

SPECIAL
AN 2000

LES PHOTOGRAPHE
DE DEMAIN

LA NOUVELLE
GENERATION
VUE PAR LES
MAITRES

1995 :
L'AVANT-GARD
EN FOLE

PHOTO-
JOURNALISME
LES FUTURS
TEMOINS

CONCOURS
MANNEQUINS
DEVENEZ
TOP-MODEL
AVEC PHOTO
ET ELITE

M 2340 - 320 - 25,00 F



MINI-REVUE N° 300

LES MAITRES DE L'AN 2000

NOTRE GALERIE DE CEUX QUI IMPRESSIONNERONT LE TROISIEME MILLENAIRE

A la mode, ils le sont ! Les plus grands magazines du monde les publient régulièrement, les top-models se les disputent et les publicitaires leur donnent carte blanche. *Photo* s'est amusé dans ce portfolio à jouer «Retour vers le futur» en pariant sur ceux qui ne passeront pas de mode. Leur personnalité, leur maîtrise technique et leur sens de l'esthétique traverseront le temps. Ils sont jeunes et possèdent une maturité surprenante. Leurs images conjuguent le classicisme de leurs prédécesseurs et la modernité de leur génération. Alors avant de se retrouver dans cinq ans, ouvrez les yeux et entrez dès maintenant dans la galerie de ceux qui impressionneront le troisième millénaire.

PHOTO FRANCE

maggio 1995

STEPHANE SEDNAOUI

Ce Français de 29 ans est vibrant d'énergie et de talent. Son travail a été présenté à Arles, Berlin, Paris... Photographe de mode publié dans *Leï*, *Vogue Hommes* ou *Tatler*, il est l'auteur de reportages comme le festival de Venise, les événements en Roumanie, le festival de Cannes ou le tournage du film produit par Kevin Costner sur l'île de Pâques... Les publicitaires aussi ont craqué pour lui : le Printemps, Jean-Paul Gaultier Junior, la Poste, Perrier, «Nuits indiennes» de Jean-Louis Sherrer... Mais ce jeune photographe est aussi réalisateur de clips : «Cosmik» Ziggy Marley, «Mysterious Way» U2, «7 Seconds Always» Youssou'n Dour... Aux Victoires de la Musique 94, il a décroché la Victoire du Meilleur clip avec la chanson de MC Solaar. Stéphane Sednaoui est représenté par Yannick Morisot.

MARINO PARISOTTO VAY

Photo avait découvert cet Italien de 32 ans avec une étonnante série sur les anges. Depuis, nous avons suivi son parcours et ses images avec beaucoup d'attention. Ce visionnaire est un meneur à la fougue contagieuse. Pour Marino, une campagne doit obligatoirement transmettre une émotion, sans montrer nécessairement le produit. Depuis trois ans, il explose : Givenchy Boutique en France, La Perla Parfums en Italie et Wella (dont est extrait ce visuel)... Il est représenté par Calypso De Sigaldi.

