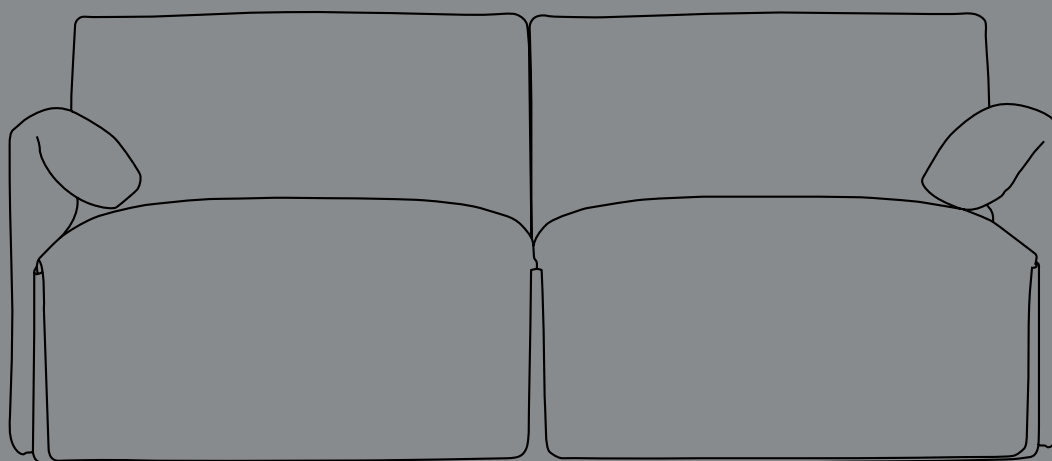


INTRAMUROS

PARIS

INTEMPORELS



2021-2022





54



106



154

INTRA-NEWS

- 10** En 2022, Valencia lance son offensive design !
- 12** Agenda
- 14** Designissimo, la chronique de Bénédicte Duhalde
- 22** Concours Camondo-Intramuros
- 24** Carte blanche

DOSSIER : L'ÈRE DU TEMPS

- 28** Viser l'intemporalité, objectif du design ?
- 32** Histoire. Espace et temps, forme et fonction : l'intemporalité du design au défilé de sa durabilité
- 38** Pierre Caye : « Transformer l'instant en maintenant. »
- 44** Portrait. Robin Bourgeois, artefacts d'époques
- 46** Éclairage. « Le Slow Made n'est pas l'éloge de la lenteur mais celui de la temporalité. »
- 52** Luxe. Les précurseurs du temps présent
- 54** Portrait. Pierre Gonalons, conteur d'histoire
- 60** Rencontre. Charlotte Macaux Perelman et Alexis Fabry, la juste distance
- 64** Art de faire à la japonaise.

- 70** Fondation Bettencourt-Schueller, le temps de faire
- 76** Portrait. Grégory Lacoua, designer d'utilité publique
- 80** Le design a toujours la cote !
- 84** Rencontre. Elliott Barnes, ou les arts décoratifs à fleur de peau
- 88** La photo décryptée. Une certaine idée du luxe.
- 92** Décryptage. « Les technologies du numérique nous font entrer dans l'Hypertemps »
- 94** La montre, ce garde-temps
- 100** Vers un conservatoire du « design à la française » ?
- 102** Portrait. Warren et Laetitia, objets raisonnés
- 104** Portrait. Tobias Brunner, social design

DÉVELOPPEMENT DURABLE

- 106** Philippe Starck : Dessiner pour longtemps.
- 108** Démarches environnementales, entre engagement volontaire et injonctions réglementaires
- 110** Laurent Corio, designer en dissidence

ÂME DU DESIGN

- 116** Enquête. Le lin, matériau brut du design
- 124** Philippe Hurel au rythme du temps
- 128** Hästens, le sommeil, tendance ultra luxe

ARCHI D'INTÉRIEUR

- 130** Projets.
- 140** Concevoir avec le passé
- 144** Espaces extérieurs.
- 146** Meljac, précision et sur-mesure
- 151** Optimiser les solutions de rangement avec Salice

LAB

- 154** Mathieu Lehanneur, chambre avec vue
- 158** La voiture est morte, vive le pod automobile !
- 160** Carapate, mini-caravane optimisée

162 Abonnement

INTRAMUROS

PARIS

(i)ntramuros
GROUP

110, bd Jean-Jaurès
92100 BOULOGNE BILLANCOURT
Tél. : +33 1 40 96 35 84
contact@intramuros.group
www.intramuros.group

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION
Frédéric MARTY

RÉDACTRICE EN CHEF
Nathalie Degardin
nathalie.degardin@intramuros.group

COMITÉ ÉDITORIAL
Sandra Biaggi, Jan Coucaud,
Bénédicte Duhalde

ONT CONTRIBUÉ À CE NUMÉRO
Soizic Briand, Laurent Catala, Maëlle Campagnoli, Virginie Chuimer-Layen, Anne-Françoise Cochet (SR), Cléa Daridan, Litza Georgopoulos, Olivier Namias, Cécile Papapietro-Matsuda, Maia Pois, François Reutin, François Salanne, Anne Swynghedauw

FONDATEURS
Chantal Hamaide et Thierry Houplain

DIFFUSION
Didier Devillers
Destination média
d.devillers@destinationmedia.fr

DIRECTEUR COMMERCIAL
Emmanuel du Verdier
emmanuel.duverdier@intramuros.group

DIRECTEUR DE PUBLICITÉ ET DES PARTENARIATS
Thibault Carbonnel
thibault.carbonnel@intramuros.group

DESIGN GRAPHIQUE
Planète Graphique Studio/Paris
Michel Barkatz & François Payelle
Tél. : +33 (0)1 42 67 67 90

IMPRESSION
Printall - Imprimé en Estonie

ABONNEMENTS
Fabrice Salmon
fabrice.salmon@intramuros.group
Prix unitaire France : 13,50 €
Abonnement France : 50 €
Distribution kiosque : MLP
Offre d'abonnement page 162

Édité par :
SOCIÉTÉ DANTÈS SAS
au capital de 10 000 €
Intramuros Group
Dépôt légal no 207 : mars 2021
Numéro de commission paritaire :
0322 T 87758
No ISSN : 07 693710
(en cours de renouvellement)

Les articles publiés dans cette revue n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs. Tous droits de reproduction, de traduction et d'adaptation réservés pour tous pays. Cette revue peut être utilisée dans le cadre de la formation permanente. Il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement la présente publication, loi du 11 mars 1957 et code pénal article 425, sans autorisation de l'éditeur ou du Centre français du droit de copie, 3, rue Hautefeuille, 75006 Paris.



Pierre Goncalons, chez Rupture Records Store, Paris.
© Stephan Julliard

PIERRE GONALONS, CONTEUR D'HISTOIRE

Nathalie Degardin

Depuis deux ans, il signe l'une des scénographies de la Paris Design Week, celles dont on se parle d'un air entendu, ces adresses incontournables que l'on se transmet dans un bouche-à-oreille d'initiés. Entre pression et défi, ce rendez-vous est à l'image du designer : l'expression du beau, de pièces très fortes, narratives – voire exquises –, qui valorisent un savoir-faire d'excellence par leur approche technique et leur empreinte poétique. Mais que l'on se garde de catégoriser le créateur. Car ce grand curieux aux airs de gendre idéal cultive discrètement une pratique du design à 360 degrés. Rencontre.

Designer, architecte d'intérieur, décorateur ou directeur artistique ? Quand on lui pose la question, Pierre Gonalons revendique sans état d'âme l'ensemble de ces pratiques, sans que l'une prenne davantage le pas dans ses vingt ans de carrière : « *Je n'ai pas envie de m'enfermer dans une pratique spécifique. Peut-être aussi que je me sens plus libre au fil des années pour exprimer de plus en plus de choses à partir de plusieurs supports.* » Et pourtant, l'objet, le meuble, reste néanmoins son point de départ. « *De là, on peut tirer les ficelles vers du 2D, du graphisme, de l'image, qui m'importe.* » Construire des univers est peut-être le moteur du designer, ce qui le conduit aussi à de la direction artistique, comme il le fait actuellement pour une marque de textile, en soignant ses images, au sens littéral comme au sens figuré : « *J'ai choisi le lieu, les tissus, le photographe, le cadrage.* » Parmi les collaborations pérennes, il assure d'ailleurs, depuis 2016, la direction artistique de la galerie Paradisoterrestre, à Bologne.

Un «compagnon» du design ?

Loin d'avoir fait ses premières armes dans une agence de renom, Pierre Gonalons s'est construit tout seul, expérience après expérience. Son diplôme en poche, après quelques mois de free-lance, il crée en 2003 son agence, Ascète. « *Même pendant mes études, j'ai choisi des stages qui étaient en direct avec le client.* » Et depuis 2015, il autoproduit aussi des pièces en série limitée sous son propre nom.

Sans être particulièrement issu d'un milieu créatif, il a grandi dans un décor aux résonances d'image d'Épinal : dans

un corps de ferme en pierre taillée « *avec une extension très bourgeoise qui offrait un contraste étonnant, radical* », et, en toile de fond, la silhouette lointaine d'un château d'une ville gallo-romaine. Dans ce bain d'histoire, il choisit très jeune le design pour s'exprimer : « *Je voulais travailler dans l'univers de la maison, mais je n'avais pas la notion du contemporain. Je suis entré à 17 ans à l'École Camondo, j'ai dévoré les livres de designers, et j'ai vite compris qu'un parcours se faisait aussi de manière indépendante.* »

Et à chaque étape, il apprend. Ainsi, de l'univers des spiritueux, il retient le travail du verre et du retail. La création de lunettes le confronte à la plasturgie, à l'assemblage de mini-composants en métal, qu'il abordera sous un autre angle en créant des montres avec un mouvement Seiko.

Un passage par la case cosmétiques élargira son approche de la couleur, essentielle pour le produit comme pour le packaging : « *Tous mes projets m'ont apporté une masse d'informations sur des techniques et des capacités à produire. C'est naturel, pour moi, d'analyser une faisabilité.* »

•••

“Je n'ai pas envie de m'enfermer dans une pratique spécifique. Peut-être aussi que je me sens plus libre au fil des années.”



Rupture Arts & Books, rue du Vertbois, Paris III^e. L'architecture d'intérieur a été réalisée par Pierre Gonalons. © Stephan Julliard

•••

L'expérience de la forme

Pierre Gonalons s'affirme, dès le départ, par une vision très forte des matières et des formes et édite des premières pièces en béton léger dès 2003 : « *En France, Philippe Starck dominait le marché, avec une vision à 360° ; et il avait largement défriché le terrain pour l'existence de designers avec une créativité, une personnalité. Je dessinais, je faisais produire, je trouvais les artisans, et j'ai commencé doucement à les distribuer. C'est difficile d'arriver sur le marché avec une innovation de matière, et d'autant plus pour un jeune diplômé.* » Il fait partie des jeunes créateurs audacieux – disruptifs, dirait-on aujourd'hui – repérés à l'époque par FR66. Avec ce souci, déjà, de garder la maîtrise de l'univers qu'il veut faire passer. « *Les photos de mes premières pièces ont été faites au château de Maison-Laffitte. Je voulais montrer mes créations d'une certaine manière, que je ne retrouvais pas chez les éditeurs de l'époque. Avec cette envie de faire rêver que j'ai pu observer dans la mode, mais que je n'arrivais pas à voir dans le design.* » Il contrôle de A à Z la conception des produits, leur fabrication, la manière de les montrer et de raconter une histoire, d'essayer de les vendre, mais « *je laisse aux autres le fait de vendre la fonctionnalité d'un produit. Ce n'est pas ma façon de faire.* »

S'il a fait aussi des jobs alimentaires, il développe très vite son activité : « *Au bout de quelques années, j'ai travaillé sur de jolis projets pour Lalique, pour Pernod, pour des spiritueux, des lunettes et du flaconnage... Ils n'étaient pas signés – contractuellement anonymes –, mais c'était une formation passionnante.* » Et maintient ainsi dès le départ une démarche d'édition en parallèle de l'activité de sa propre agence de design. La liste de ses clients traduit cet équilibre qu'il conserve

aujourd'hui, de la Biennale de Courtrai à des solo shows à Art Basel Miami, de Knoll à la galerie Armel Soyer, de L'Oréal à Tai Ping, en passant par Chloé, Pernod, Nina Ricci, et bien d'autres. Il considère comme salvatrice la pluralité des secteurs. Dans son actualité, on retrouve aussi bien la collection Century, en lave émaillée, pour la galerie Vauclair que l'aménagement de la librairie Rupture, l'acquisition par le Mobilier national d'un canapé San Primo pour la Villa Albertine de NY, la Villa Médicis américaine. l'architecture d'intérieur d'un appartement vénitien, la finalisation d'une collection pour la manufacture Pinton... Sans compter des projets à venir pour un industriel russe.

Proposer une relecture

Directeur artistique de SIA à 32 ans, Pierre Gonalons s'y est forgé une expertise internationale : « *C'était une vraie aventure ! Ils avaient un portefeuille d'artisans dans le monde entier, j'ai donc énormément voyagé et visité d'ateliers adaptés à des marchés différents, du moyen au haut de gamme. Ce qui fait que, maintenant, je sais où se positionnent les prix, les fabricants, les capacités, les assemblages.* » Ces expériences multiples facilitent son dialogue avec les manufactures et les ateliers. Aymeric Duthoit, directeur de Duvivier Canapés, témoigne de la rapidité avec laquelle la collection Serge, présentée à Milan, s'est faite : « *Nous nous sommes rencontrés à Paris, et Pierre Gonalons est venu visiter nos ateliers quelque temps après. Une semaine plus tard la visite, nous recevions ses premiers croquis.* » Du premier jet aux premiers prototypes, moins d'un an s'est écoulé ! Même écho du côté de Martin Pietri, le fondateur des Manufactures Emblem, qui regroupent les maisons Taillardat,



L'Orangerie, Hôtel de Sully, Paris
Design Week 2021
Fauteuil Serge pour Duvivier
Canapés, Tapis Jardin Clos par
Tai Ping, lampe King Sun Murano
Edition Pierre Gonalons,
et Boisserie Féau.
© Stephan Julliard

“Sans qu'on y lise des inspirations trop évidentes, je référence toujours mes créations. Cela ne se voit peut-être pas, mais c'est ce qui leur donne de la consistance.”

•••

Craman Lagarde, Vernaz & Filles et Émaux de Longwy. Il souligne la capacité de Pierre Gonalons à comprendre les savoir-faire d'une maison d'excellence pour mieux la mettre au défi. La collection que le designer a créée pour les Émaux de Longwy est assez représentative de son appétence pour les arts décoratifs. « J'ai une prédilection pour la fin du XIX^e siècle, début XX^e, avant le basculement dans la modernité. Il y a une sorte d'explosion du mélange des genres, de l'éclectisme, de l'historicisme au début de la modernité, avec le design en Angleterre. » Si les Émaux de Longwy représentent une synthèse de ce qu'il aime, avec ses vases Chou et Baby Chou, il en détourne légèrement les codes : « Dans leur approche habituelle, la céramique est avant tout un support à la couleur, avec une technique particulière de cloisonnement. Moi, je voulais que la couleur crée la forme, comme un clin d'œil à la fantaisie du XIX^e. » Il dessine un principe d'enroulement de couleur, comme un schéma d'ADN, avec une référence à la confiserie. « On pourrait imaginer cette torsion en 3D qui tourne sur un écran, mais, en fait, cela donne une image d'un objet ancré dans la réalité. »

La collaboration se poursuit avec une carte blanche pour la conception d'un meuble d'exception afin de montrer aussi les capacités de l'atelier Craman Lagarde. « J'ai créé une gradation symbolique entre les éléments sur la terre, la nature, les végétaux, le ciel, les nuages et le cosmos, très liés aux arts décoratifs, avec une forme de pyramide que l'on retrouve chez Sottsass, Josef Hoffmann et Mendini, et dans les illusions du XIX^e avec les coques superposées. »

Son équilibre créatif, il le puise dans un univers joyeux, « presque enfantin, malgré cette approche chargée culturellement dans ma tête. J'essaie de l'épurer pour en faire quelque chose de très facile ».

Ces exemples témoignent du terreau d'inspiration du designer : « Sans qu'on y lise des inspirations trop évidentes, je référence toujours mes créations. Cela ne se voit peut-être pas, mais c'est ce qui leur donne de la consistance. Je ne cherche pas à faire des meubles de gens cultivés, chacun y voit ce qu'il veut. Cette relecture de l'histoire constitue vraiment 50 % de mon travail. Trouver le twist n'est pas évident, en effet, il faut tellement digérer les choses pour arriver à les proposer différemment, de manière contemporaine, idéalement avec une singularité. »

Cependant, s'il ne rejette pas la qualification de décorateur, Pierre Gonalons revendique son approche de designer : « Pour moi, c'est un même métier, designer, architecte d'intérieur, directeur artistique. Je trouve que le mot "designer" »

fonctionne bien, designer d'espace, de produit, d'image... J'aime cette idée d'arts appliqués. »

Garder le sens

Mais si les jeunes générations revendiquent volontiers cette appropriation de l'histoire (lire *Intramuros* n° 207, avril-mai 2021), Pierre Gonalons leur aurait-il ouvert la voie ? « Au départ, l'aspect trop orné n'était pas facile à faire passer, car il n'était pas perçu comme du design pur et dur, alors que, finalement, Starck ne faisait que ça à longueur de journée : raconter des histoires et aménager des hôtels comme des décors de théâtre. Mais personne ne s'en apercevait, tout le monde avait l'impression que c'était le designer ultime, et il s'amusait – avec raison – avec ce qu'on pensait de lui. Et il a malgré tout ouvert la voie à ce caractère décomplexé, même s'il en a fait tellement, peut-être trop. J'adore aussi Székely, les Bouroullec, qui sont plus radicaux mais aussi très français dans leur approche. C'est une des grandes avancées de la dernière décennie, car chacun peut proposer son approche, quelle qu'elle soit. On sort ainsi des grandes tendances internationales. Si la proposition est forte conceptuellement et émotionnellement, elle est légitime du moment qu'elle est nouvelle, qu'on ne sent pas la copie. Il y a une vraie envie d'aller plus loin. »

Il fustige cette idée de recette qu'il peut voir dans certains projets d'aménagement : « Je trouve qu'il y a parfois une survalorisation de la matière. Depuis quelques années, on fait des effets, on met des toiles enduites, des végétaux... Mais avec quel propos derrière ? Il faut qu'il y ait du sens, un design... Qu'il existe un écho avec le lieu dans lequel on est. Le sens, c'est quand on comprend les matières, les process de fabrication, la valeur des finitions. Il y a un langage, une symbolique des ornements. » Une attitude de designer ad vitam. /



Table d'appoint Century, Edition Galerie Vauclair.