

HELLO

BANDE ORGANISÉE • "Breathe and Star" - Blockhead, Music by Cavelight, 2004

Le studio de création français Hello se définit lui-même comme "un terrain vague d'idées qui développe des travaux esthétiques, intuitifs et engagés". Composé d'Aurélien Arbet et Jérémy Egry, ce duo sait également s'entourer pour faire vivre de nombreux autres projets comme JSBJ - Je suis une bande de jeunes - qui soutient la diffusion de la photographie contemporaine, ou la marque Hixsept qu'ils ont créée il y a plus de 10 ans. État des lieux de leur univers plus que fertile.

C'est grâce au graffiti qu'Aurélien Arbet et Jérémy Egry se rencontrent en 1996 à Grenoble. Ils étudient ensuite l'Art et le graphisme et créent en 1999 la marque de street wear Hixsept. Ils intègrent alors dans les vêtements des éléments issus du graffiti, et font ainsi figure de précurseurs. "Pour être franc, nous n'avons jamais eu la volonté de créer une marque. Ce projet s'est fait progressivement, et nous a même dépassé à une certaine époque. Ce n'est que plusieurs années après que nous avons réellement réalisé. C'est certainement de cette histoire-là que nous

vient notre profil atypique." Leur profil a également été façonné par plus de 10 ans de graffiti qui leur feront garder une sensibilité certaine pour tout ce qui a trait à la ville, le subversif et les mouvements alternatifs. Quelques années plus tard, en 2004, leur studio de création « Hello » voit le jour, en même temps que leur important projet d'édition mêlant graffiti et photographie et récemment publié - *Like Lipstick Traces*, en hommage à l'ouvrage de Greil Marcus (p.32). De 2005 à 2007, le duo choisit de s'exiler sous le soleil de Barcelone pour y vivre et y travailler. Les voyages

font également partie intégrante de leur démarche créative et de leur fonctionnement : « *les voyages sont souvent l'occasion de rencontres importantes et nous fournissent l'énergie nécessaire ; ils sont également un moyen de nous remettre sans cesse en question de par la nécessité d'adaptation qu'ils engendrent.* » Aujourd'hui, c'est à distance qu'ils mettent en commun leurs idées et puisque leurs esprits créatifs ne connaissent ni frontière ni limite, ils sont également à l'origine de JSBJ depuis 2007

Il s'agit pour nous de compter sur la curiosité et l'intérêt des «regardeurs» sans imposer quoi que ce soit à personne.



Clark*En plus de votre studio de création Hello, vous avez de multiples projets.

Quel est le dénominateur commun ?

Hello*À travers ces projets, nous souhaitons insuffler une vision, une manière de concevoir la création via différents médiums. Chacun de ces projets est abordé avec un parti pris, en donnant une place fondamentale à la qualité conceptuelle et esthétique en évitant tout artifice et superficialité. Nous avons bien conscience que de nos jours, tout le monde est sur-sollicité et sur-informé. Il s'agit donc pour nous de compter sur la curiosité et l'intérêt des «regardeurs» sans imposer quoi que ce soit à personne.

C*Avec qui travaillez-vous sur ces différents projets ?

H*Pour Hixsept, nous travaillons avec 3 personnes. Marc Bothorel (créateur de la boutique A.PART et du webstore www.magarderober.com) qui est responsable de la gestion et de la logistique, Antoine Belekian, notre directeur commercial, et Jean Philippe Duroux, le responsable webmarketing. Pour JSBJ, le troisième membre fondateur est Nicolas Poillot, directeur artistique en agence.

C*Vous considérez-vous à travers ces différents projets et la manière dont vous les menez à bien, comme des artistes engagés ?

H*Engagés par les idées que transmettent nos travaux, par notre façon de concevoir la mode, la photographie et la création en général. Engagés aussi du fait de notre indépendance et notre singularité dans ce «milieu».

C*Avec Hello, vous avez été sollicités pour de la Direction par des clients comme Nike, Courir, Diesel, Western Union... De quelle manière abordez-vous ces travaux de commande ?

H*Dans ces cas-là, notre approche est totalement différente de celle mise en place pour nos propres projets. Même si nous donnons évidemment une dimension créative à ces commandes, celle-ci ne découle pas directement de nos sensibilités personnelles car elle doit être appliquée à l'identité propre de la marque. C'est un fonctionnement qui n'est pas toujours évident à gérer car il nous faut jongler entre nos projets purement artistiques et des projets plus «corporate» avec des objectifs et des contraintes fortes. Néanmoins, nous constatons qu'avec le temps, cette organisation nous permet d'avancer et de nous remettre en question en évitant certaines erreurs pour nos projets plus personnels.

C*Pouvez-vous nous parler de l'évolution qu'a connu Hixsept et de la direction que vous voulez lui donner aujourd'hui ?

H*Au départ, nous faisons du street wear en lien avec nos sensibilités de l'époque, c'est à dire le graffiti et le mouvement Hip Hop. Nous essayions déjà à l'époque de proposer des produits différents des autres marques. Puis, au fur et à mesure, nos sensibilités ont évolué. Nous avons alors souhaité faire une pause pour voir si nous avions encore l'énergie pour proposer des collections originales et atypiques.

Après ce «break» d'une année et de longues recherches, nous avons de nouveau proposé des collections. Depuis quasiment 3 ans maintenant, Hixsept a une nouvelle identité. La marque reste très proche des motivations de départ, mais propose des produits radicalement différents.

C*Pouvez-vous nous présenter la nouvelle collection intitulée « Dérive » ?

H*La collection Dérive est beaucoup plus complète et comprend des pantalons chinos, des vestes, des chemises... Et les collections à venir continueront dans cette lignée de silhouettes complètes.

C*Vous fonctionnez avec Hixsept de façon très libre et spontanée... Est-ce une façon de vous affranchir des codes de l'industrie de la mode ?

H*Nous n'avons jamais vraiment eu l'intention de créer une marque, avec tout ce que cela implique. Nous cultivons donc cette expérience et essayons toujours de rester en marge. L'industrie de la Mode n'est pas une finalité pour nous, nous proposons des collections quand nous sommes «prêts», et essayons d'aboutir nos produits au maximum. Pour cela, nous avons un intitulé : «le Terrain vague» avec lequel nous proposons toutes sortes de créations allant du vêtement au catalogue ou à l'exposition...



C*Vous nous aviez présenté dans Clark 37 votre livre Like Lipstick Traces. Aujourd'hui, avez-vous d'autres projets d'édition ?

H*Nous souhaitons continuer nos projets d'éditions avec JSBJ et en particulier les publications monographiques à la couverture bleue. De plus, nous travaillons sur une publication prévue pour Avril 2010.

C*Quels sont vos autres projets pour cette nouvelle année ?

H*Le projet majeur pour 2010 est notre départ pour New York où nous allons pouvoir développer HIXSEPT et JSBJ. À côté de ça, nous travaillons actuellement sur un projet de parcours artistique dont nous serons les curators avec Kais Dhifi lors des prochaines Nuits Sonores à Lyon. Enfin, nous souhaitons continuer notre travail de direction artistique via notre studio Hello. •

