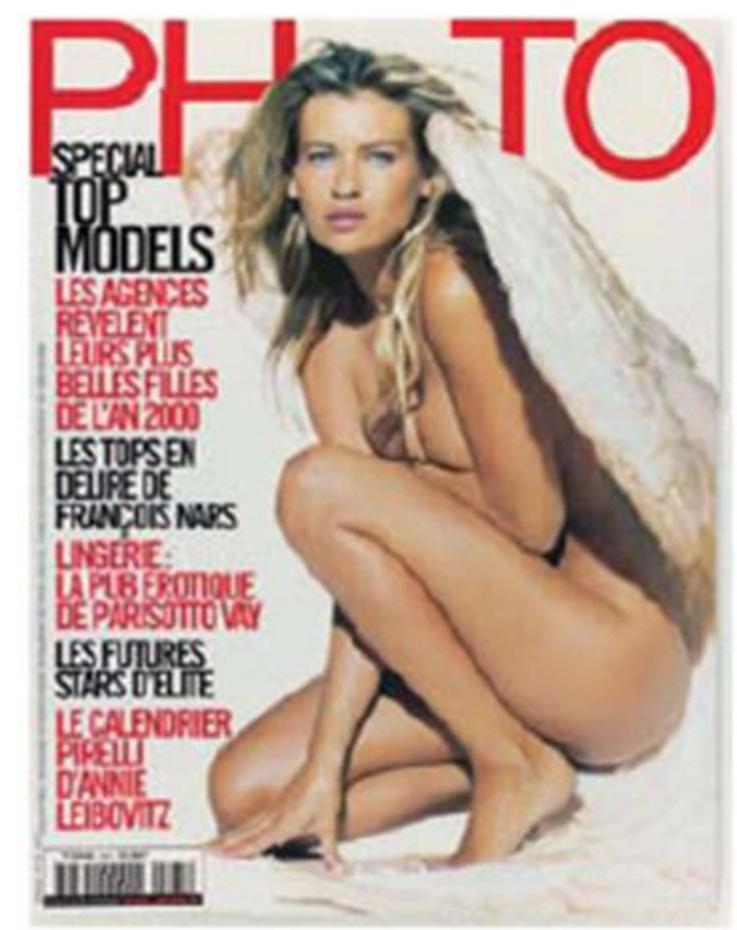
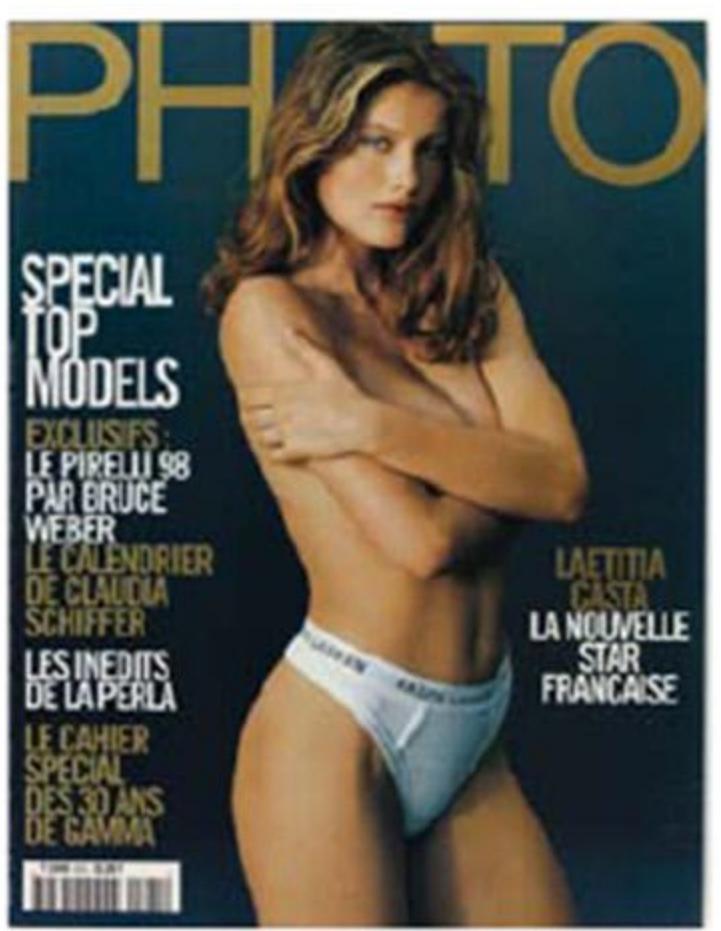
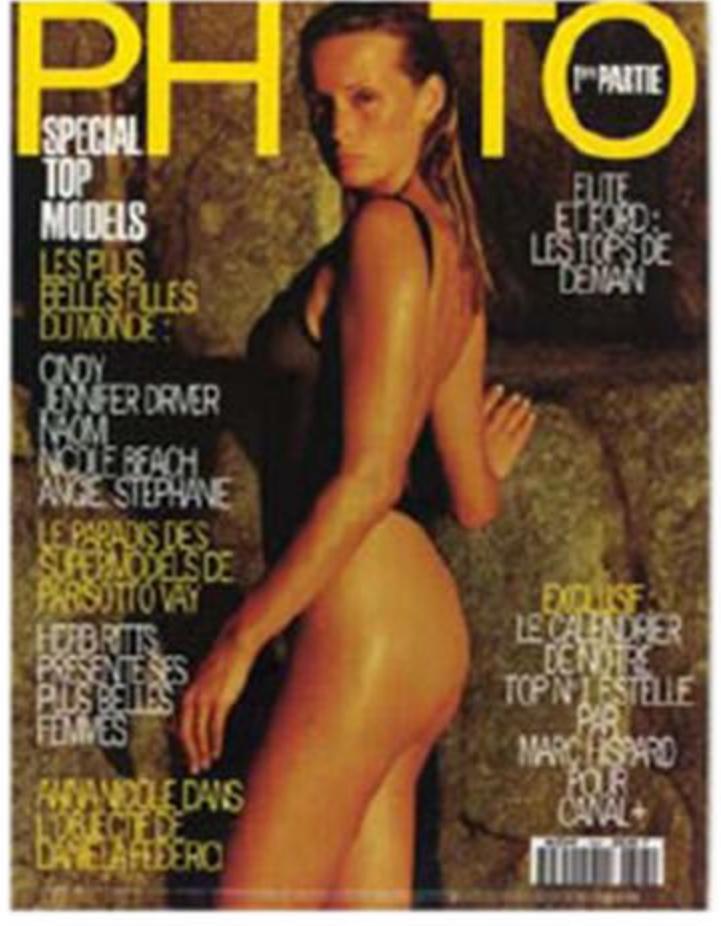
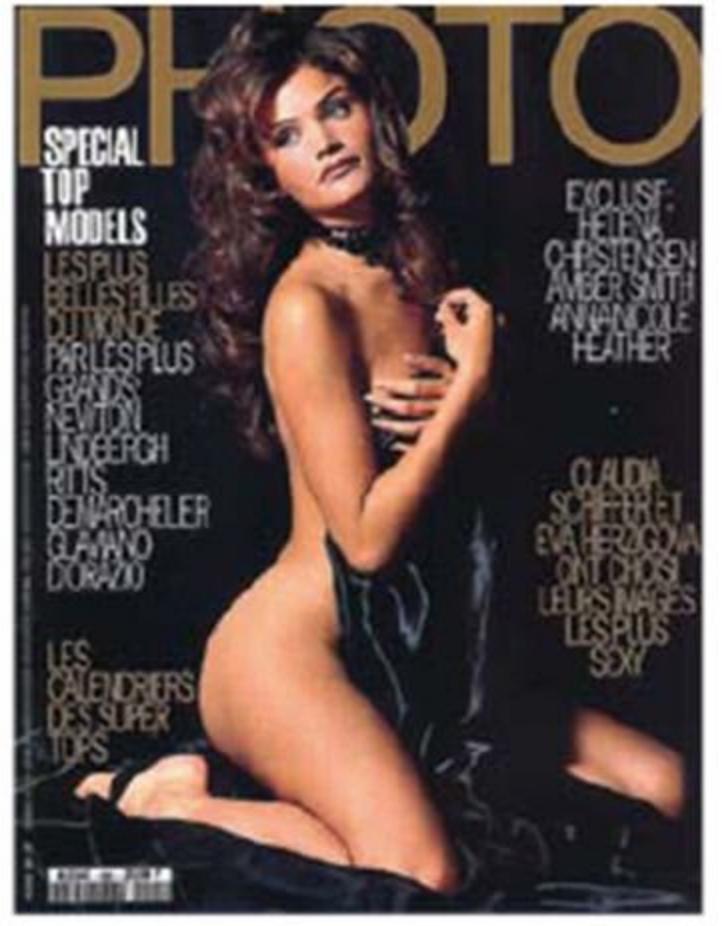
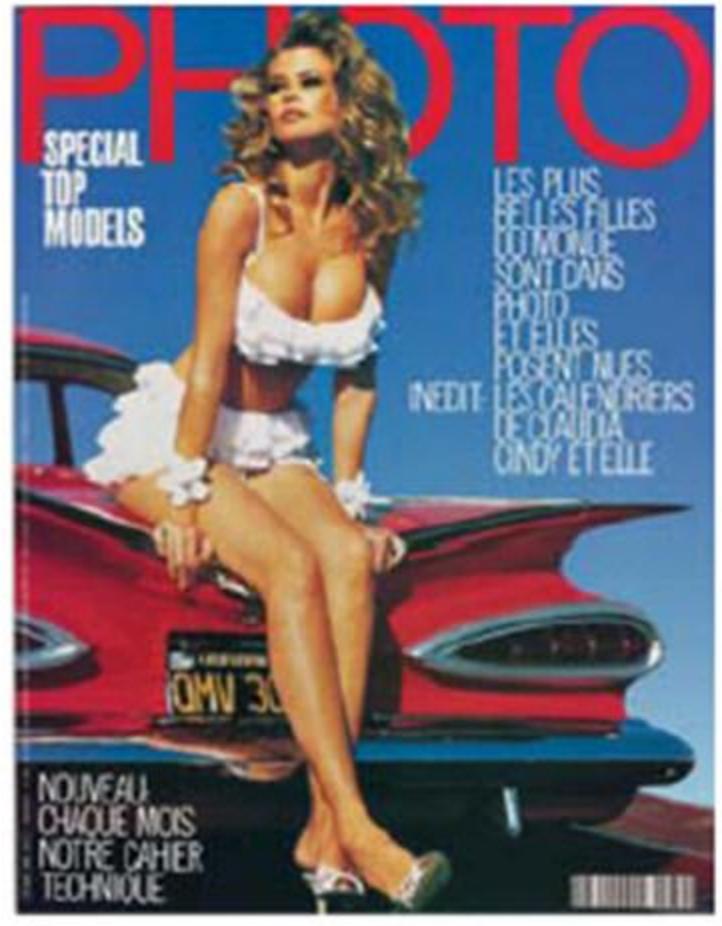
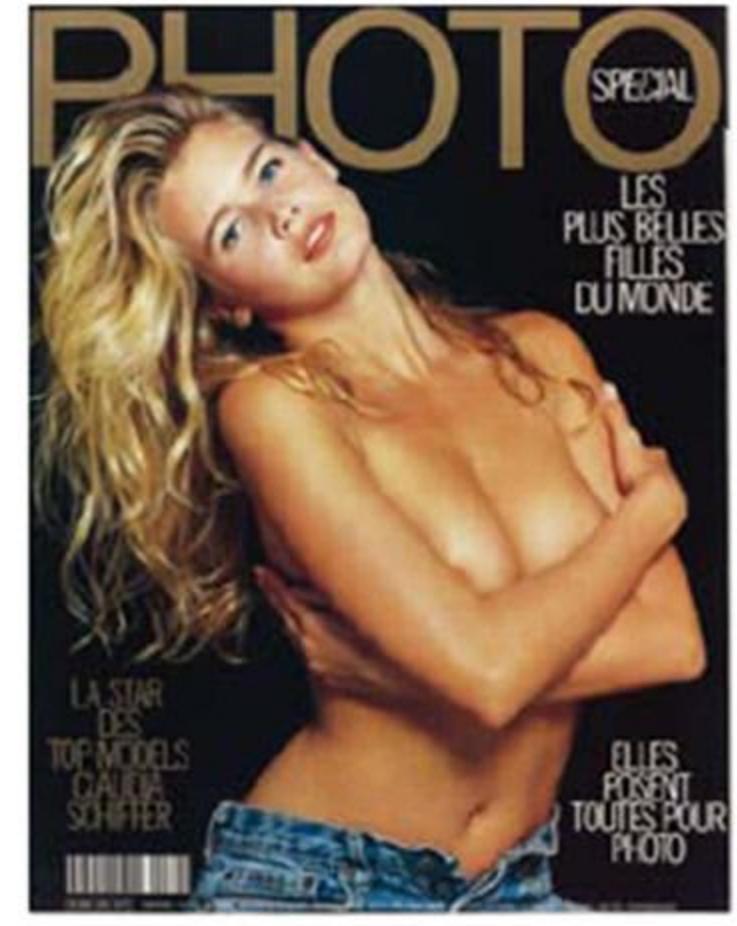


PHOTO ET LES TOP MODELS

*C'est une belle histoire qui dure depuis plus de 20 ans !
Pour cette fin d'année, nous avons fait le tour du monde des agences
de mannequins pour vous offrir une fois de plus
les plus belles femmes du monde.*

Dossier réalisé par SCANDER BOUAJILA

Alors que les années 80 et 90 ont connu les Super models, ces mannequins devenues plus célèbres même que les vêtements qu'elles portent, telles que l'ont été Naomi Campbell, Linda Evangelista, Kate Moss, Claudia Schiffer..., les années 2000 ont vu l'essor des stars hollywoodiennes érigées au rang de tops et l'enseignement effréné des filles de l'Est.

Premier constat, le milieu a résolument changé : il est devenu beaucoup plus structuré et s'est implanté dans l'ère numérique. Un changement qui s'est opéré dans le mode de fonctionnement quotidien des agences – les books de mannequins s'échangeant par Internet et remplaçant peu à peu les coursiers. Finies donc les salles d'accueil des agences de mannequins ressemblant à des halls de gare. Aujourd'hui, les books sont sagement rangés dans des meubles aux lignes épurées et ne jonchent plus le sol ; plus besoin même de les enjamber pour pouvoir circuler. Fini également le brou-haha permanent des coursiers au bagout typique des rues de Paris. Seules les sonneries du téléphone se font entendre. Entrer dans une agence n'est plus pénétrer dans un bazar joyeux, mais plutôt dans une sorte de clinique. Le visage de l'industrie de la mode s'est transformé, il s'est offert un lifting complet à base d'injection de design.

Côté mannequins, les Super models actuels sont surtout ceux qui usent et abusent des modes de communication dans le vent, en première ligne desquels se trouve Instagram.

Être belle ne suffit plus, il faut savoir maîtriser le #hashtag à la perfection. À fortiori, les agences se diversifient et lancent une division Talents visant à promouvoir des personnalités du Web. On peut ainsi se demander le plus sérieusement du monde si blogueurs et vlogueurs ne deviendront pas un jour les tops de demain.

Le milieu de la mode est désormais soumis à la multiplication croissante d'impératifs financiers dus au rachat de nombreuses agences par des fonds d'investissement internationaux. Un nouveau métier a trouvé toute sa place, celui de CD ou Casting Director. Chargées par les plus grandes marques de trouver la prochaine perle rare pour leurs campagnes, les agences se doivent de choyer ces décideurs, véritables clés de voûte du milieu de la mode.

Parce qu'elles ne vendent pas uniquement un simple produit mais promeuvent aussi des êtres humains, les logiques de rendement sont souvent difficilement applicables au fonctionnement des agences. Le milieu de la mode, jugé trop souvent superficiel, garde plutôt de ce fait une dimension humaine et quasi familiale.

Agence après agence, nous avons fait un tour du monde des différentes capitales de la mode et sommes allés à la rencontre de leurs directeurs qui nous ont ouvert les portes de cet univers ultra-fermé. Un univers où les filles se retrouvent en couverture des plus grands magazines ou dans les campagnes de publicité des plus grandes marques.

LE TOP TEN DES MANNEQUINS LES MIEUX PAYÉS

En plus du titre de plus belle femme, elles bataillent pour celui de la plus riche. Dans le classement annuel du magazine économique Forbes, les 10 premiers tops réunissent \$105000000 entre juin 2013 et juin 2014.

Par CYRIELLE GENDRON

N°1 GISELE BÜNDCHEN

47 MILLION \$

Pour la 8^e année consécutive, le mannequin brésilien a gagné plus d'argent que tout autre modèle dans le monde. À 34 ans, elle est la reine incontestée du classement grâce à ses contrats avec H&M, Chanel, Carolina Herrera, ou encore Pantene, ainsi qu'à sa propre ligne de lingerie, Gisele Bündchen Intimates. Autrement dit, Gisele ne sort plus de son lit à moins de \$128000 par jour.



N°1



N°2 DOUTZEN KROES

8 MILLION \$

Enceinte durant l'année 2014 (elle a accouché au mois de juillet), la Néerlandaise décroche néanmoins la seconde place du classement. À 29 ans, sous contrat avec L'Oréal, Victoria's Secret, H&M, Emilio Pucci, Miu Miu, Calvin Klein, elle vient de lancer sa propre ligne de pulls en cachemire.



N°3

N°3 ADRIANA LIMA

8 MILLION \$

Le plus ancien Ange de l'histoire de Victoria's Secret, qu'elle a rejoint en 2000, est devenue en 2014 ambassadrice de Desigual, et compte Maybelline dans ses plus gros contrats. À 33 ans, la Brésilienne se classe depuis 2005 dans les 20 top models les mieux payés.

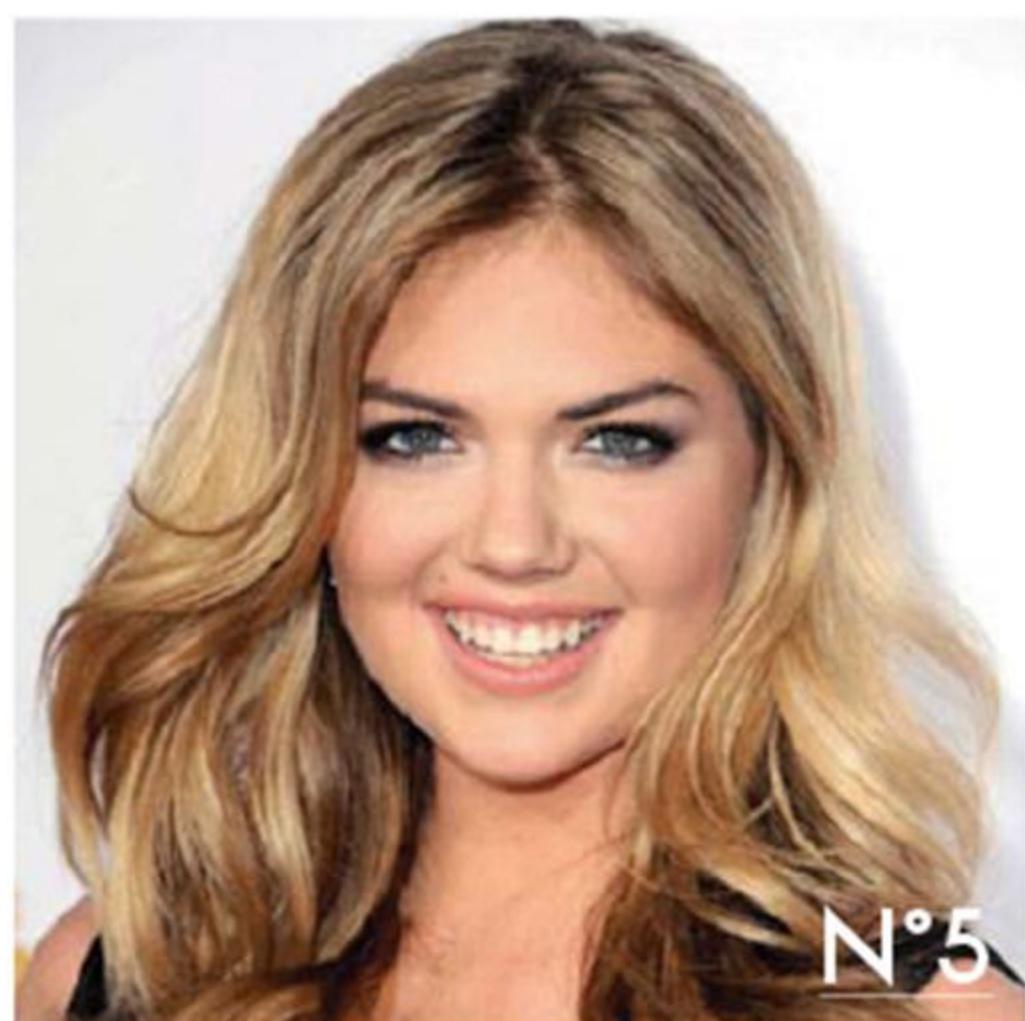


N°4

N°4 KATE MOSS

7 MILLION \$

Du premier classement Forbes de 1999 réunissant toutes les supermodels, Kate Moss est la seule à y conserver sa place. Le top britannique, qui vient de fêter ses 40 ans, prête son visage à Rimmel, St. Tropez, Kérastase, au bijoutier de luxe David Yurman, et a créé sa propre ligne avec Topshop.



N°5 KATE UPTON

7 MILLION \$

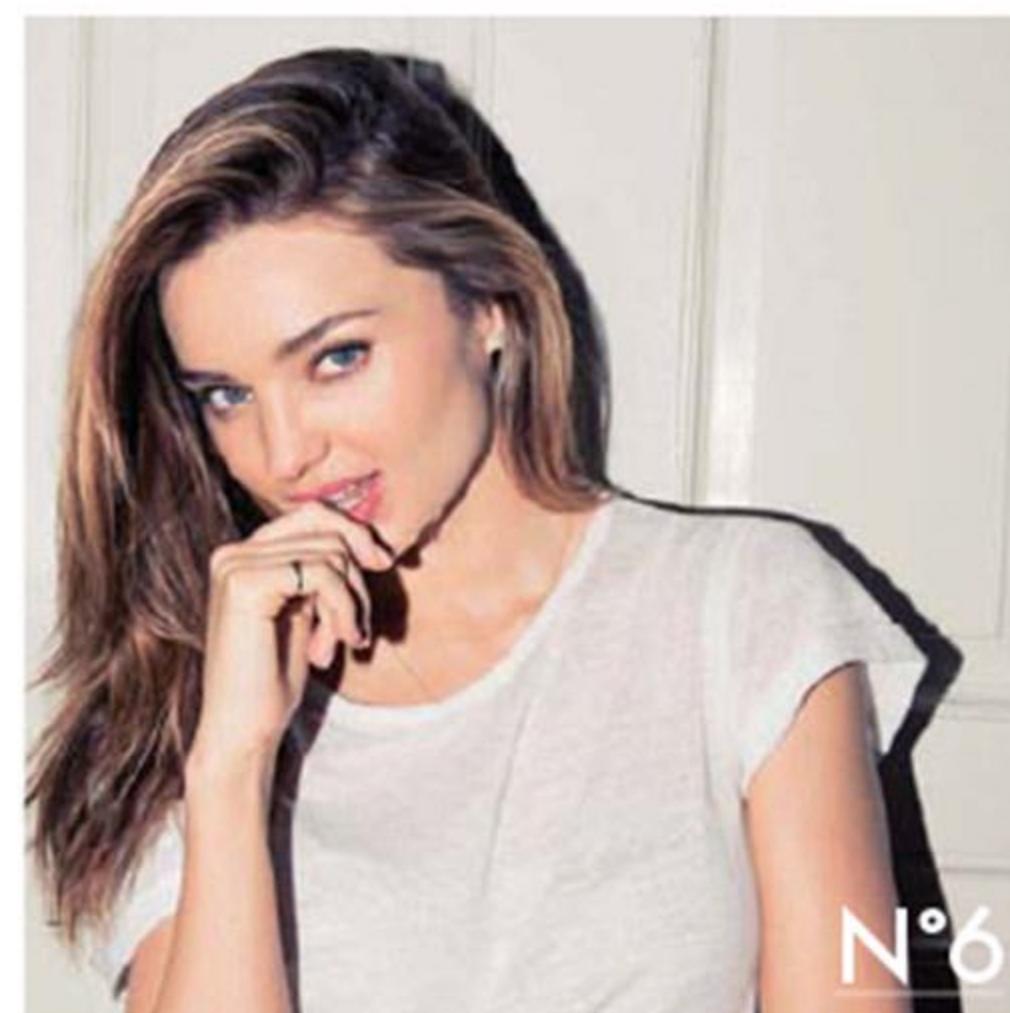
C'est la nouvelle venue du classement. En posant cette année pour les campagnes de Sam Edelman, David Yurman et Accessorize, l'Américaine de 22 ans, égérie de Bobbi Brown, a su s'imposer parmi les meilleures. Elle est l'une des stars du célèbre supplément maillots de bain de *Sports Illustrated*.



N°8 ALESSANDRA AMBROSIO

5 MILLION \$

Une millionnaire également estampillée Victoria's Secret. En plus de la célèbre marque de lingerie, la Brésilienne de 33 ans, mère de deux enfants, est sous contrat avec Pinko, Schutz et H&M. En 2014, elle développe même sa propre ligne de vêtements Ale by Alessandra, avec la marque Planet Blue.



N°9 HILARY RHODA

5 MILLION \$

Âgée de 27 ans, l'Américaine Hilary Rhoda est connue pour son contrat avec la marque de cosmétiques Estée Lauder, qui constitue la majeure partie de ses gains. Des revenus qu'elle complète par des campagnes pour Totême, Sarar et Helmut Lang et des défilés pour Victoria's Secret depuis 2012.



N°9



N°7 LIU WEN

7 MILLION \$

Première Chinoise de Victoria's Secret, Liu Wen est également la première Chinoise du classement *Forbes*. Égérie de H&M, Estée Lauder, Gap et Esprit, elle est également le nouveau visage de La Perla et a réalisé des campagnes pour Coach, Calvin Klein, Tory Burch et Lane Crawford. Le tout complété par ses contrats en Chine.



N°10 NATALIA VODIANOVA

4 MILLION \$

La Russe de 32 ans a donné naissance à son quatrième enfant en mai 2014. Elle conserve pourtant sa bonne place dans le classement en signant pour Calvin Klein, le parfumeur Guerlain et en dessinant, pour la huitième année, la ligne de lingerie automne-hiver 2014-2015 pour la marque européenne Etam.

JOHN CASABLANCAS CREATEUR D'ELITE

John Casablancas (1942-2013) est le fondateur de l'agence Elite, la plus fameuse agence de mannequins au monde. Connu pour son approche totalement créative d'un milieu relativement stéréotypé, le goût qu'il a manifesté pour découvrir, recruter et lancer les Super models et son talent indéniable pour assurer la promotion de ses modèles ont su hisser Elite au premier rang du classement mondial des agences dans l'histoire du mannequinat.

Né à Manhattan en décembre 1942, John Casablancas est le fils d'un industriel du textile et d'une mère modèle pour Balenciaga. Ses parents d'origine catalane ayant fui l'Espagne dans les années 30, John Casablancas passa sa jeunesse aux États-Unis et en Europe, ses vacances entre Gstaad et la Côte d'Azur. Il suivit sa scolarité à Le Rosey, une école privée suisse, et entama des études de droit et d'économie dans diverses universités européennes. Il occupa des fonctions de promoteur immobilier et d'agent de change avant de devenir, à l'âge de 20 ans, marketing manager pour Coca-Cola au Brésil, poste qu'il occupa pendant quatre ans.

John attribua sa rencontre à Paris, en 1967, avec celle qui devint son épouse, Jeanette Christiansen, qui était à la fois modèle et Miss Danemark, comme l'événement qui déclencha ses débuts dans le milieu du mannequinat. Après l'échec de l'agence Élysée 3, en 1972, il créa avec son ancien condisciple de Le Rosey, Alain Kittler, l'agence Elite dont le positionnement fut, dès ses débuts, de s'intéresser aux plus beaux modèles.

En 1977, après avoir réussi à faire d'Elite l'intervenant leader en Europe, il s'imposa auprès de l'establishment new-yorkais et révolutionna l'industrie de la mode en glorifiant et en idéalisant l'image du modèle qu'il changea en femme d'affaires et en parte-





AVEC ANDIE
MACDOWELL, IMAN,
CAROL ALT
photographiés par
Douglas Kirkland/
Sigma.

SPÉCIAL TOP MODELS
LES FONDATEURS

naire. Son entrée sur le marché américain précipita ce que la presse de l'époque décrivit comme *the Great Model Wars* (i.e. les guerres des meilleurs modèles) que se livrèrent les trois agences les plus puissantes que furent à l'époque Ford, Wilhelmina et Elite. Elite remporta la guerre et conquit le marché.

En 1979, il décida de fonder les Centres John Casablancas. Ces centres consacrés au suivi de la formation et de la carrière des mannequins pros donnèrent naissance à une éclosion de talents aux États-Unis, au Canada, au Mexique, en Colombie, au Pérou, en République dominicaine et en Italie.

En 1983, John Casablancas créa le concours Elite Model Look (originellement dénommé le Look de l'année), une manifestation qui permit de rassembler chaque année 350 000 candidates de presque 60 pays. En avril 2000, après vingt-cinq ans passés à diriger l'agence qui domina le monde de l'industrie de la mode et du mannequinat et repréSENTA 80% des effectifs des Super modèles, John Casablancas vendit ses parts. Lais-
sant un réseau international, qui regroupait 26 agences, il choisit de prendre sa retraite à Key Biscane, en Floride, et à Rio de Janeiro,

au Brésil, avec son épouse Aline et leurs 5 enfants.

En 2005-2006, John Casablancas refit une apparition brève et déterminante sur la scène de l'industrie du mannequinat lorsqu'il fut invité à

réorganiser les 6 agences de la division Amérique du Nord du groupe Elite.

John Casablancas est décédé le 20 juillet 2013, à Rio, des suites d'un cancer. Il avait 70 ans.



01 - LE SEDUCTEUR

Le grand photographe de mode Marco Glaviano joue sur l'autodérision de John et le met en scène avec ses modèles dans la peau du tombeur pour l'invitation au 1^{er} anniversaire de Elite New York.

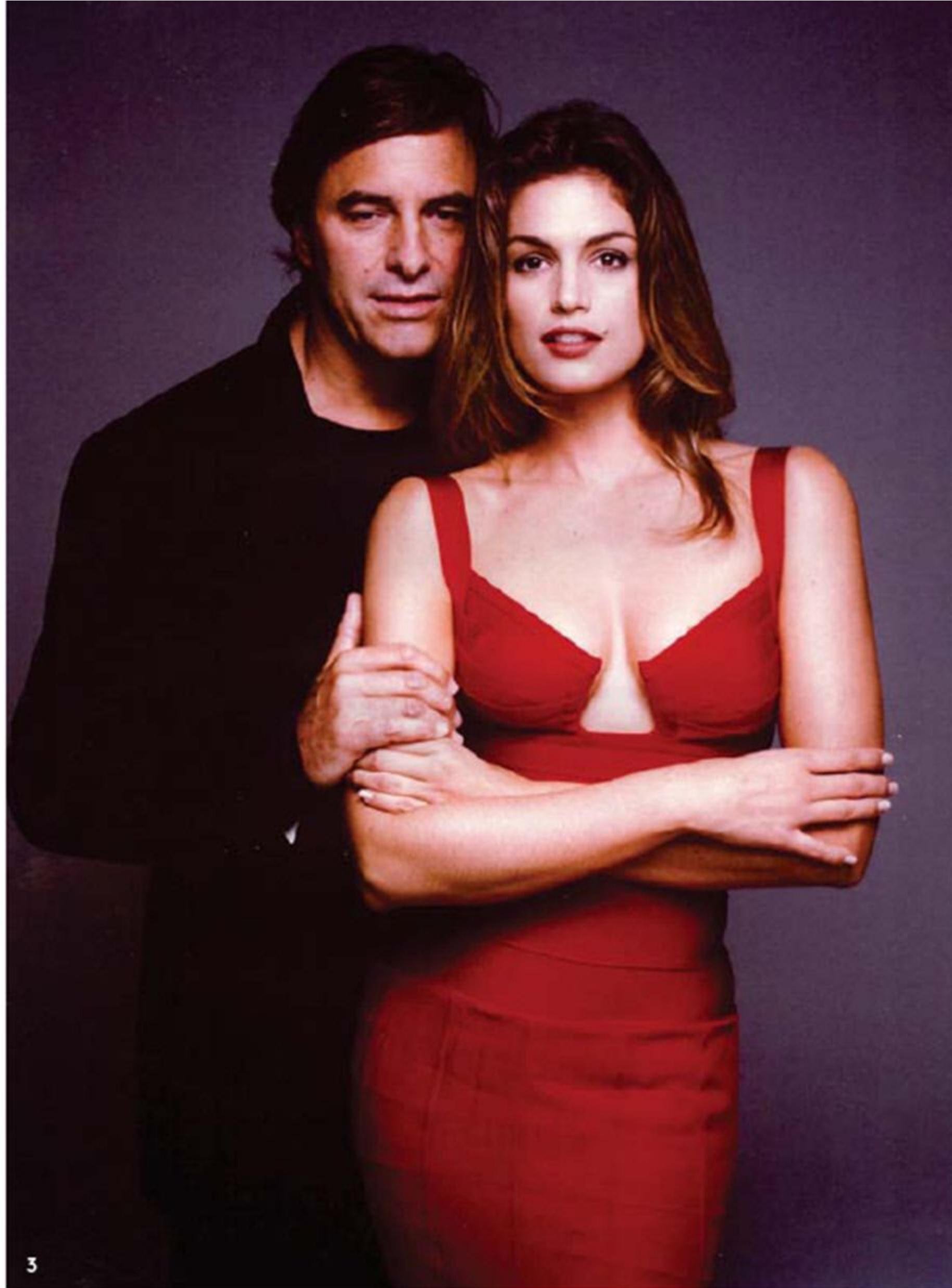


02 - LE BUSINESSMAN

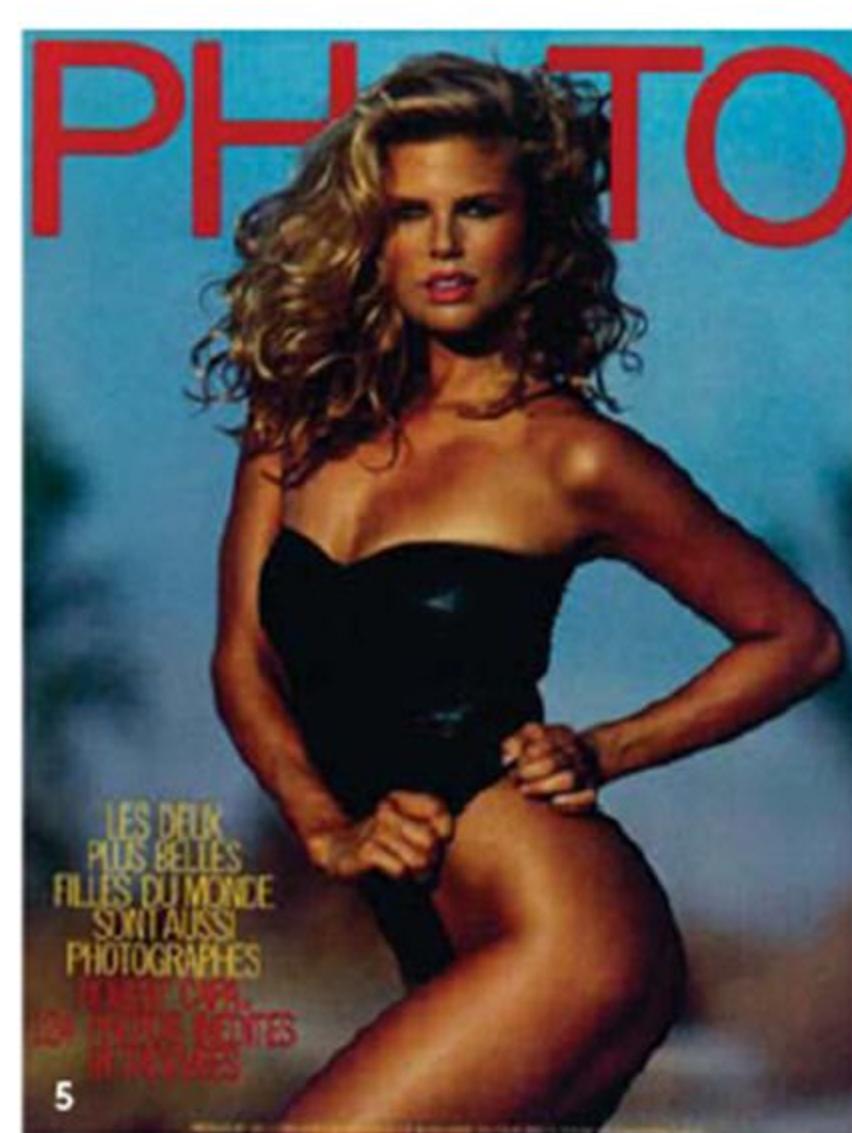
Dans son bureau, au téléphone (il y passe 7 heures par jour), John reçoit le poster de Carol Alt réalisé pour la promotion de l'agence en 1985.

03 - AVEC CINDY CRAWFORD

«Personne n'illustre avec plus de classe et d'élégance la sensualité promue par Elite que la merveilleuse Cindy Crawford».



3



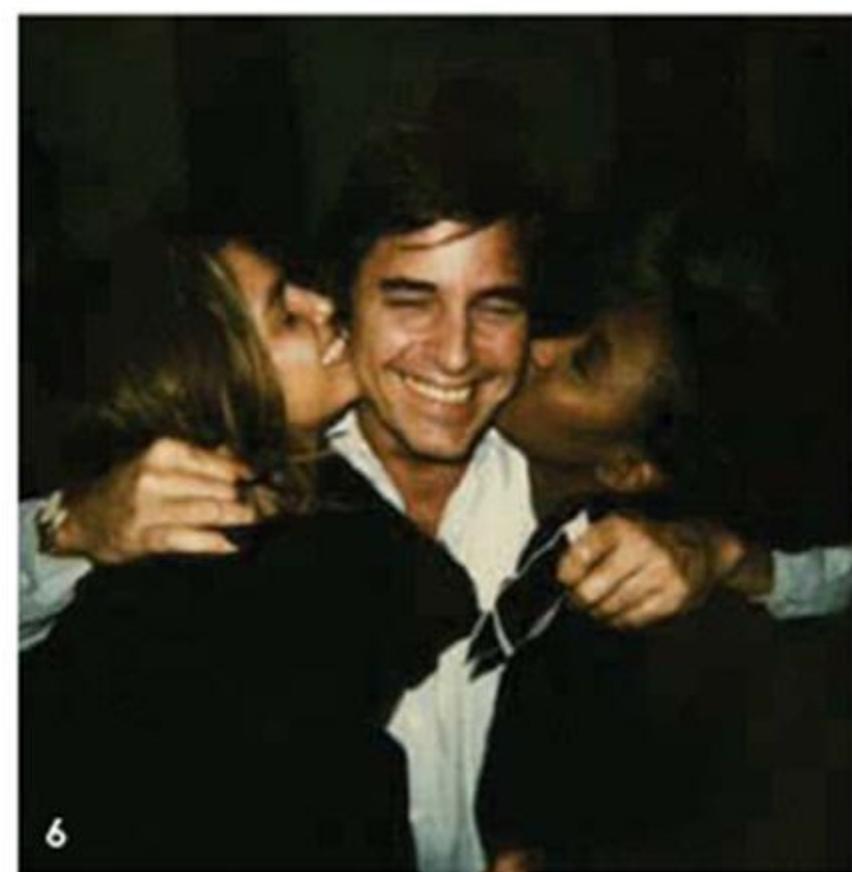
5

04 - JOHN CASABLANCAS
À L'ÎLE MAURICE
sauté au milieu des
56 participantes au
«Look of the year»
organisé par Elite
le 27 juin 1985.

05 - CHRISTIE
BRINKLEY,
première modèle
Elite (1973),
fait la couverture
de Photo (n°189)
de juin 1983.



4



6

06 - UN
CHARISME
DE LEGENDE
La preuve !

07 - ELITE MODEL
LOOK 1995
À Séoul, les
66 candidates
de la 12^e édition
du concours rendent
hommage à John
Casablancas.
Photo: Guy
LeBaube/Elite Press.



7

**01 - AVEC SA FEMME ALINE
ET ERIC COLMET DAÂGE**

à l'occasion du Photo Spécial Elite de septembre 1996. Pendant plusieurs années, Photo a été le partenaire d'Elite Model Look France.

02 - AVEC CLAUDIA SCHIFFER
est l'une des *Super models* découvertes par John, qui l'a signée dès 1996.

03 - ELITE MODEL LOOK 1997
En partenariat avec le magazine Photo, les 79 candidates posent autour de John à l'hôtel Eden Roc à Nice. Les 5 gagnantes sont cerclées de rouge. Photo: Johanna de Beaumont.

04 - ELITE MODEL LOOK 1992
John entre Ingrid Seynhaeve, gagnante de l'édition 1991 (à g.), et la nouvelle couronnée, Mariann Molski (à dr.).

05 - ELITE MODEL LOOK 1996
John et le musicien Quincy Jones, président du jury, entourent la lauréate, l'Ukrainienne Diava Kovalchuck, au milieu des finalistes Ana Beatriz Barros (Brésil) et Nina Moric (Croatie).





«J'ai parcouru un voyage unique de découvertes et de glamour sans fin, de créativité, d'insolence et d'irrévérence, de liberté et de beauté... Rien de ce que j'ai fait n'a changé le monde, mais qu'est-ce que c'était bon!»

Les succès remportés par John devraient être attribués (sans ordre de préférence) à : la juste expression de son regard et de sa vision ; son sens de la création et celui, provocateur, qu'il a eu de la promotion ; ses prises de risques opportunistes ; son acuité incroyable pour dénicher un diamant brut chez des filles dépenaillées ; son enthousiasme et son amour pour la vie (*i.e.* sa joie de vivre) ; sa générosité envers ses amis et son équipe ; l'attention soutenue qu'il portait aux détails et au service ; son indéniable charisme ; sa facilité pour les langues (il en maîtrisait six) ; son incroyable addiction au travail et sa persévérance ; son talent époustouflant pour le business... Son héritage et son crédit, au-delà de l'évidence de sa réussite et des retombées médiatiques qu'ont connu les tops et l'agence Elite, sont tout entiers compris dans la communauté des individus qu'il a inspirés et qui pour la plupart d'entre eux seraient encore prêts à tout lâcher pour venir travailler avec et/ou pour lui.
Par Jérémie Roux.

STARSYSTEM

En 2010, John, fidèle à son esprit entrepreneurial et à l'intuition qui est la sienne que la force des agences de mannequins provient de la qualité de leur scouting, a fondé avec Jérémie Roux, son associé, le réseau international de scouting et de placement Starsystem (www.starsystem.com, [facebook: starsystem](#), [instagram: starsystem](#)).

Grâce à l'importante implication de John dans son développement et son insatiable envie de découvrir la nouvelle génération actuelle de top models, Starsystem est aujourd'hui un leader mondial implanté dans plus de 15 pays et sur 4 continents, et peut se targuer d'avoir découvert et lancé les carrières de mannequins tels que Lais Ribeiro, Ieva Laguna, Cate Underwood, Eva Berzina, Yara Khmidan, Sonya Gorelova, Marina Nery ou Anya Lyagoshina, dont les trajectoires prometteuses rappellent ses succès d'antan et confirment encore quel incroyable talent il avait pour aller dénicher des tops jusqu'au bout du monde !



AVEC SES PROTÉGÉES

Kim Alexis, Paulina Porizkova, Iman et Joan Severance, desquelles il a lancé les carrières.

ELITE

Les découvreurs de talents qui officient à la tête des grandes agences sont sans relâche à la recherche d'une beauté encore jamais vue et qui n'existe pas encore. Elite ou le récit d'une quête jalonnée de trouvailles exceptionnelles.

Par DAVID RAMASSEUL

Depuis sa création à Paris en 1971 par John Casablancas, l'agence Elite est devenue la référence absolue du mannequinat. Des *Super models* des années 80, parmi lesquelles on se souvient de la Canadienne Linda Evangelista, la Britannique Naomi Campbell, les Américaines Cindy Crawford et Stephanie Seymour, la Néerlandaise Karen Mulder, les Allemandes Claudia Schiffer et Tatjana Patitz, la Brésilienne Gisele Bündchen..., jusqu'aux tops actuels – la toute jeune Britannique Cara Delevingne, la Brésilienne Adriana Lima, l'Américaine Kendall Jenner et la Chinoise Liu Wen –, l'agence

Elite a découvert presque toutes les icônes de la beauté contemporaine. Sa notoriété – une véritable référence assise, notamment, sur la création du concours international Elite Model Look en 1983, lui a aussi valu de devenir à la fin des années 90 la cible de toutes les critiques sur les dérives réelles et supposées voire fantasmées du milieu du mannequinat. Mais depuis 2005 et l'arrivée de Vick Mihaci, président d'Elite Management Worldwide, c'est une agence apaisée et sûre de sa force qui a retrouvé sa place naturelle, en l'occurrence celle qui s'est installée au plus haut niveau de la qualité comme de l'avant-garde.

ADRIANA LIMA

PAR MERT ALAS & MARCUS PIGGOTT

Brune aux yeux bleus, le mannequin brésilien de 1,78 m a des mensurations de 86 – 61 – 90.

®

PARIS



SPÉCIAL TOP MODELS
LE TOUR DU MONDE DES AGENCES DE MANNEQUINS



LINDSEY WIXSON

PAR RICHARD BURBRIDGE

La jeune Américaine blonde aux yeux bleus mesure 1,78 m pour 81-58-86 cm.

MALGOSIA BELA

PAR STEVEN KLEIN

Des yeux d'un vert perçant, des cheveux châtain, la Polonaise haute de 1,78 m fait 87-64-91 de mensurations.



Style
Rebels

Cara Delevingne
The Anti-Role Model

Renzo Rosso
The Punk Tycoon

Lee Miller
The Sharp Shooter

Carmen Carrera
The Star Gender Bender

BEAUTY
BACKLASH
*Seize the
Bad-Hair Day*

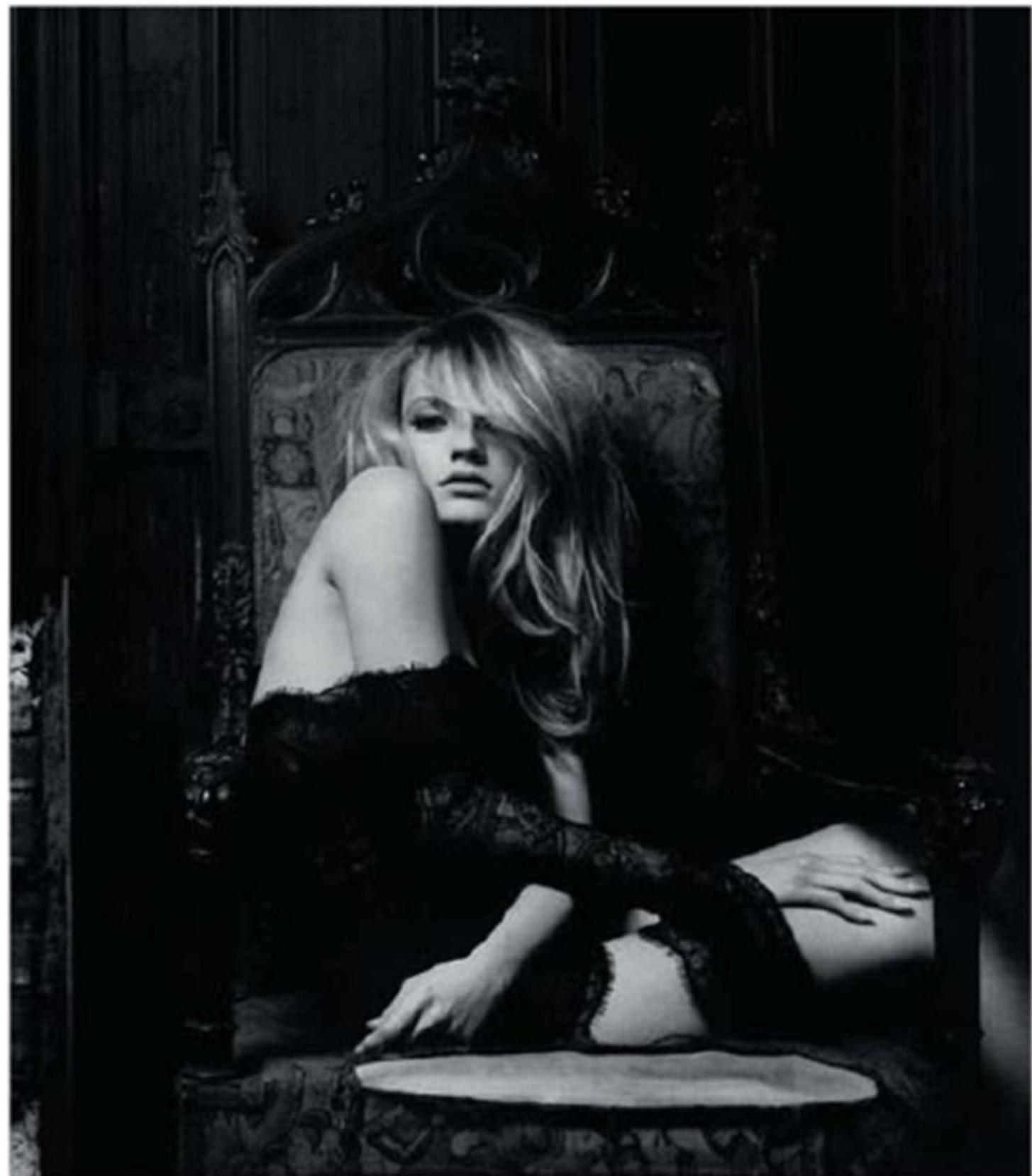
The No-Holds-Barred, Full-On, Totally Major, Unapologetic

FALL FASHION
ISSUE

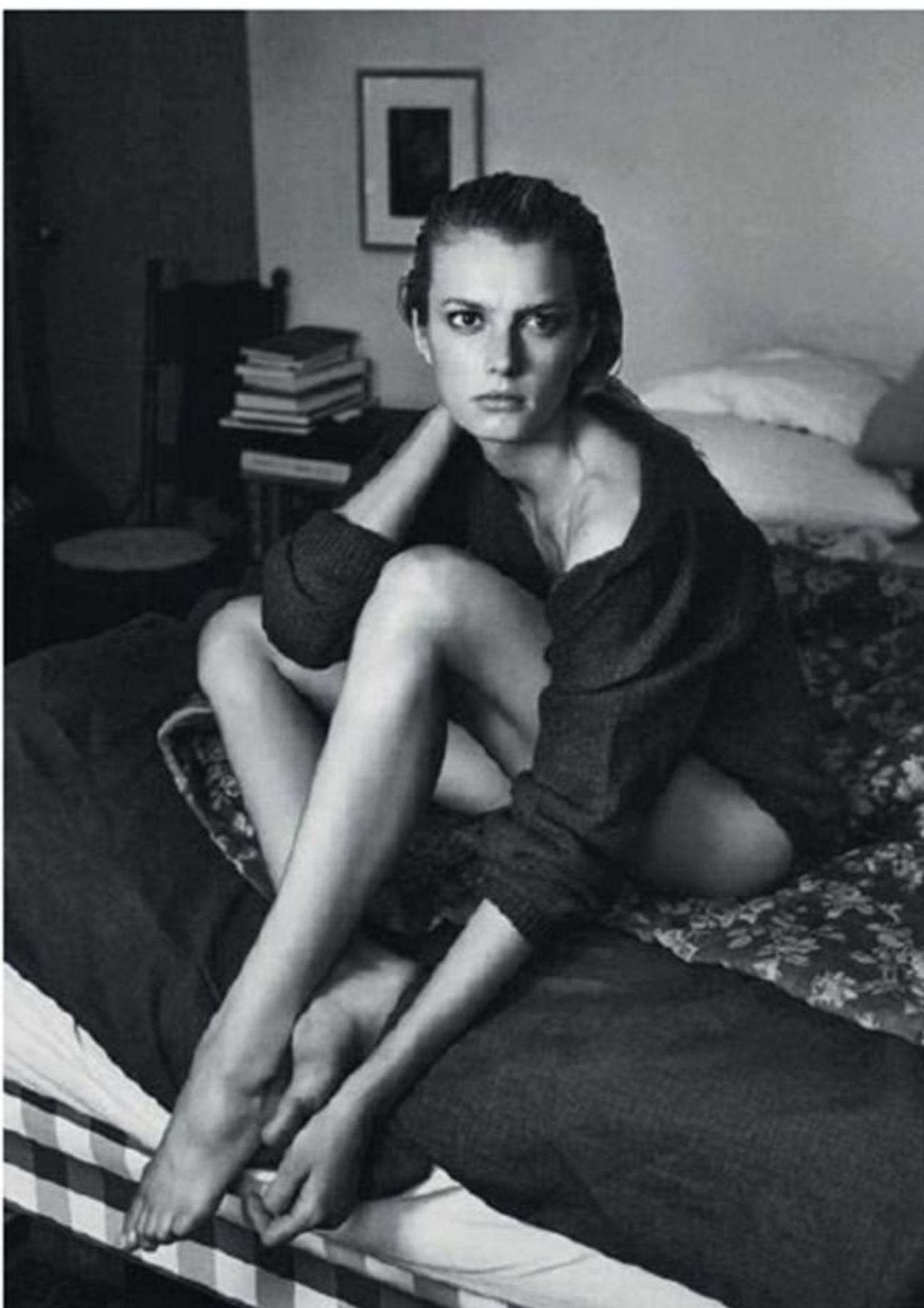
SPÉCIAL TOP MODELS
LE TOUR DU MONDE DES AGENCES DE MANNEQUINS



ENIKO MIHALIK PAR MARIO SORRENTI
Mannequin hongrois, blonde aux yeux verts, elle affiche des mensurations de 84-61-87 cm pour 1,79 m.



ANNA JAGODZINSKA PAR HEDI SLIMANE
Polonaise, blonde aux yeux bleus de 1,77 m pour 84-61-90 cm.



SIGRID AGREN PAR LACHLAN BAILEY
La jeune Française de 1,78 m est blonde aux yeux noisettes et possède des mensurations de 80-58,5-86,5.



SASHA LUSS PAR LUIGI + IANGO
Du haut de ses 1,78 m, le mannequin russe blond aux yeux bleus fait 82-58-88 cm.

CARA DELEVINGNE

PAR MERT ALAS & MARCUS PIGGOTT

Le mannequin britannique aux yeux verts et aux cheveux blonds de 1,76 m a des mensurations de 79-61-86 cm.

SPÉCIAL TOP MODELS
LE TOUR DU MONDE DES AGENCES DE MANNEQUINS



KENDALL JENNER

PAR DAVID SIMS

L'Américaine brune aux yeux marrons de 1,75 m
fait 86 cm de tour de poitrine, 61 cm de taille et 87 cm de hanche.

LIU WEN

PAR MERT ALAS & MARCUS PIGGOTT

Le phénomène chinois aux cheveux noirs
et aux yeux marrons mesure 1,78 m et a
des mensurations de 81 - 61 - 89.



TON HEUKELS

PAR ZEB DAEMEN

Né aux Pays-Bas, le mannequin blond aux yeux verts a des mensurations de 122 - 93 - 85 cm pour 1,90 m.



SPÉCIAL TOP MODELS
LE TOUR DUMONDE DES AGENCES DE MANNEQUINS



MARIANO ONTANON PAR DEAN ISIDRO
Le mannequin argentin de 1,85 m est châtain aux yeux marrons et a un tour de taille de 79 cm.



BENJAMIN EIDEM PAR ALASDAIR MCLELLAN
Le jeune Suédois blond aux yeux bleus de 1,85 m a des mensurations de 117 - 94 - 72 cm.



NIKOLA JOVANOVIC PAR EMILIO TINI
Le Serbe de 1,88 m aux mensurations de 122 - 96 - 75 cm est brun aux yeux verts.



ARMANDO CABRAL PAR BILLY KIDD
Du haut de ses 1,88 m, le Portugais enregistre 124 - 92 - 72 cm de mensurations.

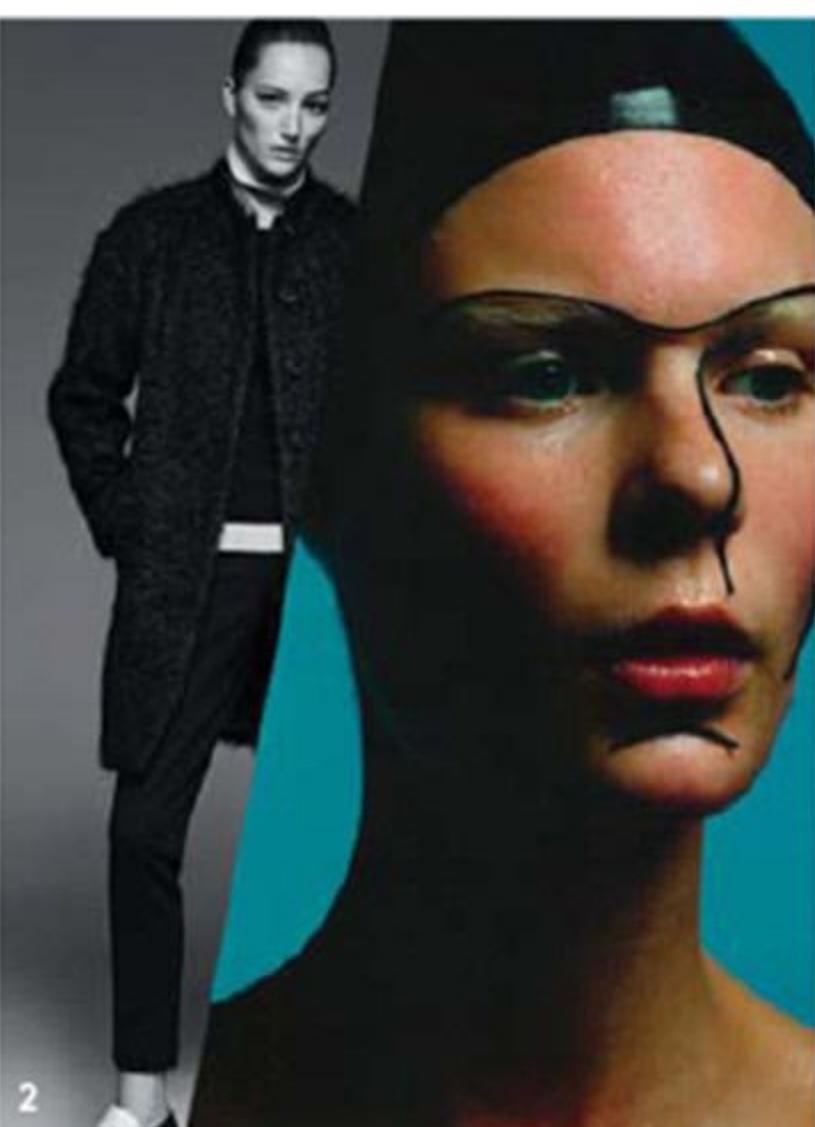


GUERRINO SANTULLIANA PAR DAVID SLIJPER
Le Belge aux yeux marrons et aux cheveux châtain a des mensurations de 117 - 96 - 74 cm pour 1,92 m.



MATTHEW BELL PAR ROBBIE FIMMANO
Le mannequin britannique de 1,85 m aux mensurations de 127 - 91 - 72 cm est brun aux yeux bleus.

NEW FACES



1- INE NEEFS
par Karim Sadli.

2- JOSÉPHINE LE TUTOUR
par Karim Sadli.
ALEXANDRA ELIZABETH
par Gregory Harris.

3- VALERY KAUFMAN
par Hedi Slimane.



VICK MIHACI

Président de l'agence Elite Model Management Worldwide

Comment a évolué le mannequinat ?

Il y a beaucoup plus de mannequins qu'auparavant. Les réseaux sociaux ont pris une très grande place. À l'image de notre époque dont la mode est souvent le reflet précurseur, tout s'est accéléré...

Est-ce un atout ou une contrainte ?

On ne peut pas traiter les réseaux sociaux par-dessus la jambe. Le problème est que cette accélération ne laisse plus le temps aux mannequins de se créer. On oublie que le mannequinat est un métier qui s'apprend. On ne naît pas mannequin, on le devient.

Le travail en soi a-t-il changé ?

Les intermédiaires se multiplient. Alors qu'avant les agences traitaient en direct avec les clients, il y a des acteurs en amont qui imposent un style.

Les transferts sont-ils nombreux ?

Cela reste assez limité de nos jours même s'il y a eu quelques cas mémorables qui étaient liés à des choix politiques entre agences ou à des départs d'agents.

Mettez-vous en avant le fait qu'Elite est une agence française ?

La France reste le pays de l'élégance et du bon goût dans tous les styles. Elite est l'agence qui a la plus forte notoriété internationale, mais nous prônons le savoir-faire français. À New York, c'est le mass market, mais à Milan, la plupart des créateurs ont été repris par les groupes de luxe français. C'est quelque chose que l'on revendique d'autant plus que beaucoup croient qu'Elite est une agence américaine.

Dans le grand public aussi, le premier nom d'agence cité est celui d'Elite...

Elite est en tête des agences les plus connues grâce au phénomène des Super models, au concours Elite, et grâce aux mannequins phare qu'elle représente. Il a fallu travailler pour cela : on ne passe pas d'une montagne à une autre sans traverser une vallée. Elite a connu un creux entre 1999 et 2005 ; elle se reposait sans doute trop sur ses succès passés. Quand je suis arrivé en 2005, il était nécessaire de repenser la stratégie et d'imaginer des façons de redynamiser l'agence.

Comment avez-vous procédé ?

Il a fallu redonner du tonus aux équipes et apporter une vision novatrice du mannequinat. Nous devions étudier l'impact des nouveaux outils, apprendre à gérer les réseaux sociaux et à chiffrer leur impact. J'ai apporté ma touche personnelle en proposant un nouveau type féminin, classique et intemporel, mais indéniablement moins juvénile. Nous avons été rachetés par le groupe Pacific Global Management (PGM) dont la stratégie tournée vers la musique, la mode, l'industrie de l'*entertainment* et le digital fait que l'agence est réellement en phase avec notre société.

Quels sont les critères défendus par Elite ?

Les critères ont changé en quinze ans. Il y avait peu de mannequins qui dépassait 1,75 m. Aujourd'hui, on ne peut pas être mannequin à moins de 1,78 m. Une petite taille cantonnera un mannequin à une seule maison alors que l'idée est de représenter plusieurs maisons contrairement aux actrices qui sont les ambassadrices d'une seule marque. Un mannequin est un caméléon. On recherche une beauté classique qui peut être reconnue par le commun des mortels, mais que l'on peut twister avec des audaces avant-gardistes.

Y a-t-il actuellement une nationalité ou une origine dominante ?

Il y a eu une vague brésilienne et russe, un peu en trompe-l'œil. Chez Elite, nous ne nous privilégions des nationalités ou des origines. Nos tops viennent de tous les pays où nous sommes opérationnels...

Vous avez toutefois annoncé l'émergence des tops asiatiques ?

Nous avons les tops les plus célèbres du moment : Liu Wen, Ming Xi et Sun Fei Fei. Sun s'adresse moins au mass market qu'à des designers de mode. Très présents en Chine depuis 1999, nous y avons 6 agences et le dernier concours Elite s'est déroulé à Shenzhen. En Chine, les grands groupes de luxe européens et américains subissent des pertes de part de marché au profit des marques et de la création chinoises.

Le concours a été remporté par une Tchèque...

Oui, Barbora Podzimkova, une jeune fille de 15 ans. Et cette année, la 31^e édition a été marquée par la création d'un concours hommes. C'est une année de mutation : nous avons intégré les hommes dans nos portfolios.

Pensez-vous que le mannequinat peut devenir un tremplin vers le succès pour les hommes ?

Il y a eu des précédents... Les hommes sont de plus en plus intéressés par leur apparence et leur esthétique. De grandes marques s'ouvrent au marché masculin et ce marché est en perpétuelle croissance.

L'âge semble un critère de moins en moins restrictif avec les succès des tops post quarantaine...

Kate Moss s'adresse à une cible très précise : elle s'adresse aux femmes de 30-40 ans. On sort de la polyvalence que doit avoir un mannequin. Mais c'est très positif de pouvoir faire évoluer sa carrière en fonction des tranches d'âges visées.

Que pensez-vous du rôle prescripteur des magazines sur le physique des mannequins ?

Ce ne sont pas uniquement les magazines de mode qui déterminent le physique des mannequins. Chaque acteur du secteur a son rôle à jouer : l'agence déniche les nouveaux visages, les photographes, stylistes et les hair and make-up artists les subli-

ment, puis les magazines permettent au grand nombre de les découvrir. L'agence a un rôle prédominant et précurseur, c'est elle qui propose aux photographes, aux directeurs de casting et aux magazines les mannequins que le monde s'arrachera. Ce ne sont pas les agences de mannequins qui ont prôné ce corps fin, élancé et longiligne, mais bien la mode elle-même qui a mis en vigueur ces critères pour une raison très terre-à-terre : les créateurs n'ont plus le temps de faire les retouches nécessaires pour adapter leurs vêtements au corps des mannequins. Les stylistes doivent fournir un nombre de collections incroyable. C'est un travail monumental. Est-ce qu'on tend vers des créations jetables à peine lancées ? La mode va vite, peut-être trop vite. C'est en partie pour cela que Jean Paul Gaultier tire sa révérence. Les designers ont peur de ne plus pouvoir suivre ce rythme épuisant. Le renouvellement de l'image des collections d'une maison ne peut plus reposer sur les épaules d'une personne ou même d'une équipe. Le milieu est plus concurrentiel

depuis l'arrivée d'acteurs comme Zara ou H&M qui ont une force de frappe considérable au niveau du marketing comme de la distribution. Ces chaînes sont

capables de mettre de nombreux stylistes sur une collection là où les maisons traditionnelles en mettent un seul. C'est le prix à payer pour faire face aux besoins de consommation effrénés de notre époque.

Constatez-vous une émergence notable des tops français ?

Oui, il y a par exemple Sigrid Agren, égérie de Chanel, et Joséphine Letutour, valeur montante du mannequinat made in France. Finalement, les Français sont moins chauvins que les Anglais. En France, on revendique peu nos mannequins célèbres. Sigrid est mieux reconnue à l'étranger que dans son propre pays.

La nouvelle Miss France, Camille Cerf, a participé au concours Elite en 2010. Y a-t-il convergence entre les concours de beauté traditionnels et le mannequinat ?

Bien sûr, la beauté reste la beauté, mais les critères diffèrent. Ceux d'Elite sont les critères exigés par la mode. Pour le visage, il peut y avoir une correspondance, mais le corps des mannequins demeure très spécifique.

On évoque souvent les difficultés des jeunes mannequins à faire face à l'argent et la célébrité soudaine. Est-ce un problème à gérer ?

Le milieu de la mode suscite beaucoup de fantasmes. Tout est une question d'éducation. Chez Elite, nous veillons à ce que les mannequins aillent au bout de leur scolarité. Elles sont accompagnées pas à pas par un agent et les parents sont très présents. De surcroît, les

nouvelles lois françaises, européennes et américaines imposent un cadre strict au travail des mineures. Peu à peu, la profession trouve sa place sur le marché.

On s'aperçoit que le mannequinat a fait moins de destins brisés que la télé-réalité...

Oui, car le mannequinat est vraiment une profession. C'est un job qui demande énormément de sérieux et d'implication. Il y a beaucoup d'appelés et très peu d'élus dans ce métier qui exige de la persévérance et une grande force morale.

L'esprit de John Casablancas est-il toujours présent chez Elite ?

Il fût le Pygmalion de référence avec une capacité formidable à bien comprendre le marketing. Il a quitté Elite en 1999. Avant Elite était une entreprise familiale, on avançait à tâtons dans un milieu encore peu connu et peu structuré. Son esprit reste, mais les manières de faire ont changé pour s'adapter aux stratégies actuelles.

Pour John Casablancas, le credo d'Elite était de « trouver de jolies filles et les imposer sur

devoir me plier à des façons de faire qui m'étaient étrangères. Finalement on m'a laissé l'entièreté liberté de faire les choses à ma manière.

Comment relier gestion et quête de la beauté ?

On ne les relie pas ! L'agence de mannequins est une entreprise. Il est important d'avoir ce *business sense*, car il y a une société à faire tourner avec des centaines de salariés, dans un circuit économique classique. C'est au niveau du recrutement que la donne change : on ne travaille pas avec des produits, mais avec des êtres humains, sans aucune certitude. Je pense que j'ai toujours eu cette attirance vers la beauté.

Quels sont les noms qui vont émerger selon vous dans les prochaines années ?

Je pourrais sortir tout un listing ! Comme je l'ai dit, devenir un mannequin est un travail de longue haleine. Il faut au moins quatre ou cinq ans. Pour moi, la plus grande star actuelle est Cara Delevingne. Elle a de nombreuses cordes à son arc, elle est aussi actrice, chanteuse. Elle

a une personnalité exceptionnelle en perpétuelle évolution et se place au croisement de pleins de mondes artistiques. C'est sa force.. La personnalité est quelque chose de plus difficile à cerner que la beauté.

C'est capital, et c'est ça qui fait la différence.

Interview réalisée pour Photo par David Ramasseul en décembre 2014.

ADRESSE : 19, avenue George V, 75008 Paris.

Tél : +33 1 40 44 32 22.

www.elitemodel.fr/

NATIONALITÉ : française.

DATE DE CRÉATION : 1971.

FONDATEUR : John Casablancas et Alain Kittler.

ACTIONNAIRE PRINCIPAL : Pacific Global Mgmt.

CEO PACIFIC GLOBAL MGMT : Stefania Valenti.

PRÉSIDENT ELITE MODEL MGMT : Vick Mihaci.

GÉRANTE : Sabine Killinger.

MANNEQUINS : 250 femmes et 150 hommes.

NOMBRE DE PAYS IMPLANTÉS : 30.

SUPERMODELS : Cara Delevingne, Adriana Lima, Kendall Jenner, Liu Wen, Yasmin Le Bon, Devon Aoki, Anne Catherine Lacroix, Hannelore Knuts...

TOPMODELS : Nina Agdal, Ashleigh Good, Fei Fei Sun, Tao Okamoto, Malgosia Bela, Sasha Luss, Anna Jagodzinska, Behati Prinsloo, Caroline Trentini, Guinevere, Sigrid Agren, Eniko Mihalik, Lindsey Wixson...

HOTFACES : Ine Neefs, Joséphine Le Tuttour, Hatleth Kuusik, Cora Emmanuel, Vittoria Ceretti, Natalie Westling, Alexandra Elizabeth, Hollie May, Alisa Ahmann, Valery Kaufman, Elisabeth Erm, Nastya Sten...

 @elite-paris

"Nos tops viennent de tous les pays où nous sommes opérationnels..."

le marché ». Est-il encore d'actualité ?

Oui, et c'est la très grande force de l'agence Elite. Entre 70 et 80% des mannequins en activité aujourd'hui ont été découvertes et/ou sont passées chez nous à un moment ou à un autre. Grâce à notre notoriété, au concours, à notre savoir-faire, à notre capacité à dénicher de nouveaux talents, à les développer, et à imposer de nouveaux critères de beauté, le tout orchestré d'un management hors pair.

L'importance des photographes sur la carrière d'un mannequin a-t-elle diminué ?

Je pense qu'il est resté le même. La touche artistique des photographes reste essentielle (malgré la part importante prise par les stylistes et les directeurs de création) : Steven Meisel, Mario Testino, Peter Lindbergh, Mert & Marcus, Inez & Vinoodh, David Sims sont, entre autres, car la liste est longue, incontournables. Il y a aussi l'exemple de couturiers tels Karl Lagerfeld qui a noué une relation photographique incroyable avec Cara Delevingne, comme on le voit sur les dernières photos de Cara avec Pharrell Williams.

Quel est votre parcours ?

Il est purement économique. J'ai fait une école de commerce en plus d'une agrégation en sciences commerciales. Puis, j'ai débuté dans de grands groupes de luxe, avant de me lancer dans l'industrie du mannequinat proprement dit. Je suis belge et à l'origine de ce que l'on a appelé la vague belge des années 1995-2000. Elite est venue me chercher en 2005. J'étais hésitant, je craignais de

CARA DELEVINGNE

Photo la consacre Top de l'année !

Notre favorite cartonne sur Instagram avec plus de 8 millions de followers, est âgée d'à peine 22 ans, et affole la planète tout entière. Comparée par le photographe Mario Testino à l'icône Kate Moss, elle pourrait incarner la nécessaire relève générationalle.

Par SCANDER BOUAJILA

Née d'une mère *personal shopper* chez Selfridges et chroniqueuse au magazine *Vogue U.K.* et d'un père promoteur immobilier, Cara Delevingne grandit dans un milieu privilégié. Elle est repérée à l'âge de 17 ans par la mère de sa meilleure amie, Sarah Doukas, celle-là même qui dirige l'agence Storm Models et a repéré Kate Moss. Un an plus tard, la voilà propulsée sur les podiums de Burberry où elle fait ses débuts. S'enchaînent alors les contrats pour de prestigieuses publications telles que *V Magazine*, *Harper's Bazaar*, *Love*, *Numéro* et *Vogue*.

Gagnant en réputation, elle décroche par la suite des contrats pour de grandes marques. Elle devient ainsi l'égérie de Zara, celle du parfum Body Tender de Burberry, Pepe Jeans et Karl Lagerfeld et enfin, des cosmétiques et du prêt-à-porter Yves Saint Laurent, et ce n'est que pour l'année 2013.

Avant tout, c'est surtout en tant qu'utilisatrice addictive des réseaux sociaux que la jeune femme s'attire la sympathie du public. La *it girl* de la mode est dotée d'une personnalité fougueuse. Il n'est pas rare de la voir poster des pho-

tos d'elle ni maquillée ni coiffée sur Instagram et sur Facebook, mangeant de la nourriture de fast-food, faisant la bringue, ou venant tout juste de se faire tatouer. Une simplicité et un attitude rock'n'roll qui plaît puisque le compte du mannequin espiègle dépasse les 8 millions d'abonnés sur Instagram.

L'année 2014 marque la consécration pour le jeune top qui, avec 3,5 millions de dollars gagnés cette année, entre dans le classement Forbes des tops les mieux payés au monde.

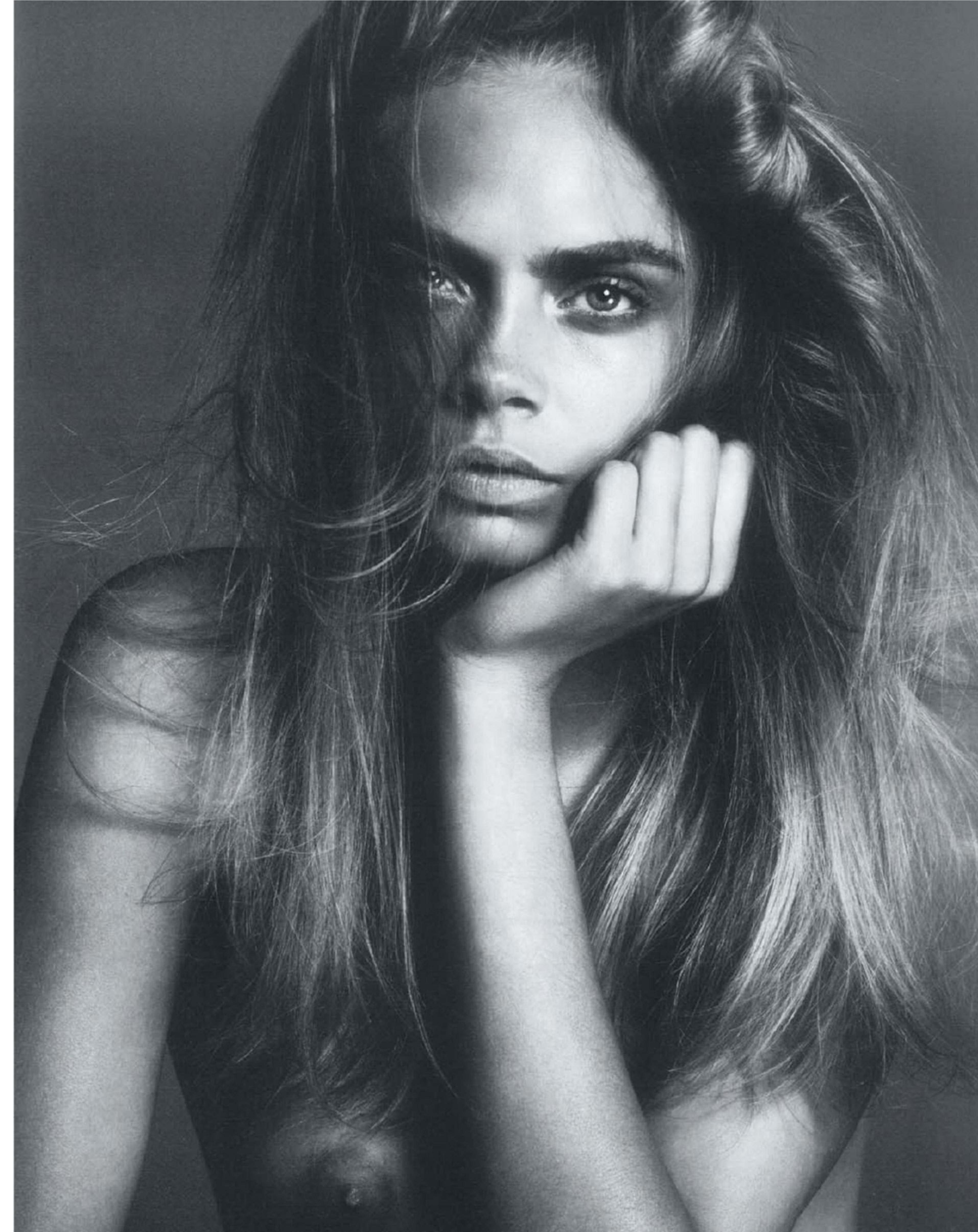
Élué mannequin de l'année aux British Fashion Awards, elle a de nouveau défilé pour les plus grands. Son contrat le plus remarquable étant le défilé de Chanel à Salzbourg pour lequel, habillée en Sissi impératrice, elle a tourné dans un court-métrage aux côtés de Pharrell Williams, le tout sous l'objectif de Karl Lagerfeld. Cara ne s'arrête pas là et incarnera prochainement une sirène mirifique dans le prochain blockbuster des Studios Warner Bros, *Pan*, réalisé par Joe Wright, et dont la sortie est prévue en juillet 2015.

De top model, elle se métamorphose progressivement en l'icône de toute une génération !

MERT ALAS
& MARCUS PIGGOTT

WMAGAZINE, SEPTEMBRE 2013.

Le top de 22 ans, blonde aux yeux verts, affiche des mensurations parfaites : 176 cm pour 79-61-86.





CARA DELEVINGNE

ELITE'S SUPER MODEL



ALASDAIR MCLELLAN

VOGUE U.K., JANVIER 2014.

Connue pour son utilisation frénétique
d'Instagram, elle publie souvent des
photomontages parodiques d'elle-même
(Voir sujet Instagram, dans ce numéro).

MERT ALAS
& MARCUS PIGGOTT

LOVE MAGAZINE, PRINTEMPS-ÉTÉ 2013.

Premier top à avoir assumé une relation
homosexuelle, avec l'actrice Michelle Rodriguez,
Cara aurait récemment entamé une relation
avec l'acteur Jack O'Connell.

CARA DELEVINGNE

ELITE'S SUPERMODEL

MERT ALAS
& MARCUS PIGGOTT

W MAGAZINE, SEPTEMBRE 2014.

Cara Delevingne prendra bientôt la pose sur
le catwalk du Grévin Fashion Museum.



MARIO SORRENTI

CAMPAGNE PARFUM TOM FORD BLACK ORCHID, 2014.

Jeune femme engagée, Cara milite activement pour la cause
féministe et contre le harcèlement scolaire.

ANGELO
PENNETTA

I-D MAGAZINE, HIVER 2012.

De top model à actrice, il n'y a qu'un pas.
Après avoir joué la princesse Sorokina dans
l'Anna Karenine de Joe Wright,
elle sera à l'affiche de
son prochain film, *Pan*.



CARA DELEVINGNE

ELITE'S SUPERMODEL



SØLVE SUNDSDØ

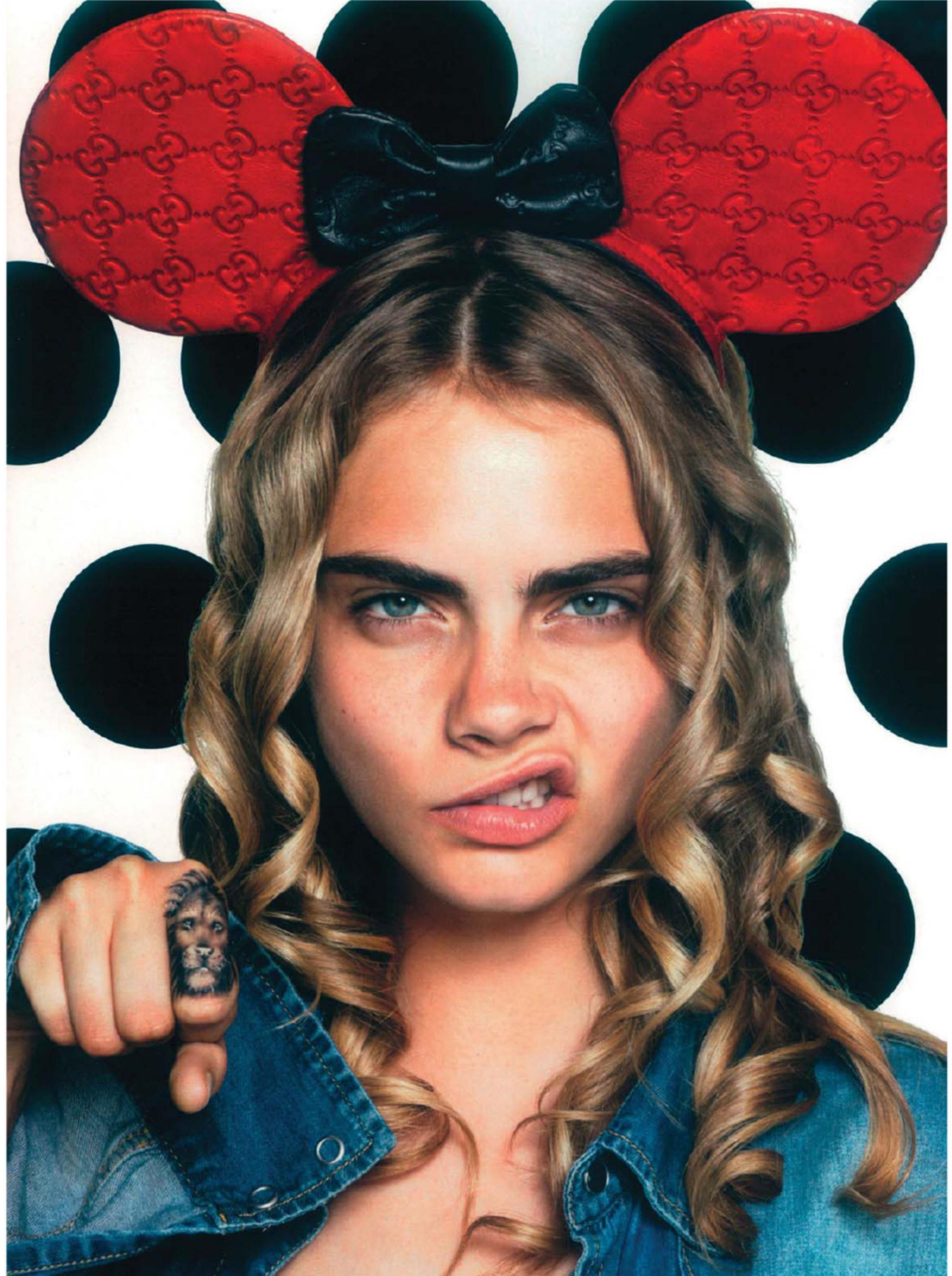
LOVE MAGAZINE, PRINTEMPS-ÉTÉ 2013.

Cara est la petite-fille de Sir Jocelyn Stevens, ancien chef de l'English Heritage et directeur général du *London Evening Standard* et du *Daily Express*.

MERT ALAS
& MARCUS PIGGOTT

LOVE MAGAZINE, AUTOMNE-HIVER 2013.

Passionnée de musique, elle chante et joue de la batterie. Elle a notamment collaboré avec Will Heard et, plus récemment, avec Pharrell Williams.



VIVA

*Imposer des règles pour assainir une profession qui n'avait pas bonne presse et poser des bases claires en misant sur la qualité: telles sont les clés de la réussite de l'agence créée par Cyril Brulé.
Retour sur un parcours marqué par l'exemplarité.*

Par DAVID RAMASSEUL

Cyril Brulé est à l'image de sa propre société, Viva Models, l'une des dernières agences internationales encore contrôlées par leur fondateur: un oiseau rare dans le milieu hyper-concurrentiel du mannequinat. Calme et lucide sur les tenants et les aboutissants du milieu dans lequel il évolue, cet ancien mannequin homme devenu dirigeant d'entreprise est parvenu depuis 1988, à force de travail et de patience, à imposer l'existence de l'agence Viva, une ancienne branche d'Elite, comme

un acteur incontournable implanté à Paris, Londres et Barcelone et en mesure surtout de rivaliser avec les superpuissances du secteur. Son secret? Un management atypique, fondé essentiellement sur la confiance, qui lui a permis de découvrir et de fidéliser des mannequins aussi prestigieux que la Russe Natalia Vodianova, l'Écossaise Kirsty Hume, la Brésilienne Raquel Zimmerman, la Britannique Karen Elson ou des actrices de théâtre et de cinéma comme l'Anglaise Kristin Scott Thomas et notre Isabelle Huppert.

CONSTANCE
JABLONSKI

PAR BENNY HORNE

Pour Numéro.

Française d'origine polonaise, le mannequin blond aux yeux bleus de 1,80 m a des mensurations de 87 - 59 - 89 cm.



SPÉCIAL TOP MODELS
LE TOUR DU MONDE DES AGENCES DE MANNEQUINS

NATALIA VODIANOVA

PAR MERT ALAS & MARCUS PIGGOTT

W Magazine

Brune aux yeux bleus, le mannequin russe de 1,76 m
a des courbes de 86,5 - 61 - 86,5 cm.

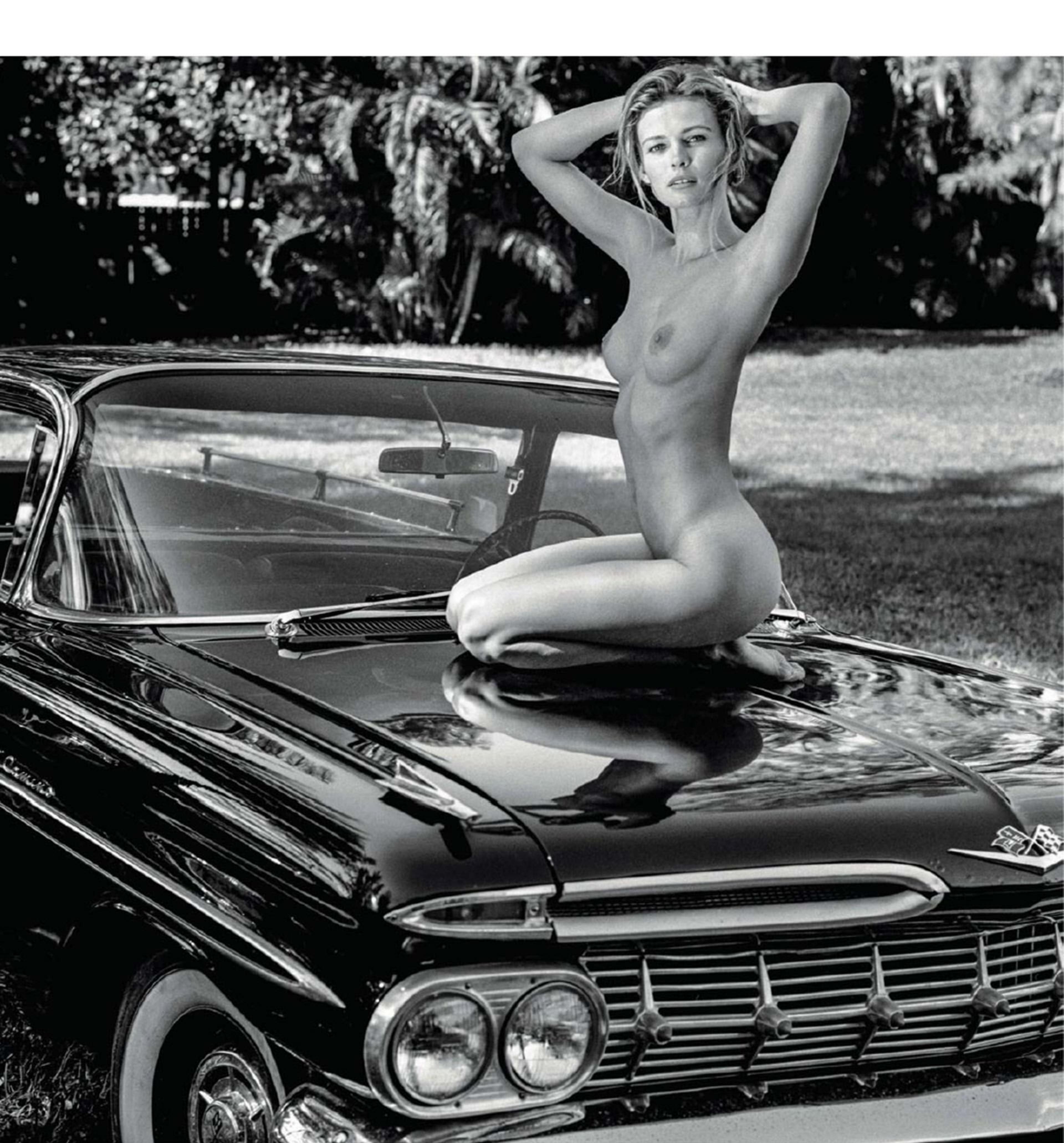


KARLINA GAUNE

PAR BLAISE REUTERSWARD

VOGUE Germany

Venant de Lettonie, aux cheveux châtain et aux yeux bleus,
avec des mensurations de 80 - 57 - 87 cm, elle mesure 1,77 m.



EDITA VILKEVICIUTE

PAR BRUCE WEBER

M Le Monde

Le mannequin lituanien châtain aux yeux bleus de 1,75 m
a des mensurations de 81 - 59 - 86 cm





DOUTZEN KROES

PAR BLAISE REUTERSWARD

VOGUE Germany

La Néerlandaise blonde aux yeux bleus mesure 1,78 m
et enregistre des mensurations de 86 - 62 - 88 cm.

AYMELINE VALADE

PAR TXEMA YESTE

Numéro

Brune aux yeux bleus, la Française
mesure 1,78 m pour 85 - 60 - 88 cm.

NEWFACES

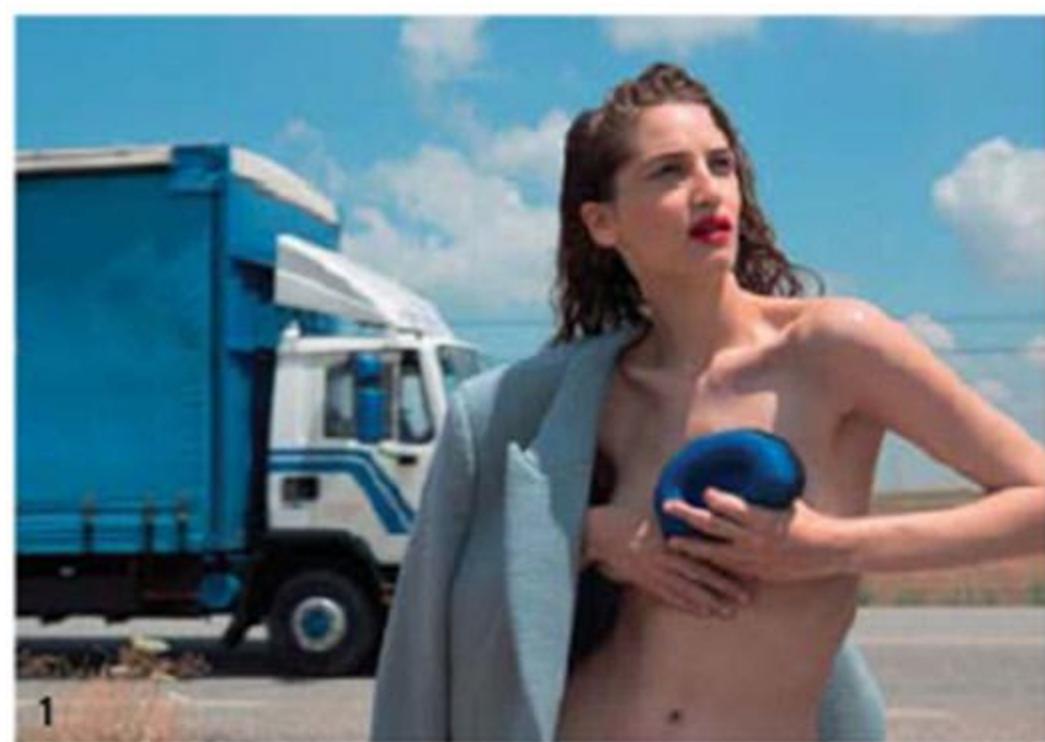


ALESSANDRA
AMBROSIO

PAR MARIO SORRENTI

W Magazine

Le mannequin brésilien aux mensurations de 86,5 - 58,5 - 86,5 cm est brune aux yeux marrons et mesure 1,78 m.



1- MELINA GESTO
pour *Pop Magazine*
photo : Viviane Sassen.

2-IMAAN HAMMAM
pour *Vogue Paris*
photo : Terry Richardson.

3-RIANNE VAN ROMPAEY
pour *Vogue Paris*
photo : Karim Sadli.



SPÉCIAL TOP MODELS

INTERVIEW

CYRIL BRULÉ

Fondateur et directeur de l'agence Viva Model Management

Dans quel contexte est né Viva Model ?

En désaccord avec la direction d'Elite, je suis parti et ai passé dix ans à remonter ce « canard boiteux ». J'ai arrêté le département hommes. Des mannequins femmes m'ont suivi et une dynamique s'est amorcée. Mannequin à mes débuts, je portais un regard critique sur le management. J'ai imposé des règles pour assainir une profession qui n'avait pas bonne presse. En posant des bases saines et en misant sur la qualité, la réussite a été au rendez-vous. Nous avons ouvert Viva Londres, puis Viva Barcelone, en continuant à représenter les mannequins Viva. Même si Kate Moss vient frapper à notre porte à Londres, on lui dira non.

Vous avez misé sur l'humain...

À la différence de groupes qui recrutent des tops avec des arguments fallacieux, nous privilégions la confiance. Il faut songer à l'intérêt du mannequin, qu'elle sache que nous ne voyons pas en elle qu'un outil pour nous enrichir. Celles qui ont travaillé dans des agences où elles n'étaient que des numéros apprécient la différence.

Est-ce ce choix de management qui explique la fidélité de tops comme Natalia Vodianova, que vous avez signée en 1999 ?

Doutzen Kroes, Raquel Zimmermann, Edita Vilkevičiūtė et Vanessa Axente nous sont restées fidèles. Nous avons établi une éthique de travail aussi bien à Paris qu'à New York, où nous sommes partenaires de DNA Models. Nous discutons entre nous avant d'appeler les mannequins... Stella Tennant, qui a 44 ans et quatre enfants, continue à « cartonner ». C'est dû à notre attention aux personnes alors que la moindre agence parisienne a plus de mannequins que nous sur son site Internet !

Mettez-vous en avant votre French Touch ?

Aujourd'hui Viva est, avec DNA, la seule agence dirigée par ses propriétaires. Je suis au courant de ce que font nos mannequins, des tops à la petite nouvelle. On est au cœur du métier alors que les grandes agences sont entre les mains de fonds d'investissement. Je pourrais mettre des petits drapeaux français sur nos mannequins ! Blague à part, nous représentons des jeunes Françaises qui affichent un profil différent de mannequins issues de milieux défavorisés et pas toujours assez structurées pour faire face aux sommes d'argent qui leur tombent dessus.

Comment se gèrent ces passages délicats ?

Tout repose sur l'agence qui gère leur quotidien et sur le code de déontologie : pas de drogue, pas de playboys. Toute personne qui déroge est virée. Je recherche des gens capables de rassurer les jeunes filles, de les mettre en garde, de leur faire prendre de la distance. Ce n'est pas facile. Investisseurs, transferts, agents... On dirait que le mannequinat ressemble au foot.

Je préfère travailler avec des gens que j'ai formés. Les bookers, je les ai choisis pour ce qu'ils sont et non pour les mannequins qu'ils ont représentés. Je me méfie des mercenaires de la profession qui monnayent leur portefeuille de clients.

Vous avez lancé à Paris la carrière de Kati

pour Mert&Marcus, l'autre pour David Sims ou Steven Meisel... Les designers sont devenus aussi importants que les photographes. Des maisons comme Chanel, Hedi Slimane ou Nicolas Ghesquière sont capables de mettre des mannequins sur orbite...

Vous aviez déploré naguère la maigreur imposée par une bande de gens de la mode...

Constatez-vous un peu plus de diversité ?

J'ai l'impression que tout le monde est attentif à ce problème même si on reste loin des mensurations des années 80. Certains magazines comme *Elle* sont vigilants et privilégié des filles souriantes et en bonne santé.

Pensez-vous pouvoir exercer votre métier toute votre vie ?

Je n'ai jamais fait que ça. Mais j'ai une femme et des enfants. Je prends du temps pour moi et je ne vais jamais dans les fêtes de la mode. J'ai trouvé un équilibre qui me permet d'aimer mon métier.

Pouvez-vous me citer un nom chez Viva qui va selon vous persister dans les années à venir ?

Je dirais Jean Campbell.

Interview réalisée pour Photo par David Ramasseul en novembre 2014.

ADRESSE : 15, rue Duphot
Paris 1^{er}. Tél: +33 1 44 55 12 60.
www.viva-paris.com

NATIONALITÉ : française.

DATE DE CRÉATION : 1988.

FONDATEUR : Cyril Brûlé.

DIRIGEANT : Cyril Brûlé.

DIRECTEUR DU BOOKING : Alessandra Bertoldini.

MANNEQUINS : 107 femmes.

NOMBRE DE PAYS IMPLANTÉS : 3 (Paris, Londres, Barcelone).

LES ICÔNES : Natalia Vodianova, Doutzen Kroes, Karen Elson, Liya Kebede, Raquel Zimmermann.

LES TOPS : Naomi Campbell, Edita Vilkeviciute, Julia Nobis, Saskia de Brauw, Vanessa Axente.

LES ESPOIRS : Natalia Vodianova, Doutzen Kroes, Karen Elson, Liya Kebede, Raquel Zimmermann.

LES CÉLÉBRITÉS : Charlotte Rampling, Juliette Binoche, Isabelle Huppert, Marie-Josée Croze, Inès de la Fressange.

@vivamodels

SPÉCIAL TOP MODELS

LE TOUR DU MONDE DES AGENCES DE MANNEQUINS

WOMEN

Women, c'est la recherche constante de la beauté intemporelle hors des codes et des sentiers battus. Une agence iconique qui fait les top models d'aujourd'hui et de demain.

Par ALICE VANNOORENBERGHE

L'AVENTURE WOMEN DÉBUTE EN 1988 À NEW YORK. L'AGENCE SIMPOSE RAPIDEMENT DANS LE MONDE DE LA MODE ET S'INSTALLE À MILAN ET PARIS, OÙ ELLE CONTINUE DE DÉVELOPPER SA RECHERCHE DE L'ESTHÉTIQUE PARFAITE ET SA CONSTRUCTION DE GRANDES CARRIÈRES.

AUJOURD'HUI LES STARS DE L'OBJECTIF Y SONT TOUTES PRÉSENTÉES : JOURDAN DUNN, ANNA EWERS, KASIA STRUSS, NATASHA POLY, ISELIN STEIRO, AMBER VALETTA, TONI GARRN, DARIA STROKOUS, IZABEL GOULART.. WOMEN EST PARTOUT, SES MANNEQUINS SONT SUR TOUS LES DÉFILÉS, COUVERTURES DE MAGAZINES MAIS AUSSI RÉSEAUX SOCIAUX. LES GRANDS PHOTOGRAPHES, DESIGNERS ET MAGNATS DE LA PRESSE SARRACHENT LES NEW FACES COMME LES TOPS.

CETTE ANNÉE, NATHALIE CROSCOTTON A PRIS LA DIRECTION DE WOMEN PARIS. ELLE Y A APPORTÉ SON EXPÉRIENCE ET SON PROPRE REGARD. AU PROGRAMME : DES SILHOUETTES SINGULIÈRES, DES REGARDS FÉLINS, DES JAMBES ININTERMINABLES ET DES VISAGES D'UNE BEAUTÉ À COUPER LE SOUFFLE. VU LES RÉSULTATS DE LA FASHION WEEK, C'EST UNE RECETTE QUI MARCHE.

NATASHA POLY

PAR LUIGI & IANGO
Vogue Germany - octobre 2014
Le mannequin russe blond aux yeux noisettes a des mensurations de 85-58-87 cm pour 1,78 m.





SPÉCIAL TOP MODELS
LE TOUR DU MONDE DES AGENCES DE MANNEQUINS



DAPHNE GROENEVELD

PAR CUNEYTA AKEROGLU
Antidotes printemps-été 2014
La néerlandaise blonde aux yeux bleus mesure 1,79 cm pour 80-60-89 cm.



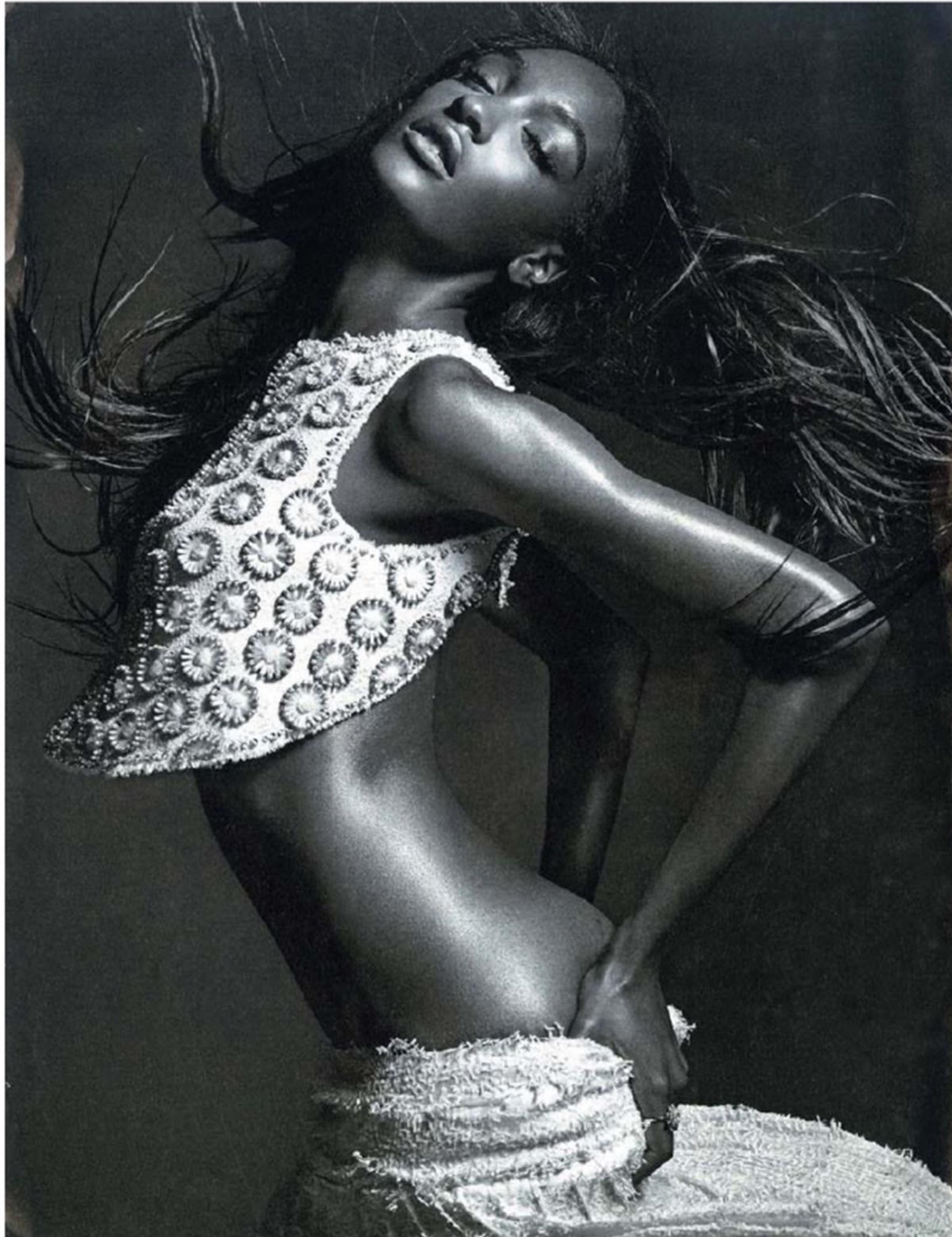
IZABEL GOULART

PAR MARIO TESTINO

Vogue Espana - décembre 2012

La belle Brésilienne brune aux yeux marron a des mensurations de 83-60-89 cm du haut de son 1,77m.

SPÉCIAL TOP MODELS
LE TOUR DU MONDE DES AGENCES DE MANNEQUINS



JOURDAN DUNN

PAR MARIO SORRENTI
W Magazine - décembre 2012
Le jeune mannequin britannique de 1,78 m est brune aux yeux marron.
Ses mensurations sont 83-60-89 cm.

ANNA
EWERS

PAR MERT ALAS & MARCUS PIGGOTT
Vogue Paris - aout 2014
Née en Allemagne, la blonde aux yeux marron fait 1,75 m pour 85-60-89 cm.



ISELIN STEIRO

PAR GLEN LUCHFORD
Vogue Paris - novembre 2013
 Norvégienne blonde aux yeux verts mesurant
 1,78 m pour 81-61-86,5 cm.



1-Maartje Verhoef
 par Karl Lagerfeld
Numéro - septembre 2014

2-Ophelie Guillermand
 par Jason Kibbler
Vogue Russie - septembre 2014

3-Vanessa Moody
 par Steven Meisel
Vogue Italie - juillet 2014



Cette année vous fêtez votre 30^e année de métier, comment tout a-t-il commencé ?

En 1984, j'ai été repérée par Marylin Gauthier au Palace... comme mannequin ! Mais je savais déjà que je voulais devenir agent. À l'époque, c'était différent: Paris était le centre de la mode, il y avait les mannequins défilés, les mannequins photos, Jerry Hall, Inès de la Fressange... Sans compter que nous n'avions à disposition ni fax, ni Internet ! C'était un monde festif dans lequel le métier d'agent était en train de se définir.

Ensuite vous avez intégré Elite...

Oui, j'étais directrice du booking Elite. C'est là-bas que j'ai appris le vrai métier d'agent. J'ai eu la chance de vivre l'âge d'or, avec la naissance des top models comme Linda, Cindy, Naomi ou encore Christie.

C'est quoi le vrai métier d'agent ?

C'est un métier à plusieurs facettes. Il faut bien sûr savoir développer une carrière du début à la fin et gérer au jour le jour, heure par heure, l'organisation des journées des mannequins afin de les optimiser. Mais cela s'étend aussi au travail de leur image: choisir avec elles leurs tenues, leur expliquer les attentes des clients qu'elles s'apprêtent à rencontrer. On leur apprend même à défiler ! Beaucoup sont jeunes, loin de leur famille et de leur pays. L'agent est aussi là pour les réconforter, les écouter et les encourager.

Parlez-nous de l'aventure que vous avez menée avec Nathalie Models:

Un jour j'ai eu envie de vivre ce monde sous un autre angle. J'ai décidé de relever mon plus grand défi: créer l'agence Nathalie, une agence « boutique » pas comme les autres, avec une méthode de travail plus artisanale, moins conventionnelle. J'ai recherché des visages différents avec Omahyra, Colette, Lisa Ratliffe, et d'autres. L'agence était un lieu de rencontres et d'échanges. Cette particularité a, je crois, été la clé de notre réussite, et c'est pourquoi nous sommes rapidement devenus la première agence indépendante parisienne.

Depuis près d'un an vous dirigez Women.

Que s'est-il passé ?

Vous savez, notre industrie est en pleine évolution et j'ai vite compris qu'il était important



SPÉCIAL TOP MODELS

INTERVIEW

NATHALIE CROS-COITTON

Managing Director de Women Management

de savoir s'adapter. Alors quand Stefania Valenti m'a proposé de fusionner l'agence Nathalie avec la puissante agence Women, j'ai immédiatement été séduite. J'ai donc accepté et j'en suis très heureuse. C'a été une année très riche et couronnée de succès, si l'on en croit notre présence sans précédent sur les défilés lors de la dernière Fashion Week parisienne.

Quel a été l'apport de l'agence Nathalie à l'agence Women ?

Women a toujours été une agence forte, avec des mannequins iconiques. L'agence Women Management Paris, fondée en 1988, reste aujourd'hui une source d'inspiration qui a pour but d'embrasser et mettre en valeur la beauté non traditionnelle, ce qui fait d'elle l'une des agences les plus reconnues et respectées dans l'industrie de la mode.

Nathalie y a simplement apporté son propre ADN, notamment le savoir-faire d'un management très personnel où l'on suit et respecte la personnalité de nos mannequins. L'industrie du luxe nous le montre quotidiennement : on peut conserver un savoir-faire d'artisan au sein d'un groupe de portée planétaire.

Est ce que vous avez ressenti une grande différence en arrivant chez Women ?

C'est une logique différente car nous faisons partie d'un groupe. Nous avons un nombre important d'agents, et l'accès à un panel de clients beaucoup plus large et international. J'aime cette agence car elle correspond à ma vision de la mode. Elle est constamment dans la recherche de nouveauté et de singularité.

Le mannequinat est-il un tremplin vers d'autres métiers ?

C'est un aspect méconnu de notre métier. Une bonne agence doit aider un mannequin à construire une vie professionnelle et personnelle dont le mannequinat n'est qu'une étape. Nous devons donc veiller pendant toute sa carrière à lui faire découvrir d'autres horizons, à la faire connaître pour ce qu'elle est, à révéler son potentiel. C'est pour cela qu'au moment de choisir un mannequin, nous sommes très attentifs à sa personnalité. Ma fierté est de croiser régulièrement mes anciens mannequins qui ont fait de belles carrières. Notre groupe travaille d'ailleurs

sur ce sujet afin de pouvoir en son sein proposer de nouvelles activités professionnelles et s'inscrire dans le long terme.

Parlez-nous un peu de vos mannequins...

Nous mettons un point d'honneur à assurer la longévité de leur carrière. Regardez Natasha Poly (L'Oréal, H&M), c'est une mère de famille qui a été sublimée par Mario Testino en couverture du *Vogue France* avec son enfant. J'aime aussi Anna Ewers car elle sort des codes habituels. Loin du mètre 80, elle est pulpeuse et chaleureuse. En plus de plusieurs couvertures de *Vogue*

Internet est-il pour vous un outil de travail indispensable ?

Oui c'est essentiel pour mes équipes qui l'utilisent quotidiennement pour découvrir de nouveaux talents, pour assurer la promotion de nos mannequins mais aussi sentir les évolutions du marché, les tendances émergentes – et ceci dans un monde qui évolue de plus en plus vite. Cela nous aide à présélectionner ou à envoyer une vidéo en temps réel, mais rien ne remplace le contact humain, la discussion avec le mannequin et l'œil du professionnel. La technologie ne remplace en aucune manière le talent.

Êtes-vous une passionnée ?

Je suis une vraie passionnée ! J'adore ce milieu, cet univers, et les gens que l'on y croise : photographes, couturiers, créatifs... Tous sont hors des sentiers battus. Et bien sûr, j'aime mes mannequins. J'aime les écouter, les conseiller, les voir évoluer sur un podium ou devant un objectif... J'aime toutes ces fortes personnalités, ces artistes, ces egos surdimensionnés, l'originalité, la folie. Notre métier est de véhiculer du rêve, de reconnaître les courageux, les talentueux et les audacieux. Il faut sans cesse trouver de nouvelles idées. La mode se réinvente constamment, et on ne s'ennuie jamais !

Interview réalisée pour Photo par Alice Vanoorenberghe en décembre 2014.

ADRESSE : 7, boulevard de La Madeleine, Paris 1^{er}.
Tél : +33 1 55 35 22 22.

www.womenmanagement.fr

NATIONALITÉ : américaine

DATE DE CRÉATION : 15 juillet 1999

FONDATEUR : Dejan Markovic

DIRECTEUR : Nathalie Cros-Coitton.

MANNEQUINS : 202 femmes.

NOMBRE DE PAYS IMPLANTÉS : 3 agences
WOMEN Management dans le monde
(New York, Paris, Milan).

LES TOPS : Anna Ewers, Jourdan Dunn, Kasia Struss, Lea T, Natasha Poly

LES ESPORTS : Maartje Verhoef, Vanessa Moody, Matilda Lowther, Mina Cvetkovic, Irina Sharipova, Jing Wen.

LES CÉLÉBRITÉS : Amber Valletta.

@womenmanagementny

"J'aime cette agence car elle correspond à ma vision de la mode."

à son actif, elle est égérie Mango ! Et Jourdan Dunn, qui a signé un contrat avec Maybelline... Je pense aussi, bien sûr, à l'intemporelle Amber Valletta.

Vous êtes la seule femme dirigeant une agence de mannequins à Paris. Est-ce que ça crée une différence dans le management ?

Il n'y a pas de différence, mais certainement une sensibilité et un regard particulier sur les mannequins. Je suis aussi une mère et une femme exigeante. J'ai besoin d'être fière de mes enfants, de mes mannequins et de l'entreprise que je dirige. Cela demande un sens de l'organisation très développé, la capacité de rester calme dans le stress et celle de savoir s'imposer et de prendre des décisions qui ne sont pas faciles !

Avez-vous l'impression que le métier a beaucoup changé ?

Il n'a pas complètement changé. Comme je le disais, il a évolué. Il faut notamment intégrer les réseaux sociaux dans le développement des carrières de nos mannequins. Nous sommes très présents dans ce domaine, ce qui est nouveau. Nos mannequins peuvent aujourd'hui s'exprimer grâce à Internet : elles y parlent, dévoilent un peu de leur vie. C'est en un sens un outil extrêmement intéressant car il donne une dimension plus humaine à ce métier, bien au-delà de leur image figée sur papier glacé.

LONDRES MODELS 1

ADRESSE : 12 Macklin Street, Covent Garden London, WC2B 5SZ United Kingdom
Tél : +44 0 20 7025 4900
www.models1.co.uk

NATIONALITÉ : britannique

DATE DE CRÉATION : 1968

FONDATRICE ET DIRECTRICE : Lucy Emilia Victoria McDonnell

DIRECTEUR DU BOOKING :

Karen Diamond

MANNEQUINS : 35
NOMBRE DE PAYS IMPLANTÉS : 1

LES TOPS : Alessandra Ambrosio, Amber Valletta, Coco Rocha

LES ESPOIRS : Neelam Gill, Marte Mei van Haaster, Hollie May Saker

LES CÉLÉBRITÉS : Olivia Palermo, Yasmin Le Bon, Twiggy

 @models_ruk

JOSY SPOONER SPECIAL BOOKINGS AGENT

Quel a été votre événement marquant de 2014 ?

Nous avons eu une formidable saison en association avec plusieurs festivals. Nous avons aussi organisé un concours avec Jack Wills.

Internet est-il devenu un outil de travail indispensable ?

C'est devenu notre moyen principal. Auparavant, les bureaux brisaient de conversations, chacun était suspendu au téléphone... Maintenant, nous utilisons simplement un clavier.

D'où viennent vos modèles ?

Du monde entier. Nous sommes en recherche active de nouveaux tops lors des événements et nous collaborons avec des agences internationales qui placent leurs modèles auprès de la notre pour les faire tourner en Grande-Bretagne, en particulier à Londres.

Les méthodes de casting ont-elles changé ?

La majorité des castings se font

sur Internet. Les clients aiment regarder des vidéos ou des images et bookent parfois sans passer par l'étape du casting. Il y a moins de castings généralistes et plus de castings avec des critères spécifiques, c'est une tendance lourde.

Pourquoi le milieu de la mode ne fabrique-t-il plus de grands noms comme dans les années 90 ?

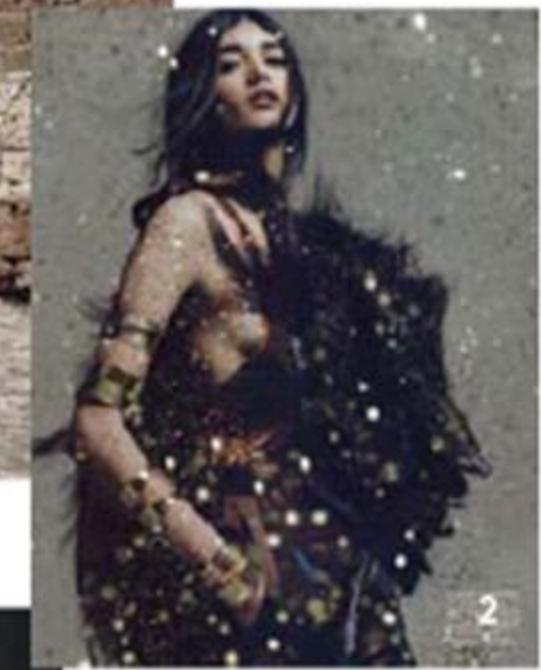
Il y a précisément des modèles actuels renommés dont on se souviendra. C'est quelque chose qui à voir avec le modèle et sa capacité personnelle à échanger avec son public.

Le mannequinat est-il un tremplin vers d'autres carrières ?

Tout à fait. Beaucoup des ex-modèles travaillent dans le milieu de la mode comme agents, designers, producteurs... C'est aussi une bonne façon de se former aux métiers du spectacle, au travail d'acteur, au chant...



1



2



3

01 - VOGUE JAPAN
Magdalena Frackowiak par Willy Vanderperre

02 - WONDERLAND MAGAZINE
Neelam Gill par Carlos Serrao

03 - INTERVIEW MAGAZINE
Amber Valletta par Mert Alas & Marcus Piggott

LONDRES STORM

ADRESSE : 5 Jubilee Place, London SW3 3TD
Tél : +44 207 368 9967
www.stormmodels.com/

NATIONALITÉ :

britannique

DATE DE CRÉATION : 1988

FONDATEUR : Sarah Doukas

DIRIGEANT :

Richard Branson

DIRECTEUR DU BOOKING : Noelle Doukas

MANNEQUINS : 165 femmes 51 hommes

NOMBRE DE PAYS IMPLANTÉS : 1

LES TOPS : Cara Delevingne, Lily Cole, Alek Wek, Karolina Kurkova, Poppy Delevingne

Quel a été votre événement marquant de 2014 ?

Nous avons ouvert une « division digitale » où nous représentons des blogueurs et des vlogueurs.

En quoi le métier a-t-il changé ?

Les réseaux sociaux, sans aucun doute. Instagram est devenu l'accessoire indispensable du mannequin, leur carte de visite.

D'où viennent vos modèles ?

Le scouting a toujours fait partie de notre ADN.

Qui est le photographe de 2014 et qui sera celui de 2015 ?

Pour 2014, Glen Luchford qui a réalisé de belles images de Kate Moss. Pour 2015, Harley Weir.

SIMON CHAMBERS CO-DIRECTEUR DE L'AGENCE

Le « top de l'année » ?

Liu Wen, Anna Ewers, Jourdan Dunn ou Cara Delevingne.

Et dans votre agence ?

Cara Delevingne.

Quelles sont les caractéristiques physiques en vogue ?

On dépasse aujourd'hui les standards physiques pour se focaliser sur la personnalité, qui se doit d'être chaleureuse et fabuleuse.

Quel a été votre événement marquant de 2014 ?

Nous avons ouvert une « division digitale » où nous représentons des blogueurs et des vlogueurs.

En quoi le métier a-t-il changé ?

Les réseaux sociaux, sans aucun doute. Instagram est devenu l'accessoire indispensable du mannequin, leur carte de visite.

D'où viennent vos modèles ?

Le scouting a toujours fait partie de notre ADN.

Qui est le photographe de 2014 et qui sera celui de 2015 ?

Pour 2014, Glen Luchford qui a réalisé de belles images de Kate Moss. Pour 2015, Harley Weir.

Internet est-il devenu un outil de travail indispensable ?

Oui, surtout du point de vue de la communication. Tout change très vite, il faut toujours se tenir informé des dernières tendances.

Qu'en est-il des coursiers ?

Internet les a tués, je pense. Néanmoins, le rapport humain n'est pas perdu. Nous avons embauchés, grâce à Internet.

Pourquoi le milieu de la mode ne connaît-il plus de stars ?

Les années 80 et 90 étaient un tout autre monde. les tops avaient fini par devenir plus célèbres que les vêtements qu'elles portaient. Puis ce fut les actrices. Aujourd'hui, de nouveau, on vit à l'heure de la génération des supermodèles 2.0. Avec le temps, je pense que les blogueuses vont être sur le devant de la scène.

Le mannequinat est-il un tremplin ?

Le mannequinat est la meilleure est la plus dure des universités. Elle apprend aux filles à se promouvoir, le marketing, la sociabilité, le sens de l'organisation et à être flexible.

RUSH



1



01 - RUSH
Jourdan Dunn par Benny Horne



3

02 - BURBERRY
Cara Delevingne et Kate Moss par Mario Testino

03 - YVES SAINT LAURENT
Cara Delevingne et Jourdan Dunn par Terry Richardson

PARIS OUI MANAGEMENT

ADRESSE : 20 passage Dauphine, Paris 6^e, France.

Tél : 01 43 26 32 32

www.ouimanagement.com

NATIONALITÉ :

française

DATE DE CRÉATION :

30 septembre 2010

FONDATEUR ET

DIRIGEANT: Steve Dellar.

MANNEQUINS :

123 femmes

NOMBRE DE PAYS

IMPLANTÉS : 1

LES TOPS : Cameron

Russell, Catherine McNeil, Malaika Firth, Nadja Bender, Jamie Bochert.

LES ESPOIRS : Kate

Grigorieva, Sarah Brannon, Lina Berg, Amalie Schmidt, Sara Sampaio.

@oui_management

HUGO SANTOS AGENT

Pour vous, qui est le « top de l'année 2014 » toutes agences confondues ?

Edie Campbell, ex æquo avec Cara Delevingne

Et qui, dans votre agence, a fait la plus belle année ?

Nadja Bender.

Quelles sont les caractéristiques physiques en vogue ?

Fraîcheur, féminité et un corps d'elfe. La personnalité est aussi très importante aujourd'hui.

En quoi le métier a-t-il changé en 2014 ?

Rien ne bouge, tout surprend toujours.

D'où viennent vos mannequins ?

Ces dernières semaines, surtout d'Europe.

Internet est-il devenu pour vous un outil de travail indispensable ?

Comment faire sans ?

C'est impensable !

Internet a-t-il mis au clou les iconiques coursiers omniprésents dans vos agences ?

Pas encore, les clients aiment encore beaucoup les books papier.

Les méthodes de casting ont-elles changé ?

Bien entendu. Il y a de plus en plus de mobilité internationale, les directeurs de casting doivent s'adapter eux aussi.

Pourquoi le milieu de la mode connaît plus de véritables grands noms à l'instar des tops des années 90 ?

L'étendue internationale des données a créé plus de choix, plus de diversité et un renouvellement incessant. Il n'y a plus de « durée » et il très difficile pour un mannequin de « s'installer ». Le mannequinat est-il un tremplin vers d'autres métiers ?

C'est toujours un grand apprentissage professionnel, c'est sûr.



01 - LINA BERG

02 - PORTER MAGAZINE

Malaika Firth par Norma Jean Roy

03 - VOGUE ESPAÑA

Nadja Bender par Giampado Sgura

D'MANAGEMENT MILAN

ADRESSE : 13 via Forcella

Milan, 20144 Italie

Tél : +39 02 8942 1377

dmanagementgroup.com

NATIONALITÉ : italienne

DATE DE CRÉATION :

2001

FONDATEUR ET DIRIGEANT :

David Brown

DIRECTEUR DU BOOKING :

Francesca Benedetto

MANNEQUINS : 133

femmes, 224 hommes

NOMBRE DE PAYS

IMPLANTÉS : 1

LES TOPS : Lindsey

Wixson, Julia Nobis, Chanel Iman, Holly-May Saker, Andreja Pejic

LES ESPOIRS : Marnie

Harris, Clementine Dearedt, Robin Van Halteren, Lou Schoof, Jes Sikosek

LES CÉLÉBRITÉS :

Kate Moss, Naomi Campbell, Eva Herzigova, Heidi Klum, Monica Bellucci

FRANCESCA BENEDETTO

DIRECTEUR DE L'AGENCE

Le « top de l'année 2014 » ?

Cara Delevingne. Sa personnalité et son charisme sont uniques.

Et dans votre agence ?

Sans conteste, Julia Nobis.

Quelles sont les caractéristiques physiques en vogue ?

Heureusement, on y accorde moins d'intérêt qu'auparavant. Les beautés classiques sont toujours une valeur sûre, mais le milieu de la mode est aujourd'hui plus ouvert à la diversité.

Quel a été votre événement marquant de 2014 ?

La présentation du calendrier Pirelli à Milan, dans lequel figurent la totalité de nos modèles.

En quoi le métier a-t-il changé ?

La communication est devenue fondamentale pour les modèles à travers les réseaux sociaux.

D'où viennent vos modèles ?

Nous les repérons dans nos agences locales, mais nous restons en éveil pour débusquer tel ou tel modèle au coin de la rue.

Qui est le photographe de 2014 et qui sera celui de 2015 ?

Le Turc Cuneyt Akeroglu

qui a récemment shooté nos supermodèles Eva Herzigova, Claudia Schiffer and Naomi Campbell pour la couverture du Vogue Turquie, ou encore Jamie Hawkesworth, qui a réalisé la campagne Miu Miu Resort 2015.

Pourquoi le milieu de la mode ne fabrique-t-il plus de stars ?

C'est un phénomène qui ne se reproduira sans doute jamais, mais ces modèles ont été une source d'inspiration pour une industrie du mannequinat qui a énormément prospéré depuis.

Les méthodes de casting ont-elles changé ?

Internet a, pour le coup, révolutionné le système de transmission des photos et des vidéos.

Nombre de directeurs de casting sélectionnent désormais les modèles à travers les réseaux sociaux et les blogs.

Le mannequinat est-il un tremplin vers d'autres carrières ?

C'est un métier difficile, mais il offre d'incroyables opportunités.



1 - TRAVEL Five darkly elegant escapes to...



01 - THE EDIT
Kirsten Owen par David Bellemere

02 - I-D MAGAZINE
Julia Nobis par Willy Vanderperre

03 - VOGUE TURQUIE
Eva Herzigova, Naomi Campbell & Claudia Schiffer par Cuneyt Akeroglu

ART BASEL MIAMI
LES COULISSES DE LA COUVERTURE DE PHOTO





NINA AGDAL POSE POUR MARKUS&KOALA
dans la piscine du National Hotel de Miami Beach.

NINA AGDAL BY MARKUS & KOALA

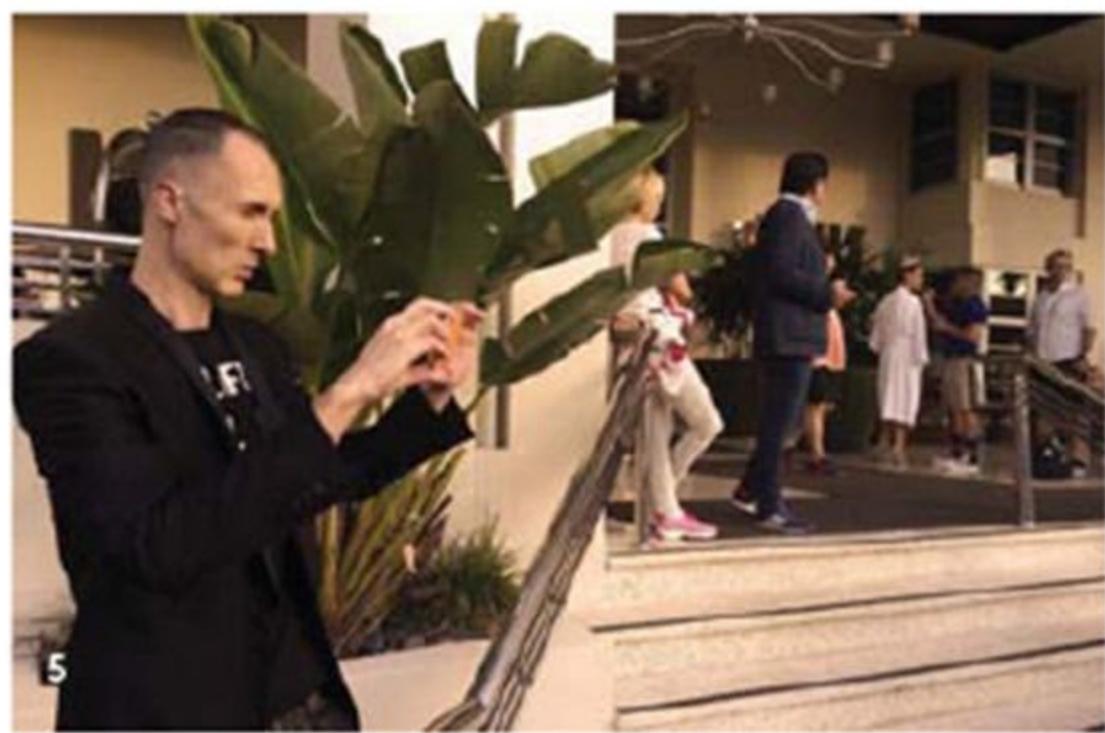
Pour réaliser la couverture de son Spécial Top Models, Photo s'est adjoint le talent d'un duo d'artistes multimédia et la beauté d'une sublime Danoise d'Elite.

Le shooting a eu lieu dans la piscine du National Hotel de Miami dans l'effervescence d'Art Basel avec le très photo Smartphone Lumia 930 et un reflex Nikon.

Par AGNÈS GRÉGOIRE

En décembre, Miami accueille depuis treize ans Art Basel, la célèbre foire d'art contemporain. Parmi les événements fashion qui accompagnent toujours l'événement, la réalisation en direct de la couverture de notre Photo Spécial Top Models avec le top model Nina Agdal par Markus&Koala. Ce fut l'émeute ! La reine des couvertures du cultissime *Sports Illustrated* a fait fureur lors du shooting à la piscine du National Hotel de Miami Beach. Pour que le duo d'artistes puisse se concentrer sur la réalisation de notre une, il a fallu fermer la piscine au public et aux équipes de télévision le temps de la prise de vue. La sublime Danoise de l'agence Elite s'est prêtée avec grâce, professionnalisme et plaisir aux mises en scène et au stylisme de Markus&Koala. Compte tenu de sa personnalité et de sa nationalité, le milieu de la mode parle déjà d'elle comme étant la nouvelle Helena Christensen. Quant au duo californien, leur signature est bien connue des magazines internationaux de mode comme *Harper's Bazaar*. Pour eux, la pression était double puisqu'ils inauguraient dans le même temps leur exposition *Role Model*, une compilation de leurs meilleures images réalisées au cours des deux dernières années, accompagnée des sculptures Pop Art du Français Richard Orlinski. *Role Model* fait également l'objet d'un livre qui sort ce mois-ci présentant une galerie vertigineuse d'une centaines de stars comme Lady Gaga (photo qui a d'ailleurs fait la couverture du *Photo* de novembre 2012), Beyoncé ou encore Dita Von Teese. Découvrez ici les coulisses d'un shooting exceptionnel pour *Photo* !

ART BASEL MIAMI
LES COULISSES DE LA COUVERTURE DE PHOTO



1- Koala photographiant Nina avec son Microsoft Lumia 930.
2-3- Dans les coulisses du shooting avec Nina Agdal.
4- Markus&Koala en pleine séance de selfie avec leur Microsoft Lumia 930 vert.

5- Markus et son Lumia 930 orange.
6-7- L'exposition Role Model dans le hall du National Hotel Miami Beach, avec les œuvres de Markus&Koala.
8- Nina Agdal par Markus&Koala.





NINA AGDAL
par Markus&Koala.

MARKUS&KOALA

Quelle image aviez-vous en tête pour la couverture de notre Spécial Top Models ?

Koala: Je ne l'avais pas imaginée comme ça. Les séances de prise de vue avaient été prévues au National Hotel, à Miami Beach, dans la magnifique piscine au milieu de laquelle Nina se tenait sur une plate-forme. Ainsi, la structure de départ était calée. Pour ma part, j'aime rester intuitive dans le process en laissant les éléments se mettre en place, ce qui s'est d'ailleurs produit de manière stupéfiante.

Markus: Je pensais que la lumière deviendrait de plus en plus belle au fur et à mesure que l'obscurité gagnerait du terrain. Je n'avais pas vraiment planifié d'avoir recours à ce point à la technique du *shutter drag* ou *open flash* – technique qui combine l'utilisation du flash et la prise en compte de la lumière ambiante. L'image finale de la couverture est une composition réalisée à l'aide d'expositions multiples et de plusieurs effets de *shutter drag* que Koala a su disposer de façon particulièrement habile et talentueuse.

Koala, quel heureux hasard vous a conduit à la photographie ?

Koala: Je suis une artiste multimedia et la photographie est l'un des médias que j'aime et que j'utilise. Je pratique aussi le design, la musique, la danse et la peinture. Quand j'étais jeune, on ne me donnait pas la possibilité de m'exprimer à travers l'art. Même si ça me venait naturellement, j'étais obligée de rejeter cette posture. Dorénavant, je me sens libérée et libre de créer.

Est-ce la 1^{re} exposition que vous signez en duo ?

Markus: Nous avons travaillé en équipe pendant plus d'un an. Nous collaborons à des publications de mode et de célébrités paraissant dans le monde entier, comme *Harper's Bazaar*. Nous nous sommes rencontrés il y a quatre ans ; au début, nous avions discuté de l'intérêt de travailler ensemble autour d'un livre d'art consacré aux tables de café. En 2013, nous avons décidé de shooter les premières photos de la centaine d'images qu'allait comporter notre série *Role Model*.

Comment travaillez-vous ? Qu'est-ce qui nourrit votre inspiration ?

Koala : Nous shootons tous les deux en même temps, chacun avec son propre appareil. Bien que nous capturons techniquement les mêmes scènes et les mêmes moments, nous enregistrons des énergies distinctes. De mon côté, j'apporte une dimension émotionnelle brute à nos images en m'inspirant du réel.

Markus: Le résultat est un mélange de nos images. Mon approche tend à donner une dimension glam', rock'n'roll et sexy, dans l'esprit des années 70 et 80. Nos perspectives conjointes

donnent naissance à un point de vue singulier.

Comment s'est déroulé le shooting ?

Markus: C'était un rendez-vous plein d'enjeux parce qu'il coïncidait avec l'ouverture de notre exposition *Role Model*. Nous avons photographié Nina durant notre exposition, au milieu des collectionneurs de l'Art Basel, des paparazzi, des équipes de télévision, etc. Nous savions que cela amènerait énormément d'adrénaline sur le tournage et que cela électrifierait littéralement notre modèle, Nina, en offrant un aperçu unique sur nos méthodes de travail.

Qu'est-ce qui vous a donné envie d'essayer le Microsoft Lumia 930 ?

Koala: Les smartphones sont le futur des boîtiers. Dès qu'un smartphone sort sur le marché, ses performances photographiques sont de plus en plus abouties. L'utilisation d'un appareil tel que le Lumia 930 permet de prendre des photos spontanées, qui sont souvent les meilleures. Les photos prises avec le Lumia 930 sont belles et éclatantes. J'aime aussi pouvoir aisément partager mon travail sur Instagram.

La prise en main de l'appareil et ses caractéristiques techniques vous ont-elles séduits ?

Markus: Le Lumia s'adapte très bien à mes mains avec son contour confortable et étudié. Il shoote rapidement avec un écran remarquablement clair et net. S'il avait existé il y a dix ans, on aurait payé un million de dollars juste pour en posséder un !

Est-ce que le Lumia 930 vous a donné des idées de nouveaux sujets ?

Koala: Le Lumia 930 est un smartphone plein de couleurs et de gaieté doté d'un capteur photo époustouflant. J'aime avoir le choix de pouvoir sélectionner la couleur de la coque et de personnaliser l'écran d'accueil à ma guise en y plaçant une belle photo en transparence.

Markus: Oui, le Lumia 930 a été une source d'inspiration dans mon travail. Cela m'aide beaucoup de me rendre compte que le devenir du photographe est de moins en moins lié à un équipement disproportionné et que les caméras deviennent peu à peu un accessoire parmi d'autres.

Vous avez choisi Nina Agdal. Comment s'est-elle comportée sur le shooting ?

Markus: Je pense que Nina est le mannequin idéal dans la mesure où elle incarne un *Super model* classique et statuque tout en présentant dans le même temps un exemple de féminité extrêmement joueuse et attrayante.

Koala: Nous nous sommes bien amusés en photographiant Nina. Elle a une personnalité ouverte et joyeuse, ce qui la rend excitante à shooter. Je pense qu'elle va être un fantastique *Super model*.

Avez-vous eu le temps d'apprécier la célèbre

foire d'art contemporain ?

Markus: J'espérais que nous aurions un peu plus de temps, mais nous avons vraiment été très occupés à préparer notre propre exposition et à nous occuper de nos tirages. Malheureusement la folie d'Art Basel nous a presque totalement échappé. Même si j'apprécie le travail d'autres artistes, je ne les collectionne pas car je préfère rester neutre et ne pas parasiter ma propre vision du monde.

La photographie de mode est entrée de plain-pied sur le marché de l'art. Avez-vous en projet d'intégrer une galerie d'art ?

Koala: Oui, nous avons seulement été programmés lors de deux expositions. La première à l'Opera Gallery de Monaco et l'autre durant l'édition 2014 de l'Art Basel à Miami, en collaboration avec la Markovitz Fine Art Gallery. Dans chaque lieu d'exposition, nous avons présenté et exposé des épreuves de notre livre à venir, *Role Model*.

Menez-vous des recherches personnelles ?

Markus: Tout à fait. Mon jardin secret abrite des images vintage de numéros de *Vogue* et de *Harper's Bazaar* publiés dans les années 60 et 70.

Koala: Je m'inspire énormément d'images que je déniche sur Instagram. De manière générale, je m'inspire des choses normales que je vois autour de moi dans la vie ordinaire.

Quelle est l'image que vous rêvez de créer ?

Markus: Depuis que nous formons une nouvelle équipe avec tant de projets par-dessus nous, il serait difficile d'extraire une seule et unique idée. Je suis extrêmement motivé à l'idée d'essayer tout un tas d'approches différentes.

Koala: En ce moment, je cherche juste à créer des images qui me correspondent à moi et à des jeunes femmes qui me ressemblent.

Interview réalisée pour Photo en décembre 2014 par Agnès Grégoire.

LEURS OUTILS CULTURELS

Vos sites préférés ?

Jezebel, Buzzfeed.

préféré ?

Harper's Bazaar.

Votre réseau social préféré ?

Instagram, Twitter.

La musique que vous aimez écouter ?

Nous passons du rap et du disco durant nos séances de shooting.

Votre boutique préférée ?

Erewhon à Los Angeles.

Votre livre de chevet ?

Sylvia Plath.

Votre magazine

Photographies Markus&Koala

Mannequin Nina Agdal de l'agence Elite

Stylisme Danny Santiago

Make-up Hector Simancas

Coiffeur Mark Williamson.

Production Didier Benitah/Season Productions.

Location National Hotel Miami Beach.

Remerciements particuliers à Delphine Dray

CALENDAR GIRLS 2015

BY

STEVEN
MEISEL*C'est lui le photographe star de l'année !*

Il est aussi bien dans les plus grands magazines de mode que sur le marché de l'art. Pirelli ne s'y est pas trompé et lui a confié la réalisation de la 42^e édition de The Cal. Avec la complicité de Carine Roitfeld à la direction artistique, il signe le retour de la couleur et du latex.

Steven Meisel, l'un des photographes les plus appréciés au niveau mondial dans le secteur de la mode, connu pour sa personnalité aussi éclectique que discrète. Au cours d'une séance de shooting intensif de cinq jours dans un studio new-yorkais en mai dernier, Steven Meisel a remis la femme au centre même du calendrier Pirelli dans son format le plus traditionnel. Douze mois en 12 clichés, plus une photographie de couverture.

Meisel y donne à voir certains des modèles esthétiques connus et identifiés – les icônes publicitaires, les héroïnes du cinéma, la mode – et donne une nouvelle preuve de sa capacité à sublimer les sujets de ses photos. Un travail de transformation dans lequel le photographe a été aidé par l'équipe artistique dirigée par Carine Roitfeld – ex-rédadrice en chef de *Vogue France* et protagoniste de longue date du fashion system – et par Pat McGrath, l'une des artistes maquilleuses les plus connues au monde.

Fort de ses qualités de créateur et d'interprète des tendances de la mode, dans ses photos colorées, Meisel a résumé quelques-unes des icônes les plus représentées dans la société actuelle : « À mon avis, déclare Steven Meisel, ce sont bien les modèles esthétiques de référence du monde d'aujourd'hui. Elles représentent les stéréotypes que la mode et le star-system nous imposent en ce moment. Je ne voulais pas faire un calendrier conceptuel, ni le lier à un endroit précis, mais 12 affiches dont la femme est, avec sa sensualité, la protagoniste absolue de 12 images très différentes les unes des autres. Comme je voulais limiter l'emploi des vêtements et des accessoires et que je disposais de la plus grande liberté

créatrice, j'ai trouvé très "stimulant" de jouer avec les couleurs, avec le maquillage et avec les matériaux. Cette expérience a été très gratifiante ».

Le calendrier Pirelli de cette année prend le nom de *Calendar Girls 2015*. Ses girls sont au nombre de 12, des mannequins confirmées et d'autres récentes dans le métier : les Américaines Gigi Hadid, Candice Huffine, Carolyn Murphy (présente dans le calendrier 1999 de Herb Ritts) et Cameron Russel ; les Brésiliennes Isabelli Fontana (photographiée dans le calendrier 2003 par Bruce Weber, en 2005 par Patrick Demarchelier, en 2009 par Peter Beard, en 2011 par Karl Lagerfeld, en 2012 par Mario Sorrenti et en 2013 par Steve McCurry), Adriana Lima (présente dans le calendrier 2005 de Patrick Demarchelier et en 2013 dans celui de Steve McCurry) et Raquel Zimmermann ; la Britannique Karen Elson (photographiée en 2006 par Mert & Marcus) ; la Portoricaine Joan Small (apparue dans le calendrier 2012 de Mario Sorrenti) ; les Russes Natalia Vodianova (protagoniste du calendrier Pirelli 2003 de Bruce Weber, de celui de 2004 de Nick Knight et celui de 2006 de Mert & Marcus) et Sasha Luss ; l'Allemande Anna Ewers.

En avant-première, Photo vous dévoile quelques clichés et vous invite à découvrir l'exposition événement *Forme et Désir, The Cal Collezione Pirelli* au Palazzo Reale de Milan, jusqu'au 19 février 2015. Promue par le département de la Culture de la ville de Milan, sous le patronage d'Expo Milano 2015 et organisée par le Palazzo Reale et GAMM Giunti, l'exposition est née grâce au soutien du groupe Pirelli qui, aux fins de sélection, a ouvert les archives d'un demi-siècle de *The Cal*.



JOAN SMALLS
Miss Mars



GIGI HADID
Miss Novembre

SASHA LUSS
Miss Août





STEVEN MEISEL
CALENDRIER PIRELLI



ANNA EWERS
Miss Juin

NATALIA
VODIANOVA
Miss Février



STEVEN MEISEL

CALENDRIER PIRELLI



01 - ADRIANA
LIMA.
02 - ANNA EWERS.
03 - SASHA LUSS.
04 - JOAN SMALLS.
Reportage photo:
Marc Regas.

Eric Colmet-Daige entouré du top Eva Herzigova et du président de Pirelli, Marco Tronchetti Provera, à la soirée de lancement à Milan. Photo : Emmanuel Leber.



Pour Steven et moi, ce calendrier a été une première. Il s'est agi, pour nous deux, d'une expérience extraordinaire, parce que la possibilité de travailler pour le calendrier Pirelli, c'est quelque chose que tous ceux qui travaillent dans la mode espèrent pouvoir faire un jour. Et cela est vrai non seulement pour les mannequins, qui rêvent d'y participer au moins une fois dans le courant de leur carrière, mais aussi pour les photographes, les stylistes et tous ceux qui s'occupent du maquillage et des coiffures. Donc, nous avons tous assumé nos rôles avec une énergie positive. Steven est très différent des autres photographes. Je dirais même qu'il est unique. Il est très concentré. Meticuleux. Il arrive tellement bien préparé pour prendre les photos que tout semble alors extrêmement simple. Nous sommes partis de l'idée que le calendrier devait incarner les mois, exactement comme dans les calendriers classiques. Puis, avec les collaborateurs de Steven, nous avons décidé de renoncer aux saisons et nous en sommes arrivés à l'idée de prendre des photos pour le pur plaisir de les prendre. Nous avons essayé de transférer dans les images l'idée de la mode à travers des détails qui parviennent à rendre les mannequins plus sexy que ce qu'elles ne le sont par leur seul corps. Nous ne voulions donc pas nous contenter de montrer des filles nues !

**« Pour Steven et moi,
ce calendrier a été une première ! »**
Par Carine Roitfeld

En ce qui concerne les accessoires, l'élément le plus utilisé pour les photos est le latex : il est beau, il est versatile et il a une luisance qui le rend intéressant. Nous l'avons utilisé pour donner aux photos une touche fashion venant s'ajouter à la beauté des mannequins et à une pointe d'humour. Steven et moi ne manquons certainement pas d'humour et je crois que cela se voit sur les photos. J'irais même jusqu'à dire que c'est un calendrier sexy avec une pointe d'ironie plutôt amusante. Steven a choisi des femmes très belles et il les a rendues très séduisantes. Et puis, personnellement, j'ai toujours adoré les mannequins célèbres, qui se révèlent souvent plus à l'aise que les autres avec leur corps.

C'est pour cela que ces femmes me plaisent. La beauté vit dans des mondes différents et dans différentes idées de la beauté. Et, de toute manière, toutes savaient que Steven est capable de les transformer, de les faire devenir extraordinairement belles, bref de saisir leur nudité sans vulgarité. Et elles savaient qu'elles allaient faire partie d'un objet icôique comme le calendrier Pirelli. Elles ont eu le même enthousiasme que celui que j'ai eu en collaborant à sa réalisation. Pour moi, ça a été très important. Travailler avec un photographe qui aime la mode comme je l'aime a été une reconnaissance de mon rôle. Une expérience hors pair...

STEVEN MEISEL

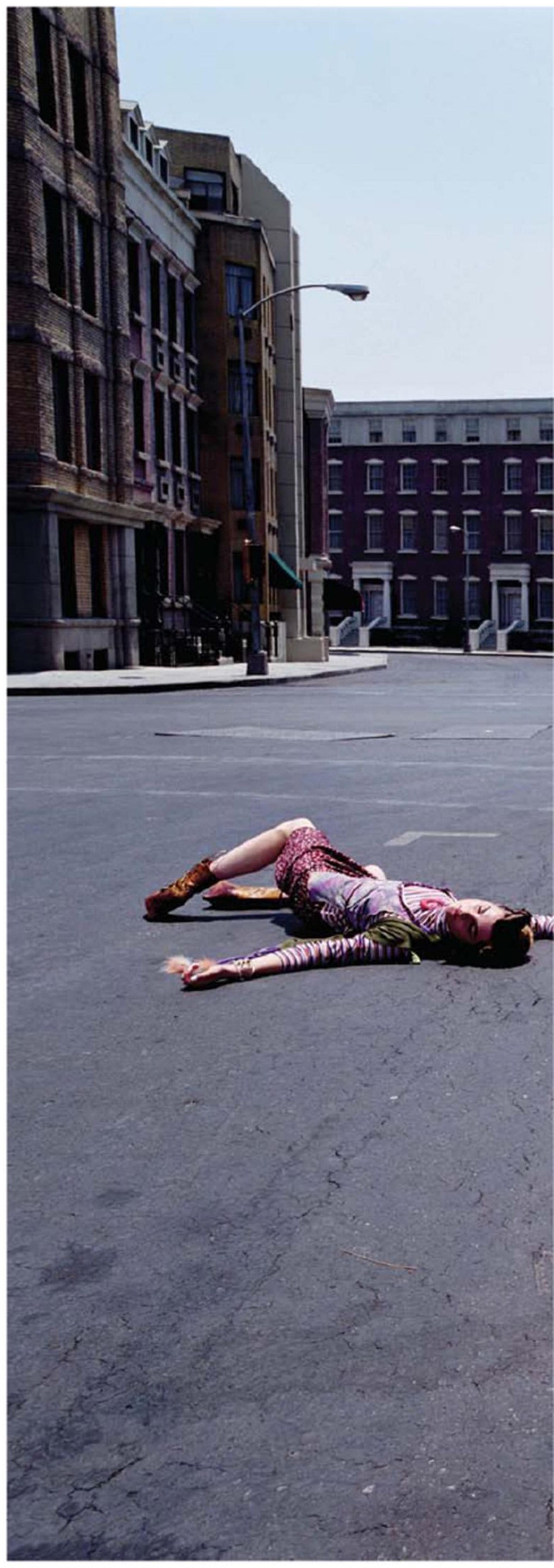
EN TOURNÉE CHEZ PHILLIPS

Après Mario Testino et Annie Leibovitz, la célèbre maison de vente Phillips consacre sa nouvelle exposition itinérante à l'œuvre de Steven Meisel. Elle retrace en 25 photographies, choisies par l'artiste lui-même, le parcours de l'un des plus grands photographes de mode. Les tirages grand format réalisés spécialement pour l'exposition donnent à voir les photographies les plus emblématiques de son œuvre. Présentée à la galerie Phillips à Paris jusqu'au 9 décembre, Role Play voyagera ensuite à Londres, puis à New York, ville de naissance de l'artiste.

Par PRISCILLA FATTÉLAY

Visionnaire, avant-gardiste, photographe exclusif des couvertures du *Vogue Italie* depuis plus de vingt-cinq ans, l'artiste photographe Steven Meisel est l'une des signatures les plus influentes de la mode. Né à New York en 1954, le jeune Meisel est fasciné par la beauté des femmes sur papier glacé. «Obsédé par les magazines» selon ses dires, il pouvait passer des heures à dessiner Gloria Guinness et Babe Paley en s'inspirant de *Vogue* ou *Harper's Bazaar*. La légende raconte que sa mère le laissait sécher les cours les jours de la parution de ces revues. Après des études à la Parsons School of Design où il confie «s'être ennuyé», il entame une carrière de dessinateur chez le styliste Roy Halston Frowick. Là, il devient rédacteur de mode pour le *New York Rocker* et illustrateur pour le *Women's Wear Daily*. Persuadé que l'illustration «ne le mènera nulle part», après «des tests» avec des mannequins de l'agence Elite, il se tourne vers la photo de mode. Repéré par *Seventeen*, il photographie de jeunes mannequins pour le magazine. Très vite, il collabore à *W Magazine*, *Vanity Fair*, *Mademoiselle* et *Vogue*. Au milieu des années 80, il signe avec Condé Nast un contrat de 2\$M qui le propulse

au rang de photographe le mieux payé de tous les temps. Il donne naissance aux *Super models* en lançant Christy Turlington, Naomi Campbell, Linda Evangelista et Sasha Pivovarova. Au début des années 90 cet artiste du *zeitgeist* est le premier à convoquer l'esthétique *grunge* dans *Vogue*. En 1992, il signe avec Madonna les photographies de *Sex*, un livre dans lequel la star adopte des poses explicites. Les marques et les maisons de haute couture se l'arrachent et tous les tops rêvent de travailler avec lui. Il signe les campagnes de Calvin Klein, Vuitton, Mulberry, Prada, Valentino et Dolce&Gabbana. Ses images provocatrices font et défont les modes. En 20008, la campagne Dsquared2, dans laquelle il scénarise des parties fines où se mêlent top models et mannequins, fait scandale. La même année, sa série qui dépeint le *dogging*, une pratique sexuelle pratiquée en public par voyeurs et exhibitionnistes, est censurée par le *Vogue Italie*. Plus il provoque, plus sa cote grimpe! Bref, l'exposition *Role Play* est une occasion en or pour les collectionneurs d'acquérir des tirages emblématiques d'un photographe de mode iconique et qui plus est, de la plus belle provenance qui soit: celle du studio de Steven Meisel.



Crédit photos : © Steven Meisel courtesy of Phillips/Phillips.com



**ANOUCK LEPERE
ET RAQUEL ZIMMERMANN**

Los Angeles, 2000, *Vogue Italie*, August 2000.
Tirage épreuve pigmentaire d'une édition de
6 + 3 épreuves d'artistes, réalisés spécialement
pour l'exposition. 76,2 x 101,6 cm.
À partir de 25000\$.

**NAOMI CAMPBELL
ET CHRISTY TURLINGTON**

Los Angeles, 1989, Vogue Italie, December 1989.

Tirage épreuve pigmentaire
d'une édition de 7
+ 3 épreuves d'artistes,
réalisés spécialement
pour l'exposition.

50,8 x 61 cm.

À partir de 10000\$.



JESSICA STAM

Lancaster, Californie, 2004, Vogue Italie, September

2004. Tirage épreuve pigmentaire d'une édition
de 7 + 3 épreuves d'artistes, réalisés spécialement
pour l'exposition. 50,8 x 61 cm.

À partir de 10000\$.



KYLIE BAX

*Musée Andy Warhol,
Pittsburgh, 1996, Vogue
Italie, September 1996.*

Tirage épreuve
pigmentaire d'une
édition de 3 + 3 épreuves
d'artistes, réalisés
spécialement
pour l'exposition.
101,6 x 152,4 cm.

À partir de 30000\$.

EXPOSITION VENTE

STEVEN MEISEL



SEAN BOHARY
Brookville, Long Island, 1987. Galerie Azzedine Alaïa (photo jamais publiée).
Tirage épreuve pigmentaire
d'une édition de 6 +
3 épreuves d'artistes,
réalisés spécialement pour
l'exposition. 76,2 x 101,6 cm.

À partir de 25 000 \$.



**BENOIT TAUPIN, GUNAR,
KIRSTEN OWEN, SEIJO
IMAKAZE
ET CARLY HANGER**
Nassau Beach, Long Island, 1997, Vogue Italie, July 1997.
Tirage épreuve pigmentaire
d'une édition de 7 + 3 épreuves
d'artistes, réalisés spécialement
pour l'exposition.
50,8 x 50,8 cm.

À partir de 10 000 \$.

COMMENTAIRE DE STEVEN MEISEL

«Le portrait de Kristen McMenamy et Daniel Blaylock, extrait d'un éditorial dédié au grunge, paru dans le *Vogue USA*, est l'une de mes photographies préférées. Je suis très heureux de la présenter dans cette exposition et dans un format quasi grandeur nature! Cette image a capturé un véritable moment culturel de la scène musicale et de la mode fusionnant pour créer un nouveau look. Je me souviens que Anna (Anna Wintour, la rédactrice en chef de *Vogue*) pensait ne pas publier l'histoire. Après tout, c'était beaucoup de noir et blanc, un casting plus inhabituel, des hommes en jupes. C'était un peu trop fort par rapport à ce que ce proposait *Vogue* à l'époque. Alexander Liberman, directeur artistique de *Vogue*, lui, a avancé que c'était l'une des plus importantes séries de mode jamais créées. Elle est finalement parue dans son intégralité.»



**DANIEL BLAYLOCK
ET KRISTEN MC MENAMY**
Ward Pound Ridge Reservation, 1992, Vogue, December 1992.
Tirage épreuve
pigmentaire d'une
édition de 6 + 3 épreuves
d'artistes, réalisés
spécialement
pour l'exposition.
76,2 x 101,6 cm.

À partir de 25 000 \$.

EXPOSITION VENTE

STEVEN MEISEL



LINDA EVANGELISTA

New York City, 2005, *Vogue Italie*, July 2005.

Tirage épreuve pigmentaire
d'une édition de 6 +3
épreuves d'artistes,
réalisés spécialement pour
l'exposition. 76,2 x 101,6 cm.

À partir de 25000\$.

GUINEVERE VAN SEENUS

Los Angeles, 2007, *Vogue Italie*,
January 2008.

Tirage épreuve pigmentaire
d'une édition de 7 + 3 épreuves
d'artistes, réalisés spécialement
pour l'exposition. 50,8 x 61 cm.

À partir de 10000\$.



NATALIA VODIANOVA

New York City, 2005, *Vogue Italie*,
May 2005.

Tirage épreuve pigmentaire d'une
édition de 3 + 3 épreuves d'artistes,
réalisés spécialement pour
l'exposition. 101,6 x 152,4 cm.

À partir de 30000\$.



INFOS PRATIQUES

Role Play, Steven Meisel.

Du 20 nov. au 9 déc.
chez Phillips, 46, rue du
Bac, Paris 7^e. Du lundi au
vendredi de 10 h à 19 h et
le samedi sur rendez-vous.

Du 16 déc. 2014 au 11 janv.
2015 chez Phillips, 30

Berkeley Square, Londres.
Du 23 janv. au 14 fév. 2015,
chez Phillips, 450 Park

Avenue, New York.

Tél. : +1 212 940 1245.

roleplay@phillips.com

www.phillips.com

VANESSA KRAMER HALLETT

La directrice monde du département Photographies de Phillips répond aux questions de Photo!

Phillips organise une exposition vente consacrée au photographe de mode Steven Meisel. Pouvez-vous nous en dire plus ?

Phillips offrira, à travers cette exposition itinérante, un groupe de 25 photographies de Steven Meisel retracant sa carrière sur le dernier quart de siècle. Ce pionnier a continué à cultiver le caractère unique de sa vision, redéfinissant à chaque décennie les codes d'une esthétique de premier ordre dans la photographie de mode.

Est-ce la première exposition vente monographique et nomade organisée par Phillips ?

Ce n'est pas la première exposition monographique nomade organisée par Phillips. Nous avons déjà travaillé avec Mario Testino et Annie Leibovitz à des projets similaires par le passé.

Pourquoi avoir choisi Steven Meisel ?

C'est l'occasion pour les collectionneurs d'enrichir leurs collections avec des images fascinantes. Dès ses débuts pour le *Women's Wear Daily*, Meisel a su capturer avec audace le *zeitgeist* des années 80. Au fil du temps, son langage visuel a donné des formes neuves à la mode comme à la photographie et continuera sans doute à les faire évoluer. Phillips a offert par le passé des photographies de Steven Meisel lors de ses ventes aux enchères et le marché a toujours répondu positivement. Les collectionneurs sont



Vanessa Kramer Hallett.
Photo: DR courtesy of Phillips/Phillips.com

Quels sont les points forts de cette exposition ?

Les collectionneurs seront en présence de 25 photographies choisies dans le large corpus de travail de Steven Meisel. Le *zeitgeist* des années 80, le *grunge* des années 90, son dialogue avec l'art classique... Ces œuvres sont le fruit de ses shootings les plus emblématiques pour les grands magazines de mode tels que *Vogue* ou *W*.

«MEISEL A SU CAPTURER AVEC AUDACE LE ZEITGEIST DES ANNÉES 80»

véritablement tantalisés par les superbes images créées par ce grand visionnaire!

Qui a choisi le titre *Role Play* et pourquoi ?

Après avoir examiné les images de l'exposition, le département Photographies de Phillips a mis en exergue un fil conducteur dans le travail de Steven Meisel, à savoir la récurrence des personnages et des scénarios dans ses photographies. Le titre choisi, *Role Play*, renvoie à l'imaginaire et à la créativité présentes derrière chacune de ses images.

Qui est ou sera Steven Meisel à l'égard de l'histoire de la photographie ?

Steven Meisel est un photographe de mode emblématique. Il restera comme l'une des grandes signatures de la photographie contemporaine.

Comment définiriez-vous le travail de Meisel ?

Meisel peut être décrit comme un pionnier et ce dès ses débuts. La constante évolution de son travail et l'inspiration qu'il puise dans l'air du temps sont les garants de sa vision pionnière.

Quel est la cote de Steven Meisel sur le marché actuel de la photographie d'art ?

Nous avons constaté un fort engouement pour le travail de Steven Meisel. *Walking in Paris, Linda Evangelista & Kristen Mc Menamy, Vogue, October 1992* s'est vendu 86500\$ lors de Photographies d'automne de Phillips à New York, en 2012. Soit plus de deux fois son enchère basse.

Quelle est la fourchette de prix des 25 tirages proposés à la vente par Phillips ?

Les prix varient de 8000€ à 40 000€, en fonction de la taille et de l'édition. Chaque épreuve pigmentaire est proposée dans une édition de 1 à 7 exemplaires + 3 épreuves d'artistes; chaque tirage a été réalisé spécialement pour l'exposition. Les formats vont de 50,8 x 61 cm à 101,6 x 152,4 cm.

Il semblerait que la photographie de mode explose sur le marché secondaire...

Nous assistons à un réel engouement pour la photographie de mode contemporaine de la part des collectionneurs, en plus des grands noms établis comme Horst P. Horst, Irving Penn, Helmut Newton et Richard Avedon.

Envisagez-vous de monter une autre exposition monographique ?

Le département des expositions de Phillips a des projets pour des expositions itinérantes futures. Mais chut! Nous vous en dévoilerons le contenu en temps voulu... Interview réalisée pour Photo par Priscillia Fatellay en novembre 2014.

STEVEN MEISEL EN 6 DATES

1954: Naissance à New York.

1980: Études à la Parsons School of Design.

1988: Signature d'un contrat de 2\$M avec *Vogue*.

1992: L'éditorial *grunge* réalisé avec Daniel Blaylock et Kristen McMenamy paraît en décembre dans le *Vogue* américain.

2009: Parution du livre *Sex* réalisé avec Madonna.

2012: Le tirage de *Walking in Paris, Linda Evangelista & Kristen McMenamy, Vogue, October 1992*, numéroté 1/1, est vendu \$86500 lors de la vente *Photographs* de Phillips en octobre à New York.

ADJUGÉ !

Les résultats des ventes du Mois de la Photo



NAN GOLDIN (NÉE EN 1953)

Kate Moss On a White Horse As Lady Godiva, High Gate Cemetery, London, 2001.
Tirage couleur cibachrome postérieur, signé, titré, daté et numéroté à l'encre au dos.
Image : 65,5 x 98,5 cm ; feuille : 71 x 103 cm.
Estimation : 8 000-12 000€
Adjugé : 10 000€

YANN LE MOUËL PHOTOGRAPHIES MODERNES ET CONTEMPORAINES

La vente a totalisé 366375€ frais inclus. C'est le superbe nu sculptural sur tirage platinum palladium intitulé *Sudan nude, ca. 1930* de Georges Hoyningen-Huene qui réalise la meilleure enchère avec 10625€. Il est suivi par *Sur les bords de la Marne, Juvisy, 1938* d'Henri Cartier-Bresson et *Kate Moss, On a White Horse As Lady Godiva, Londres, 2001* (visuel qui ouvrait notre dossier sur les ventes aux enchères dans le numéro 512 spécial Paris Photo) – clichés qui s'envolent tous deux à 10000€. À noter, les beaux résultats du catalogue dédié à la collection de la NASA qui totalise 47750€.

DATE DES VENTES : les 4 et 5 novembre à Drouot au 3, rue Rossini, Paris 8^e. www.yannlemouel.com et www.drouot.com

PHILLIPS

PHOTOGRAPHS: DEUX RECORDS DE VENTE POUR GUIDO MOGAFICO ET HELENA BLOMQVIST

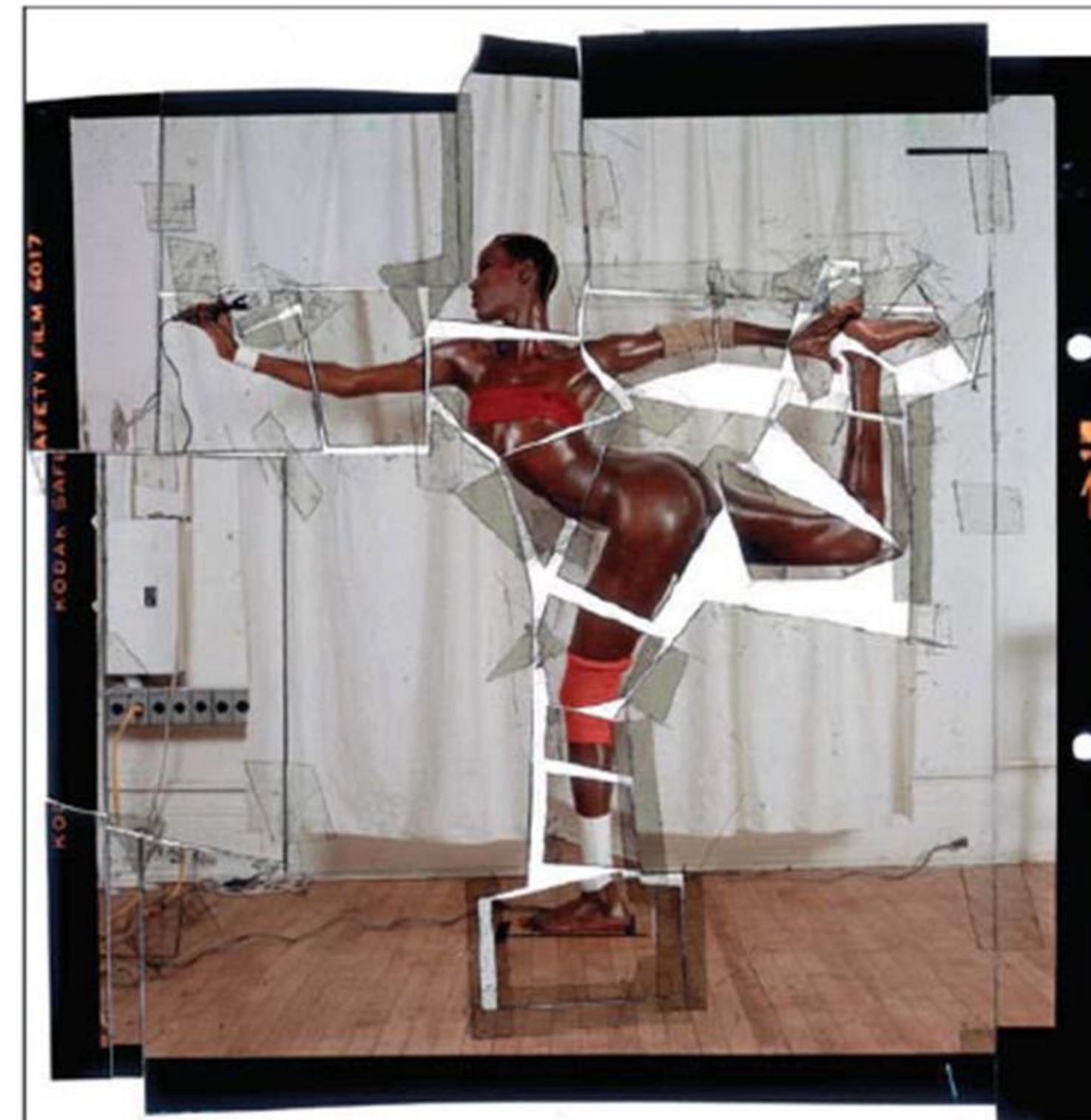
Les ventes de photographie londoniennes de Phillips ont rapporté 2,3M€ cumulés avec un très beau pourcentage de 79% de lots vendus. À noter les deux records de vente pour une œuvre de l'artiste vendue aux enchères pour un ensemble de six *Serpens, 2002-2003* de Guido Mocafico (né en 1962), œuvre qui s'est vendue 115625€ – et dont le visuel illustre la couverture du numéro 512 de *Photo* – et pour une œuvre d'Helena Blomqvist (née en 1975), *Group Portrait in Forest from The Elephant Girl, 2011*, achetée 20 313 €. La vente Photographs a été emmenée par *Welsh Oak, 1998* de Rodney Graham (né en 1949), qui s'est envolé pour 153125€. La vacation dédiée à la *Collection of the Art Institute* de Chicago a été dominée par le tirage de *Dunes, Oceano, 1936*, d'Edward Weston, adjugé à 29688€.

ARTCURIAL

ANDRÉ KERTÉSZ ET PHOTOGRAPHIES: RECORD DU MONDE POUR LA PRIÈRE, 1930 DE MAN RAY

Les deux ventes André Kertész et Photographies totalisent 1,15M€. À noter le prix record pour *La prière, 1930* de Man Ray (1890-1976), tirage sur toile réalisé vers 1970, qui s'envole pour 194000€, battant le record du monde de vente en enchères pour cette image iconique. Du côté de la vente de la collection privée de Kertész (1894-1985), l'ensemble de 77 tirages argentiques des *Distorsions* du photographe hongrois atteint 150600€! Quant à l'œuvre *Les lunettes et la pipe de Mondrian, Paris, 1926*, un tirage de 1960-70, elle a été adjugée à 13000€. Du côté du contemporain, on note l'enchère pour *Darth Vader* d'Albert Watson (né en 1942) qui triple son estimation et s'envole pour 39000€.

DATE DES VENTES : le 14 novembre à Artcurial au 7, rond-point des Champs-Élysées, Paris 8^e. www.artcurial.com/fr



RECORD POUR UNE ŒUVRE DE JEAN-PAUL GOUDÉ

JEAN-PAUL GOUDÉ (NÉ EN 1940)

Grace Jones revised and updated, New York, 1978.
Épreuve chromogénique de 2005, montée sur aluminium et encadrée, signature et cachet de la galerie Hasted Kraeutler au dos.
Édition 9/10 ; taille : 124 x 125 cm.
Estimation : 40 000-60 000€.
Adjugé : 47 660€.

PIASA

METAMORPHOSIS PHOTOGRAPHIES: RECORDS POUR JEAN-PAUL GOUDÉ ET PETER HUJAR

La vente qui explorait le thème de la métamorphose au travers de photographies classiques et contemporaines a rapporté 210000 € frais compris. Mieux, elle a débuté par un record pour une œuvre de l'artiste Dora Maar (1907-1997), *Deux têtes de mannequins coiffées, Paris années 30*. Estimée à 1000-1500€, elle s'est envolée à 27820€ après une intense bataille en salle et au téléphone. Plus tard, c'est *Candy Darling on her Deathbed, 1973* de Peter Hujar (1934-1987), montrant la muse d'Andy Warhol gisant sur son lit de mort, qui établit un nouveau record avec 35260€ contre une estimation de 4000-6000 € ! Enfin, le portrait mythique de Grace Jones, *Grace Jones revised and updated, New York, 1978*, derrière l'objectif du très créatif Jean-Paul Goude, vendu 47600€, réalise un record de vente aux enchères pour l'artiste qui, en 1970, élabora le concept de la *French Correction* dont il fera «le symbole de son travail, celui de corriger, de prendre ce qui est là et de le révéler, en l'exagérant, le variant, le sublimant...».



MEILLEUR PRIX
OBTENU AUX
ENCHÈRES
À PARIS EN 2014
POUR UNE
PHOTOGRAPHIE

ANDREAS GURSKY

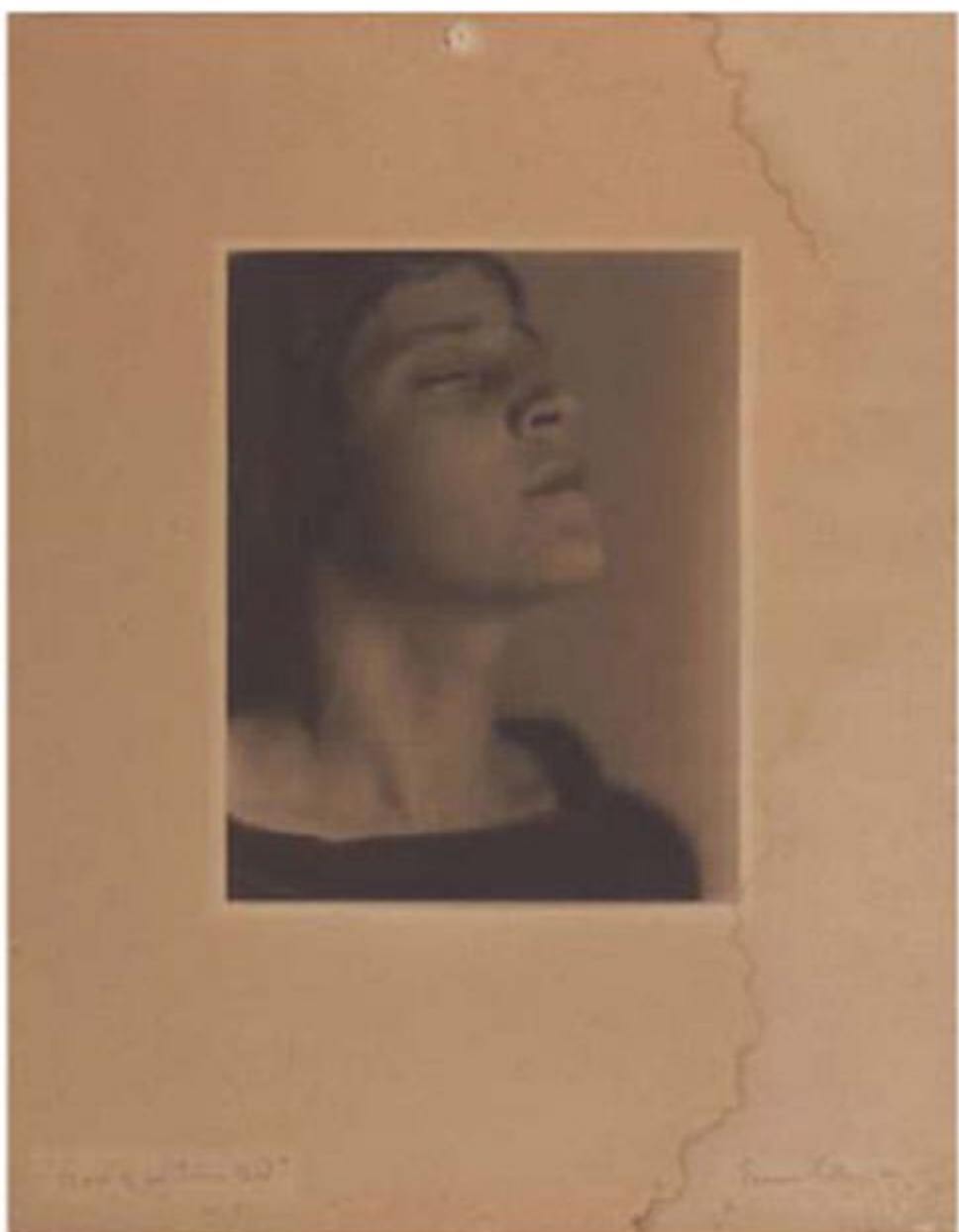
Sans titre, 2006.
Tirage chromogénique,
signé dédicacé et daté 2006
au verso; montage Diasec,
dans le cadre d'artiste;
œuvre unique.
Taille: 106,1 x 241,5 cm.
Estimation: 120 000-
160 000 €.
Adjugé: 409 500 €.

SOTHEBY'S

4,8 M€ POUR LES VENTES PHOTOGRAPHIES ET 2,7 M€ POUR MAN RAY

Les ventes de la semaine chez Sotheby's totalisent 4,8M€! Avec 2,1M€ la vente Photographies atteint son estimation préalable dans un marché très sélectif à l'image du top lot, *Sans Titre*, 2006 d'Andreas Gursky (né en 1955), disputé par plusieurs enchérisseurs jusqu'à 409500€ contre une estimation de 120000-160000€. Cette photo est la plus chère vendue aux enchères cette année en France. La vente de la collection Man Ray est elle aussi un franc succès puisqu'elle atteint 2,7M€. Du côté des photographies, c'est *Lee Miller au collier d'éponges, Juan-Les-Pins, hiver 1930-31* qui réalise la meilleure vente à 76500€.

DATE DES VENTES: les 14 et 15 novembre à Sotheby's au 76, rue du Faubourg Saint-Honoré, Paris 8^e. www.sothbys.com



EDWARD WESTON (1886-1958)

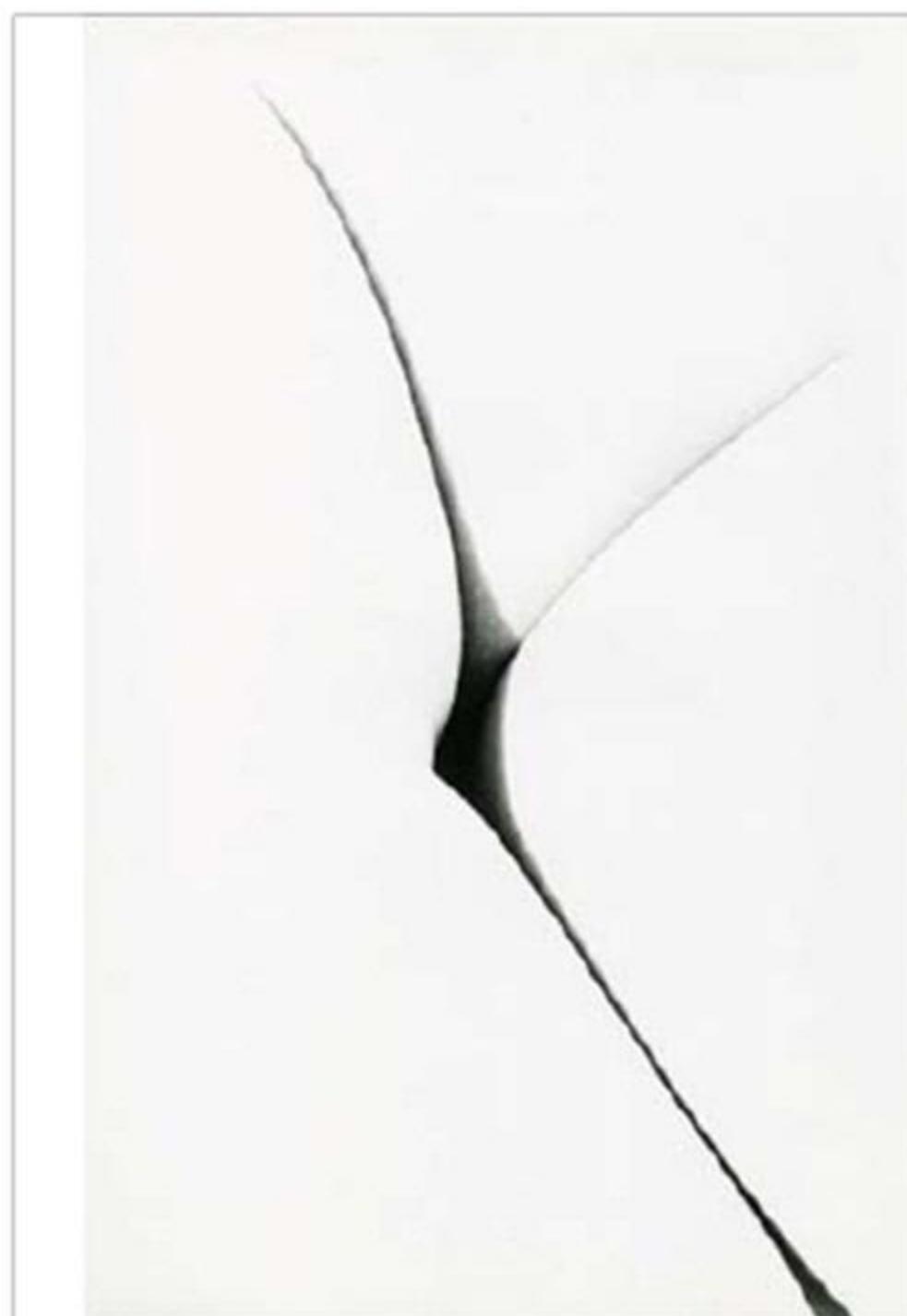
Head of an Italian Girl (Tina Modotti), 1921.
Tirage au platine monté sur support cartonné, signé, daté
et titré au crayon (en bas sur le support).
Image: 24,1 x 19,1 cm ;
Taille montage: 45,5 x 35,5 cm.
Estimation: 150 000-200 000 €.
Adjugé: 169 500 €.

CHRISTIE'S

4 M€ POUR LES TROIS VENTES
DE PHOTOGRAPHIES

Chez Christie's, la vente Kaspar K. Fleischmann, dont les profits seront reversés au Centre de Photographie de l'Université de Zurich, totalise 1,25M€. La vente dédiée aux vues de New York par Berenice Abbott (1898-1991) atteint 413000€ et la vente Photographies réalise 2,5M€, soit 4M€ pour les trois ventes! Parmi les pièces de la collection du galeriste suisse, retenons le tirage de Edward Weston, *Head of an Italian Girl, Tina Modotti*, 1921, vendu 169500€ et *Murray Hill Hotel from Park Avenue et 40th Street*, 1935 de Berenice Abbott, qui a réalisé 27500€. La vente générale a, elle, été emmenée par *Ciel chargé, Mer Méditerranée*, 1857 de Gustave Le Gray (1820-1884), qui s'est envolé à 217500€, tandis que l'ensemble de 15 tirages de Constantin Brancusi (1876-1957) retrouvé dans les archives de Marthe Lebherz a réalisé 632575€, contre une estimation initiale de 320000€.

DATE DES VENTES : les 13 et 14 novembre à Christie's au 9, avenue Matignon, Paris 8^e. www.christies.com



FRÉDÉRIC BARZILAY
(NÉ EN 1917)

Parcours 33, ca. 1965-1975.
Tirage argentique d'époque,
cachet de l'auteur et indications
de parution au verso.
Taille image: 40,2 x 25,5 cm.
Estimation: 600-800 €.
Adjugé: 3325 €.

MILLON

FRÉDÉRIC BARZILAY:
UN pari réussi!

Jusqu'alors connu de quelques amateurs et collectionneurs (et de Photo qui avait publié son travail dans son numéro 3) comme un artiste précurseur dans l'art du nu féminin, Frédéric Barzilay (né en 1917) confirme sa place sur le marché de l'art. Ses images de photographie humaniste des années 40 et 50 ont séduit les

acheteurs, mais ce sont surtout les tirages d'époque de la série *Parcours (c. 1965-1975)* qui ont remporté le plus large succès avec 88% des tirages vendus et plusieurs photographies adjugées jusqu'à trois fois leur estimation initiale. La vente Collections et Propositions a, elle aussi, connu de belles envolées pour des albums de voyage, à l'image de Canton, Macao, Port-Saïd, un album de 43 tirages albuminés estimé à 4000€ et vendu 7674€. Au total, les deux ventes rapportent 155000€ frais compris.

DATE DES VENTES : le 14 novembre à Drouot au 3, rue Rossini,
Paris 9^e. www.millon-associes.com ou www.drouot.com

SANS ÉCRAN, ET POURTANT SI PRATIQUE

LE SMARTLENS SONY QX1

Un véritable appareil photo doté d'un capteur CMOS au format APS-C, d'un processeur Bionz-X et d'une monture d'objectifs de type E, mais dont l'utilisation reste simplissime.

Par MICHEL DESSEAUX

Sony QX1 : 299€

SOUS LE CAPOT

Capteur : CMOS Sony APS-C de 20,1 Mp.

Sensibilité : 100-16000.

AF : Détection de contraste sur 25 points, débrayable, face detection.

Rafale : 3,5 ips.

Optique : Monture E, et compatible monture A avec adaptateur non fourni.

Processeur : Bionz-X.

Formats de fichier : RAW, JPG, MPEG-4.

Flash : pop-up, jusqu'à 4 m à 100 ISO.

Contrôle à distance : via smartphone.

Vidéo : Full HD (1920 x 1080) 30 im/s.

Stockage : MicroSD et MS micro.

Connectivité : Wi-Fi, Bluetooth, NFC, USB 2.0.

Batterie : Battery Pack NP-FW50.

Dimensions et poids : 74 x 70 x 53 mm, 216 g avec batterie.



LE TUBE DE L'ANNÉE

Les boîtiers ont souvent un look assez conventionnel. Sony a créé les QX: des boîtiers sans écran en forme de tube! Le concept est déroutant, aussi la marque a les a présentés avec un smartphone accroché à l'arrière pour rassurer sur la possibilité de cadrer sans écran intégré. L'un des intérêts de ce boîtier est de le manipuler sans avoir à placer son œil juste derrière lui. Un smartphone est parfait pour visualiser le cadrage, l'expo, et ce dont on a besoin pour une prise de vue, mais rien n'oblige à le connecter physiquement à l'appareil: le Wi-Fi est là! Si on manipule le QX comme un tube à faire des photos en regardant l'image sur le smartphone, on obtient des angles de prise de vue exotiques et des expressions étonnantes (et étonnées) des modèles. Les premières moutures de la gamme n'ayant pas séduit, Sony enfonce le clou grâce au QX1. Il s'agit là d'un appareil doté d'un capteur CMOS au format APS-C, d'un processeur Bionz-X et d'une monture d'objectifs de type E, ce qui permet de garantir de belles images. Outre la batterie lithium-ion, ce boîtier intègre un flash pop-up, un lecteur MicroSD et MS micro, une connectique USB 2.0,

une puce NFC et une interface Wi-Fi. Ces dernières caractéristiques rendent l'utilisation de l'engin simplissime: un smartphone ou une tablette, un contact avec le QX1, et la configuration est lancée. Si l'application n'est pas encore installée, le téléchargement démarre immédiatement (à condition d'avoir une connexion Internet). Ensuite, la communication Wi-Fi permet de voir, cadrer, régler et shooter.

UN BOÎTIER ADMIRABLE

Pesant 216 g, plus petit qu'un Rubik's Cube, il délivre des clichés de 20 Mp en RAW ou JPG et des vidéos Full HD 30 im/s avec le son stéréo. Sa monture E autorise l'emploi des objectifs Sony, offrant ainsi une gamme d'optiques de qualité. À noter qu'avec l'adaptateur idoine (de 199€ à 349€), on peut installer des optiques de monture A, compatibles avec les objectifs Minolta. Un compagnon de voyage idéal, puisqu'il devient l'œil du smartphone et l'optique qui manquait à la tablette, avec son obturateur allant jusqu'au 1/4000^e, sa sensibilité max de 16000 ISO et son petit flash. Vraiment, nous, on est fan!

Sony QX1: 299€.

www.sony.fr

LES PLUS

- La compacité.
- L'innovation.
- La qualité des images.
- La visée via smartphone et tablette.

LES MOINS

- L'interface de l'application perfectible.
- Le prix de l'adaptateur monture A (349€ pour le LA-EA4).

L'AVIS DE PHOTO

L'originalité n'est certes pas un objectif en soi. Mais quand l'innovation provoque l'originalité et qu'elle sert une créativité photo de qualité, on adhère et on adore !

UN APPAREIL PHOTO, QUI TÉLÉPHONE

PANASONIC DMC-CM1

La prise en main est agréable, intéressante de simplicité et de sobriété tandis que l'ouverture, la vitesse, l'exposition, les modes scènes ou la sélection des effets sont aisément paramétrables.

Par MICHEL DESSEAUX



Panasonic DMC-CM1:
environ 900€.

SOUS LE CAPOT

Capteur : CMOS Sony 1 pouce de 20,1 Mp.

Optique : 28mm f/2.8 Leica DC Elmarit.

Système d'exploitation :
Android 4.4 Kitkat.

Processeur : Qualcomm MSM8974AB 2.3GHz Quad-Core/Venus Engine.

Mémoire RAM : 2 Go.

Écran : tactile de 4,7 pouces 1920x1080, LCD Full HD.

Réseau : LTE (4G)/WCDMA (3G)/GSM (2G).

Stockage : 16 Go interne, microSD jusqu'à 128 Go.

Vidéo : 4K Ultra HD (3840 x 2160) 15 im/s, Full HD (1920 x 1080) 30 im/s.

Connectivité : Wi-Fi, Bluetooth, NFC, GPS.

Batterie : Batterie Li-Ion (3,8 V, 2600 mAh, 9,9 Wh).

Dimensions et poids : 135,4 x 68,0 x 15,2 mm/204 g (avec batterie, carte SIM et microSD).



LE PHOTOPHONE PAR EXCELLENCE

Annoncé à la Photokina 2014, voici le Lumix CM1 de Panasonic, croisement d'un smartphone et d'un appareil photo, et qui offre (enfin) le meilleur des deux mondes. À peine plus épais qu'un smartphone, ce « photophone » est équipé du capteur CMOS Sony 1 pouce de 20Mp, déjà présent dans le Sony RX100 et le Canon G7X. L'image est traitée par un processeur Venus, et l'optique de 28 mm f/2,8 est signée Leica. La possibilité de produire des fichiers RAW et de filmer en 4K permet l'utilisation quotidienne de ce compact qualifié d'expert par Panasonic. Côté téléphonie, le CM1 fonctionne sous l'OS Android 4.4 Kitkat grâce à un processeur Qualcomm quad-core cadencé à 2,3 GHz, compatible avec le réseau 4G. Sa finition soignée et son look sobre lui confèrent une prise en main agréable.

BEAU ET BON, À LA FOIS

Voici longtemps que Panasonic n'a plus proposé de téléphone, sur un marché déjà très encombré. Grâce

à sa collaboration avec Leica et à sa reconnaissance incontestable dans le milieu de la photographie, il offre un contre-pied aux iPhone 6 Plus, Nokia Lumia 1020, et Samsung Galaxy S4 Zoom. Si l'interface du téléphone est similaire à celle de nombreux smartphones, la partie appareil propose une prise en main intéressante de simplicité et de sobriété. La bague arrière crantée, située sur l'objectif, est paramétrable pour modifier l'ouverture, la vitesse, l'exposition, les modes scènes ou la sélection des effets. Côté sensibilité, le capteur atteint 25600 ISO, même si les images sont bruitées à cette valeur. La vidéo 4K, est limitée à 15 im/s, mais une fonction permet d'en extraire des images de 8,5Mp. Une batterie de 2600 mAh, dont l'autonomie sera augmentée d'un grip intégrant une seconde batterie, alimente cet appareil. Des optiques complémentaires devraient bientôt voir le jour (fisheye, macro, télescope et grand-angle).

Panasonic DMC-CM1: environ 900€.
www.panasonic.com

LES PLUS

- Le capteur Sony de 20,1 Mp.
- Les deux processeurs.
- Le pari d'un appareil photo qui peut téléphoner, et non l'inverse.
- Le design.

LES MOINS

- L'optique trop exposée à d'éventuels chocs.
- La vidéo en 4K, limitée à 15 im/s.

L'AVIS DE PHOTO

La France et l'Allemagne sont les deux pays sélectionnés par Panasonic pour lancer la commercialisation du Lumix CM1. Ce « photophone » techniquement irréprochable consacrera-t-il le retour dans le monde de la photographie pour Panasonic ?

LE SMARTPHONE QUI BOOSTE LE SELFIE

MICROSOFT LUMIA 735

*Repoussez sans attendre les limites de la technologie photographique.
Optez pour ce 4G ultra-simple à utiliser et devenez créatifs!*

Par NICOLAS HAMMER

Microsoft Lumia 735

LE DERNIER-NÉ DE MICROSOFT SURFÉ SUR LA PHOTO

Dans le domaine de la photographie appliquée aux smartphones, Lumia est sans conteste la référence mondiale. Avec son dernier Lumia 735, Microsoft présente un produit accessible, robuste, qui profite d'un design élégant et tout en finesse. Les angles courbes apportent du cachet au téléphone, tout en favorisant une prise en main agréable et efficace. Son écran de 4,7" HD affiche une colorimétrie vivace, un taux de contraste quasi infini et des noirs particulièrement profonds, l'idéal pour une restitution fidèle des images. Ces dernières profitent au dos d'un capteur de 6,7 Mp qui restitue des clichés détaillés, colorés et fidèles. Le plus étonnant reste le capteur de 5 Mp en façade. Grand-angle, il est pensé pour des selfies toujours réussis et surtout plus créatifs. Ainsi, prendre un selfie de groupe devient un jeu d'enfant avec la longueur focale de 24 mm de l'optique frontal. Les selfies classiques profitent aussi des atouts du grand-angle qui vous permet de cadrer de façon plus originale que le traditionnel autoportrait. Ajouter des filtres, modifier une photo se fait en temps réel : il ne reste plus qu'à partager vos créations instantanément sur les réseaux sociaux. Enfin, les deux caméras filment en Full HD, 1080 p.

INTUITIF ET POLYVALENT

Le système d'exploitation Windows Phone 8.1 est puissant, réactif et profite d'une intégration très poussée avec l'Internet mobile et le Cloud. Un outil idéal pour partager en quelques secondes des photos ou être alerté des derniers contenus via des tuiles dynamiques. L'OS le plus intuitif qui existe !

SOUS LE CAPOT

Capteur dorsal : 6,7 Mpx 1/3,4 pouces.

Capteur frontal : 5 Mpx.

Optique dorsale : f/1,9, longueur focale 26 mm.

Optique frontale : f/2,4, longueur focale 24 mm.

Format vidéo : 1080p pour les deux caméras.



FLUIDITÉ NATURELLE

Le processeur quad-core, associé à la 4 G et aux qualités de Windows Phone 8.1, font du Lumia 735 l'un des smartphones les plus fluides et les plus réactifs dans sa gamme de prix.

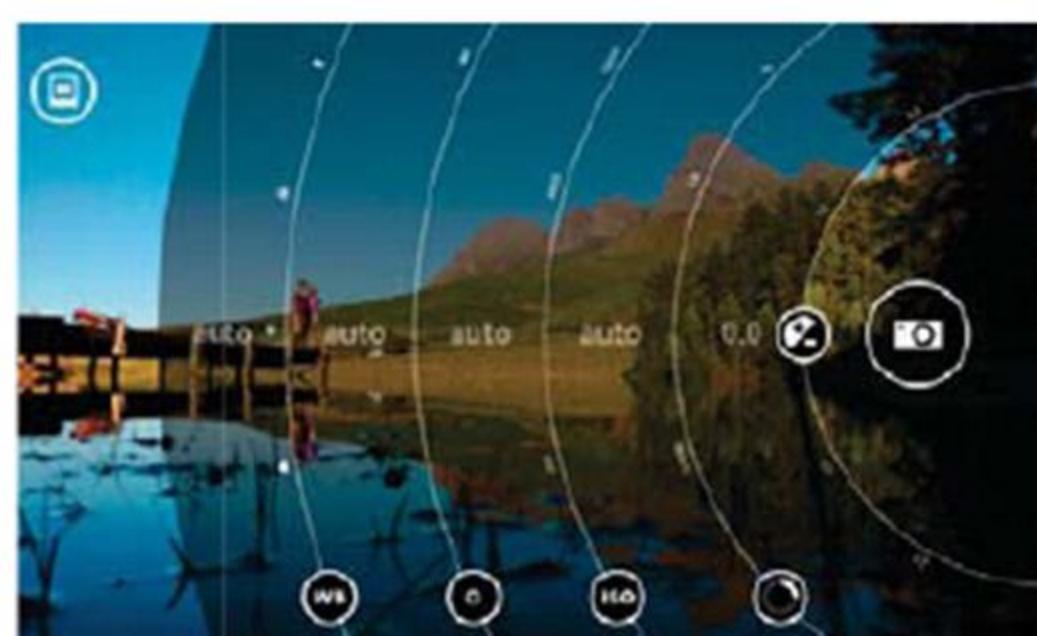
APPS À TOUT FAIRE

Le Windows Store est un magasin applicatif très complet offrant les apps incontournables, ainsi que plus de 350000 apps ludiques, multimédias, photo, culturels, gadgets ou professionnels.



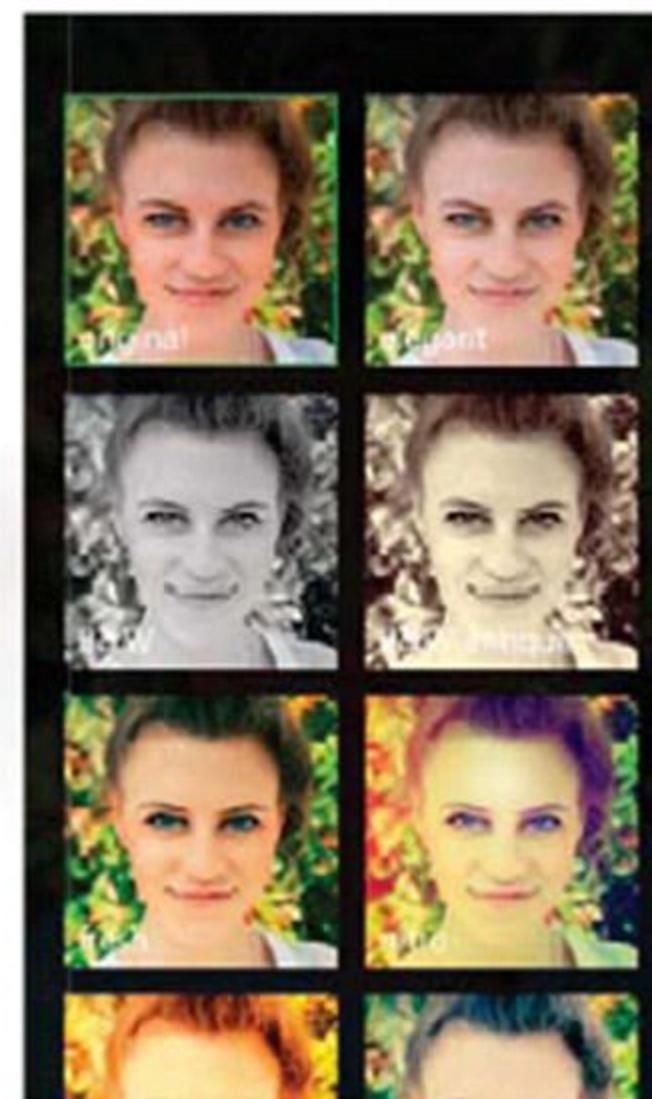
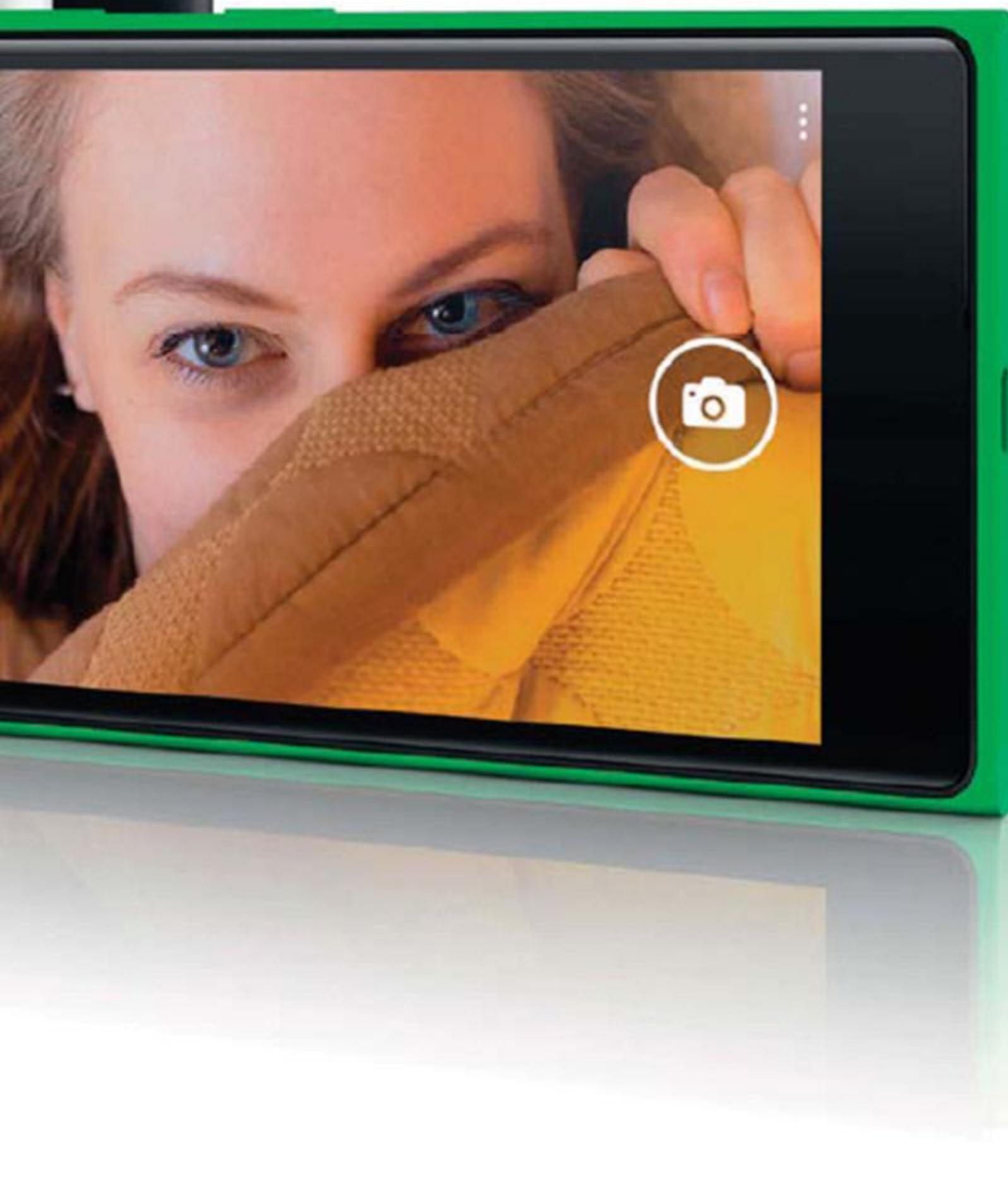
PHOTOS ANIMÉES

Cinémagraphe est une app magique. Elle prend une photo et vous permet de sélectionner une zone à animer, créant ainsi un cliché qui deviendra subtilement non statique.



LUMIA CAMERA

Cette app est une petite mine d'or pour les photographes. Elle centralise les prises de vue et offre un menu de configuration aussi expert que simple à maîtriser. De nombreux modes photo créatifs sont proposés. Ainsi, il est possible d'avoir un cliché décomposant un mouvement, ou encore d'effacer des éléments inopportun sur une photo.



CARNET DE VOYAGE

Ne stockez plus simplement des photos ou des vidéos dans votre smartphone.

L'app Carnet de voyage compile les photos par date, coordonnées GPS. Plus que de simples albums numériques, il s'agit de véritables petits carnets de voyage numérique

à annoter, partager ou projeter sur grand écran.



LUMIA SELFIE

En plus de la qualité du capteur photo frontal grand-angle, cette app apporte toute une série d'améliorations automatiques pour sublimer vos autoportraits et offre de nombreux filtres de qualité photographique. Juste ce qu'il faut pour briller encore plus sur les réseaux sociaux.

ABONNEZ-VOUS À LA LÉGENDE PHOTO



1 JE CHOISIS MON OFFRE

OFFRE DÉCOUVERTE

1 an 33,00€

soit près de
39%
de réduction

OFFRE DÉCOUVERTE

2 ans 55,00€

soit près de
49%
de réduction

CANADA

1 AN/10 N°: 84 \$CAN

Prix TTC: Québec: 96,68\$CAN/Alberta et Territoires: 88,20\$CAN/
Colombie-Britannique: 94,08\$CAN/Nouvelle-Ecosse: 96,60\$CAN/
Ontario, Manitoba et Maritimes (sauf N-E et PEI): 94,02\$CAN/PEI:
95,76\$CAN/Saskatchewan: 93,40\$CAN.

EXPRESS MAG, 8355, RUE LARREY, ANJOU - QUEBEC H1J 2L5

Abonnez-vous en ligne sur www.expressmag.com

USA

1 AN/10 N°: 70 \$US

EXPRESS MAG, P.O. BOX 2769, PLATTSBURGH -
NY 12901-0239 - USA
Abonnez-vous en ligne sur
www.expressmag.com

SUISSE

1 AN/10 N°: 79 CHF

DYNAPRESSE MARKETING SA, 38 AV. VIBERT, CH - 1227 CAROUGE
TEL: 022 308 08 08 - FAX: 022 308 08 59 -
E-MAIL: ABONNEMENT@DYNAPRESSE.CH

2 JE CHOISIS MON MODE DE RÈGLEMENT

Chèque bancaire ou postal à l'ordre de Photo

CB n°:

Expire le:

Signature:

3 JE DONNE MES COORDONNÉES

Nom: _____

Prénom: _____

Adresse: _____

Code postal: _____

Ville: _____

Téléphone: _____

Adresse e-mail: _____

À renvoyer sous enveloppe affranchie à: Photo Service Abonnements - 60 avenue Paul-Langevin, 92260 Fontenay-aux-Roses/abonnement-photo@nepro.fr/01 41 94 52 56

Je n'accepte pas de recevoir des offres de la part de Photo par e-mail. Je n'accepte pas de recevoir des offres de la part des partenaires commerciaux de Photo par e-mail. Offre valable deux mois et réservée à la France métropolitaine. *Prix de vente au numéro 5,50€. Vous recevez votre premier numéro dans un délai de quatre à huit semaines après enregistrement de votre règlement. Informatique et Liberté: le droit d'accès et de rectification des données peut s'exercer auprès du service abonnements. Sauf opposition formulée par écrit, les données peuvent être communiquées à des organismes extérieurs.



**LE CADEAU DE PHOTO
A SES LECTEURS**
EN KIOSQUE
DÉBUT JANVIER 2015

Spécial Amateurs

**LES RÉSULTATS
DU PLUS GRAND CONCOURS
PHOTO DU MONDE**

- 50 000 ENVOIS REÇUS DU MONDE ENTIER
A DÉCOUVRIR SUR WWW.PHOTO.FR
 - LES MEILLEURES IMAGES
PUBLIÉES





de GRISOGONO
GENEVE



Godechot □ Pauliet
HORLOGER - JOAILLIER
depuis 1928

4, PLACE VICTOR HUGO - 75116 PARIS - TEL: +33 (0)1 45 00 95 03

www.degrisogono.com