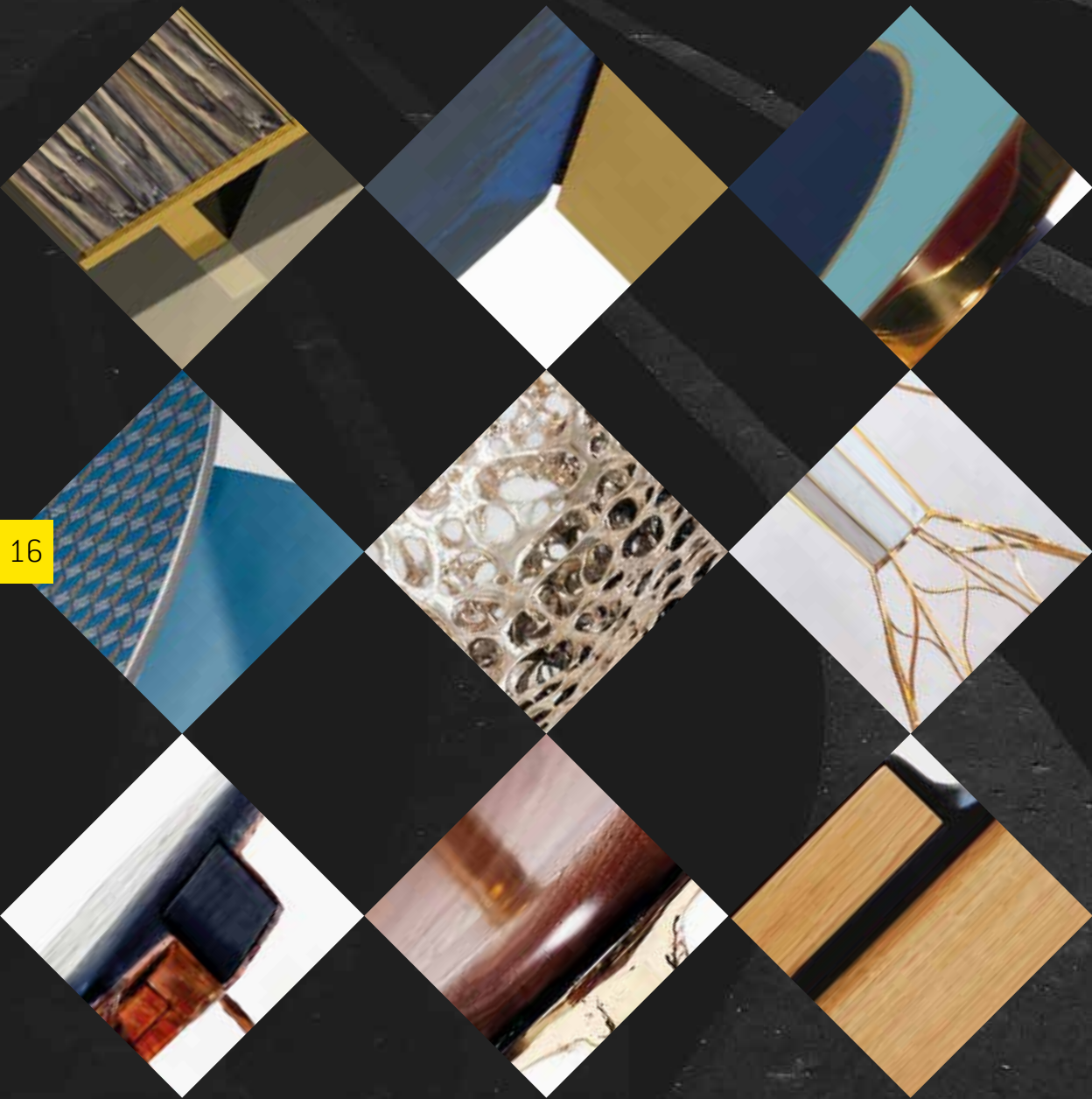


FOCUS /// DESIGN



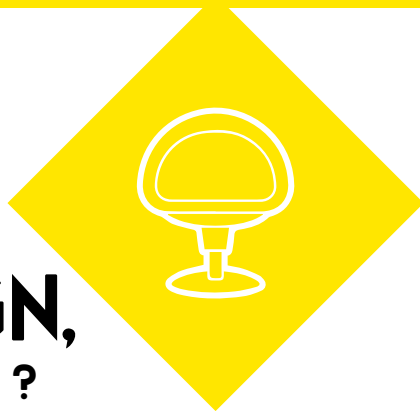
L'OBJET DE DESIGN CONTEMPORAIN DANS LES GALERIES D'ART

Œuvre d'art ou objet pratique ? Beau ou utile ? Contemplatif ou fonctionnel ? Et pourquoi l'objet de design ne pourrait-il pas être les deux à la fois ? Les frontières entre art et design paraissent aujourd'hui d'autant plus poreuses que le terme de « design » semble tout aussi bien pouvoir désigner les objets conçus par le Bauhaus que tel meuble quelconque aux formes épurées ou futuristes. Une commode à l'allure tellement inédite qu'elle en deviendrait presque « design » avant d'être « commode ». Comme si la langue vernaculaire dotait d'emblée le genre de ses lettres de noblesse artistique, le plaçant toujours plus à cheval entre l'art et l'artisanat, le faisant toujours plus englobant et omniprésent. Quoi qu'il en soit, l'objet de design n'a jamais eu autant côte après du public. Preuve à l'appui, les foires et salons qui lui sont dédiés constatent unanimement des hausses de fréquentation. Les collectionneurs sont toujours plus à la recherche des dernières trouvailles... et pour ce faire, poussent les portes des galeries d'art. Nous avons interrogé des galeristes spécialisés dans le design contemporain à propos de ce phénomène qui s'impose aujourd'hui dans le marché de l'art.

/// Horya Makhlouf

& Anne-Laure Peressin

1 L'OBJET DE DESIGN, UNE ŒUVRE D'ART ?



LA QUESTION SEMBLE LÉGITIME, TANT EST GRANDE DE NOS JOURS LA PERMÉABILITÉ ENTRE LES ARTS.

Pourtant, s'ils ne sont pas souvent clairement distincts l'un de l'autre, le design et l'art demeurent différents. L'un ne pourrait pas définir l'autre, et vice versa.

Pour y voir plus clair, il est important de rappeler que l'objet de design puise ses origines dans la Révolution industrielle des années 1840. La mécanisation, le travail en série, la production à grande échelle, destinée à un public de plus en plus large, sont autant de composantes essentielles de ses conditions de production et d'existence. En 1851, l'Exposition universelle à Londres finit de concilier l'art avec l'industrialisation afin de créer

un art nouveau conciliant le beau de la technique. Dans le Crystal Palace de Joseph Paxton, les Anglais découvrent alors les premiers exemples de « l'art appliqué à l'industrie », c'est-à-dire des objets produits en nombre, par des techniques nouvelles faisant appel à des matériaux inédits tels que le fer et le verre. Alors que la peinture n'était pas représentée, la sculpture était au contraire admise, parce que selon les commissaires royaux de l'Exposition, elle relevait de l'industrie grâce aux sculpteurs d'ornement et aux industries d'art. C'est à partir de ce moment qu'émergent des incompréhensions et des questionnements entre art et industrie, un débat toujours ouvert.

Le design pour tout, le design partout

Design industriel, design d'objet, graphisme... Le design se décline en domaines d'intervention mais sert toujours un même but d'efficacité, d'usage, et de plaisir sensitif. De même que l'art décoratif, le design vise à créer des objets utiles et fonctionnels, aussi bien qu'agréables, d'un point de vue esthétique. Néanmoins, l'objet de design se distingue de l'objet d'art décoratif par sa nature « englobante » : il touche à tout. Du vase libellule soufflé et taillé en 1903 par Emile Gallé aux sièges « coque » de Joseph-André Motte des quais de métro parisiens, en passant par la réalisation monumentale des hôtels Mama Shelter pensée et signée Starck, le design est autant dans la rue que chez nous, dans les magasins que... dans les galeries d'art et les musées.

Mais alors pourquoi aurions-nous le droit de nous asseoir sur le fauteuil LC2 conçu par Le Corbusier

et Charlotte Perriand lorsqu'il trône dans le salon d'un ami alors que nous devons nous restreindre à le regarder au milieu d'un socle de musée ? Imaginé en vue de procurer un certain confort autant que d'illustrer une certaine idée de la beauté moderne ou les avancées technologiques qui permettent de réduire la structure de l'objet à de délicates formes d'acier tubulaires, il semble pouvoir être aussi bien objet de délasserment que sujet de la plus pure des contemplations.

Alors que pour l'écriture de ce dossier nous décidons de nous en tenir à des objets de design, des meubles essentiellement exposés en galeries, la question se pose d'autant plus directement. Habités ou non des galeries d'art, l'accoutumé voudrait que nous y trouvions avant tout des œuvres d'art à acheter, mettant de fait un terme à nos questionnements – si le design est exposé

dans les galeries d'art, c'est que le design est art. De plus, il existe aujourd'hui de plus en plus d'institutions entièrement consacrées à ce genre à part entière, qu'elles participent à reconnaître comme tel, autant qu'à brouiller nos repères. Musées, galeries, foires et collectionneurs s'y dédient parfois exclusivement. L'objet de design s'expose aussi bien au PAD (foire internationale de design depuis 1996, tenue à Londres et à Paris), qu'au Musée des Arts Décoratifs, au Metropolitan Museum ou au MoMA (depuis 1932). Sacralisé, exhibé aussi fièrement que l'œuvre d'art, il serait presque en passe d'en devenir une.

De l'emblématique « chaise bistrot » de Michael Thonet, créée en 1859, objet pionnier du design industriel alliant quantité et qualité formelle du bois courbé qui le compose, le tout assemblé rapidement par seulement dix vis, édité à plus de cinquante millions d'exemplaires jusqu'en 1930 ;



Tschiember, *Open Space 1 (Trapeze)* © Courtesy Carpenters Workshop Gallery.

à la cultissime chaise *Louis Ghost* imaginée en 2001 par Philippe Starck aussi déclinée que la Joconde, l'objet de design est-il un objet d'art ?

Une recherche du sublime dans l'ordinaire

La réflexion ne date pas d'hier puisqu'elle s'inscrit dans les prémices de Duchamp et trouve une continuité chez Bertrand Lavier (1949-) qui, en associant un congélateur, objet banal, au célèbre canapé Studio 65, sofa à l'image des lèvres pulpeuses de Marilyn Monroe, soulignait alors l'histoire de l'objet moderne, celle du mariage entre l'objet courant et l'objet design, tous deux commercialisés. Dans une autre mouvance au tournant des années 1990, Franz West (1947-2012) cherchait à susciter la frustration « d'un objet à admirer » en concevant des divans grossiers et inconfortables, éprouvant pour le corps, afin d'explorer les frontières avec la sculpture. Le spectateur se retrouvait alors à être « amené à s'asseoir sur ce qu'il désirait regarder ». La lisière entre œuvre d'art et objet utilitaire prend ici un sens éclairé : en se rapprochant du statut

d'œuvre d'art, les objets de design transcendent leur fonction utilitaire pour être source de désir. Que ce soit chez Bertrand Lavier, Franz West ou des artistes de même génération comme Tony Cragg, Haim Steinbach ou Mathieu Mercier, la réflexion impulsée sur l'ambiguïté de l'objet quant à la hiérarchie des valeurs que nous lui attribuons (esthétique, utilité, art, innovation, usage...) est une préoccupation de l'histoire de l'art. Et même si son statut sera toujours mouvant, l'objet de design n'est pas un objet comme les autres. Il possède une qualité supplémentaire qui lui donne toute sa présence, comme le souligne **Agnès Perpitch** à propos des lampes de Philippe Nacson, designer autodidacte français : « *ses lampes s'inscrivent à la frontière avec la sculpture. Elles n'ont pas que le souci de bien éclairer mais d'être aussi des objets d'art* ».



Agnès Perpitch et
Elodie Bringand



Marie-Bérangère
Gosserez



Sophie Negropontes
@Franck Beloncle



Galerie Negropontes, Console Bosphore, design Hervé Langlais

- ● ● **Marie-Béragère Gosserez** reconnaît cette ambivalence possible entre objet de design et œuvre d'art mais trouve dans cette fonction le point de capiton qui retient le design dans sa discipline, l'ultime distinction possible, et si : « *aujourd'hui, certaines pièces de design sont des œuvres d'art à part entière, leur destination ne doit pas être balayée. Une table doit rester une table. La notion d'utilité de l'objet de design est essentielle* ».

Une vision du design qui est d'autant plus appuyée par **Sophie Negropontes**, pour qui « *les objets de*

design restent des objets et ne peuvent pas être juste de l'art à cause de leur fonctionnalité. Nous présenterons prochainement un cabinet dans un bois d'exception, et même si cette pièce sera unique, elle sera, avant tout, un objet du mobilier [...]. Il y a cette tendance, notamment à cause des foires et des ventes aux enchères, de considérer que les pièces de design sont des œuvres d'art [...]. Moi, je défends la différence entre Brancusi et Ron Arad. »

Les galeristes que nous avons interrogés sont donc sur ce point formels : c'est sa fonction, primordiale, qui fait de l'objet un objet de design. Celui-ci existe car il va être utilisé, car il va façonner des usages, des comportements, qu'il s'insère dans un environnement dont il peut modifier la perception...

Objet d'art et objet de design coïncident par de nombreux aspects, mais ne sauraient être ambivalents. Pourtant, ces dialogues qu'ils tissent ensemble jusqu'à parfois opérer la confusion semblent inévitables.

Design vs. Décoration

Tantôt épuré, tantôt exubérant, scandinave ou italien, anglo-saxon ou français, l'objet de design se reconnaît au premier coup d'œil. De fait la forme que nous percevons précède l'usage que nous en faisons. Et quelle surprise lorsque nous nous rendons compte que la chaise Panton, d'apparence pourtant si souple, est en fait parfaitement solide et confortable !

L'objet de design semble jouer de son aspect décoratif, détonnant, surprenant... D'autant que les artistes se sont également amusés à les tirer vers une pure apparence. Qui connaît en effet le nom de l'homme à l'origine des boîtes de savon Brillo avant que celles-ci ne soient irrémédiable-

ment associées à Andy Warhol ? Ou, comme le soulignait Camille Morineau d'*Artpress*, « *qui donc a dessiné l'urinoir de Duchamp ?* ». L'omniprésence de l'objet dans l'art contemporain finirait par aider celui-ci à ne devenir plus que pure plastique, objet de contemplation, sujet de l'œuvre d'art, dont la fonction ne serait plus que superflue.

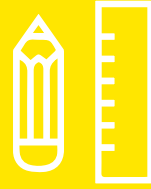
Designers et galeristes pourtant soulignent l'existence et l'importance de frontières entre les deux termes. Et de même que ce serait faire injure à une œuvre d'art que de la réduire à de la pure « décoration », l'objet de design tient à ses caractéristiques d'objet pratique et fonctionnel.

Maria Wettergren souligne ainsi qu'il « *n'y a pas de différence qualitative entre l'art et le design, à la condition que l'objet de design ait une raison d'être qui ne soit pas purement décorative, autrement dit qu'il possède un contenu, qui d'ailleurs peut s'apparenter à l'art (expressif, subversif, cinétique, lyrique...)* ». Un objet « gratuit », qui se soucierait uniquement de son apparence extérieure, ne serait de fait plus objet de design.



Maria Wettergren
© Philippe Levy

2 LE DESIGNER : UN INGÉNIEUR DANS L'ART OU UN ARTISTE INGÉNIEUX ?



POUR COMPRENDRE LE DESIGN, IL CONVIENT DE S'INTÉRESSER AU DESIGNER. Ettore Sottsass (1917-2007), dont l'illustre *Carlton Room Divider* est visible au Met, disait que « *Le designer est une éponge, certes, mais une*

éponge cosmique. » Si cette citation vous paraît nébuleuse à vous aussi, essayons d'appréhender le designer sous un autre angle : est-ce que le designer est un artiste ?

Architecto-artisano-technico-ingéniéro-designer

A en croire leurs formations, la réponse serait « en petite partie ». En effet, les écoles qui enseignent la discipline inculquent aussi bien l'histoire des formes que des techniques ou de la société, aux usages de laquelle les objets conçus doivent toujours répondre et s'adapter. Le design se retrouve dans l'apparence extérieure de l'objet, dans les formes venues abriter sa fonction, dans les comportements ou les positions qu'il impose lors du maniement de l'objet, dans le graphisme des publicités qui tenteront de le vendre... C'est toute une chaîne de savoirs, de sciences techniques et sociales, de produit, de vente, de travail et d'usages que le designer aide à concevoir. Car comme le disait André Malraux pour le patrimoine, le design s'applique, pour **Agnès Perpitch et Elodie Bringand** « *aussi bien à la petite cuillère qu'à l'immeuble entier* », à l'instar de ce motif de résille qui obsède le designer français Joran Briand, appliqué aussi bien sur un tapis que sur

la façade du MuCEM marseillais.

Travail multiscale, le design est aussi un travail d'équipe. Et si le designer se doit de multiplier les savoir-faire, il travaille en ce sens en étroite collaboration avec des ingénieurs qui conçoivent de nouveaux objets dont il lui faut penser l'écrin, des matériauthèques dans lesquelles trouver les matières qui le composeront, des marketeurs qui en feront la promotion, des clients qui en feront l'usage, ou des galeristes qui les exposeront, tous venus compléter le panorama de facettes que doit revêtir l'objet de design.

Ni artiste, ni artisan, le designer pourrait alors s'envisager comme un intermédiaire, posture que semble d'ailleurs indiquer le caractère hybride de sa création. Un caractère hybride auquel nous devons peut-être la reconnaissance du design par les institutions artistiques, et la juxtaposition des objets et des œuvres dans les musées, foires ou galeries.

Une génération de designer comprise des galeristes

De nombreux designers cherchent aujourd'hui à défendre une autre forme de création, plus proche de la main que de la machine. Ce retour au travail d'atelier semble être majoritairement défendu par la génération des jeunes diplômés. Cette volonté

s'accorderait de fait avec le monde des galeries d'art, lieux à taille humaine rapprochant les Hommes, bulle plus intimiste propice à l'application du mouvement *slow* qui incite à prendre le temps de choisir, de construire et de penser.





Joran Briand,
Vase Acrapora,
Galerie P&B

● ● ● Les galeristes, eux aussi, paraissent plus en accord avec cette conception du design, à l'instar de **Marie-Bérandère Gosserez** qui « souhaite travailler essentiellement avec la jeune génération qui sait réconcilier savoir-faire et nouveauté, travailler sur-mesure, s'adapter à la demande d'un client qui recherche un banc adapté à son intérieur ». Ce « design de proximité » est particulièrement valorisé grâce au travail des galeristes qui sélectionnent des pièces selon leurs valeurs, leurs envies, leurs convictions... La relation qu'ils nouent ainsi avec les designers est bien plus forte qu'un rapport « professionnel ». **Maria Wettergren** dit ainsi choisir ses artistes et designers « pour leur capacité à m'étonner et m'émerveiller » et **Marie-Bérandère Gosserez** précise que « l'aspect humain est le ciment d'une bonne collaboration. Les designers avec qui je travaille doivent avoir une écriture, une vraie personnalité ». Pour ce faire, la galeriste n'hésite pas arpenter les salons, se rendre aux sorties des écoles ou voyager à l'étranger en quête d'une rencontre inédite. Ce duo galeriste/designer trouve une complémentarité encore plus forte à la **galerie Negropontes** puisqu'elle est co-gérée d'une même main par une galeriste et un designer : le binôme **Sophie Negropontes et Hervé Langlais**. C'est ensemble qu'ils pensent et érigent les collections présentées et éditées seulement pour leur galerie. « Nous travaillons à deux sur la ligne du mobilier. Par exemple, pour la collection de l'an dernier, j'avais envie de quelque chose d'hyper coloré et Hervé était partant. Nous avons travaillé alors sur les formes, les graphismes et mon idée de départ,

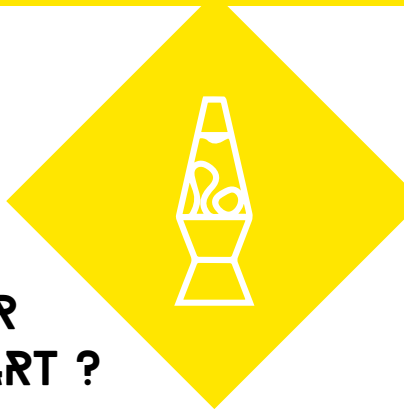
la couleur ». Ensemble aussi, ils choisissent les matières, pour lesquelles **Sophie Negropontes** nourrit une véritable « gourmandise ». « Avec Hervé, nous nous sentons presque comme dans une pâtisserie lorsque l'on se rend chez un marbrier pour découvrir de nouveaux bois. Il y a là une joie intense, un plaisir du toucher aussi ». Preuve que le galeriste n'est pas qu'un simple « passeur d'objet » mais un véritable acteur !

Cette façon de travailler main dans la main prend un aspect des plus révélateurs depuis que **Julien Lombraïl et Loïc Le Gaillard**, fondateurs de la **Carpenters Workshop Gallery**, ont mis en place un *collectible design*, atelier où les designers peuvent réaliser leurs créations ou collaborer avec des artisans pour leur réalisation. « Nous avons fondé il y a deux ans un espace de recherche et de développement à Roissy, pour permettre à tous nos artistes d'avoir un terrain d'exploration et leur offrir ainsi les possibilités nouvelles afin d'élargir leur champ d'expression. Des artisans les soutiennent et leur apportent un savoir-faire qui fait aussi l'excellence des pièces de collection que nous exposons » explique le directeur de l'espace parisien. En offrant ainsi à disposition les outils et les moyens les plus innovants au service de leurs designers, la **Carpenters Workshop Gallery** semble avoir trouvé le juste équilibre pour une relation des plus harmonieuses.



Cédric Morisset,
directeur associé de
Carpenters Workshop
Gallery Paris

3 LE DESIGN: POURQUOI EN ACHETER DANS LES GALERIES D'ART ?



ALORS QUE L'OBJET DE DESIGN SEMBLE S'ÊTRE DÉMOCRATISÉ EN POUVANT S'ACHETER SUR INTERNET, dans les boutiques de petits créateurs, chez Artcurial, ou même être fabriqué par les nouveaux adeptes des « makers », il est parallèlement de plus en plus présent dans les

galeries d'art. Les collectionneurs et les amateurs de beaux objets s'intéressent toujours plus aux dernières créations des designers exposées dans les galeries pour trouver de l'inspiration et habiller leur intérieur. Comment justifier ce phénomène ?

Le design à la demande, la clef du succès

Par essence, l'objet de design conserve toujours une dimension reproductible, qui le distingue de l'œuvre des « beaux-arts », pour laquelle l'idée d'original – toute malmenée qu'elle soit depuis le Pop Art – conserve une importance. Le design s'inscrit de fait dans la production en série mais il y a pourtant un point sur lequel les galeristes semblent être d'un commun d'accord : le bel objet de design, pour être considéré comme tel, ne doit pas être édité en grande série.

L'idée de « pièce unique » doit primer. Une nouvelle distinction s'opère donc, celle qui différencie le designer industriel souhaitant intervenir dans le quotidien du grand public (à l'image de l'équipe d'Ikéo où pourtant de grandes figures comme Matali Crasset ou Keiji Ashizawa collaborent) et le designer « d'exception » dont les créations ne sont pas destinées à la grande échelle.

« *Nous pensons que c'est parce que l'objet est unique, qu'il se place comme objet d'art, utilitaire certes, mais unique car acheté dans une galerie et non pas chez Laroche Bobois ou d'autres grands distributeurs* » explique **Agnès Perpitch**. Et à **Marie-Bérangère Gosserez** d'ajouter : « *Le design occupe de plus en plus de place chez les gens. On ne peut pas acheter une œuvre de Jeff Koons et la valoriser avec un mobilier bas de gamme* ». Pour susciter la convoitise et répondre



Piergil Fourquié Table basse Mursi

à la demande, les galeries spécialisées dans le design valorisent ainsi la vente d'éditions limitées, de pièces uniques ou faites sur-mesure. « *Notre galerie privilégie le sur-mesure à la demande du client. Souvent, l'idée naît d'une pièce préexistante et nous l'adaptons selon la volonté de l'acheteur en*



- ● ● accord avec le designer, confie **Marie-Bérangère Gosserez**. Nous sommes particulièrement fiers de pouvoir proposer ce service à notre clientèle ». Cette demande de l'acheteur s'expliquerait par le fait que « tout le monde a vu des choses, tout est publié, tout est sur Pinterest et dans les magazines de décoration, tout est accessible. Nous, nous sommes attachés à une autre démarche, nous ne conseillons pas la même console à tout le monde déclare **Sophie Negropontes**. Nos collections sont créées pour la galerie et s'inscrivent dans une ligne éditoriale unique ».

Ainsi, c'est parfois bien plus que le simple nom du designer ou sa réputation qui semble contribuer à la décision d'acheter dans une galerie. Ce ne serait pas également pour y trouver « le meuble reconnaissable au premier coup d'œil » produit à plusieurs milliers d'exemplaires (comblant les salles de ventes aux enchères) qui attirerait ces acheteurs. Ce serait plutôt l'inverse. La particularité de l'objet à être unique ou édité en petites séries répondrait visiblement à une réelle attente du client, c'est ce que le directeur de la **Carpenters Workshop Gallery** de Paris appelle le « design de collection » : « Aujourd'hui, le design de collection fait partie d'une niche d'exception dans laquelle il n'y a que très peu d'acteurs de haut niveau. Les collectionneurs sont à la recherche de



Mathias Bengtsson, *Cellular Chair*, 2011, Argent sur résine, 74-42 x 82 x 64 cm, Édition limitée à 8 pièces uniques, Photographe - Martin Scott Jupp, Courtesy of Galerie Maria Wettergren

nouveauté, de surprises et le design de collection répond à leurs attentes d'une certaine manière. La rareté des pièces, que nous revendiquons à travers des éditions très limitées, en fait des objets très convoités par les collectionneurs du monde entier. »

Des acheteurs quarantennaires aisés

« Les personnes qui poussent la porte de notre galerie, constate **Marie-Bérangère Gosserez**, viennent de tous les horizons et j'en suis ravie. Il y a des néophytes, des amateurs d'art, des étudiants, des collectionneurs... Je mets un point d'honneur à l'accueil, à expliquer le travail du designer et le nôtre. Notre galerie est un lieu de rencontres. » Un amour du métier partagé par **Sophie Negropontes** qui se souvient : « il y a peu de temps, quelqu'un que j'ai rencontré en dehors du monde professionnel me confiait ne pas oser entrer dans les galeries. Je lui ai répondu qu'il fallait y aller ! Il faut oser ! J'ai un grand plaisir à parler des œuvres de Perrin & Perrin, de parler

*du pourquoi du comment. C'est riche pour le visiteur et pour celui qui accueille ». Curieux et amateurs d'art sont donc invités à pénétrer l'univers des galeries spécialisées dans le design pour un moment d'échanges. Quant au profil des acheteurs d'objets de design, il semble être varié mais quelques caractéristiques se rejoignent chez les galeristes interrogés. « Les acheteurs ont généralement entre 40 et 60 ans, car nos pièces valent un certain prix. Il faut pouvoir se le permettre, reconnaît **Marie-Bérangère Gosserez**. Nous remarquons que notre clientèle est d'abord française puis elle vient majoritairement de Londres, New York, Miami et Beyrouth. » La*

même tranche d'âge est soulignée par **Sophie Negropontes** qui constate que « nos clients ont majoritairement entre 40 et 60 ans. Les acheteurs anglo-saxons sont souvent plus jeunes, je dirais entre 30 et 35 ans, et bien évidemment, ça ne s'arrête pas non plus à 60 ans », tout comme **Agnès Perpitch** qui relève que « la tranche d'âge est généralement au dessus de la quarantaine mais nous avons également de plus jeunes collectionneurs qui commencent à partir de l'âge de 20 ans ». Un intérêt pour le design de plus en plus jeune, qui pourrait se justifier par la remarque très pertinente de **Agnès Perpitch** : « le design est une porte d'entrée plus facile pour les jeunes collectionneurs qui ont une sensibilité à l'art mais qui y entrent plus facilement par le design grâce à son côté utilitaire. »

En marge des acheteurs particuliers et des collectionneurs d'art, les objets de design semblent également être particulièrement courtisés par les professionnels. **Sophie Negropontes** travaille souvent en collaboration avec des palaces parisiens, des architectes d'intérieurs ou des décorateurs qui achètent pour leur clientèle étrangère. **Maria Wettergren** souligne d'autre part l'institutionnalisation du design en ce que « le design contemporain s'adresse principalement aux collectionneurs d'art contemporain et d'art moderne, ainsi qu'aux musées qui, de plus en plus, enrichissent leurs collections en matière de design contemporain, tels que le Centre Pompidou ou le MoMa. Ce sont des musées précurseurs qui très tôt ont compris qu'il ne fallait pas faire une séparation entre l'art et le design car la source de création est la même. » Quant à la nationalité des acheteurs de design dans les galeries, elle paraît hétéroclite. **Sophie Negropontes** s'aperçoit toutefois que « nous avons beaucoup de clients étrangers et de Français basés à l'étranger, mais la plupart de nos acheteurs sont anglo-saxons américains. C'est vrai que les Américains ont une réelle culture et connaissance des matières, du beau, de la qualité. Cela va de pair avec le fait que ce sont des collectionneurs de première heure, des industriels ou autres, qui ont une vraie sensibilité aux pièces et à la beauté des choses. Pour nous, c'est gratifiant de voir

que les gens connaissent, se rendent compte, ont des références. »

Ce melting-pot de nationalités se développe notamment grâce à l'organisation de plus en plus de foires et de salons dédiés au design au quatre coins de monde, permettant de faire connaître le nom des galeries françaises et de leurs designers à l'internationale. Cependant, ces acheteurs de foires, selon l'aveu de **Marie-Bérangère Gosserez** « ne sont pas forcément les acheteurs les plus fidèles par la suite. La clientèle se renouvelle car les gens voient des nouveautés dans les magazines et les blogs. Cependant, la galerie reste le lieu de rencontres privilégiées où les affaires se finalisent. »

Lonneke Gordijn & Ralph Nauta *Fragile Future Small Diamond Chandelier*



4 LE GALERISTE

DE MOBILIER DESIGN, ENTRE DÉFRICHEUR ET INSPIRATEUR ?

SI L'ACHETEUR TROUVE SATISFACTION DANS UNE GALERIE D'ART, C'EST SURTOUT GRÂCE AU RÔLE DU GALERISTE. Plus encore qu'un marchand de tableaux et de sculptures, le galeriste de mobilier design contemporain s'avère un conseiller particulièrement impliqué et expérimenté pour satisfaire sa clientèle. L'exigence des demandes est d'autant plus prééminente qu'elle vise à concilier des besoins pratiques et d'agen-

cements. Outre le fait que le galeriste doit savoir valoriser les créations qu'il présente par rapport aux objets des grandes enseignes et d'internet, il doit surtout se distinguer de ses confrères, concurrents de même lignée. Pour cela, chaque galerie défend des valeurs, des choix esthétiques et des noms permettant ainsi de se démarquer et de se spécialiser, même si toutes sont en quête de fraîcheur et de nouveautés.

A chacun sa galerie, a chacun son univers

Chez **Maria Wettergren**, les objets sont réalisés par des « créateurs pointus de la nouvelle vague scandinave ainsi que quelques designers japonais. La direction artistique de la galerie est interdisci-

plinaire et fait dialoguer le design, la sculpture, l'artisanat et l'architecture à travers des objets hybrides, sculpturaux et poétiques. » Experte de la nouvelle scène nordique ayant reçu il y a trois ans le prix Finn Juhl Architecture 2014 pour la « promotion du design scandinave sur la scène internationale », la galeriste danoise cherche à allier de nouveaux domaines de savoirs, technologiques et humains, à un vocabulaire épuré et gracieux où chaque objet porte la marque du temps, « un facteur que j'aime beaucoup sentir dans l'objet car c'est souvent cela qui lui procure une dimension contemplative... » La galerie met donc en avant le travail de jeunes designers comme **Katriina Nuutinen** qui joue de la lumière pour concevoir des lampes aux courbes sphériques, douces et rebondies, à la matière lisse et mate ou les chaises argentées de **Mathias Bengtsson** à l'allure d'un morceau de corail géant, à la fois aériennes par ses trouées et organiques dans ses ondulations. Au 60 rue de Verneuil, nouvel espace, nouvelle ambiance. **Sophie Negropontes** travaille avec son



< Sebastien Brajkovic, Lathe V Red, 2008, bronze, silk embroidered upholstery, H 100 L 97 W 59 cm, limited edition of 8 + 4 AP. © Courtesy Carpenters Workshop Gallery

binôme **Hervé Langlais**, architecte et designer, pour concevoir une collection à leur image. Ici, le mobilier porte l'essence de leurs goûts et savoirs tournés vers les lignes épurées et les matériaux rares. « *Il y a toujours l'idée de magnifier dans un mobilier une matière exceptionnelle*, explique la galeriste. *Nous essayons par exemple, de remettre au goût du jour le palmier très utilisé pendant les années Art déco* ». Les deux associés s'inscrivent en effet dans la lignée des arts décoratifs à la française adaptée à l'air du temps, notamment en travaillant avec des matières peu communes comme le galuchat, le parchemin, le bois brûlé associées à des matériaux contemporains comme le laiton poli. Ces jeux de matières et de matériaux se marient pour répondre à une ligne artistique initiée par **Sophie Negropontes**. Chaque collection suit alors une thématique prédéfinie à l'image de celles réalisées en hommage à des artistes. « *À l'origine de la galerie, il y avait cet amour pour Brancusi, l'idée était donc de faire du mobilier qui soit simple, épuré dans les lignes avec des matières appréciées du sculpteur, comme le bronze poli. C'est en cela que ma rencontre avec Hervé fut formidable : lui aussi a une démarche architecturale et épurée. Ensemble, nous avons réalisé une collection « Hommage à Brancusi » où les pièces puisaient et s'inspiraient de l'univers de l'artiste* ».

Cette vénération portée à la matière est également au cœur du mobilier présenté à la galerie du Haut-Marais de **Marie-Bérangère Gosserez** où chaque pièce porte une habileté artisanale admirable. « *Avec Piergil Fourquié, nous avons développé un projet de table basse avec un motif sérigraphié sur du cuir après avoir vu ce savoir-faire avec un artisan. Cette technique est bien différente de ce que l'on peut retrouver sur les sacs de luxe à la marque griffée* ». L'ancienne antiquaire spécialiste de la céramique des années

50 aux Puces de Saint Ouen met aussi un point d'honneur à valoriser des matières chaudes, « *il faut de la convivialité comme le bois ou le cuir. Je suis attirée par les pièces qui dégagent de la sensualité, de la douceur comme celles de l'univers de Valentin Loellmann. Je suis moins séduite par les pièces en métal par exemple* ».

De son côté, l'espace de la **galerie Perpitch & Bringand**, ancienne chapelle désacralisée au XIXe avant de devenir l'atelier de l'artiste Madrassi, il se veut être le lien entre le design et l'art contemporain. « *Nous défendons plutôt une esthétique et des thématiques qu'un seul médium* », explique **Agnès Perpitch**. De ce fait, les deux associées font dialoguer les médiums et les supports créatifs pour creuser des thèmes comme la nature, le futurisme, l'utopie, la science, le corps humain ou la spiritualité. C'est ainsi que les tableaux de rouages en bois découpés d'Ugo Schildge côtoient les créations de Joran Briand.

Enfin, quant à Cédric Morisset directeur la **Carpenters Workshop Gallery** de Paris, elle a été motivée à l'origine par « *l'idée de défendre un design prospectif* » qui s'accompagne de « *toutes les recherches et innovations qui y sont associées en terme de nouvelles technologies, de nouveaux matériaux, de démarches éco-responsables, etc.* » La singularité de la galerie tient de ces aspects pour proposer un design conceptuel réputé pour son esthétique audacieuse, parfois piquante. « *Le point commun entre tous les artistes que nous représentons est leur force d'innovation et leur volonté de sortir de leurs territoires d'expression traditionnels. L'intégrité de leur démarche est la seule « ligne » que nous privilégions* », ce qui permet, en somme, toutes les extravagances à l'image de la collection *Lathe* de Sebastian Brajkovic et de ses chaises XVIIe qui semblent avoir été étirées comme de la pâte à modeler.

Les designers chouchous du moment

Nous avons demandé à chaque galeriste interrogé de nous citer le nom d'un designer contemporain incontournable aujourd'hui. Ceux à quoi, l'un

d'entre eux a rebondi par un timide « *ai-je le droit de citer un designer que j'expose ?* ». Une question révélatrice puisqu'elle dévoile l'implica-



V Loellmann Bureau
Spring Summer

- ● tion du galeriste à vouloir faire reconnaître leurs exposants comme des acteurs significatifs dans leur domaine. Et les réponses récoltées confirment nettement cette intention, permettant alors aux jeunes designers exposés dans les galeries d'acquiescer une belle renommée.

Se prêtant au jeu, **Maria Wettergren** n'émet pas l'once d'une hésitation quant à son choix. Le danois **Mathias Bengtsson** reçoit tous les honneurs, il est « *le mélange entre l'innovation, les nouvelles technologies, l'art et le design dans ses créations est très réussi et original ; ses œuvres font déjà partie des plus grandes collections muséales dans le monde comme le MoMa à New York* ». Parmi les pièces les plus exceptionnelles du designer présentées à la galerie, la *Large Growth Table* est éditée en six exemplaires. Réalisée en bronze massif selon la technique de la fonte à la cire perdue dans des moules imprimés en 3D, elle reprend l'idée d'une « graine numérique » qui se serait développée en organisme vivant, donnant naissance à un entrelacs de lianes.

Quant à **Marie-Bérangère Gosserez**, elle est particulièrement honorée du succès que rencontre depuis quelques années **Valentin Loellmann**. L'Allemand âgé de 33 ans a gagné le prix de la Plus Belle Pièce de Design Contemporain au PAD London 2013 grâce à sa console de la collection *Spring/Summer* qui serait en phase de « *détrôner la table de Charlotte Perriand* », se réjouit-elle. Mariages raffinés de métal cuivré et de chêne noirci au chalumeau, les pièces de cette collection sont remarquables par leurs piètements qui paraissent avoir été réalisés en un seul bloc, permettant à l'œil de suivre ses courbes lascives qui s'étirent au fur et à mesure qu'elles semblent avoir été

pétrées. Jeux de masses et de vide, mélange de charisme et de délicatesse teintent de volupté l'univers de ce jeune prodige. « *Chez Valentin Loellmann, le côté très sensuel de ses pièces est percevable au premier coup d'œil* » remarque **Marie-Bérangère Gosserez**.

Concernant la préférence d'**Agnès Perpetch**, elle est attribuée à **Joran Briand**. « *Un designer que nous trouvons incontournable et qui va le devenir plus encore, c'est bien Joran. Nous le trouvons génial. Après, il y a aussi beaucoup de studios que nous aimons, DRIFT en est un exemple* ». Formé à Olivier de Serres et à l'Ecole Nationales des Arts Décoratifs de Paris, le breton Joran Briand puise son inspiration dans le grand large. Ainsi, lorsqu'il utilise la fibre de jute, éco-matériau, pour créer le tabouret Toul à la demande de son ami Corentin de Chatelperron, il emprunte les courbes d'une borne d'amarrage. Parmi les pièces présentées à la galerie P&B, le vase *Acropora* est une coupe à fruits composée d'un socle en marbre serti de filaments en laiton pour se déployer en une couronne sophistiquée.

Quant au directeur de la **Carpenters Workshop Gallery** à Paris, le cœur balance, impossible de citer un seul choucho designer : « *Ils sont bien trop nombreux ! Tous les artistes que nous représentons pourraient être une parfaite réponse à cette question. Chacun à leur manière, ils contribuent à redessiner les contours du design qui atteint aujourd'hui un niveau d'excellence.* ».



GALERIE PERPETCH&BRINGAND
7 rue Paul Louis Courier, Paris 7^e

CARPENTERS WORKSHOP GALLERY
54 rue de la Verrerie, Paris 4^e

GALERIE GOSSEREZ
3 rue Debelleyme, 3^e

GALERIE NEGROPONTES
60 rue de Verneuil, 7^e

GALERIE MARIA WETTERGREN
18 rue Guénégaud, 6^e





ANATOMIE D'UNE COLLECTION

LE VÊTEMENT SE RACONTE À TRAVERS CELUI QUI LE PORTE

PALAIS GALLIERA
10, AVENUE PIERRE 1^{ER} DE SERBIE – 75116 PARIS
WWW.PALAISGALLIERA.PARIS.FR



PROLONGATION
3 NOVEMBRE 2016 - 12 FEVRIER 2017

Jean Paul Gaultier, Bobe, Automne-hiver 1984, collection de robe, non portée, Musée de la Mode, Palais Galliera, Musée de la Mode, Palais Galliera en hommage à Jean Paul Gaultier, 2016 - Henry Jones



Groupe Lafayette



CRÉDIT MUNICIPAL DE PARIS
MODERNE DÉFINI 1937



PALAIS GALLIERA



voies-sncf.com

VOGUE



PARIS PREMIERE

TimeOut

STYLIST MAGAZINE



#AnatomicCollection