

exercice craft
hana bel hadj
crea360 5A



NOUVEAUX RICHES

*“**Nouveau riche** : adj. L’expression nouveau riche désigne **péjorativement** une personne qui est devenue riche alors que ses ascendants ne l’étaient pas.”*

Hermès c’est l’élégance à la française, la sellerie, le sport équestre, la soie et l’horlogerie. Élégante, raffinée, certes, mais au final, qui suit toujours les mêmes codes de la haute bourgeoisie française. Cependant les temps changent, et tout le monde connaît la marque Hermès, mais est-ce qu’Hermès connaît vraiment le public d’aujourd’hui ?

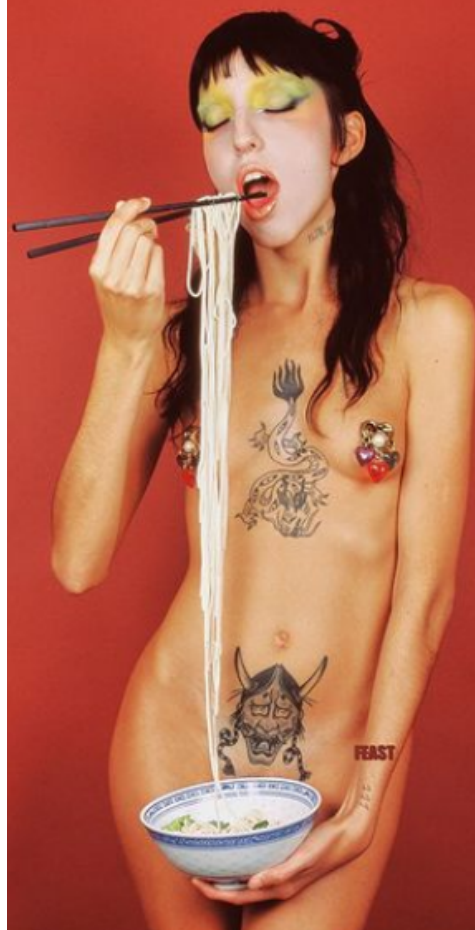
Finis la bourgeoisie, on voit se démocratiser l’esprit de rébellion de la jeunesse : des nouveaux riches. Et oui, aujourd’hui, grâce aux réseaux, il est plus facile de vivre de sa passion, il est plus facile d’avoir une réelle communauté sans aucun contact de base, et surtout, on voit émerger au devant de la scène artistes, influenceurs, danseurs, de tout âge, tout horizon, tous les milieux. Mais avec un seul code en commun : celui de ne plus en avoir.

Alors on démocratise les différents langages, styles vestimentaires, genres, orientations sexuelles, origines, couleurs, formes et tout ce qui compte pour chacun.

Ainsi on adopte une approche plus pragmatique de son identité, on reflète la jeunesse dans sa nature la plus brute, on la conçoit comme une réelle philosophie et surtout, on a plus jamais peur d’être qui on veut, et d’être qui on est.

C’est à eux que s’adresse le nouveau tournant 180 d’Hermès : les nouveaux riches, ceux qui n’auront plus peur de ce terme, et qui le porteront avec fierté.

WORLD BOARD



ideas for a new art world

004: people across the creative industries need to declare if they have rich parents who helped them get where they are today



key visual / rough



intention de film

Un film rapide, avec beaucoup de plans différents.

On veut pouvoir casser les codes en les représentant tous. Ainsi on suivrait notre égérie dans un voyage/une promenade urbaine, dans les quartiers mythiques de Paris : on peut le voir courir et marcher, rencontrant des personnages de tous types.

Il pourrait rester avec eux, leur dire bonjour, ou simplement passer son chemin. Les plans mélangent des plan de vue réels, du motion, du dessin, de la 3D, du collage, de la peinture, des marionnettes.

Toutes les matières, tous les genres et des couleurs chaudes. Notre égérie peut manifester, prendre un micro, danser, on peut le voir redevenir enfant et rêver, puis continuer à courir ou jouer au foot. Pour les personnages secondaires, on cherche des styles atypiques et libérés.

Les plans sont filmés avec des perspectives intéressantes et originales en lien avec des transitions atypiques également.

Pour le choix de l'égérie, j'ai besoin que celle-ci raconte une histoire urbaine, moderne et rebelle.

Ainsi j'ai décidé de me diriger vers un sportif, d'à peine 23 ans, représentatif de la réussite par la passion avant tout et avec une prise de parole engagée car c'est une caractéristique presque obligatoire pour les générations visées.

En effet Marcus Rashford a fait plier le gouvernement britannique de Boris Johnson trois fois en un an. A seulement 23 ans, ce jeune attaquant de Manchester United se consacre à soutenir la jeunesse, et notamment la malnutrition infantile. Il est devenu une icône de la lutte contre la pauvreté, ce qui lui a valu d'être compté dans la liste des 100 personnalités les plus influentes de l'année 2021 par le TIME.

Au niveau football, Marcus a commencé sa passion très jeune à l'âge de 5 ans avec des conditions de vie très difficiles, et a battu plusieurs records comme celui du plus jeune buteur de Manchester United en Coupe d'Europe, et celui du plus jeune joueur de l'histoire de la Premier League à inscrire un doublé.

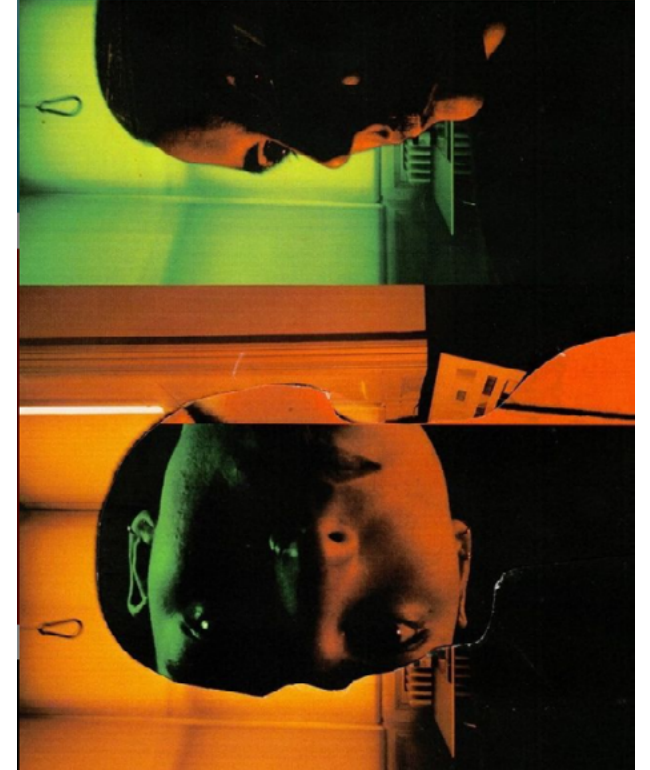
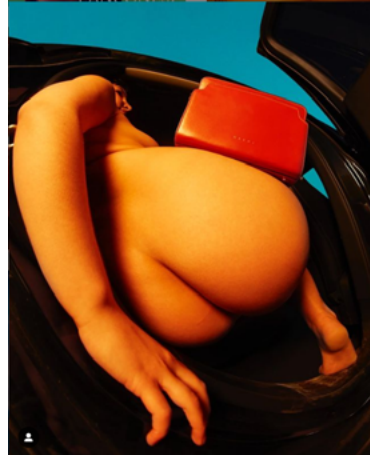
MARCUS RASHFORD



Pour la recommandation photographe, j'aimerais amener deux photographes ayant chacun.e une particularité précise, afin de créer une collaboration entre les deux.

Lea Colombo

chaleur et wild spirit



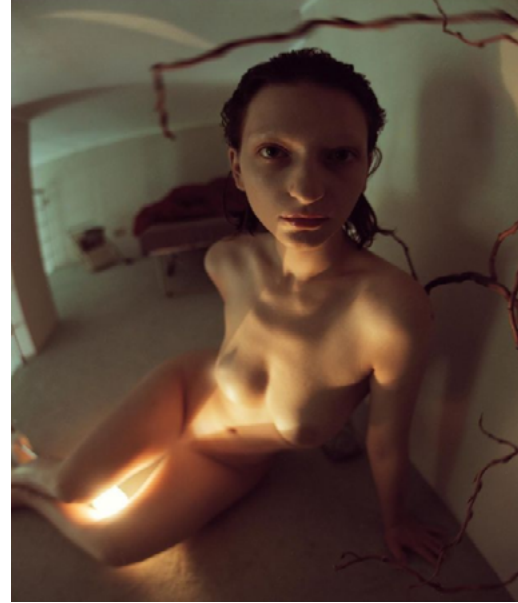
La photographe londonienne Lea Colombo est connue pour ses couleurs, son approche artistique particulière, sans aucun codes, et pourtant une unicité et une chaleur reconnaissable à chaque nouvelle création. Elle a déjà collaboré avec des marques de luxe comme Versace, Givenchy, Calvin Klein et Marni. Ses photographies figurent notamment sur les pages de Dazed & Confused, iD, Self Service, M le Monde et d'autres.

Lei Wei Swee

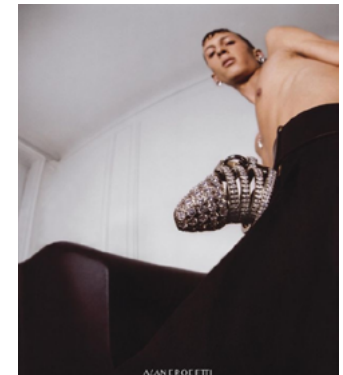
Lee Wei Swee est devenu une référence dans son univers provocant et son talent à transformer les corps en silhouettes désincarnées.

Ses prises de vue sont particulièrement intéressantes, il travaille à distordre les formes ou les accentuées, en privilégiant des plongées uniques.

Il a déjà collaboré avec des marques de luxe comme Kenzo ou Lanvin ou des mannequins comme Bella Hadid.



**déformation du
corps avec prise
de vue**



boite de prod.

MAUVAIS SANG (M.S.) est une maison de production indépendante portée par une nouvelle génération de cinéastes et de créatifs. Ensemble, ils défendent des pratiques filmiques hors-normes. Ils s'éloignent du circuit de production et de distribution en place pour définir un espace de création libre et engagé.

M.S. offre l'opportunité à des artistes pluridisciplinaires de transmettre leurs valeurs et visions par le prisme de la fiction.

La maison Mauvais Sang comprend notamment le célèbre réalisateur et photographe Larry Clark.

