

Communiqué de presse

Les jeunes créateurs des cités ont du style !

Lancement de la 2^{ème} édition du concours « CitéStyle » - du 21 mars au 22 avril

Paris, le 17 mars 2011 – ***Fort du succès rencontré à l'occasion de la 1^{ère} édition du concours Cité Style, les partenaires renouvellent l'opération et offrent de nouveau l'opportunité à des jeunes créateurs des cités de dessiner une collection « urban wear ». Organisé par 3 des entreprises fortement engagées pour l'égalité des chances, le Groupe Randstad, Bershka (Groupe Inditex) et JCDecaux, en partenariat avec ESMOD PARIS, Cap Digital et le Collectif, ce concours original a pour objectif de faire émerger les talents créatifs des quartiers populaires, et les faire bénéficier d'un important réseau dans le secteur de la mode et de la création. Les inscriptions au concours seront ouvertes du 21 mars au 22 avril et les participants sont invités à envoyer leur dossier sur le site créé pour l'occasion : www.citestyle.fr***

Un concours de mode qui ouvre les portes des cités

Ce concours imaginé par des professionnels de la mode, des ressources humaines, des nouvelles technologies et de la communication extérieure, s'adresse exclusivement aux jeunes de 18 à 26 ans, issus des quartiers populaires de toute la France. Pour participer, les candidats doivent laisser libre cours à leur créativité (des dessins, des collages, des illustrations...) pour réaliser en totale autonomie ou assisté(e) d'un logiciel une « collection capsule » (une mini-collection) dans le style « **urban-wear** », pour la saison automne/hiver.

Cette année, le lauréat verra sa « silhouette » (haut/bas) réalisée et distribuée par Bershka*, en plus d'un stage d'une semaine dans les locaux de l'enseigne en Espagne. Le soutien des équipes d'**ESMOD Paris** lui permettra de recevoir des conseils de professionnels et d'acquérir une réelle vision du monde de la mode. L'institut Randstad remettra une bourse de 3 000 € au gagnant et des bourses de 1 000 € à chacun des quatre autres finalistes. Des séances de coaching seront proposées par le Groupe Randstad pour accompagner le parcours professionnel de ces jeunes.

Pour départager les candidats, le jury, présidé par **Gérard Darmon**, au nom du Collectif contre les Discriminations, et composé de **Alain Cayzac**, ancien Président du PSG et Président d'honneur du Paris Foot Gay, des représentants des différents partenaires, d'une journaliste mode, mais aussi de **Sabra Kerrouche**, lauréate de la première édition du concours, se réunira **le 28 avril 2011**.

Les partenaires de l'opération se mobilisent également pour soutenir et faire connaître le concours auprès du plus grand nombre : en effet, JCDecaux va lancer une campagne d'affichage dédiée, et le pôle de compétitivité Cap Digital, en partenariat avec l'Institut Randstad, a développé un mini-site www.citestyle.fr, qui, **du 21 mars au 22 avril**, recevra les dossiers de candidature.

Tous les bénéficiaires de la vente iront à l'association FACE (Fondation Agir Contre l'Exclusion).

Des entreprises engagées en faveur de l'égalité des chances et de l'insertion professionnelle des jeunes

Pour la deuxième année consécutive, les partenaires ont décidé de renouveler leur engagement et de s'investir totalement dans cette aventure humaine et citoyenne. En effet, chacune des entreprises souhaite mettre son expertise, son savoir-faire et ses réseaux au service des jeunes des quartiers populaires afin de les accompagner dans la réalisation de leurs projets professionnels. Devant l'engouement et le succès de l'édition 2010, tous ont souhaité se mobiliser pour laisser les jeunes talents des cités s'exprimer.

A ce titre, Abdel Aïssou, Directeur Général du Groupe Randstad, Jean-Jacques Salaün, Directeur Général d'Inditex France et Agathe Albertini, Directeur de la Communication de JCDecaux se déclarent « heureux et fiers d'inscrire dans la durée un programme innovant en ce qu'il s'appuie sur une passion pour créer les conditions d'une réelle insertion professionnelle. Nous prendrons d'autres initiatives ensemble dans les prochains mois en direction des quartiers sociaux ».



Sabra Kerrouche, une créatrice qui a du style !

Jeune créatrice de 25 ans, Sabra Kerrouche, lauréate de la 1^{ère} édition du concours, continue aujourd'hui de créer des modèles et a lancé sa collection de vêtements « Aul People ». Elle a également eu l'occasion d'organiser un défilé de mode dans sa ville d'origine, à Aulnay sous Bois.

LES DATES DU CONCOURS

21 mars 2011 – Ouverture du concours CitéStyle : Les candidats peuvent déposer leur dossier sur le site dédié www.citestyle.fr

22 avril 2011 - Clôture des inscriptions au concours

23-27 avril 2011 - Sélection des cinq finalistes parmi une centaine de dossiers

28 avril 2011 – Le Jury délibère et remet les prix aux cinq finalistes

A propos du groupe Randstad France

Le groupe Randstad France fait partie du groupe Randstad fondé aux Pays-Bas il y a 50 ans et deuxième acteur mondial sur le marché des ressources humaines. Il se place parmi les leaders en matière de services en ressources humaines avec un chiffre d'affaires de 3.06 milliards d'euros réalisé en 2010. Le groupe emploie 3 900 collaborateurs(trices) et 77 450 intérimaires chaque jour en s'appuyant sur son réseau national et local de plus de 900 agences et bureaux.

Le groupe, qui est engagé depuis plusieurs années dans la lutte contre les discriminations, est la seule entreprise française à avoir renouvelé ses labels « Egalité Professionnelle » (novembre 2010) et « Diversité » (mars 2010), en reconnaissance des actions menées en faveur de la promotion de la Diversité au sein de l'entreprise.

A propos de l'Institut Randstad

Créé le 3 Janvier 2005, l'Institut Randstad pour l'Egalité des Chances et le Développement Durable est une association à but non lucratif régie par la loi de 1901. L'Institut Randstad permet de soutenir la politique du Groupe en matière de Diversité et de Développement Durable en initiant des actions innovantes et en multipliant les partenariats institutionnels, publics et privés pour contribuer activement et concrètement à promouvoir le principe de l'égalité des chances.

A propos de Bershka

Bershka est née en 1998 pour répondre à une demande forte émanant d'un public jeune qui se passionne pour les dernières tendances. Bershka est leader sur ce marché de la mode en ciblant ces nouveaux consommateurs, qui en demandent toujours plus. Chaque saison, Bershka offre les dernières tendances aux filles et aux garçons, en présentant les produits les plus fashion et des vêtements ultra stylés dans ses collections.

Bershka se démarque autant par ses produits fashion que par ses magasins, conçus comme des espaces avant gardistes donnant une image unique qui se ressent dans tous les espaces des magasins, des vitrines aux articles mis en avant en boutique.

Les magasins Bershka sont créés pour être des espaces agréables, qui attirent les jeunes et leur donnent envie de venir vivre une expérience fun. Pendant qu'ils se promènent dans un magasin, en sélectionnant et en essayant des vêtements, ils peuvent aussi écouter les musiques les plus branchées et jeter un œil aux dernières tendances en matière d'art urbain par la décoration et les photos présentes dans les magasins.

Bershka fait partie du Groupe Inditex et compte plus de 700 magasins dans 50 pays. Bershka a ouvert son premier magasin en France en 2003 et compte désormais 42 magasins sur le territoire national.

A propos de JCDecaux

JCDecaux est N°1 mondial de la communication extérieure. Depuis 2005, il est N°1 mondial du vélo en libre-service. JCDecaux est coté sur Euronext Paris et fait partie des indices Euronext 100, Dow Jones Sustainability et FTSE4Good. Inventeur du concept du Mobilier Urbain en 1964, JCDecaux est le seul acteur mondial à exercer exclusivement le métier de la communication extérieure et à en développer toutes les activités : mobilier urbain, publicité dans les transports et affichage grand format. JCDecaux est N°1 mondial du mobilier urbain, N°1 mondial de la publicité dans les transports avec 184 aéroports et plus de 300 contrats de transport dans les métros, bus, trains et tramways et N°1 européen de l'affichage grand format. Avec un effectif de 9 940 collaborateurs, le Groupe est présent dans 56 pays et 3 600 villes de plus de 10 000 habitants. Il a réalisé, en 2010, un chiffre d'affaires de 2 350 millions d'euros. JCDecaux est membre fondateur du Conseil National des Entreprises pour la Banlieue et s'investit dans les actions menées par "Un but pour la vie, un but pour l'emploi". Signataire de la Charte de la Diversité et de l'Engagement National pour l'emploi des jeunes des quartiers, il soutient différentes associations dont "Nos quartiers ont du talent".

A propos d'ESMOD

2011 fêtera les 170 ans de mode, de passion et d'innovation pour ESMOD PARIS, la plus ancienne école de mode au monde créée en 1841 par Alexis Lavigne (inventeur du centimètre souple et du Buste Mannequin).

ESMOD International Fashion Institutes & Universities Group compte à ce jour 21 établissements à travers les 5 continents.

ESMOD PARIS est au carrefour de ces quelques 4000 étudiants qui se retrouvent pour vivre une vraie passion, celle de la mode avec une formation en 3 ans (avec un choix de 7 spécialisations à Paris pour la 3ème année incluant des modules de maille : Prêt-à-porter Féminin, Mode Masculine, Mode Enfantine, Nouvelle Couture, Lingerie, Accessoire et Créations Scéniques). Nos étudiants viennent à Paris à la rencontre de professeurs et de professionnels reconnus pour leurs talents. La poursuite de ces 3 ans d'études peut se faire depuis septembre 2007, avec un Postgraduate « Créateur Couture » mais également depuis la rentrée de septembre 2010 le Postgraduate « Fashion Home Design ». ESMOD, école réaliste possède aussi et ce depuis 1989, une voie très opérationnelle avec une branche particulière pour une école de mode, celle du marketing au sein d'ESMOD FASHION BUSINESS / ISEM, avec la possibilité de poursuivre avec le MBA en partenariat avec l'IIM (Institut International de Management) et le CNAM (Conservatoire National des Arts et Métiers).

A propos de Cap Digital :

Cap Digital est le pôle de compétitivité de la filière des contenus et services numériques. Il regroupe plus de 600 adhérents : 530 PME, 20 grands groupes, 50 universités et grandes écoles regroupant 170 laboratoires de recherche. Le pôle couvre 9 communautés de domaine : Culture, Presse, Media ; Design numérique ; Education et Formation Numériques ; Image, Son et Interactivité ; Ingénierie des connaissances ; Jeu Vidéo ; Logiciel libre, Coopération et nouveaux modèles (CoLLibri) ; Robotique et Objets Communicants (Cap Robotique) ; Services et Usages Mobiles. Pour soutenir la créativité et la compétitivité de ce secteur industriel qui représente à lui seul un marché mondial de 300 milliards d'euros, Cap Digital mène les actions suivantes : l'aide au développement de la R&D et de l'innovation ; le développement de plates-formes mutualisées ; l'accompagnement dans le développement des entreprises à tous les niveaux ; la gestion prévisionnelle des compétences et l'accompagnement dans le recrutement, la formation et la gestion de projet collaboratif ; l'organisation d'ateliers et de formations ; la veille et la prospective, notamment à travers son programme « Think Digital » ; et le rayonnement et la compétitivité à l'international. Depuis 2006, Cap Digital a reçu plus de 1000 projets, en a labellisé plus de 400 parmi lesquels près de 300 ont été financés. Ces projets représentent un investissement total de 550M€, dont environ 250M€ de financement public. En 2009, dans le cadre du plan filière régional, plus de 60 sociétés ont bénéficié d'ateliers d'aide au développement et plus de 40 sociétés ont participé aux missions internationales pilotées par Cap Digital. contact : info@capdigital.com - www.capdigital.com