

tentations

DESIGN | DVD | DIGITALES | DISQUES | Poches

Design

Dans la tête de

Matali Crasset

d-fuse_05,
animation
numérique de
Matali Crasset et
Jori Hulkkonen
(éditeur art-
netart, [www.art-
netart.com](http://www.art-netart.com)).

Le Salon du meuble qui s'est ouvert hier à Paris l'a élue créatrice de l'année. A cette occasion, la designer qui n'aime pas les meubles et préfère plancher sur les usages quotidiens a été invitée à «remoduler» nos pages.

Matali Crasset, 40 ans, créatrice de l'année du Salon du meuble de Paris 2006, n'aime pas les meubles. Elle n'est pas non plus du genre à dessiner une chaise de plus. A l'Ensci (Ecole nationale supérieure de création industrielle), elle n'a pas été formée à cela, dès le départ, elle a imaginé «une avalanche de projets bizarres qu'elle a jetés dans une lessiveuse». Depuis, dans sa marmite de terrienne champenoise, plus anthropologue que stylicienne, cette designer passe au crible les rites ●●●

●●● domestiques. Elle rapproche objets et intentions, et l'intention prime toujours sur le dessin: celle d'inviter par exemple son ami Jim à dormir chez elle. Pour lui, elle a imaginé «Quand Jim monte à Paris», une «colonne d'hospitalité», un haut casier qui contient un lit, une lampe et un portemanteau. Un nécessaire pour recevoir comme il se doit cet ami venu de province. Depuis, elle a continué à tout expérimenter, le verre, le gonflable, le bois, toujours dans le but de déranger les typologies liées à ces matériaux. Elle hybride domesticité et technologie, greffe différentes fonctionnalités, relie intérieur et extérieur, intimité et sociabilité, met en réseau toutes les actions de la vie quotidienne avec des images numériques, des halos lumineux, des sons musicaux et des émotions olfactives. L'arborescence de la nature, quelle réinventée de manière artificielle, sert de structure-métaphore à ses réalisations, elle nervere lampes, salles de bain, scénographies, installations, architecture intérieure. Identifiée par sa silhouette techno et son visage-logo, Matali Crasset désorientée toujours, si singulière dans sa démarche de design global, multifonctionnel, libre. Elle n'a pourtant rien d'une ovni, elle observe «ses» et «nos» manières évolutives de vivre, toujours prête à proposer d'autres solutions plus adaptées, plus conviviales. Toutes ses expérimentations culminent au «Hi Hôtel» de Nice, maison d'hôtes de luxe, où l'on retrouve rassemblé l'art de vivre qu'elle prospecte. Avec ses joyeuses couleurs fluo, son design aux lignes portantes, ses modules si mobiles, ses chambres «laboratoires de vie» poétiques, sa manie de transformer un lit en table, son envie de tester d'autres scènes de repas, elle chahute sérieusement les codes historiques et esthétiques standards. C'est pour cette liberté qu'elle se donne, que nous l'avons invitée à intervenir dans *Libération*. De sa carte blanche «soft fiction» (pages IV) où elle s'interroge sur nos rites domestiques, à sa réinvention de la maquette, elle irrigue «Tentations» de bulles d'air comme autant de questionnements.

Entretien Matali Crasset revient sur son parcours, sa démarche, et explique son intervention dans les pages de «Libération».

«Je n'aime pas léguer sur une assise»

Comment êtes-vous intervenue sur ce numéro spécial de «Tentations»?
J'aime faire les choses que je n'ai jamais faites, je me suis sentie à l'aise avec *Libération* car je le lis tous les jours. J'y traque les têtes

chercheuses qui me permettent de nourrir mes recherches, de confirmer mes intuitions. Un journal, c'est un carburant pour faire des choses. Je ne voulais pas proposer une rétrospective de mon travail. Je me suis propulsée dans mon futur, pour faire émerger ce qui est encore en germination dans ma tête, pas encore formulée.

La carte blanche «soft fiction» (lire p. IV), où j'émetts différentes hypothèses, me permet d'éclaircir ma réflexion. C'est un vrai projet prospectif, pas de la décoration. Graphiquement, j'ai choisi de faire défilé une bande passant de pixels, qui relie toutes les pages du supplément. De cette bande, tombent des gouttes ou des bulles, qui cassent

les codes de *Libération*, créent des bouffées d'air, de légèreté, avec des fonctions de zoom pour le texte ou l'image. C'est un système éphémère, mais ouvert, qui pourrait avoir d'autres applications. Cette intervention dans *Libération* est une occasion unique de montrer la trame invisible de notre métier de designer.

Comment est née cette envie pour ce métier?
J'ai grandi dans une ferme en Champagne, à Normée, village de 80 habitants. Je ne savais pas ce qu'était un designer. On n'y avait pas la même culture qu'en ville. J'ai d'abord fait des études de marketing à Troyes, et le déclin est passé par un projet de parfum. J'en ai dessiné le flacon et le packaging: une forme de volcan bizarre, un peu à la Gaetano Pisce. J'ai senti que cela me plaisait. Grâce à un dépliant, j'ai découvert l'existence de l'Ensci (École nationale supérieure de création industrielle) à Paris. J'ai eu la chance d'être admise dans cette école très sélective. J'en ai chialé: c'était montré à Paris, qui était pour moi un Eldorado. L'Ensci a changé ma vie, c'était un lieu

affectif, une étape fondatrice, que j'idéalise toujours. D'un seul coup, j'ai su que plus rien ne pourrait m'arrêter, que je serais en adéquation avec ce métier. À la fin de mes études, rien ne me définissait vraiment. Pas de style, de matériau, d'esthétique. Si ce n'est de multiples expérimentations dans tous les sens. Pour mon diplôme, en 1991, j'ai opté pour une prise de position: «La trifluore domestiques», soit trois diffuseurs - d'eau, de chaleur et de lumière. Dans ce travail, j'ai introduit la technologie dans les rites domestiques. **Aviez-vous un modèle à l'époque?** Le designer italien Denis Santachiara, qui est un peu comme moi un extraterrestre, un rêveur dans le milieu du design. Il a accepté de me prendre dans sa petite équipe à Milan, après l'école, en 1992. Il a confirmé mes intuitions: que l'on pouvait opter pour des idées engagées, et pas forcément des choses très commerciales, qu'il n'était pas obligatoire de travailler à l'échelle d'une grande agence.

L'année suivante, vous rentrez à Paris et vous rejoignez Philippe Starck.

Ace moment-là, il recrutait. Il a été intéressé par ma «Trilogie domestique». J'avais envie de me rapprocher de ce personnage incroyable, par curiosité personnelle. Il a ouvert les portes du design en France, contrairement à l'Italie où les maîtres les ont bloqués. J'ai eu la chance de travailler pour Thomson Multimedia dont Starck était le directeur artistique, puis je suis devenue responsable du Design Center de la marque, le Tim'Tom. C'était une expérience unique, une entreprise qui fabriquait des produits populaires, il y avait tout à inventer. J'ai développé 30 produits en quatre ans. Puis est arrivée la privatisation en 1996, Alain Juppé qui a déclaré que «Thomson ne valait pas un franc», j'ai participé aux manifestations. Il a fallu faire son deuil de cette histoire, le contrat Starck s'est arrêté.

Vous avez créé votre structure en 1998?

J'ai commencé toute seule en travaillant pour Seb, ou sur des scénographies pour les salons Who's Next. Première Vision, des expositions expérimentales. Les choses se sont enchaînées facilement, je n'ajamais présenté mon portfolio à un éditeur, j'estime que si les industriels ne s'intéressent pas aux créateurs, c'est



«Quand Jim monte à Paris» (1995), une «colonne d'hospitalité», un haut casier qui contient un lit, une lampe et un portemanteau. (Edition en 1999, Domeau & Pérès).

inutile d'aller les voir. Les gens ont fini par repérer une démarche plutôt que des objets.

La pièce emblématique qui vous fait connaître, c'est «Quand Jim monte à Paris»?

Le lit d'hospitalité «Jim» reste très symbolique pour moi. Ce n'est pas un objet ami, mais un dispositif qui s'adresse à un ami. Cette colonne d'hospitalité qui ressemble à un placard en métal, contient un lit d'appoint, une lampe et un portemanteau. Le «Jim», il fallait y croire au début, avoir la hargne. En 1999, je suis descendue en voiture avec mes éditeurs français, les Domeau & Pérès, pour le présenter à Milan. Une aventure payante, car il a été bien accueilli. Je n'ai pas fait la révolution, juste un petit outil, engagé.

«Jim» est-il un meuble?

Mes pièces sont d'abord des intentions. Ça ne m'intéresse pas de faire du meuble. Je ne recherche pas la belle courbe, le trop moelleux, je ne suis pas née dans cette esthétique stylistique confortable, cela me rend plus libre. Je n'aime pas légèrer sur une assise. Le confort pour moi, c'est de pouvoir agir chez soi, bouger, modifier. Le mobilier aujourd'hui, c'est un peu anachronique par rapport à la société.

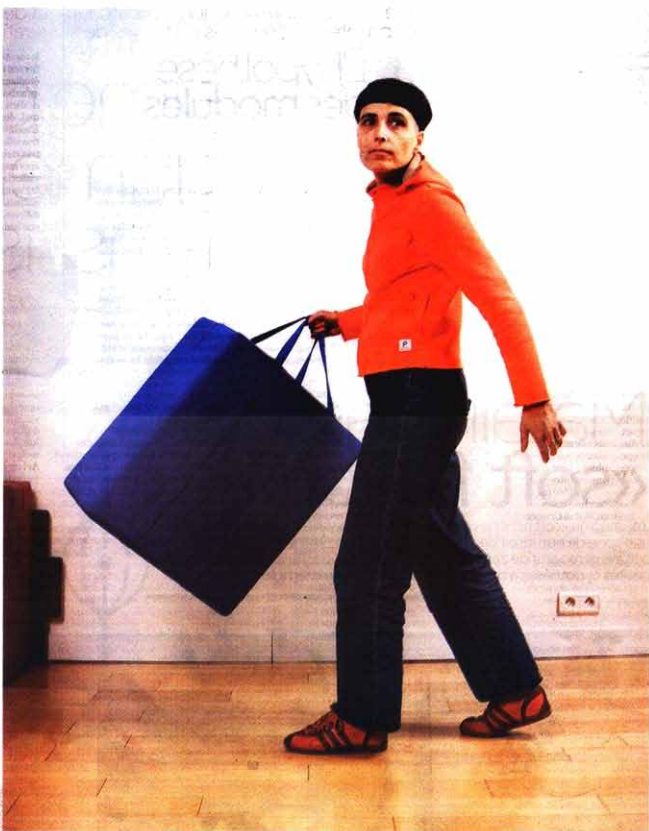
La nature reste très présente dans votre monde?

Je ne suis pas née dans une campagne idéalisée, paradisiaque, mais dans le paysage de la culture intensive, mon père a arraché des haies! J'ai mis du temps à faire le lien entre mon enfance et mes prises de position de designer. Cet été, pour une exposition à Stockholm, j'ai réutilisé le fameux sac Barbès que j'ai transformé en pouf, et j'y ai imprimé des paillies pour boire. Cela devenait une balle de paillie! C'est seulement maintenant que je réalise la liberté qu'on a à la campagne, on s'approprie tout, on prend la nature comme une matière. Mais ma nature aujourd'hui est artificielle.

Cette année, j'ai aussi aménagé le Stedelijk Museum's Hertogenbosch aux Pays-Bas, dans une ancienne usine à la toiture crénelée de sheds. Je n'ai pas cassé l'espace, mais proposé une circulation qui innove le volume, comme une plante qui aurait poussé dans cet espace. J'ai pensé au cimetière juif de Vienne, à côté du Zentralfriedhof, où la végétation se mêle aux constructions. Dans l'auditorium du musée, les panneaux acoustiques sont comme des feuilles, des plantes en 3D.

En dix ans de création, qu'est-ce qui a changé pour vous?

Je reste un peu une extraterrestre, une rescapée. Je sais que cela peut se terminer demain, le métier de designer reste fragile. On a toujours autant de mal à appréhender mon travail. Au départ, j'ai eu envie de réussir seule, de débattre avec moi-même. Aujourd'hui, je fonctionne en équipe, dans une toute petite structure de trois personnes, avec mon compagnon Francis, et Marco. Nous avons créé la page Lieux communs (lire «bulle» page précédente), qui relie mon design, la musique avec le label F Communication et la mode avec le stylistique Ron Orb. Il y a toujours une donnée anthropologique dans mes recherches: je m'intéresse de plus en plus à l'interface entre l'homme et son environnement. Je travaille moins sur la matérialité.



J'expérimente beaucoup avec des images numériques, à travers de petits DVD, pour évoluer. Mon corps de métier reste le design industriel, que j'élargis au graphisme, aux images, en relation avec le son, la lumière, les senteurs.

Votre agence et votre maison sont un seul lieu: vous ne faites aucune séparation entre le privé et le professionnel?

Cela vient de mon enfance. Dans une ferme, travailler et quotidien ne font qu'un. J'aime travailler en famille, je vois mes enfants, Popline et Arto. Je n'ai aucune posture de créateur, ni d'agence. C'est la méthodologie qui compte et mon

expérience en marketing m'aide beaucoup. Quand on voyage pour des raisons professionnelles, on rallonge un peu le séjour, pour emmener les enfants. Pour moi, les vacances, c'est rester ici, dans notre maison-bureau, et prendre le temps. Nous vivons aussi en communauté avec nos voisins, dans une ruelle du X^e arrondissement. Vous n'êtes pas coupée du monde? J'aimerais travailler à l'échelle de mon quartier, redonner aux gens l'envie de faire les choses. Mais la vie de la cité n'est pas organisée ainsi. C'est à nous de faire l'effort. De sortir des secteurs élitistes où on nous a mis. Par exemple, je suis très

heureuse de m'occuper cette année de la refonte des hôtels Formule 1, du groupe Accor. J'ai aussi accepté d'être la commissaire de la Biennale de design de Saint-Etienne en 2006. Il y a un an, j'aurais refusé, jusqu'à présent je me suis protégée. J'ai envie d'être plus impliquée, de cesser de tout critiquer, pour passer à l'action. Montrer, à travers cette biennale, mon approche globale du design. Je ne suis pas coupée de la société, quand je suis à Rio pour animer un atelier avec notamment des jeunes des favelas, je m'aperçois que nous sommes tous connectés.

Collaboratrice de Starck en 1993, Mitani Cresset a créé sa propre structure en 1998 et s'occupe cette année, entre autres, de la refonte des hôtels Formule 1

Recherche : arbre «superconic» conçu pour une scénographie du salon Première Vision en 2004.

1

L'hypothèse des modules

Des objets en constante évolution et combinaison.

En épuisant une forme simple comme par exemple le cône, en la répétant presque à l'infini, en la combinant de différentes manières, un véritable «monde de modules» apparaît: un «superconic world». Le modulable ne serait plus alors le simple élément de mobilier «clin d'œil», fonctionnant sur un système d'inversion pratique et ludique, au milieu d'un monde de codes et d'usages qui, eux, resteraient bien figés. Il deviendrait plutôt le nouveau principe d'organisation des choses. Aller plus loin que la modularité autour d'une fonction, par exemple s'asseoir de façons différentes, avec une combinaison de poofs avec laquelle on peut manger, jouer, séparer, s'asseoir. «Superconic world» est une étape encore plus expérimentale. Le modu-

le constitue une matière à s'approprier pour modifier son environnement. Lors d'un *workshop* avec des étudiants à Rio au Brésil, j'ai proposé de pousser jusqu'au bout la logique du module. Le cône était décliné dans plusieurs univers, celui du végétal, de l'animal, des gestes quotidiens jusqu'aux habitants. L'accumulation et la combinaison des formes, ainsi travaillées, deviennent des sources pédagogiques très riches et présentent un potentiel participatif énorme. Cette trame permet aux élèves de faire travailler leur imaginaire, de sortir des références et les fait rentrer dans une matière de réflexion malléable, qui pourra au final se concrétiser dans des contextes différents: un univers graphique pour un jeu vidéo, une lampe flexible, un vêtement-carapace...



Easy China, «rite culinaire imaginaire» à partir de céramique en feuille, Association des amis du fonds régional d'art contemporain Nord-Pas-de-Calais, Dunkerque (2005).

2

L'hypothèse des usages

Sortir de la forme et réinventer la fonction.

A l'injonction si régulièrement répétée de produire des objets qui «font sens» (comme si un objet pouvait, par lui-même, «faresens»), je préfère travailler à réinventer la fonction. Au lieu de chercher à tout prix à symboliser une fonction par une forme et à respecter les codes de chaque secteur (par exemple une radio, évoquant le son, ne sera jamais dessinée comme un grille-pain qui lui évoque la chaleur), je tente de retrouver la force des usages. Ainsi, notre relation aux matériaux changerait. Loin des surenchères technologiques qui appartiennent aux préoccupations du siècle dernier, ils sont utilisés avec parcimonie, simplicité, en redécouvrant leur

Matali Crasset's «soft fiction»

J'ai imaginé «soft fiction» comme un monde parallèle. Une sorte de bulle, une zone de non-droit dans laquelle la création peut s'affranchir des codes actuels et repartir de zéro. Cette fiction advient par l'enchaînement de trois petites hypothèses a priori absurdes et jetées en exemples.

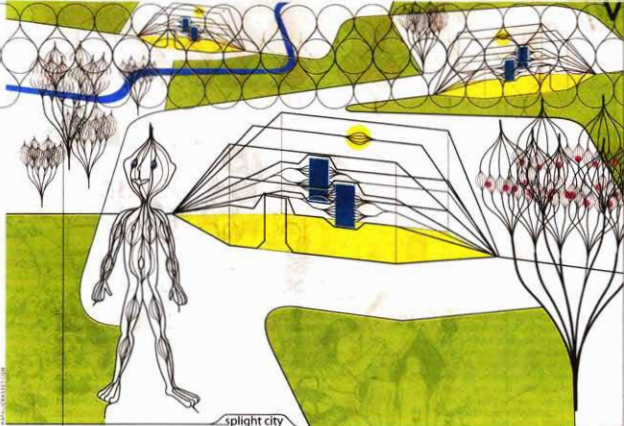
Textes de Matali Crasset, avec la complicité d'Emmanuelle Lallemand, ethnologue.



Superconic Island, réalisation au cours d'un *workshop* sur le thème «superconic world» avec des étudiants de Rio (Brésil) dans le cadre du Panorama du Design International, organisé par Nicola Goretti et Paola Antonelli (novembre 2005).

... technicité intrinsèque et en simplifiant le processus de production. La céramique se travaille comme un origami, sans moule, une feuille mise en forme et passée au four. Une feuille à l'extrême de sa finesse (voir illustration). Le bois devient souple et se laisse manipuler. Il laisse voir sa structure: ses veines donnent un éclairage diffus et domestique.

Les principes habituels qui régissent ordinairement notre rapport aux objets (mettre une forme sur une fonction) peuvent être inversés pour parvenir à intégrer de la fonction dans une forme, je dirais même n'importe quelle forme. Ce que l'on pourrait appeler une antiforme mais que je désigne sous le nom de métaforme. A partir d'un même patron, gabarit ou base, tous les objets sont possibles si l'on accepte de se mettre dans une posture inventive, voire instinctive comme face à un outil à créer. Faire d'une même forme basique une corbeille, un calice, un siège-coquille, ou une micro-architecture. Tout dépend de la manière dont on s'accorde à lui don-



Splight city #1, exposition des lampes «splight» (continu, arbre, baladeuse) dans la galleria Luisa delle Piane à Milan, avril 2005.

3 L'hypothèse des liaisons

L'homme et l'objet au sein d'un même réseau.

On imagine habituellement des objets particuliers, autonomes. L'hypothèse qui consiste à penser dans un ensemble, c'est à dire pour moi un véritable thème de design expérimental. Dans cette logique, l'objet acquiert une autre matérialité et une interdépendance avec l'espace. Dans un monde

épaisseurs, historiques et techniques, qui érigent de la distance et de l'autonomie entre les choses, interdisant alors de penser les interconnexions. L'exemple de *Splight City* (voir illustrations ci-dessus et dessous) permet de visualiser les interconnexions. Ainsi l'unité d'habitation (la maison) est une arborescence qui se développe en trois dimensions. Tel un végétal, la maison est immergée, structurée par une nervure dans laquelle passent les fluides, l'énergie. Ces derniers peuvent alimenter de multiples diffuseurs amovibles (diffuseurs de lumière, de chaleur, d'images...) qui eux-mêmes se connectent n'importe où sur l'arborescence. Un véritable système d'objets en constante évolution.

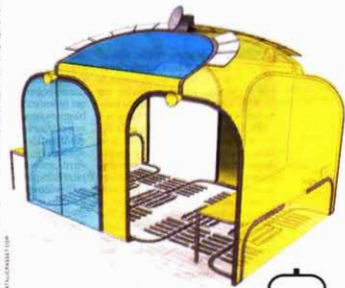
Dans ce monde largement imaginé, l'objet n'est ni le centre ni la finalité du processus de création. Il est, un peu à l'image d'un pop-up sortant tout à coup des pages d'un livre pour enfants, une actualisation possible, parmi d'autres (une architecture, une scénographie), et à un moment donné, d'un système de pensée plus vaste. Une «soft fiction» qui tente de sortir de la tyrannie de l'objet pour prendre la liberté d'expérimenter autrement.



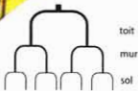
Evolue, gamme de lampes pour Danese à partir d'un développé en feuille de bouleau à former soi-même (2004).

ner sens par l'usage qu'on en a. La distinction souvent faite entre forme et fonction, et le débat qu'elle suscite dans l'univers du design, serait enfin dépassée: on serait dans l'ère de la force des usages. Quand j'ai conçu l'objet «Quand Jim monte à Paris», la colonne d'hospitalité, on m'a fait le reproche que la forme n'était pas assez chic. Or ce que je cherchais dans cet objet était plutôt de l'ordre du rituel, c'est-à-dire un dispositif par lequel un ensemble de gestes, dans un lieu et un temps déterminés, et dans leur répétition même, permettent de relier l'individu et le collectif. Dans la logique d'usages dont je fais l'hypothèse, on ne se contente pas de s'approprier un objet, on en devient opérateur. C'est ce nouveau mode opératoire que je cherche aujourd'hui.

réticulaire, l'objet n'existe qu'en tant qu'il est relié au reste. L'environnement végétal, humain et technique. Prenons un exemple, celui de l'interrupteur qu'on actionne quotidiennement. Si aujourd'hui l'interrupteur est devenu un objet complexe, techniquement investi voire surchargé, il est en fait très simple car il peut se réduire à deux pôles à relier. C'est le doigt qui peut faire contact entre ces deux pôles (voir goutte ci-contre). Le doigt humain, dans une logique de liaison, est l'opérateur naturel de cette connexion, et non pas le dispositif technique qu'on y rajoute. Par analogie, devenir l'interrupteur, c'est se réintégrer dans le réseau, être enfin partie prenante de l'ensemble. Certes nous pouvons modéliser le monde mais nous sommes humains au centre du dispositif et donc par conséquent conscients de son évolution et de notre interdépendance. L'hypothèse des liaisons consiste en effet à rendre visibles les coulisses de notre environnement, à visualiser ce qui est de plus en plus, dans notre monde, rendu invisible, à enlever les



Splight House, principe d'habitation expérimentale constituée d'une ramification qui permet d'nerver et de structurer l'espace autour de gaines techniques qui acheminent les fluides...





Salon du meuble de Paris 2006, Paris Expo Porte de Versailles, jusqu'au 9 janvier. Ouverture au public le samedi 7. Exposition Matali Crasset, hall 7-2. **2005**. Surface brute: 148 444 m². Visiteurs: 50 451. Exposants: 767. Chiffre d'affaires: 15 millions d'euros.

Enquête A Paris, le Salon du meuble se replie quand Maison & Objet s'étend. Histoire d'une rivalité de dates, de lieux et de concepts.

Guerre de salons

La mode à ses défilés saisonniers: pour faire parader les innovations de ses créateurs, le design mise, en janvier, sur deux foires parisiennes essentielles: le Salon du meuble et Maison & Objet. Cette double offre est une exception très française, puisque l'Italie (avec Milan) ou l'Allemagne (avec Cologne) ne disposent que d'un seul grand salon. Il y a encore cinq ans, les deux manifestations hexagonales se tenaient à peu près aux mêmes dates et cette proximité créait un pont entre deux domaines liés à l'art d'habiter. Mais cette année, la première se déroule du 5 au 9 janvier au Parc des expositions de la Porte de Versailles, la seconde en fin de mois, du 27 au 31 janvier, à Villepinte. Un grand écart de calendrier qui ne fait qu'accentuer la rivalité entre deux salons aux histoires et identités esthétiques très différentes.

Devantures esthétiques
A Maison & Objet, grand bazar transver-

sal, cosmopolite et attracteur de désirs, pulvèrent les coquets emballages des stylistes. Et les diktats éphémères des tendances régents par l'agence Nelly Rody qui prône en 2006 la «newsalgies». On baignera aussi dans le «kitsch chic de *Milka et Mauricette*», les thèmes «Paradise et Atlantide», le nomadisme... L'espace dédié au contemporain, «Now Design à vivre», entre les grandes marques Baccarat et Edra guest-stars, permet à de toutes petites entreprises d'émerger. Ce mini-salon dans la foire, scénographié toujours avec limpidité par l'architecte Philippe Boisselier, fera aussi découvrir la créatrice Mariane Guélin. Faute de place, depuis deux ans les débats se sont taris, et, pour cette session, pas d'exposition de la revue de design *Intramuros*. Autre créneau pour le Salon du meuble, monoproduit français vertical, où le design est présenté comme un domaine à la fois économique et culturel. Ainsi, à travers sa «Métropole», devanteure contemporaine, l'accent jusqu'ici a été

mis sur la culture et la recherche. Avec le laboratoire qu'est le VIA (Valorisation de l'innovation dans l'ameublement) qui offre cette année une carte blanche alléchante au designer Mathieu Lehanneur, *Elements*, et expose 17 lauréats des Aides à la création; avec le Design Lab de Christian Ghion, qui met en relation créateurs et fabricants; et les travaux d'écoles, les expositions, comme l'an dernier avec la présentation des designs africains et libanais. Un précieux marché d'idées, mais un paradoxe quand le design n'est qu'une mini-bulle ne représentant que 3 % du marché sur ce salon et quand l'essentiel des alliances est encore peuplé de vieilles diligences. Gérard Miallet, de XO, petite entreprise française dédiée notamment Philippe Starck, se demande: «*Quand on commence à faire de la culture sur un salon, c'est que l'on a trop de superficie, ce que le salon baisse.*» Une chose est sûre: les deux salons ne parviennent pas à s'entendre. Procès récurrents, batailles de dates et de lieux, une ri-

valité qui cette année attaque le Salon du meuble. La rumeur court qu'il est à vendre. «*On subit une vraie guerre*», accuse Patrick Renaud, directeur de la Cosp (Compagnie d'organisation des salons des professions) qui gère le Salon du meuble de Paris, outil exclusif de l'Unifa (Union nationale des industries françaises de l'ameublement). «*Je suis pris pour le diable qui veut tout manger*», semble s'étonner Étienne Cochet, directeur de la Safi (Salons français internationaux) qui organise Maison & Objet, filiale à 50 % de Reed Exhibitions, groupe financier producteur de salons, et de la Chambre syndicale des ateliers d'art de France (AAF) à 50 %.

Stratégies financières
Pour Patrick Renaud, c'est la financiarisation des salons qui a changé la donne. «*A la fin des années 80, il est apparu qu'un salon avait une valeur financière, comme une marque. Dans les années 90, le groupe Blenheim a racheté beaucoup de salons français. Ils sont gérés pour rémunérer des*

actionnaires, donc pour faire un maximum de profits. Blenheim est devenu la propriété de Reed, actionnaire de Maison & Objet. Le Salon du meuble, né en 1960, est, lui, resté indépendant, l'émancipation d'une seule profession, un outil pour les membres du syndicat Unifa. Notre salon n'est pas à vendre, mais il est vrai que nous cherchons un partenaire financier, pour nous adosser à un allié puissant, comme Unibaill peut-être, le groupe qui gère entre autres le Parc des expositions de la Porte de Versailles. Ce partenariat est une probabilité.»

Le proliférant Maison & Objet ne s'éteint que depuis 1995. Il a été créé par Etienne Cochet qui, à l'époque, a regroupé huit salons liés à la décoration. «Pour créer du quantitatif, mais aussi du qualitatif, soutenir les artisans, les PME, les créateurs indépendants. La bataille est internationale, il faut attirer des acheteurs de la Corée, des Etats-Unis, du Japon, et pour cela mixer l'horizontal et le vertical.» Maison & Objet a vite prêté le meuble déco, c'est-à-dire le mélange entre meubles et objets. «La boutique de canapés, c'est fini, la vente d'un monoproduit aussi. Tout est transversal — la mode, la gastronomie, la beauté, la maison. Nous n'avons plus d'usines en France, mais beaucoup de créateurs, et la France a des choses à dire. Nous nous adressons aussi aux prescripteurs, c'est-à-dire les architectes et décorateurs d'intérieur.»

Coups durs

«Un salon, c'est une marque, un concept, un lieu, une date, poursuit Patrick Renaud. Nous avons une très mauvaise date. Est-ce un hasard si le groupe Reed, actionnaire de Maison & Objet, a imposé à Paris Expo le nouveau salon Idéo Bain aux dates que nous demandions ? Nous sommes ainsi coincés dans l'immédiat après-fêtes, période des soldes, d'inventaires, et de l'Épiphanie. Rite important en Italie qui nous coupe des éditeurs transalpins.» Pour cette raison de calendrier, ne sera pas présente la prestigieuse galerie Sowaya & Moroni de Milan. Henri Griffon, président du Salon du meuble et patron de l'Unifa, ajoute : «Des mars 2005, nous avons réagi et demandé l'espace du Bourget pour la fin janvier. La chambre de commerce, qui en est propriétaire, nous l'a refusé, au profit d'un nouveau satellite de Maison & Objet, Planète meuble. Cette institution, qui nous représente, a privilégié le commerce, les produits d'importation, aux dépens de notre métier de producteurs français.»

Autres coups durs. Ligne Roset-Cinna, le plus grand éditeur et distributeur de meubles contemporains français, quitte le salon pour exposer son stand de 700 m² à Scènes d'Intérieur, espace déco haut de gamme de Maison & Objet. «Nous sommes présents depuis quarante ans sur le Salon du meuble et membres de l'Unifa, explique Michel Rosset. C'est une décision à contrecoeur. Mais, depuis cinq ans, seuls nos clients réguliers venaient, aucun nouveau. Le Coup ne peut pas être à la fois gestionnaire d'un salon et représentant corporatiste d'un seul syndicat.» Christophe Pillet, designer scénographe attiré de «la Métropole» du Salon, n'est plus au rendez-vous.

«Cette guerre des tranchées est dangereuse pour tout le monde, analyse Gérard Laizé, directeur du VIA, financé par l'Unifa. Tous les professionnels sont pris en otage, dans l'obligation de choisir. Je ne peux pas exposer sur les deux salons. C'est absurde.» Certains ne choisissent plus. Les artisans-éditeurs Domeau & Pères n'ont pas



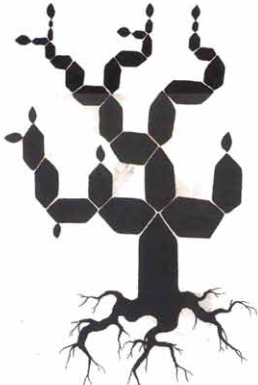
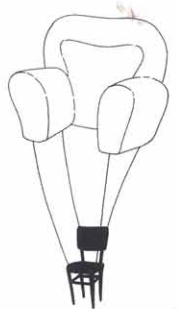
Le Salon du meuble ne mérite pas de mourir, il doit être géré autrement, il faut le refonder.

PAOLO MORONI, DE LA GALERIE SOWAYA & MORONI À MILAN

pris de stand cette année au Salon du meuble : «L'an dernier, nous n'avons vu personne!» L'Italien Paolo Moroni est à contre-courant : «Je reviendrai. Il y a cinq ans, j'avais 3 clients en France, 57 aujourd'hui. Le Salon du meuble ne mérite pas de mourir. Il doit être géré autrement, il faut le refonder.» Mais ce ne sont pas de bouches en bouches, anonymes plutôt «loyautés», c'est «léthargie, mauvaises gestes, gâchis».

Deson côté, Maison & Objet a reculé ses dates, se calant sur les Salons de la mode

et de la beauté fin janvier et a créé la dynamique «Paris Capitale de la création», label soutenu par la mairie de Paris. «Mon but, rétorque Etienne Cochet, c'est de continuer à rassembler à Paris tous les métiers de la création française. Nous avons discuté avec le Salon du meuble, avec la Biennale des éditeurs de tissus aussi, nous n'avons pas trouvé d'accord. J'ai donc créé un espace textiles à l'ameublement haut de gamme. Et aujourd'hui Planète meuble, du moyen haut de gamme. Pour fédérer au maximum l'effort.»



Principe de réalité

Gérard Mialat, de XO, a exposé aux deux salons et opte clairement pour Maison & Objet. «Il n'y a pas de guerre des salons, il y a une réalité économique. Mon choix est simple, je n'avais plus un client au Salon du meuble. Maison & Objet n'est pas majeur pour le design, mais on y travaille. Il y a quinze ans, le Salon du meuble avait une autoroute devant lui. C'était surpeuplé, difficile d'y louer un stand. La crise du Salon du meuble remonte à quelques années. Quand Milan a changé de date, de septembre à avril. Cela a créé un trop long décalé entre les deux manifestations. Les produits de Milan arrivèrent trop tard à Paris. Puis Cologne et Paris se sont aussi battus à coups de dates. Cela a rendu service à Maison & Objet, et à la politique plus agressive d'Etienne Cochet. Mais le plus important, c'est la crise économique. Les acheteurs n'ont plus les moyens de faire tous les salons. Certains ne vont qu'à Milan.» Comme XO, de nombreux exposants ont fait le transfert vers Villepinte.

Face à ces défections, Henri Griffon, de l'Unifa, repositionne sérieusement l'édition 2006 du Salon du meuble bien «malmené». «Nous devons relier "la Métropole" design avec le grand marché.» Ce que corrobore Gérard Laizé : «Le VIA doit être confronté au tissu industriel et non pas isolé dans "Métropole"». Reorientation toute, en 2006, avec un thème généraliste receivable «Génération confort», des «coups-beds» et une approche de la Domovision. Sur tout le salon, parcours unifiant de «Maisons tendances» conçues par Francesca Avossa. Et deux expositions plus culturelles, sur la création au Japon et en Corée.

Les figures de proue des deux salons restent leurs «créateurs» design de l'année. Chacun élit dans son écurie «son» poulain : cette année, Matali Crasset pour le Salon du meuble, et l'architecte Jean Nouvel pour Maison & Objet. Deux prix absurdement concurrents, qui consacrent l'exception française de la dispersion.

ANNE-HARIE FÈVE

Maison & Objet 2006,

Paris Nord Villepinte, du 27 au 31 janvier, Planète Meuble-Le Bourget, du 26 au 30 janvier.

Salons uniquement professionnels.

Janvier 2006: 258 000 m² de surface brute. Marques: 3 300.

2005. Acheteurs: 70 419.

Chiffre d'affaires: plus de 50 millions d'euros pour les deux sessions de janvier et septembre.