

décorateurs et créateurs partenaires particuliers

Comment s'attire-t-on les bonnes grâces des décorateurs et des architectes d'intérieur quand on est créateur et détenteur d'un savoir-faire ? La question mérite d'être posée tant les deux professions sont complémentaires. À défaut de recette miracle, l'expérience des protagonistes permet d'établir son propre mode d'emploi.

PAR LAURENCE SALMON

dire que les uns n'existeraient pas sans les autres n'est pas loin de la vérité. Si la renommée d'un « bon déco » se mesure à la justesse de son goût, à la pertinence de ses propositions et à la qualité de son écoute, elle repose aussi sur le talent d'exécution des artisans ou créateurs dont il sait s'entourer pour mener à bien un chantier. Ces commandes sur mesure sont la Rolls du débouché pour les détenteurs d'un savoir-faire créatif. Pour entrer dans la danse des tandems gagnants, une touche de hasard et quelques solutions.

« Pour moi, le déclencheur a été l'envoi d'un mailing personnalisé à une centaine d'architectes et de décorateurs. Il s'agissait d'un échantillon de couleur format A4 adressé sous forme d'une grande carte postale. Les retours ont été nombreux. J'ai fait ça intuitivement, mais cela s'est révélé une bonne démarche marketing » se souvient Pierre Bonnefille. Si ce courrier a eu l'effet d'une bonne surprise, c'est par l'originalité de la démarche et par l'inédit de la matière proposée. « Savoir-faire et faire savoir », telle est la devise de ce spécialiste des coloris et effets de surface en tout genre. Quand il débute, en 1985, l'offre est limitée aux patines à l'éponge rapides, aux traditionnels faux marbres et autres finitions bas de gamme. Ébéniste de formation et

diplômé de l'École Boulle et des Arts décoratifs, Pierre Bonnefille élabore de belles textures à base de pigments minéraux. Une recherche sur la matière qui séduit aussitôt les professionnels du décor. Le bleu pompéien et le rouge antique des murs du *Café Marly*, aménagé sous les arcades du Louvre par Olivier Gagnère et Yves Taralon, c'est lui. Jacques Garcia l'appelle pour l'*Hôtel Costes* à Paris, Patrick Derderian et François Evelin pour l'hôtel-restaurant du *Zebra Square*. Quelques années et chantiers de prestige plus tard, l'alchimiste de la couleur est devenu l'un des partenaires privilégiés des grands noms de la décoration : Christian Liaigre, pour qui il vient de réaliser une fresque aux Bahamas, mais aussi Rena Dumas, Coralie Halard, Yves Taralon... Fréquemment sollicité par de jeunes créateurs en quête de collaborations, ce dernier reconnaît que « c'est le talent qui fait la différence et suscite l'envie d'un travail à quatre mains ». Et aussi, bien entendu, une question de « feeling ». Yves Taralon joue volontiers le rôle de parrain vis-à-vis des créateurs débutants, en les orientant vers des voies nouvelles. Ayant découvert les bijoux en bronze doré d'Hervé van der Straeten, il lui suggère de donner à ses pendentifs la taille de lustres et de faire de ses broches... des appliques. Puis lui passe commande d'éléments décoratifs pour le restaurant ●●●



Page de droite

Panneau de verre (technique mixte de sablage et abrasions) par Bernard Picotet pour l'artiste Jean-Charles Blais à l'université Léonard de Vinci à Courbevoie. Photo : G. Fessy.

Ci-contre

Les carnets d'étude et recherches de couleurs de Pierre Bonnefille.



●●● *La Casa Niki* à Tokyo, en 1995. L'expérience sera décisive pour Hervé van der Straeten, qui a multiplié par la suite ses interventions dans les domaines de la mode et de la maison.

L'architecte d'intérieur Eric Gizard avoue que le premier réflexe est de choisir des noms reconnus, ayant pignon sur rue, notamment en raison des délais d'exécution de chantiers, toujours de plus en plus courts. Cependant, comme ses confrères, il ne cache pas sa curiosité et le plaisir de découvrir « le » nouveau travail original capable de servir de manière unique un projet en cours.

se montrer au salon

Inutile de diffuser une petite annonce type « créateur cherche décorateur pour collaboration fructueuse », les salons professionnels sont l'endroit idéal pour se créer des contacts. « C'est le meilleur moyen de montrer ce qu'on fait et de lui donner une audience », précise Marie-Christophe, virtuose du fil de fer. Sa première participation à *Scènes d'intérieur* en 1995, a fait mouche : remarquée par le fleuriste-styliste Christian Tortu, elle créera pour lui, six mois plus tard, un décor chez Takashyama à New York. Après une longue absence, Marie-Christophe a choisi de renouer avec le salon en septembre dernier. Elle y présentait ses pièces uniques aux côtés d'une collection de quatre lustres. « J'avais besoin que les gens me voient ailleurs que dans les pages des magazines », explique-t-elle. En 1996, Pietro Seminelli, fait partie de la sélection des « Talents à la Carte » de *maisonObjet*, où il expose ses premiers textiles en lin plié selon la technique de l'origami. « Je me suis fait de nombreux contacts auprès d'architectes qu'il m'a été facile de relancer après ». Pour lui, les choses ont sérieusement démarré avec une série d'articles dans la presse (*Vogue*, *Maison Française*, *Elle déco*) toujours friande de nouvelles têtes dénichées... sur les salons. Aujourd'hui, sa clientèle est composée à 60 % de décorateurs - dont Peter Marino, Claude Nicolas, Michael Lewis - et 40 % de particuliers. Même si l'investissement est lourd, le créateur continue de participer au salon, qui « fait l'effet d'un véritable coup de pub ». Idem pour Pierre Bonnefille, fidèle chaque début d'année à *Scènes d'intérieur*. « Pour toucher les clients étrangers ». « C'est une magnifique vitrine car toute la profession y passe et c'est essentiel pour les contacts », reconnaît Thomas Boog, qui y expose depuis trois ans ses objets baroques en coquillage. Se montrer, d'accord, mais pas n'importe où : « Pas question de participer à

tout et n'importe quoi. Il faut repérer la manifestation et juger de son impact en termes d'image » précise-t-il. Certains vont même jusqu'à boycotter toute forme de salons, comme Frank Evennou, sculpteur et créateur de mobilier. Heureusement, si les architectes d'intérieur arpègent rigoureusement les allées de m², ils ne s'en contentent pas. « Je vois beaucoup de choses, des expositions de fin d'études aux foires d'artisanat, où le meilleur côtoie le pire », raconte Yves Taralon. Quant à Eric Gizard, familier de Londres et de Courtrai, il se promène aussi avec intérêt, dans le quartier Métiers d'art de *maisonObjet*. « On y trouve toujours des gens qui savent travailler une forme, une matière ou une surface. Le salon est un passage obligé, sinon je ne sais pas où chercher ». Créateur-ferrailleur installé près de Nîmes, Gérard Coquelin reconnaît que sa participation au salon a été indispensable au début de son activité. « car comment se faire connaître quand on ne sait pas vers qui se tourner ? ».

Ici se profile le vilain mot de « démarchage ». Frapper aux portes pour montrer son travail, c'est parfois la solution quand on manque de moyens et de contacts. « Quand on est autodidacte comme moi, dit Vincent Corbière, designer de meubles, on prend son dossier sous le bras et on se met en quête de la personne de qualité susceptible d'être intéressée ». Pietro Seminelli reconnaît avoir décroché ses premiers boulots, avec son « hook ». Encore faut-il pouvoir atteindre le décorateur, hautement sollicité et souvent entouré d'une équipe qui joue les intermédiaires, voire les barrages. Le courrier ne sert à rien, mieux vaut se déplacer en apportant du concret. Bernard Pictet, verrier de renom qui aujourd'hui travaille avec Peter Marino ou le cabinet Ory-Gomez, se souvient des « cinquante kilos d'échantillons » qu'il trimballait d'entretien en entretien... pour convaincre. Au-delà du temps passé, la pratique a un petit côté VRP qui en refroidit plus d'un. « Les quelques fois où j'ai tenté d'obtenir des rendez-vous, j'ai essayé des refus ou, au mieux, j'ai été reçu par le vingt-cinquième assistant », se souvient Thomas Boog. Pour attirer l'attention sur ses réalisations, ce dernier a choisi d'ouvrir, dès 1989, une drôle de boutique parisienne aux dimensions d'écran orné de ses coquillages. « Pour que la clientèle du luxe vienne à vous, il faut lui offrir quelque chose d'exceptionnel. S'il faut éviter l'atelier à Montreuil - trop excentré - et la galerie en appartement - trop discrète -, pas besoin non plus d'ouvrir un show room de 300 m² sur la Rive gauche. Il suffit d'un petit lieu dans lequel s'exprime toute la personnalité d'un travail. Les

14



Sculptures en fil de fer de Marie-Christophe.

étrangers adorent. Ils se déplacent, avec la page arrachée du magazine où l'on parle de vous. Thomas Boog sait de quoi il parle : 80 % de sa clientèle est internationale.

la solution galerie

Montrer pour être vu, tel est le credo de ce créateur qui s'envolera présenter pour la première fois ses réalisations à New York, en avril prochain. Même discours de Marie-Christophe, qui n'a pas attendu d'être sortie de l'École Penningen pour réaliser décors de vitrines ou scénographies. Ainsi l'ont découverte et appréciée, Frédéric de Lucca, Philippe Model, Dominique Bernard, Christian Tortu et Philippe Renaud, qui la sollicite souvent pour la mise en scène d'événements chez Hermès. Dans ce tout petit milieu, les noms circulent et arrivent vite aux oreilles des uns et des autres. C'est comme ça que la styliste de mode Alexandra de Gastines et l'architecte-designer Marie-Christine Dorner lui ont récemment commandé des mannequins de présentation en fil léger.

Pour les artistes du commercial, la galerie fait figure d'intermédiaire idéal, leur permettant d'exister par le biais d'expositions, tout en étant représentés en continu auprès d'une clientèle de décorateurs ou

de particuliers. Vincent Corbière a opté pour cette solution. « Je me sentais incapable d'assumer les relations publiques car je ne me sens bien que dans mon atelier à la campagne. Depuis 1991, je travaille avec Pierre Passebon. Entre nous existe un contrat moral. Un bon galeriste a un carnet d'adresses extraordinaire. Il m'a fait connaître auprès de décorateurs comme Jacques Grange ; je lui dois cette fidélité ». Comme le souligne Frank Événou, la difficulté pour le jeune créateur est de trouver le bon lieu. Il y en a peu. Élisabeth Delacarte de la galerie Avant-Scène défend son travail depuis 1990 et celui d'Hubert Le Gall, Mark Brazier-Jones ou Pierre Delthombe. Également décoratrice, elle sert d'intermédiaire entre le créateur et le commanditaire. « Élisabeth me protège beaucoup, elle va à l'essentiel avec le client. Tout mon travail passe par elle sans que nous soyons liés par un contrat. C'est une histoire de confiance », précise Frank Événou, qui a collaboré à des chantiers d'ampleur comme celui de l'ambassade de France à Beyrouth. Chez Gladys Mougín, les règles de respect mutuel entre galeriste et créateurs sont les mêmes, tout comme l'exigence de qualité. Laurence Montano, André Dubreuil, Amélie Dilleman, Michael Pohu ou Roland Mellan sont représentés chez elle. Ces deux derniers créateurs l'ont démarchée. ●●●



15

À gauche

Lustre d'Hervé van der Straeten dans le décor de La Casa Niki (Tokyo), signé Yves Tassinari.

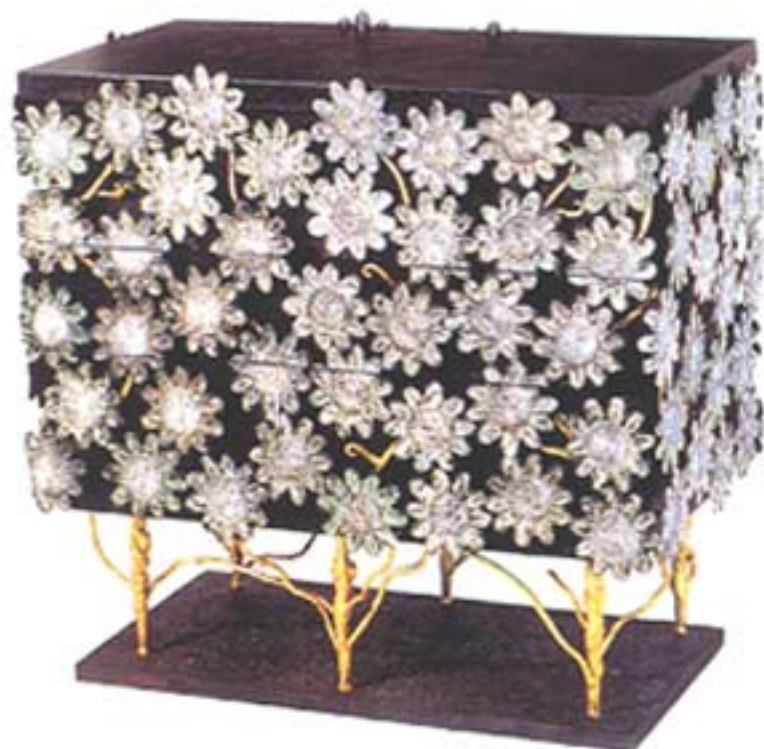
Ci-contre

Une intervention de Frank Événou sur le lustre et la porte d'entrée à l'ambassade de France de Beyrouth.

Ci-dessous

Cadre baroque sorti de coquillages par Thomas Boog.





16

●●● « Je ne peux pas m'engager sur des dessins, je veux voir. J'ai connu des déconvenues en découvrant du mobilier dont j'avais mal estimé les proportions sur photos », se souvient-elle. À Lyon, Jean-Marc Pichat arbore la double casquette de galeriste et de décorateur. Cela lui permet d'intégrer la production de ses artistes-créateurs Coquelin, Noguera, Pagart ou Barray à des chantiers comme le réaménagement des laboratoires Boiron en 1999.

agent : la pièce manquante

Être bien représenté est le souci premier des créateurs, et nombreux sont ceux qui regrettent que le métier d'agent n'existe pas dans leur secteur. « J'adorerais faire des décors pour le théâtre. J'aimerais rencontrer quelqu'un qui puisse m'ouvrir à d'autres milieux, hors de mon circuit personnel. Quand on est seul, on ne peut pas tout faire », explique Marie-Christophe. Pour Pietro Seminelli, le problème est différent. Il vient de déménager son atelier de confection en Normandie et ressent l'éloignement de la capitale comme un handicap. « Un décorateur qui a reçu notre documentation parmi d'autres, doit penser à la consulter. L'agent est là pour lui rappeler qu'on existe ». Dans l'idéal, un agent défend aussi auprès du décorateur les intérêts

financiers du créateur. Dans la pratique, les prescriptions se font sur commande sous forme de devis. « Tout doit être précisé de manière extrêmement rigoureuse », conseille Pierre Bonnefille. Yves Taralon aide volontiers ceux qui n'ont pas l'expérience du métier à définir leurs tarifs. « C'est très difficile d'établir la valeur de son propre travail quand on démarre. On a toujours l'impression d'être trop cher. Sur une pièce textile de grandes dimensions, il faut déjà compter 7 000 F à 9 000 F juste pour la façon », confie Pietro Seminelli. « On sait ce qui se pratique. Une galerie multiplie par deux, le décorateur perçoit 10 à 15 % du prix des travaux. Au début, je me basais sur le marché de l'art pour fixer mes honoraires », raconte Frank Événou. D'autres comme Thomas Boog comparent leurs prix avec ceux des antiquités. « Avec certains créateurs qui travaillent en solo, il est parfois difficile d'obtenir des devis avec une planification rigoureuse des délais. Or, ce qu'on vend au client, ce sont des projets clairs à un prix donné et qui doivent être réalisés en temps et en heure », remarque Eric Gizard. L'intervention de créateurs exige, en général, un budget conséquent. Travaillant actuellement sur un chantier de maison particulière à Londres qui avoisine les sept millions de francs, le jeune architecte d'intérieur prévoit déjà de faire appel à Jérôme Mazzera pour les patines et Hervé van der Straeten pour les luminaires. « Je ne leur demande pas un mouton à cinq pattes ou le contraire de ce qu'ils savent faire. Je ne cherche pas des exécutants. Au contraire, ils ont carte blanche, car c'est leur vision créative et leur savoir-faire qui m'intéressent et la manière dont ils vont pouvoir les intégrer à l'histoire du projet ». ●



À gauche
Commode d'Hubert Le Gall, une pièce
unique quatre faces, en bronze et bois.

Ci-dessous
Vincent Corbière dans son atelier.
Diffonrier en acajou noir et bruns
en noyer gravés, vernis au tampon.
Un travail à l'ancienne de
Vincent Corbière.