

➤ **Le Maroc n'est pas condamné à rester un atelier de sous-traitance. Les talents sont multiples dans le Royaume. Ils se retrouvent chaque année à Festimode...**

Un défilé par créateur (et non plus des défilés collectifs), des défilés de jeunes talents, une exposition de photographies de mode... voilà les nouveautés du prochain Festimode, qui aura lieu du 10 au 14 mai à la cathédrale Sacré-Cœur de Casablanca. La fashion week marocaine se tiendra en dépit



Brahim Taougar/actuel

Jamel Abdennasser

« La mode, c'est un art »

de la défection du principal partenaire institutionnel du secteur : l'Amith (Association marocaine des industries du textile et de l'habillement). Rencontre avec le président de Festimode, Jamel Abdennasser.

L'Amith ne sera pas partenaire du prochain Festimode. Que se passe-t-il ? On ne vous répond pas au téléphone ?

Ni au téléphone, ni aux mails, ni aux courriers. Le précédent président de l'Amith, Mohamed Tamer, avait inscrit la création comme un axe important dans son mandat, car cela représente une valeur ajoutée pour le secteur du textile. Il nous avait donné 250 000 dirhams, soit 13% de notre budget. C'était une première approche. Mais par la suite, on s'est heurté à un mur.

Qui vous soutient alors ?

La ville de Casablanca s'implique, comme le CCME. On a toujours eu la démarche de ramener les Ma-

rocains de la diaspora. Et de nombreuses marques nous assistent également : Palmeraie développement, Guerlain l'année dernière, Nissan (longtemps à nos côtés), L'Oréal (pendant 3 ans), Matrix (une autre marque de L'Oréal) cette année...

Mais où sont les marques marocaines ?

C'est une question de mentalité. La mode, ce n'est pas uniquement le caftan. C'est aussi des collections, des créateurs, des styles, des talents. On a consacré ces trois premières années à essayer de changer les mentalités. On ne cherche pas forcément du financement, on cherche à travailler ensemble. Mais là, on ne comprend pas. S'il y avait une reconnaissance de l'Amith, peut-être y aurait-il une reconnaissance des industriels du secteur...

Qu'est-ce qui caractérise la création marocaine ?

Il n'y a pas réellement de *moroc-*

can touch. Nous tendons plus vers l'universel. Certains comme Noureddine Amir s'inspirent des matériaux traditionnels comme le bziwi pour faire des créations très sculpturales. D'autres comme Amine Bendriouich ou Saïd Mahrouf veulent habiller la jeunesse urbaine.

La mode, c'est de la culture ?

Qui dit création, dit art. Le styliste a, devant un corps nu, le même souci que l'artiste devant une toile blanche. A la base, la mode est un art.

Les consommateurs marocains sont-ils réceptifs ?

Ils consomment surtout un produit fini. Ils ont une culture de marque. Mais je suis certain que les gens attendent qu'on leur propose des signatures marocaines. Seulement, pour démocratiser le produit, il faut que les coûts diminuent. Quand on passera à l'industrialisation, cela deviendra accessible.

Propos recueillis par E.L.B.

« Les gens attendent qu'on leur propose des signatures marocaines. »