



34 lundi 28 octobre 2024 LE FIGARO

DESIGN

Sophie de Santis

Elles ont traversé les époques et n'ont pas pris une ride : les pièces emblématiques créées en France au cours des XX^e et XXI^e siècles, devenues, pour certaines, des best-sellers, sont réunies dans une exposition à la galerie French Design by VIA, à Paris.

La chaise A de Tolix, le canapé Togo de Jean-Baptiste Fastré, la suspension Vertigo de Petite Friture... Qu'ont-ils en commun ? Ils trônent sur le podium des créations intemporelles. Tels des bijoux de savoir-faire qui reflètent une époque, un mode de vie. Ces pièces sorties de l'imagination d'un bricoleur ou d'un designer, et qui connaissent toujours un succès populaire, comme on le dirait d'un tube de Dalida ou d'Aznavor -, sont aujourd'hui considérées comme des icônes du genre.

À quels critères un objet doit-il répondre pour accéder au rang d'icône ? Fonctionnalité, esthétique, unicité ? « Il faut prendre des risques, tout simplement », affirme Emmanuelle de Fonds, la co-commissaire de l'exposition « La Fabrique des icônes », qui se tient à la galerie French Design by VIA, à Paris (11^e), où une vingtaine de pièces, triées sur le volet, incarnent une certaine idée de l'esprit créatif français. Peut-on vraiment parler de prise de risque en matière de design ? « De même que dans l'industrie du cinéma ou de la musique, la création de mobilier est un métier de défis », ajoute Jean-Paul Bath, directeur général du French De-



Le secret des icônes du design français

sign by VIA, entité chargée de la valorisation de l'innovation dans l'ameublement, créée par le ministère de l'Industrie il y a quarante ans. Le risque, en effet, est partagé entre le créateur, le fabricant ou l'artisan et, bien sûr, l'éditeur qui va diffuser la pièce. Chez Tolix, une entreprise familiale fondée en 1927, on parle de « se réup-

roprier un peu de patrimoine français », selon les mots de l'entrepreneur Emmanuel Diemoz, à la tête de Tolix. Marque qu'il a exhumée de l'oubli, avec son associé Antoine Bejui, en 2022. Alors que Tolix, qui avait été le fleuron de la chaise en acier galvanisé imaginée par Xavier Pauchard en 1935, puis réinterprétée en 1956 par son fils



Jean, commençant à décliner, les deux entrepreneurs, attachés aux belles maisons françaises, croient en une renaissance. De même qu'ils avaient redressé la marque Balmain entre 2000 et 2017, ils s'attellent à faire revivre la Chaise A, en particulier, ainsi que les nombreux produits signés Tolix. « Depuis que Tolix est tombé dans le domaine public, en 2018, soixante-dix ans après la mort de son créateur, Xavier Pauchard, des centaines de contrefaçons asiatiques, surtout chinoises, ont envahi le marché, déplore Emmanuel Diemoz. Nous nous devons de réagir et de relancer cette entreprise classée au Patrimoine vivant depuis 2006 par le ministère de la Culture. » Comment ? « En proposant un nouveau produit plus léger et moins cher tout en respectant l'ADN de la marque », précise-t-il.

Prouesse technique et esthétique

Soit une nouvelle Chaise A en acier texturé, déclinée dans une palette de douze coloris différents, et vendue 180 €, uniquement sur le site de Tolix, contre 380 € pour une édition du modèle original. Les ouvriers de l'usine, toujours basée à Autun, en Bourgogne, continuent de cintrer des tubes et d'emboutir les feuilles d'acier, de souder et de polir à la main. Avec un showroom installé sur le très chic boulevard Saint-Germain, un partenariat avec la Villa Noailles et une plaque d'identification indiquant son origine, Tolix replace sa Chaise A dans la vitrine des objets désirables et accessibles à tous, de Paris à New York.

Au-delà de la prise de risque du fabricant, une pièce de mobilier devient populaire lorsqu'elle sait prendre toute sa place dans le salon des clients, de leurs enfants et peut-être de leurs petits-enfants. Indéniablement, le canapé Togo fait partie de ces succès commerciaux qui font briller l'industrie du meuble français à l'international. Objet intergénérationnel du XX^e siècle, le Togo, caractérise quelque chose de son époque, correspond à un mode de vie. Dans les années 1970, en pleine époque hippie, Michel Ducaroy dessine une assise au ras du sol sans pieds ni accoudoirs, qui séduit la jeune génération par sa cool attitude. Il casse alors les codes conventionnels du mobilier. La famille s'y love pour regarder la télévision. La dessinatrice Claire Bretécher y vautre ses Frustres et le publicitaire Jacques Séguela vante son image disruptive. On apprend sur les cartels détaillés de l'exposition que plus de 2 millions d'exemplaires du Togo se sont vendus depuis 1973, la pièce la plus vendue de la marque à ce jour. Un beau succès qui permet à Ligne Roset de continuer de briller dans le monde avec 50 000 pièces encore écoulées chaque année, ce qui représente 40 % de la production

1. Le miroir Zodiac Bumper (2018) de Jean-Baptiste Fastré, édité par Moustache, et la Chaise A (1935) de Xavier Pauchard, éditée par Tolix.
2. La suspension Vertigo (2010) de Constance Guisset, éditée par Petite Friture.
3. Le canapé Togo dessiné par Michel Ducaroy, édité par Ligne Roset (1973).
LE FRENCH DESIGN BY VIA

destinée à l'export du fabricant français. Le tissu Floraly, à motif fleuri, a même été remis au goût du jour l'an dernier à l'occasion des 50 ans du Togo.

La recette perdure. C'est souvent de la rencontre entre un créateur, un fabricant et un éditeur qui a du flair que naît un objet qui prendra le statut d'icône. Une alchimie entre un dessin dans l'air du temps, un procédé original et un sens pointu du marché pour placer le produit sur la scène commerciale, très concurrentielle, est nécessaire. Au plan national, d'abord, et au-delà des frontières. C'est le cas de la suspension Vertigo, imaginée en 2010 par Constance Guisset.

Un succès populaire qui permet à la créatrice - alors, encore débutante - c'est son projet de fin d'études - et à la naissante maison d'édition Petite Friture d'éclater au grand jour. En s'inspirant d'une tente Quechua dépliée, Constance Guisset a réalisé une suspension très aérienne dont la prouesse technique et l'esthétique ont été saluées très tôt par les professionnels. Elle a intégré de nombreuses collections permanentes à l'instar du MAD et du MoMA. Aujourd'hui, l'objet en fibre de verre, acier et ruban en polyuréthane posé à la main est toujours fabriqué en France et reste le premier produit vendu par la maison Petite Friture. La rançon de ce succès ? Vertigo est beaucoup copié.

Plus compliqué à reproduire et plus onéreux, le canapé Borghese (2012) de Noé Duchaufour-Lawrence, toujours dans le top trois des ventes du fabricant La Chance, représente 10 % du chiffre d'affaires de l'éditeur français. De même pour le très étonnant miroir mural Zodiac Bumper (2018) de Jean-Baptiste Fastré, édité par Moustache. Le jeune designer de 40 ans, lauréat du Grand Prix 2011 du jury Design Parade 6 à la Villa Noailles, s'est amusé à imiter de la manière la plus réaliste la structure gonflable du bateau, le Zodiac, et les codes nautiques.

Le miroir à la forme très ludique, en céramique à la finition émaillée dans différentes couleurs, connaît depuis six ans un succès non démenti. Son statut d'icône semble déjà mérité. ■

« La Fabrique des icônes », jusqu'au 13 décembre à la galerie French Design by VIA.

NOUVEAU

LE FIGARO
NUMÉRO ANNIVERSAIRE
Asterix
UN MYTHE FRANÇAIS
65 ANS D'AVENTURES PAR TOUTES LES ÉDITIONS

13,90 €

65 ANS D'ASTERIX REVUS ET CÉLÉBRÉS PAR LA RÉDACTION DU FIGARO
132 PAGES, EN VENTE ACTUELLEMENT chez tous les marchands de journaux et sur www.figaro-store.fr