



DESIGN

PARIS TERRE DE DESIGN

Les plus novatrices des marques de design sont françaises, mieux encore parisiennes. Nées dans les années 2000, elles imaginent, créent et fabriquent un nouveau mobilier en fédérant les plus créatifs des designers du moment. **PAR FLORENCE HALIMI**



Fauteuil *Altay*,
sur un design de
Patricia Urquiola,
CoEdition.

© NICOLAS MILLET



Stéphane Arriubergé et Massimiliano Iorio ont fondé, en 2009, Moustache.

E

lles sont à la création hiératique ce que le roseau est au chêne de la fable : souples, réactives, elles s'imposent dans un monde dominé par des géants du design. Sans leur faire d'ombre, elles ensoleillent les intérieurs

avec des créations à l'avant-garde, libres, propres à s'inscrire dans l'histoire des Arts décoratifs. Elles démontrent surtout qu'à l'instar de la Scandinavie ou de l'Italie, la France est une nation de design, caractérisée par un style expérimental et décalé dans l'esprit, pratique et modulable dans sa forme, mariage heureux d'humour et de qualité. Elles s'appellent Petite Friture, CoEdition, La Chance, Domestic. Et Moustache, symbole flamboyant de cette fièvre créative, qui réunit sous sa désignation pileuse la fine fleur de la création contemporaine.

L'expérimentation au service de la fonction

Fondé en 2009 par Stéphane Arriubergé et Massimiliano Iorio, *Moustache* s'appuie sur la solidité de Domestic, leur première marque, qui avec ses Wall Stickers lancés en 2003 a participé au renouveau du papier-peint que l'on croyait éteint. Chez Domestic comme chez Moustache, c'est la diversité des regards, la pluralité des points de vue qui donnent toute sa saveur à leur catalogue. De grands noms partagent l'affiche avec de jeunes pousses prometteuses comme Benjamin Graindorge, que Moustache a contribué à propulser dans la stratosphère des grands desi-



Domestic, lancé en 2003 par les futurs fondateurs de Moustache, a remis à la mode le papier peint.

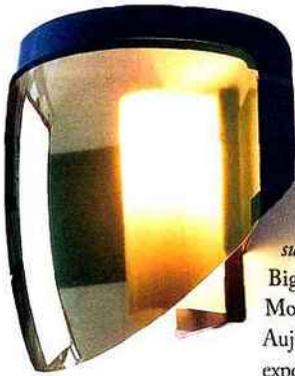
gners du siècle nouveau, et Jean-Baptiste Fastrez, auteur d'un produit déjà culte : l'applique *Moto* qui détourne les verres optiques métallisés, et a nécessité pour sa réalisation la fabrication d'outils spéciaux empruntés à l'univers de la lunetterie.

« Entre des créateurs débutants et confirmés, le travail est différent, d'où l'intérêt de présenter les deux. Avec les premiers, c'est une surprise : on a la chance de participer à la naissance d'un travail qu'ils vont défendre dans le temps, tandis que les autres ont déjà ouvert des voies. On sait ce qu'on attend d'eux », confirme Stéphane Arriubergé. Ce fut le cas des plissés caractéristiques d'Inga Sempé que l'on retrouve sur les luminaires *Vapeur*. Idem pour François Azambourg, Créateur de l'année 2009 à Maison & Objet, que Stéphane découvre dans les années 90 au Via, à travers un fauteuil composé d'une mousse gainée de bois précieux. « Il a réalisé pour nous la table *La belle* et le *Clochard* – la table la plus légère au monde – à partir de ce brevet déposé des années plus tôt et jamais exploité. »

Comme un pygmalion, Moustache laisse les créateurs s'aventurer sur des terrains pas encore défrichés, et fait passer le particularisme bien avant les

La chaise *Bold* de Big Game, éditée par Moustache, est exposée dans les musées à New York, Paris, Zurich...





L'applique Moto de Jean-Baptiste Fastrez, un best-seller de Moustache.

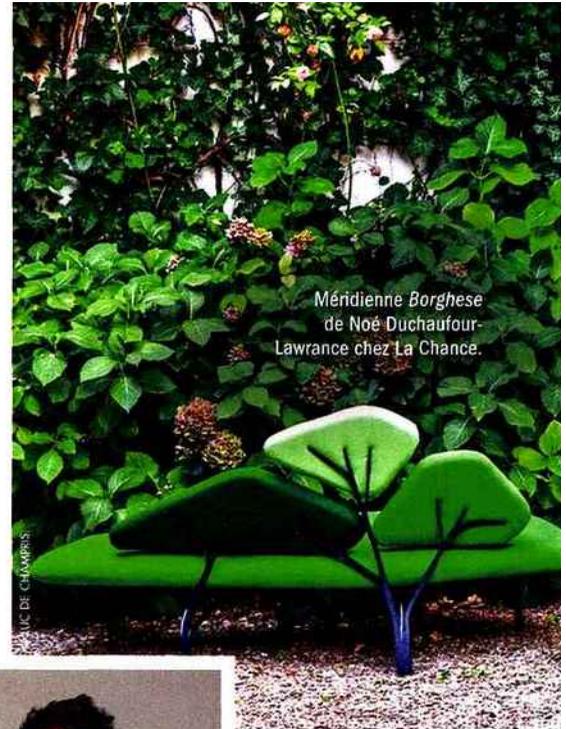
... attentes protéiformes d'un marché toujours plus boulimique. « Nous sommes conscients qu'ajouter une chaise à la profusion de chaises existantes n'est pas très utile. La différence que nous défendons, c'est une ligne éditoriale qui ne soit pas seulement liée aux besoins du marché, une vision plus expérimentale, avec des designers explorateurs. Nous voulons être déjà dans le pas suivant. » En éditant la chaise *Bold*, créée en 2009 par Big Game, un collectif regroupant trois designers, Moustache a réussi son pari, dès sa première collection. Aujourd'hui, cette drôle d'assise gainée de mousse est exposée au MoMa (musée d'Art Moderne de New York), au musée des Arts décoratifs de Paris et au Museum für Gestaltung de Zurich...

Pourtant, au moment de sa commercialisation, le succès n'allait pas de soi, comme le raconte Stéphane : « *Bold* proposant une typologie d'assise différente, voire déstabilisante, le public a mis du temps à se l'approprier. Elle s'est installée tout doucement, a été reconnue par les spécialistes et les musées avant de pénétrer le marché. Finalement, elle a fait le chemin inverse, et c'est ce qui nous motive : prendre les gens à rebrousse-poil et les pousser dans leurs retranchements. »

Moustache pousse aussi sa soif d'investigation jusqu'à organiser une expo-vente sous le nom de Favori#01, réunissant des dizaines de pièces uniques et exceptionnelles, impossibles pour la plupart à commercialiser. La deuxième édition se tiendra à l'automne prochain. « Il nous est arrivé de travailler sur des projets tellement expérimentaux ou onéreux du fait des matériaux qu'ils nécessitaient, qu'ils n'étaient pas réalisables en série. Favori est une collection de frustration, d'impossibilités. »

Pile et face

Le non-conformisme n'est pas en reste chez *La Chance*, marque fondée par Jean-Baptiste Souletie et Louise Breguet en 2012. Cette année-là, ils présentaient leur première collection à Milan, une collection dense qui donnait le ton, intitulée *Jekyll and Hyde*. Ce concept dual voire bipolaire orientera une grande partie de la création maison, jusqu'à aujourd'hui encore. L'idée est de réaliser le même produit en deux versions, l'une policée, l'autre extravertie, l'une luxueuse, avec l'emploi de matériaux



Méridienne Borghese de Noé Duchaufour-Lawrance chez La Chance.

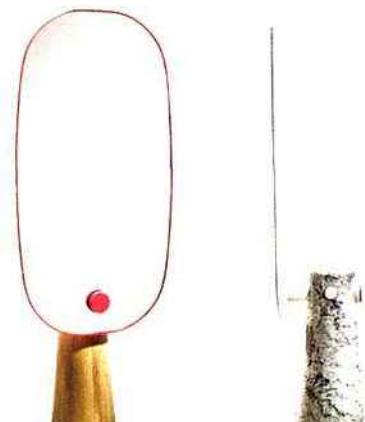
Jean-Baptiste Souletie et Louise Breguet ont lancé, en 2012, La Chance.



nobles – le marbre par exemple –, l'autre plus accessible avec l'utilisation de matières premières moins précieuses. « Il y avait une tension en nous, entre l'envie de créer des pièces sobres, dont les matériaux forts parlent d'eux-mêmes, et le désir de montrer des choses exubérantes et colorées. Depuis, nous jouons avec ça, et les designers nous livrent toujours deux versions d'un même objet », confirme

Jean-Baptiste Souletie.

Ainsi, le plateau de la table de salle à manger *Magnum* de Pierre Favresse se perche-t-il, au choix, sur des pieds en bois ou en marbre. Quant à l'époustouflante et orga-



Pour la collection *Jekyll and Hyde*, l'éditeur La Chance propose le même produit en version luxe et standard. Ici, le miroir *Iconic* de Dan Yeffet et Luci Koldova.



La suspension Vertigo de Constance Guisset est éditée par Petite Friture.

nique méridienne *Borghese* de Noé Duchaufour-Lawrance, elle se décline en camaïeux de verts printaniers ou de gris souris.

« Notre idée est de faire de *La Chance* une marque à forte personnalité, qui repose sur une identité affirmée, sur des racines, à la manière de *Moooi* aux Pays Bas, de *Tom Dixon* en Angleterre, de *ClassiCon* en Allemagne ou de *BD Barcelona* en Espagne », relève Jean-Baptiste. D'ailleurs, comme *BD Barcelona* qui réédite les créations de Gaudi et de Dalí, *La Chance* dispose du catalogue de Pierre-Emile Ruhlmann, ce qui l'enracine un peu plus dans la saga des Arts déco à la française, mais aussi dans l'esprit du groupe de Memphis, dont elle se revendique, mouvement fondé en Italie par Ettore Sottsass et perméable à la création artistique sous toutes ses formes.

Atmosphère, atmosphère

Chez *Petite Friture* on vend une ambiance, et chaque produit, du mobilier aux petits objets, émet des ondes particulières, un influx matiné d'optimisme et d'optimisme. Les canapés se parent d'un nuage de coussins ronds multicolores, les assiettes se dotent d'oreilles de lapin, les abat-jour jouent les pieds de lampe... « *Petite Friture* propose une expérience surprenante, amusante, globale. On s'installe dans un univers », reconnaît Amélie du Passage, fondatrice de la maison en 2010 : « Notre particularité est d'amener sur le marché une création à l'avant-



Le canapé *Nubilo* né de la collaboration de Patricia Urquiola avec CoEdition.



Amélie du Passage, initiatrice de *Petite Friture*.

garde, moins standardisée que des maisons bien installées, comme certaines scandinaves – nos concurrentes directes –, qui ont tendance en se développant à lisser leur offre. »

Ici, le designer goûte à la liberté de créer sans entrave et d'inscrire son nom dans un catalogue resserré mais éclectique, aux côtés de Constance Guisset, Noé Duchaufour-Lawrance, Pierre Favresse, Sam Baron, India Mahdavi, Elise Fouin... « Même si la création reste pointue, la façon dont nous la traitons nous amène un public large. Parfois un designer nous présente un objet qui nous correspond, mais sans fonction réellement définie. Notre travail est de le faire évoluer, de le faire atterrir, de l'inscrire dans l'histoire de la maison mais aussi dans la logique du marché. Nous sommes



À la demande d'Alain Moatti, l'architecte qui a rénové le premier étage de la tour Eiffel, CoÉdition a réalisé la chaise *Tour Eiffel* qu'il a dessinée.

importantes. Ainsi, pour le pavillon Gustave Eiffel, l'architecte Alain Moatti a signé la chaise *Tour Eiffel*, un concentré de Dame de Fer sous sa dentelle de métal, tandis que son confrère Dominique Perrault réalisait la chaise *Nouvelle Génération* des salles de lecture de la Bibliothèque Nationale. « Produire 600 pièces pour la BnF permet à notre jeune maison d'équilibrer les comptes. Mais au-delà, il est surtout réjouissant de mettre sa patte sur un mobilier patrimonial », raconte Charles Coriat, l'un des trois cofondateurs de la marque au côté de Paul Silvera, créateur des boutiques éponymes et de Samuel Coriat, fondateur d'Artelano. Tous sont de fins connaisseurs du design planétaire. La maison aligne aussi les collaborations prestigieuses, de Patrick Jouin à Rodolfo Dordoni, en passant par Victoria Wilmotte, Michael Anastasiades, A+A Cooren, et la grande Patricia Urquiola. « *Hormis Baccarat, CoÉdition est la seule maison française avec laquelle Patricia Urquiola collabore. Les relations amicales tissées par mon père, Samuel, tout au long de sa carrière ont permis d'amener ces talents sur terre française.* »



Charles Coriat, l'un des trois fondateurs de CoÉdition.

attachés à faire émerger une création audacieuse sans jamais oublier que nous sommes aussi une société. » Ainsi la suspension *Vertigo* de Constance Guisset, étonnante et harmonieuse hélice filiforme en fer et fibre de verre, est-elle devenue une référence.

Petite Friture s'appuie sur deux activités : la vente au grand public, dans les grands magasins, concept store, showrooms, galeries et boutiques spécialisées, mais aussi aux professionnels de la décoration. Elle permet en effet aux architectes, décorateurs et bureaux d'étude de personnaliser certains produits du catalogue, voire de réaliser des projets sur mesure. Ce double canal de distribution est d'ailleurs pour la plupart des éditeurs de design un moyen de voir grand, tout en équilibrant le bilan.

Produit (bien) fini

Cette activité est donc également capitale pour *CoÉdition*, l'un des derniers arrivés sur le marché, en janvier 2014, et qui n'a pas tardé à enregistrer des commandes

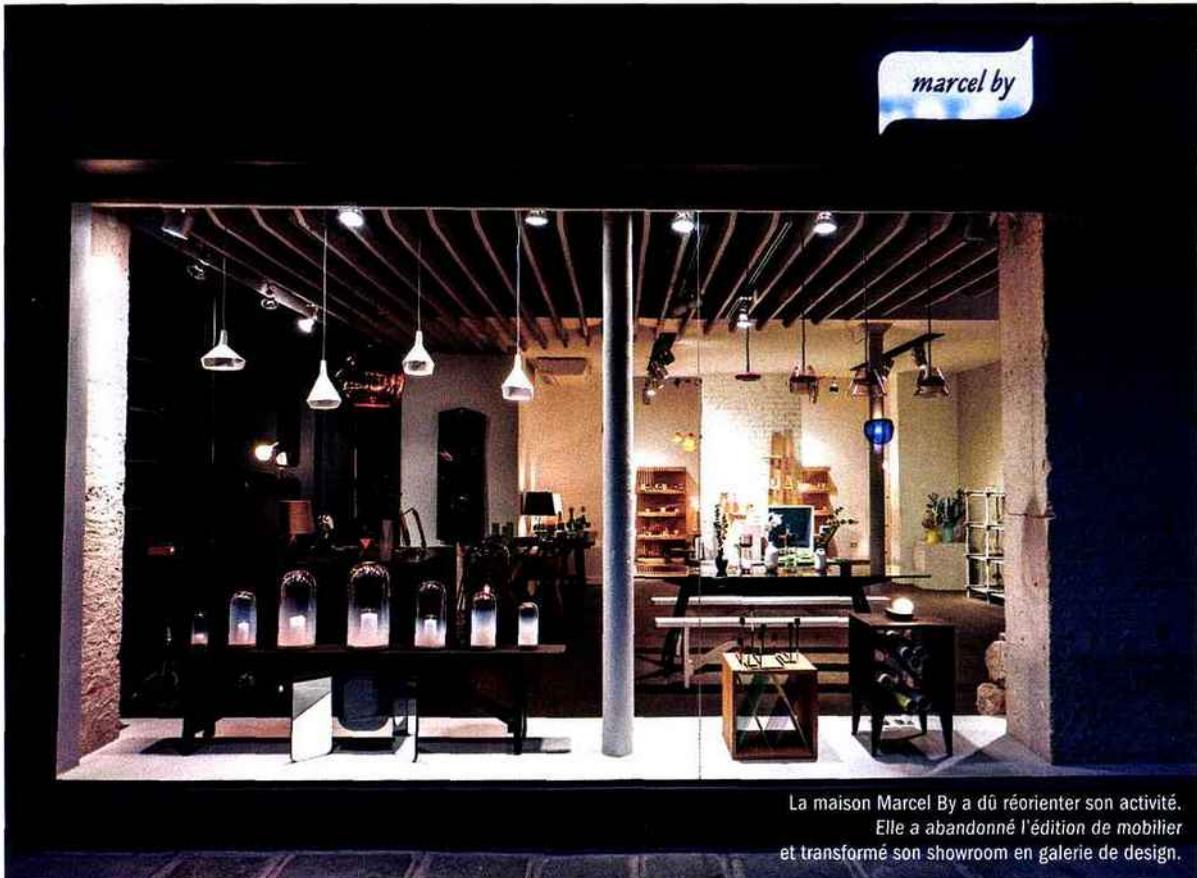
Cette année, le catalogue s'adjoint une nouvelle contribution, celle d'Olivier Gagnère, qui signe pour 2016 le guéridon *Star*, assemblage de marbre de carrare et de métal laqué or ou noir. « *La qualité de nos finitions est notre marque de fabrique. CoÉdition se distingue par une facture d'exception, des lignes simples sublimes par des matériaux nobles, et des détails extrêmement léchés.* »

De l'édition à la galerie

Monter une maison d'édition de mobilier dans un marché saturé est un défi courageux. Sept ans après sa création, Moustache s'est ancré dans le paysage, et Stéphane Arriubergé

Nouveauté 2016, le guéridon *Star* d'Olivier Gagnère pour CoÉdition.





La maison Marcel By a dû réorienter son activité. Elle a abandonné l'édition de mobilier et transformé son showroom en galerie de design.

commence à respirer. « Il faut être conscient que les objets innovants mettent du temps à s'installer. Notre première collection était dense, le stock difficile à consolider, et les retours commerciaux sont arrivés longtemps après sa mise sur le marché. Le succès n'est pas immédiat, il faut créer un réseau de partenaires et de distributeurs. Heureusement nous avons pu nous adosser sur Domestic, déjà bien établi, qui nous a permis d'être solides pendant cette période de mise en place. »

Marcel By, marque fondée au même moment, n'a pas eu cette chance, et a dû réorienter son activité. Pourtant les talents n'y manquaient pas, et leurs créations – la chaise *Bambi* de Duchaufour-Lawrance, la table *Pool* de Jakob + Macfarlane – restent dans les annales de la décoration. Mais depuis l'an passé, et hormis quelques pièces rares et choisies créées en son nom, Marcel By a abandonné l'édition de son mobilier pour se concentrer sur celui des autres. La marque a transformé son showroom en galerie de design, autre spécificité de la capitale qui multiplie les lieux dédiés à la création d'avant-garde, notamment dans le Haut Marais. « Après avoir connu la difficulté de trouver des distributeurs en tant qu'éditeur, nous avons envie de laisser leur chance à des créateurs pleins d'énergie manquant



de visibilité », confirme Laurène Bourgeron, gérante des lieux avec Denis Weisser. On y retrouve nos éditeurs français comme Moustache et La Chance, des valeurs sûres comme Tom Dixon et des perles méconnues comme la lituanienne Emko, l'italienne Portego, la danoise New Works ou l'allemande Fundamental.Berlin... Maisons d'ici et d'ailleurs, qui ont toutes en commun la vision post-moderne d'une déco ad hoc. ■