

Apprivoisez la LUMIÈRE

INSPIRATIONS

Une **DÉCO** qui raconte des histoires
Un intérieur entièrement **FAIT MAISON**
Un refuge **MINIMALISTE** baigné de lumière



MON PROJET

Le **JAUNE** illumine la maison
AMÉNAGER ses combles : mode d'emploi
Un grenier **MÉTAMORPHOSÉ** en appartements

SLOW HOME

Des chambres **COCONS**
Les **MATIÈRES** qui réchauffent
DIY Mon cache-pot effet cuivré

TENDANCES

Le renouveau du **DESIGN** « Made in France »
DÉCOUVERTE Le design émotionnel
MATIÈRES ET ARTISANAT, nos coups de coeur

L 19429 - 61 - F - 5,90 € - RD



180 pages

Home magazine n° 61



SLOW HOME PHÉNOMÈNE

La french touch

Dans un contexte économique et créatif plutôt morose, ces passionnés de mobilier et d'objets, audacieux et décomplexés, ont bousculé les codes afin de promouvoir leur vision de l'édition. Décryptage du sujet et rencontre avec les nouveaux visages du design made in France.

Par Céline de Almeida

Au printemps 2009 et début 2010, à Milan et à Paris, deux éditeurs français de mobilier design dévoilaient leur toute première collection. Des partis pris très différents – le très pointu salon milanais versus l'institution parisienne –, pour deux univers et deux styles finalement pas si éloignés l'un de l'autre. Ce qui frappe immédiatement, c'est le choix délibérément peu orthodoxe des noms de ces nouvelles marques, *Moustache* et *Petite Friture*, aux antipodes des dénominations patriarcales – coucou messieurs Roche et Roset – des mastodontes du mobilier « designé in France ». Une volonté de se distinguer et d'affirmer sa french touch, mais surtout de s'offrir le plus grand luxe, celui de la liberté d'édition, en s'affranchissant des carcans des conventions. Parce que quand on s'appelle *Moustache* ou *Petite Friture*, rien n'est impossible.

LIBERTÉ D'EXPRESSION

D'ailleurs, ce que présentent Stéphane Arriubergé et Massimiliano Iorio pour *Moustache*, comme Amélie du Passage chez *Petite Friture*, on ne l'a jamais vraiment vu en France. Une troisième voie entre les grands éditeurs historiques et les métiers de l'artisanat est désormais tracée. Mais pas n'importe laquelle. Celle d'un design exigeant et intellectuel, porté par des valeurs communes, notamment une production responsable, et dicté par un vrai rapport de proximité, voire d'amitié avec les designers, qui sont eux-mêmes porteurs de ces projets audacieux. Leurs mots d'ordre : pérennité, pertinence, universalité et une esthétique cultivant un certain onirisme.

Pourtant, au-delà de ces convictions communes, *Moustache* et *Petite Friture* n'ont ni la même genèse, ni le même projet éditorial... Loin d'être des petits nouveaux dans l'univers de

la création, Stéphane Arriubergé et Massimiliano Iorio sont également les fondateurs de *Domestic*, une marque spécialisée dans les revêtements muraux atypiques. Ce sont notamment eux qui ont introduit le concept de stickers en France et ont relancé la tendance des papiers peints en faisant appel à un réseau pointu de designers, de graphistes et d'artistes. Une recherche de « formes nouvelles, esthétiques, fonctionnelles et pertinentes » qui se retrouve dans les créations de *Moustache*.

Le projet d'Amélie du Passage, dont *Petite Friture* constitue d'ailleurs la première démarche entrepreneuriale, est quant à lui avant tout porté par le désir de promouvoir les jeunes talents et, comme elle le dit si bien, « de développer avec eux des objets, des luminaires et du mobilier qui suscitent une vibration... ». Arty design versus feel good design : le succès est rendez-vous pour les deux maisons d'édition.

SOURCE D'INSPIRATION

Au final, qu'ils soient annonceurs ou instigateurs de ce renouveau de l'édition française de mobilier design, une chose est sûre, cette nouvelle génération a ouvert la voie à de nombreuses initiatives plus réjouissantes les unes que les autres. Et le meilleur dans tout ça, c'est que chacun apporte sa pierre à l'édifice sans cannibaliser son voisin. Production made in France associée à un système électronique d'authenticité et de traçabilité pour *Polis*, modèle économique inédit, 100 % digital pour *Hartò* – au départ tout du moins – ou encore production locale made in Pays basque pour *Alki*, les histoires et les collections se suivent et ne ressemblent pas. À l'image finalement de cette nouvelle génération d'éditeurs inspirés et inspirants, qui découvrent et réinventent leur métier à chaque collection, à découvrir plus en détail dans notre galerie de portraits. ■



1

POLIT,
« THINK GLOBAL, ACT LOCAL »

Emblématique de cette génération d'entrepreneurs qui n'ont pas froid aux yeux, Geoffroy Berthet a lancé en 2013 sa « maison d'édition française de mobilier design ». Un défi audacieux, voire périlleux, pour ce jeune trentenaire porté par une conviction inébranlable en son projet éditorial... Et cela fonctionne. Avec son programme en trois axes : dénicher de nouveaux talents, miser sur un dessin pérenne et, surtout, une fabrication française, Geoffroy a su incarner sa propre vision du design. Des créations aussi esthétiques – *polit* signifie beau en occitan, une langue locale du sud de la France – que fonctionnelles. à l'instar de son logo, un trombone, « un fil de fer qui a pris une forme dans le seul but de sa fonction ».



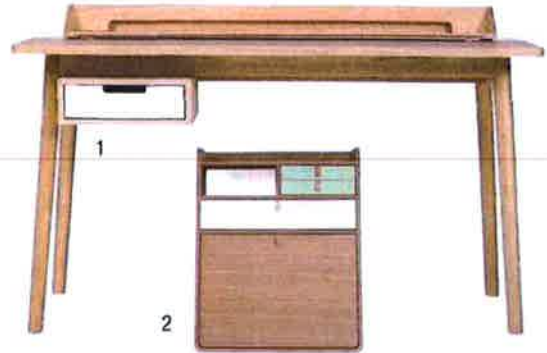
2

**TOO
FRENCH
TO BE
POLIT**

1/ « C'est un projet que j'ai développé avec Cyril de Moulins en vrai binôme. Ce processus créatif nous a permis de sortir la version actuelle du Club Sandwich, une enfilade modulable et évolutive qui s'adapte aux intérieurs de notre décennie. » Club Sandwich, en bois massif, à partir de 1 428 €. 2/ « Ces affiches, c'est l'histoire d'un succès inattendu... Nous avons demandé aux Graphiquants de créer pour Polit une identité graphique sur des affiches pour notre premier Maison&Objet. On nous les a tellement demandées par la suite que nous avons fini par les produire sur un papier très haut de gamme, en Franca évidemment. » Moodpapers, affiches sérigraphiées et numérotées, 44 €. 3/ « C'est le projet qui a été le plus difficile à réaliser techniquement. C'est seulement au bout du troisième prototype que nous avons réussi à régler toutes les contraintes techniques, essentiellement la stabilité. 7 Bis Repelita, petit bureau modulaire composé d'une structure en acier plié et de deux plateaux en hêtre clair, accessoires en option, 2 292 €.



3



1

2

HARTO,
LE DESIGN GÉNÉRATIONNEL

Harto, c'est un peu l'histoire d'une success-story à la française... Un pure player du design online dont l'activité s'étend désormais en dehors de la Toile. Et rien qu'en observant les visages d'Amandine Merle et d'Alexandre Mulliez, le duo de fondateurs de la marque, aussi juvéniles que déterminés, on comprend mieux l'essence même d'*Harto*, cette jeune maison qui édite depuis 2013 sa propre collection de mobilier. Des objets colorés, astucieux et dans l'air du temps que l'on imagine parfaitement dans le petit appartement d'un couple de citadins branchés. Et pour cause, leur philosophie est de créer « de belles pièces, simples et fonctionnelles qui laissent naître une évolution autant dans les coloris que dans les usages ». Sans oublier un prix abordable. CQFD.



3

1/ « Gaston est la pièce "fashion" de la collection. Il porte une forme d'ambivalence très moderne entre un côté féminin dans ses détails et une stature plus masculine de par son dessin intemporel. C'est une pièce capable de s'adapter aux saisons, qui évolue avec nous. » Gaston, secrétaire plaqué chêne, vernis mat naturel et laque mate, languettes en cuir et bras en laiton, design Florence Watine, 569 €. 2/ « Honoré est une pièce à laquelle nous sommes très attachés. Pierre-François a su mettre le doigt sur le juste milieu : un dessin simplement différent qui réconcilie le lieu de travail et la maison. Un bureau que l'on prend plaisir à exhiber, qui s'aventure hors du coin bureau. » Honoré, bureau en chêne massif, MDF plaqué chêne et laque satinée colorée, design Pierre-François Dubois, 999 €. 3/ « Nous avons été séduits par son aspect géométrique et sa finesse, qui apportent une touche différente, plus sculpturale à notre collection. Notre premier lampadaire se devait d'être plus qu'un objet éclairant, il devait habiller l'espace. Il nous a fallu beaucoup de patience pour développer ce produit, qui a vu le jour après deux ans de travail... » Elisabeth, lampadaire en tubes d'acier laqués, design Julien Phedyaeff, 549 €.