

Un air pop souffle sur le mobilier design

Par Catherine Deydier | Le 18 octobre 2017



Jouer avec les codes et la puissance des images, oser l'humour, décliner les couleurs intenses... À l'heure de la FIAC, le design passe en mode ludique.

Aujourd'hui, le mouvement artistique né dans les années 1950 n'influence pas que la publicité, le graphisme ou la communication: sa signature ludique et colorée entre dans la maison par la grande porte, se joue des fonctions, formes et matières. Un véritable jeu d'enfant. India Mahdavi, par exemple, a bien intégré la culture pop dans son imaginaire d'architecture intérieure. «Je

dois dire que j'ai grandi aux États-Unis dans les années 1960 sur fond de *comic strips*. Cela a été déterminant pour ma relation à la couleur et la façon de la traiter, la façon de concevoir la simplification de l'espace et de l'expression. Mais aussi dans la nécessité de privilégier les formes rondes, carrées pour que le message soit bien lisible. Et cette envie aussi de familiarité, d'objets que l'on reconnaît tout de suite.»

La couleur du pop art

Et il faut bien dire que le fauteuil Charlotte qu'elle a dessiné pour le Sketch pourrait sortir d'un cartoon : «Je le vois comme une héroïne de décor. Tout comme mes lampes de la collection Les Séducteurs. Ces meubles sont incarnés.»

L'aspect *cartoon* du mouvement n'a pas échappé non plus à l'inclassable et multitalents Stéphane Plassier. Le créateur constate que «le pop art a donné une grande liberté aux designers, ainsi que l'idée de marketer leur travail, de répliquer les images voire de se recopier.» Il l'a d'ailleurs fait lui-même avec la chaise Miséricorde, déclinée en plusieurs coloris et qu'il présente volontiers dans toute la gamme. On lui doit aussi, chez Carocim, un bestiaire assurément sous influence. Une inspiration joyeuse et colorée essentielle dans l'installation que Jaime Hayon a signée pour la Fondazione Bisazza explique la coprésidente Rossella Bisazza, «qui se nourrit aussi d'un mélange intéressant de culture. Entre le designer espagnol et Pinocchio, le dialogue s'est établi naturellement», s'amuse-t-elle.

Autre virtuose des mix pleins d'humour, Marcel Wanders, qui a signé une collection de mosaïques. Ludique est bien le maître mot.

Simplification de formes



Conçu par l'agence BIG, le centre Lego au Danemark.

DP Lego

D'ailleurs, ce que les enfants font tous les jours avec les briques Lego, les équipes de l'agence BIG l'ont réussi avec des briques réelles, a expliqué Bjarke Ingels, fondateur de cette agence qui a signé l'architecture du centre Lego, ouvert récemment à Billund, près de Copenhague. «Le lien pour nous, c'est la couleur», explique Jakob Sand, un des architectes associés. Une balade sur l'échelle des valeurs pour dessiner des espaces où chaque galerie a un code dans les tons primaires qu'utilise la marque pour ses jeux et qui se veut une invite à travers les expositions comme un voyage à travers le spectre des couleurs. «Cette dimension ludique, très directe, simple, communicative se révèle très pop», remarque Jakob Sand. Et pour ceux qui ont gardé leur fraîcheur d'enfant, un kit de 774 pièces figurant le centre est désormais disponible. Que Jean-Charles de Castelbajac ait imaginé un défilé animation en Lego, il y a plus de dix ans, n'étonnera pas quand on s'intéresse à l'univers de ce créateur à la personnalité marquante et qui caractérise à lui tout seul un état d'esprit malicieusement décalé quand ce n'est pas provocateur. Son très pop totem Giga la Vie, un «monument aux vivants», tout en couleurs - rouge, bleu, vert, noir, blanc, jaune, orange -, haut de 14 mètres, domine depuis plus de dix ans le parc André-Malraux à Nanterre et a été décliné en version lampadaire. «L'idée se cristallise autour de la religion du signe, la forte intensité de la couleur et des dessins qui marquent ponctuellement mon travail. Ma particularité, c'est d'être pop héraldique.» Autres symboles forts de cette communication, de cette culture logo, les chaises multicolores qu'il a dessinées pour Fermob ou la collection de papiers peints, le modèle «hip-hop» entre autres, qu'il a dessiné pour Lutèce.

Acteur incontournable de cet univers, l'éditeur Kartell rassemble l'histoire des soixante-sept années d'existence de l'entreprise dans son Kartell Museo à Milan. Réalisée en collaboration avec l'Adam (Brussels Design Museum), l'exposition *A Tribute to Componibili* présente une sélection de ses pièces historiques et d'objets inédits à travers une installation qui célèbre le cinquantième anniversaire des Componibili, premières pièces modulaires de mobilier en ABS conçues en 1967 par Anna Castelli Ferrieri. À voir jusqu'au début de l'année 2018 à Bruxelles. D'autres icônes et pièces originales sont à découvrir, du 5 au 30 décembre, chez Sentou dans le showroom Bastille lors de l'exposition qui retrace sept décennies de création et de collaboration avec des designers initiées par Robert Sentou. Ce fabricant, éditeur et commerçant était aussi cousin de Roger Tallon, dont le tabouret Cryptogamme est réédité pour l'occasion en couleurs résolument très pop.

Design strip, les designers donnent le ton

En images

La rédaction vous conseille :

Le retour en force du rotin, ou l'éloge du naturel

Marcel Wanders illumine Christofle avec la collection Lumières Jardin d'Eden Design, le "made in France" est désormais de plus en plus accessible

Tags : Kartell, mobilier, Mobilier en plastique, designers, Tendances, FIAC

À PROPOS DE L'AUTEUR

Catherine Deydier



Journaliste

SES DERNIERS ARTICLES

Un air pop souffle sur le mobilier design

Hennessy en arts majeurs

Subtils contenants

© Madame Figaro