

DESIGN

La réinvention de la grenouille

SAGA Un batracien a fait le succès du céramiste français Jean Roger. Son petit-fils François valorise l'héritage de cet atelier parisien très particulier.

J MADÉLINE VOISIN

Jackie Kennedy, de passage à Paris en 1962 avec son président de mari, se précipite chez Jean Roger pour se procurer l'emblématique grenouille à picots du céramiste. Plus récemment, Michelle Obama en 2014 et la reine Maxima des Pays-Bas en 2010 sont passées à l'atelier du Marais, à Paris, maintenant dirigé par François, le petit-fils. « Michelle s'y est retenue à trois fois avant de s'y essayer, comme il le me suis donc retrouvé, un matin à 9h30, entouré de sa délégation et de ses gardes du corps, dans le studio où régnaient alors un désordre sans nom ! Je ne l'ai d'ailleurs pas reconnue, pensant qu'il s'agissait d'une richissime cliente, et lui ai expliqué que je n'acceptais que les commandes conséquentes des particuliers. Sa grand-mère possédait l'une de nos roulettes, cet objet doit avoir une symbolique pour elle et représenter, dans son esprit, le Paradis d'une certaine époque. » Il est vrai que cette pièce fait partie des classiques des années 1950-1960, deux sont toujours particulièrement frêtés : les chiens étrangers. « Mon grand-père a créé la marque en 1947, au départ, il s'agit d'un atelier de la faïence blanche, ce qui est d'ailleurs beaucoup plus simple. Puis, après une décennie d'existence, il a introduit quelques coloris, un bleu, un jaune, et le vert Victoria, un vert perle dans lequel il a décliné notre fameuse grenouille. Mon père, Jean-Jacques, après avoir rejoint l'aventure à la fin des années 1990, a beaucoup travaillé la couleur, passant d'un ton certain dans ce domaine. Nous disposons maintenant de plus de 200 nuances différentes. Je



François Roger (à droite) dans son atelier. L'emblématique grenouille à picots (ci-dessus) de Jean Roger se décline en 200 nuances.

travaille actuellement sur des versions en porcelaine qui aèrent le même aspect, mais la légèreté de l'objet, sa sobriété, sa texture ainsi que sa brillante sont différentes. J'aimerais l'associer à de nouvelles séries pop, un peu de séries bien vivantes, un jeune couple d'amour etc. Il est important de moderniser notre bestiaire. »

En 2008, Jean-Jacques Roger est sur le point de fermer boutique mais à des problèmes de santé, ne collaborant plus, par accident, qu'avec un seul client américain. « Il n'a jamais été question que je reprenne l'une de mes deux usines, prévues le relais. Ce n'est pas une passion que mon père m'a transmise en fait. » Cette même année, François, alors scolarisé, installe son bureau dans les locaux familiaux. « Ma carrière était bien lancée, j'étais reconnu dans



mon métier, mais je n'étais plus à me projeter. Me concentrant sur les prochaines étapes de ma vie professionnelle, j'ai réalisé qu'il y avait quelque chose à faire, une histoire à écrire. Évidemment, avant de faire part à mon père de ma volonté de reprendre l'affaire, je me suis livré et j'ai écrit une ambassade particulière et est, petit, j'aurais observé les tendances. »

Une petite équipe solide

Alors que ni son père ni son grand-père ne maîtrisaient cette discipline, François se dirige naturellement vers le tournage, effectuant son apprentissage auprès d'un spécialiste employé par la maison depuis vingt-cinq ans. En parallèle, le soir, il suit les cours de sculpture et de dessin de deux professeurs des Beaux-Arts et se familiarise dans la journée avec les techniques propres à l'atelier. « Je me suis découvert une ve-

lution de modeler-sculpteur, mon cœur de métier résidait dans la transformation de la terre. J'ai arrêté d'être peint avant de rejoindre la marque. Nous vivrions toujours à ce seul effet - ce qui n'a d'ailleurs autorisé à me faire le métier - mais la commercialisation n'a réellement commencé qu'en 2005. »

Depuis, les commandes affluent, de revendeurs étrangers ou de grands noms du luxe, tels Christian Louboutin - qui lui a laissé carte blanche pour la réalisation d'une fontaine de 3,5 mètres de haut sur 2 mètres de large pour l'ouverture de sa boutique de New York - et Dior - pour qui il confectione des bouquets depuis un an. « En trois années, mes œuvres sont passées de 250 kg à 10 tonnes de terre par an. »

Récemment, ses œuvres se sont jointes à lui, formant ainsi une petite équipe solide comprenant le sens des objets au niveau esthétique. S'il n'y a pas de rup-

ture délicate entre les classiques qu'il réédite et ses pièces originales - toutes sont ancrées dans un style végétal très modelé -, François Roger entend bien stimuler la création et attirer la grille dans le XXI^e siècle. Ainsi, le 25 mars prochain sera inauguré, rue des Tournelles, le showroom attenant à l'atelier, un espace d'exposition réservé dans un premier temps aux professionnels, sur rendez-vous. « L'endroit est attrayant et stimule la curiosité des passants, qui, depuis la rue, nous observent en plein travail. Je suis bien obligé de fermer à clé, sinon je suis constamment sollicité. Ce n'est pas une boutique, qui demande un personnel dédié, mais une vitrine sur votre savoir-faire. » Surtout, la marque compte bien, ce printemps, lancer son site d'e-commerce et proposer, enfin, ses précieuses œuvres aux particuliers. ■

www.jeanrogerdecoration.com