

De kleurrijke wereld van **Marylène Madou**

Een print is het gezicht van een kledingstuk. Tijdsgebonden als een psychedelische jaren '70 print of tijdloos als de luipaardprint die maar niet uit de mode wil raken. De print geeft kleding kleur en uitstraling. Maar soms kan een print ook gewoonweg adembenemend mooi zijn en textiel verheffen tot kunst. Zoals bij de handgeschilderde ontwerpen van de Belgisch-Limburgse Marylène Madou.

TEKST: KARIEN GOESSENS / FOTO'S:

M

Multitalent Marylène Madou is naast print designer ook modeontwerpster met een eigen label en een winkel in Genk. Na haar opleiding in textiel startte ze in 2017 voor zichzelf en bouwde ze in vier jaar tijd een bloeiend bedrijf op rondom haar unieke prints. Als eerste trokken haar kleurrijke sjaals de aandacht en sierden ze de pagina's van modebladen als Marie-Claire en Elle. Maar Marylène droomt altijd groter en waaierde uit naar interieur design, kleding en zelfs akoestische doeken, al dan niet door de samenwerking te zoeken met andere merken. "Wat ik ook doe, uiteindelijk denk ik altijd vanuit een print."

**“UITEINDELIJK DENK IK
ALTIJD VANUIT DE PRINT”**



Britse weelde

Marylène brengt planten, dieren en onverwachte kleurencombinaties bij elkaar tot speelse ontwerpen die tegelijkertijd nostalgisch en modern aandoen. De prints zijn zowel uniek als herkenbaar en lijken te knipogen naar weelderige Engelse tuinen. "Dat is niet voor niets", vertelt de ontwerpster. "Ik ben een beetje een Anglofiel. Als student deed ik mee aan een uitwisseling met London en daar specialiseerde ik me in prints voor mode. Ik werd ondergedompeld in de Engelse cultuur voor bloemenprints en bezocht regelmatig musea ter inspiratie. Tegenwoordig vind ik inspiratie overal om me heen. Kringloopwinkels, oude encyclopedieën of zelfs mijn teckels Lemony en Pippa zijn terug te vinden in mijn ontwerpen."

Zowel digitaal als ambachtelijk

Tekenen en schilderen vormen al zolang ze zich kan herinneren een rode draad in haar leven. Maar toen ze digitaal printen ontdekte, vielen alle puzzelstukjes op hun plaats. "Naast tekenen, was ik ook altijd bezig met mode en textiel. Toen ik tijdens mijn opleiding in aanraking kwam met digitaal printen, kwamen die twee werelden samen. Met digitaal printen kunnen afbeeldingen haarscherp afgedrukt worden op textiel en bovendien in alle mogelijke kleuren. Het resultaat is echt verbluffend en ik wist dat ik mijn niche had gevonden."



“HAAR ONTWERPEN ZIJN ZOWEL NOSTALGISCH ALS MODERN, MET EEN KNIPOOG NAAR ENGELSE TUINEN”

Een tekening wordt een print

Marylène werkt zowel in opdracht als voor zichzelf en heeft inmiddels al een indrukwekkend archief aan prints aangelegd. Ze schildert en tekent haar prints met de hand, waarna ze deze digitaal nabewerkt en uiteindelijk digitaal laat printen op de gekozen stof. Ze startte met prints op zijde en werd al snel bekend door haar kleurrijke zijden sjaaltjes die elke outfit opfleuren. Tegenwoordig gebruikt ze ook andere stoffen als viscose en wol en experimenteert ze met nieuwe technieken. Wat niet verandert, is de focus op duurzaamheid. “Ik wil echt iets toevoegen en niet zomaar een product de wereld inslingeren. Duurzaamheid vind ik ontzettend belangrijk en ik werk enkel met digitale printers in Europa en ecologische inkt. Er wordt zorgvuldig geproduceerd met zo min mogelijk overschot en eventuele stof overschotten worden gerecycled.”

Bijzondere samenwerkingen

Haar ontwerpen vallen op en inmiddels is ze al verschillende succesvolle samenwerkingen aangegaan. Zo worden de heren kostuums van Café Costume aan de binnenkant opgevrolijkt door een print van haar hand. En voor haar alweer tweede ‘twinning collectie’ met het Belgische modemerkt JBC liet Marylène zich inspireren door Victoriaanse groente-serres. De matchende kledingstukken hullen het hele gezin à la Madou in gele tomaten of groene zonnebloemen. Hoewel die collectie alweer is uitverkocht, ging Marylène met modewarenhuis La Bottega in Hasselt een nieuwe samenwerking aan. “Vanwege hun dertigjarige bestaan mocht ik meewerken aan een Limited Edition collectie die vanaf dit najaar in de schappen ligt.” Voorlopig is het einde nog niet in zicht. “Ik ben behoorlijk ambitieus en wil uiteindelijk echt een wereldwijd merk worden. Er komt nog veel moois aan als het aan mij ligt.”