

MFP : les lauréats sont réunis à Marseille

17/07/2014



Dès la création en 1988 de l'Institut Mode Méditerranée (IMM) j'avais un objectif : faire de Marseille un incubateur d'idées pour repenser les aides et le développement des jeunes marques de mode.

En travaillant dans la durée plus que dans l'éphémère et tenant compte aussi de l'historicité des marques installées dans notre région et de leur identité créative liées à la Méditerranée.

Nous avons partagé cette expérience unique avec nos homologues français, européens et internationaux , posés les bonnes questions et fait bouger le curseur.

C'est à titre personnel une grande satisfaction de constater cette mobilisation autour des jeunes marques de mode comme le fait aujourd'hui la Chambre de la Mode Italienne.

En lançant dès 2010 le concept de la Maison de la Création ([Mediterranean Fashion Prize](#)) nous répondions à une demande exprimée par des jeunes entrepreneurs de mode installés dans 10 pays de la rive sud de la Méditerranée.

Les 10 lauréats du Mediterranean Fashion Prize 2014, parmi lequel la griffe italienne montante MIRYAKI sont depuis hier réunis à Marseille pour transformer leur passion en réussite professionnelle.

Maryline Bellieud-Vigouroux, Conseiller extérieur auprès du Président de la Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode

[Le site du Mediterranean Fashion Prize](#)

De gauche à droite : Maid in Love (Turkey), La Nouvelle (France), Matthieu Gamet (President of the MMMM), Gaffer and Fluf (Greece), Frau Blau (Israel), Bird on a Wire (Lebanon), Lotocoho (Spain), Miryaki (Italy), I-Folky (Morocco), Karoui Luxury Fashion (Tunisia), Maryline Bellieud-Vigouroux (MMMM's Advisor), Janjique (France)

crédit photo : Guillaume Gilloux

Dans la même optique, la [Chambre nationale de la mode italienne](#) (CNMI) entend à son tour aider les jeunes créateurs à pouvoir se lancer. Elle a ainsi décidé de mettre en place un **conseil consultatif avec différents professionnels du secteur** (notamment de la finance et de la distribution) dont la tâche va être d'échanger avec les nouveaux talents.

"L'idée est de comprendre ce que sont les enjeux et les défis des marques émergentes, qui commencent tout juste dans le secteur de la mode, explique Jane Reeve, directrice générale du CNMI. Nous travaillons aussi avec les banques pour rechercher des procédures de financement". Elle précise également : "En plus de l'argent, il est important de comprendre la meilleure façon de partager notre savoir-faire dans le secteur, afin que ces jeunes puissent bénéficier de l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement".

Source : <http://ma.fashionmag.com/>