

STYLE

17 JANVIER 2020

ILS FONT RAYONNER LES ARTS DÉCO ET LE DESIGN

Certains sont bien connus, d'autres des valeurs montantes, avec des profils différents et des aspirations diverses, mais tous contribuent à apporter une vision nouvelle du design, des Arts décoratifs.

*Par Marie Farman
Photographe : Raphaël Dautigny*

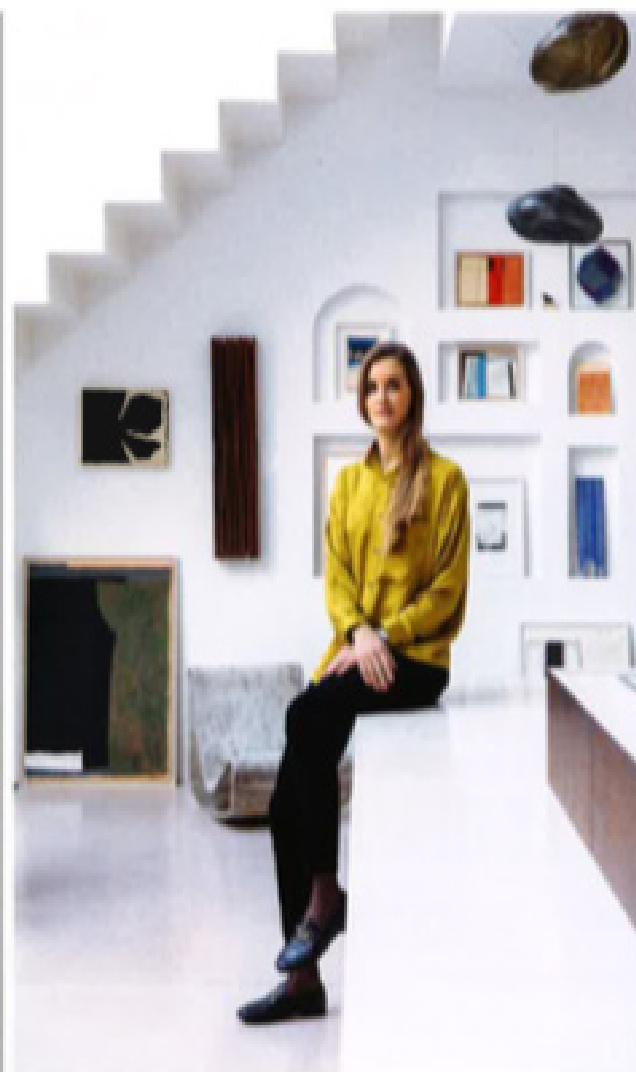
Dans l'appartement
parisien de l'architecte

UN DUO INSPIRÉ

HUMBERT & POYET, architectes d'intérieur

En douze ans, le parisien Emil Humbert et le monégasque Christophe Poyet ont su imposer leur style et leur sensibilité sur la scène internationale. Leurs projets, qu'ils s'agissent de résidences privées, d'hôtels ou de restaurants les amènent à voyager à travers le monde de la Corée au Brésil où ils touchent une clientèle très haut de gamme. Ils ont notamment réalisé les décors des beefbar, une chaîne de restaurants présents dans une quinzaine de grandes villes, les chambres de l'hôtel *The Hoxton*, à Paris, la boutique *Aquazzura* New York ou, plus récemment *l'Ultimate Provence*, un hôtel confidentiel au cœur d'un domaine viticole; sans compter les villas à Doha ou les chalets en Suisse. Le duo insuffle sa vision d'un luxe subtil et intemporel et assume un style très français « Nos clients recherchent un certain classicisme français, une connaissance des arts décoratifs et de l'artisanat d'art; l'architecture d'intérieur et le design français ont une réelle aura à l'étranger », constatent-ils. À 39 et 37 ans, ils sont aujourd'hui à la tête d'une agence de 20 personnes, et se partagent entre Paris et Monaco où ils viennent

Le Parisien Emil Humbert (à droite, photographié dans son appartement) et le Monégasque Christophe Poyet (à gauche) ont créé leur agence en 2008.



Amélie du Chail photographie son appartement. On y retrouve le même esprit que dans sa gal: volontairement aménagée comme une maison dans laquelle les œuvres prennent vie d'un contacte fan



de terminer un projet résidentiel de très grand luxe. Emil Humbert et Christophe Poyet incarnent cette nouvelle génération d'architectes d'intérieur globe-trotter qui perpétuent une certaine idée du goût à la française, et font la promotion des savoir-faire et des artisans afin que l'excellence perdure.

COMME CHEZ SOI

AMÉLIE DU CHALARD, fondatrice de la galerie Amélie Maison d'art

En 2007, la jeune femme inaugure à Paris une galerie d'un nouveau genre. Issue du monde la finance, Amélie du Chalard est entourée de gens disposant de gros moyens, intéressés par l'art et le design mais ne mettant pourtant pas les pieds dans les galeries. Partant de ce constat, elle repense le format de distribution classique en revisitant l'expérience clients. Sa galerie est conçue comme une maison « on s'y sent comme chez soi, c'est important de voir les œuvres dans un espace de vie », remarque-t-elle. Pour cela, elle a fait appel au studio d'architecture Batiik, qui a imaginé un espace à la fois chaleureux et sériel dans lequel on a immédiatement envie de s'installer. Elle y mélange art contemporain, avec une prédilection pour l'abstraction, et pièces de design en série limitée avec une sensibilité pour la céramique ou le textile. Elle vend des œuvres entre 1000 et 30000 euros, touche aussi bien le jeune couple primo-accédant que le chef d'entreprise installé. En parallèle, la jeune femme a développé une activité de conservateur. Missionnée par les architectes et les décorateurs, elle sélectionne des œuvres venant peaufiner l'atmosphère d'un hôtel ou d'un restaurant. Une dimension lifestyle qu'Amélie du Chalard assume totalement, pour elle l'art n'a pas exclusivement sa place dans les musées et les galeries.



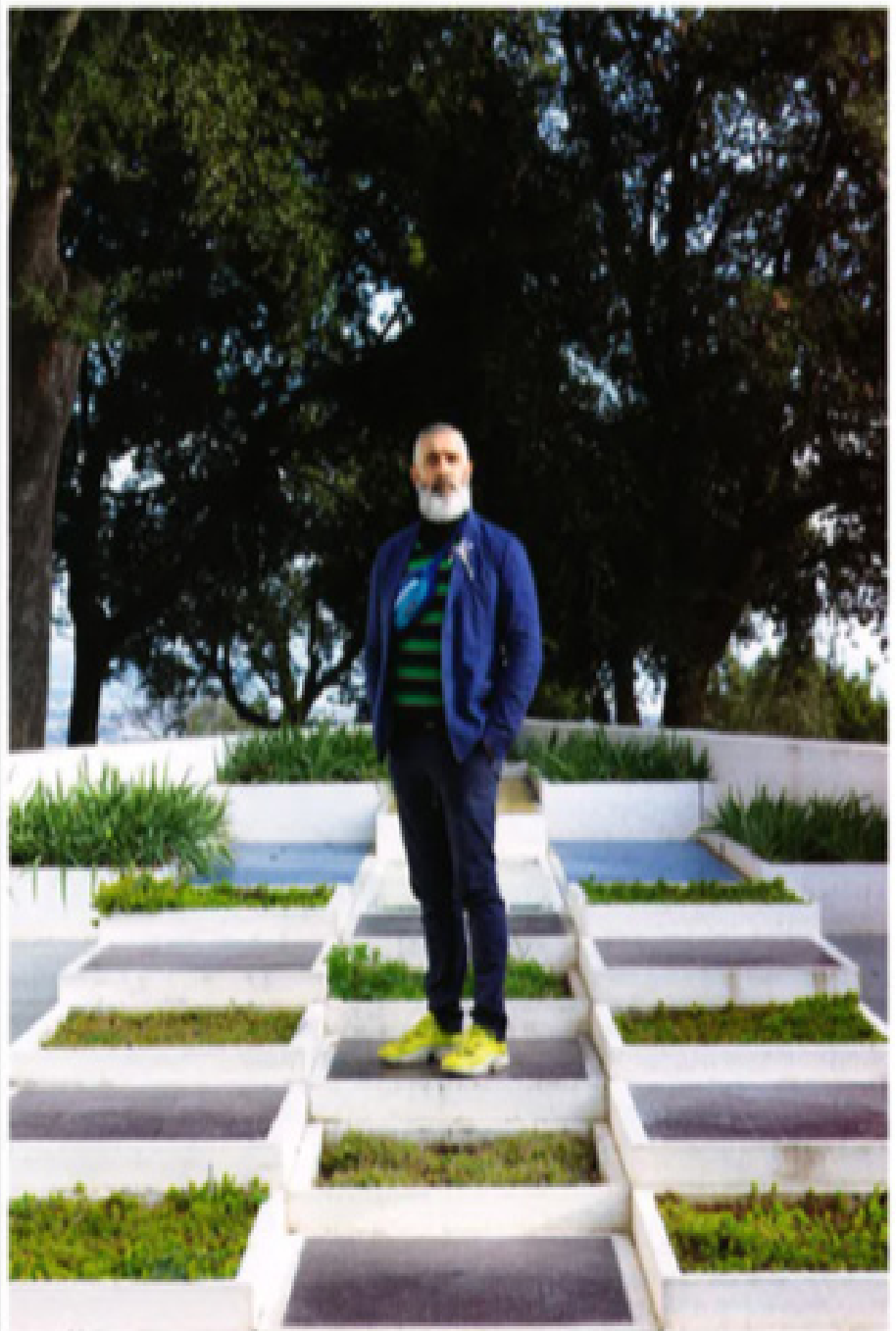
Jean-Pierre Blanc, dans le jardin cubiste dessiné par Gabriel Guverekian de la Villa Noailles.

En bas, le hall de la villa conçue dans les années 1920 par l'architecte Mallet-Stevens pour Charles et Marie-Laure de Noailles.

L'INTOUT FESTIVAL

JEAN-PIERRE BLANC, directeur de la Villa Noailles à Hyères

La Villa Noailles, conçue par Mallet-Stevens au début des années 1920 pour le couple de mécènes Charles et Marie-Laure de Noailles, accueillait déjà toute l'avant-garde artistique de l'époque. Jean-Pierre Blanc qui la dirige depuis 2003, en a fait un centre d'art d'intérêt national, doté d'un budget annuel 4 millions d'euros, le lieu poursuit sa mission de soutien à la jeune création et accueille des expositions pour une fréquentation de 60000 visiteurs. La Villa Noailles est





reconnue pour ses festivals, celui consacré à la mode, au printemps, et ceux consacrés au design et l'architecture d'intérieur l'été. Au fil du temps, ces deux derniers sont devenus des tremplins pour les jeunes designers et architectes. «Tous les gens qui y ont été prisés sont toujours dans le métier et font de belles carrières», s'enthousiasme Jean-Pierre Blanc. Il veille à une sélection innovante et installe les expositions dans de magnifiques lieux. Une alchimie créative unique, une ambiance libre et festive en font des rendez-vous incontournables. «La culture doit être vivante, c'est important selon moi de faire rêver, de donner de l'émotion.» Les festivals sont soutenus par de grandes marques telles que Seb ou Chanel, les institutions et les politiques locaux. Design Parade de Toulon consacré à l'architecture d'intérieur connaît un tel succès depuis sa création il y a cinq ans, qu'il y a attiré le Centre Pompidou et l'école d'architecture Camondo. L'évènement contribue à faire rayonner la région, un des leitmotifs de Jean-Pierre Blanc.

Prochain festival Design Parade Hyères et Toulon: du 25 au 28 juin.

ÉMOTION ET TRANSMISSION
SYLVIE CORRÉARD ET OLIVIER CABET,
 directrice générale et directeur
 du Musée des Arts décoratifs

Pas facile de se démarquer avec la pluralité de l'offre culturelle que propose Paris. Pourtant ces dernières années, le Musée des Arts décoratifs,



Ci-dessous: Sylvie Corréard, directrice générale, et Olivier Cabet, directeur du musée des Arts décoratifs, posent dans le nouveau département dédié au design et aux collections modernes et contemporaines du pavillon de Marsan.

En haut à gauche, les pièces du designer français Roger Tallon dont le travail avait fait l'objet, fin 2016, d'une rétrospective au musée.

discrètement niché entre l'inductable Louvre, l'incontournable Musée d'Orsay a su attirer l'attention grâce à des expositions phénomenales telles que «Dior, couturier du rêve» qui a attiré 700 000 visiteurs en 2017. Engagé dans une reconquête des publics, le musée propose une programmation enthousiasmante initiée par Olivier Cabet, à la fois exigeante, qualitative et inspirante; notamment grâce aux scénographies particulièrement soignées qui en font la signature du lieu. «La concurrence n'a jamais été aussi forte. Dans cet océan d'offres, il faut être le premier dans sa catégorie, la qualité est le n



« mot de la maison », explique Sylvie Corréard, sa directrice générale. Loin des modèles culturels marqués aux fréquentations fararinesuses, le duo a fait le choix d'affirmer l'identité du musée en mettant en valeur la richesse de ses collections, du design aux arts graphiques, et en proposant des expositions pluridisciplinaires reposant sur l'émotion et la transmission. Le musée attire ainsi un public fidèle et de plus en plus varié. Cette volonté de distinction porte ses fruits. « L'institution a une résonance à l'étranger : ce qui se passe au Musée des Arts décoratifs participe à une certaine définition de la France et

Patrick Perrin pose dans son appartement de Saint-Germain-des-Près. Le directeur du Salon Paris Art + Design

collectionne les objets et les œuvres d'art d'époques et d'inspirations diverses, des dessins anciens au design contemporain.



de l'art de vivre français», confirme Oliver Gabet. L'année 2020 sera marquée par la réouverture des galeries de la mode, formant le plus important espace muséal consacré à ce genre au monde. Il sera inauguré avec l'exposition « Harper's Bazaar », consacrée au célèbre magazine de mode américain. « Harper's Bazaar », du 28 février au 5 juillet.

UN ESPRIT OUVERT
PATRICK PERRIN, fondateur et directeur du Paris Art + Design

Il y a vingt-quatre ans, l'antiquaire Patrick Perrin créait le Paris Art + Design (PAD), un salon dédié aux arts décoratifs des ^{xx}e et ^{xxi}e siècles, à une époque où ces spécialités n'étaient pas encore leaders sur le marché. La période allant de 1995 au début des années 2000 les voit prendre radicalement le pas sur les antiquités, dont la cote baisse brutalement. Cette nouvelle marchandise précieuse ouvre le champ des possibles : elle est nettement moins chère, de nombreux courants et de noms sont à découvrir. Témoin de ce revirement historique, Patrick Perrin, pourtant grand spécialiste du ^{xviii}e, surfe sur la vague et décide de consacrer son nouveau salon exclusivement aux arts décoratifs du ^{xix}e et au design. Les plus grandes galeries françaises et internationales y côtoient des marchands émergents souvent issus des puces de Saint-Ouen. « L'idée était de faire venir des jeunes marchands et de nouvelles spécialités. Ce qui

Stéphanie Duplais sur l'un des 430 stands (dont 340 antiquaires) du marché Serpette, aux puces de Saint-Ouen.

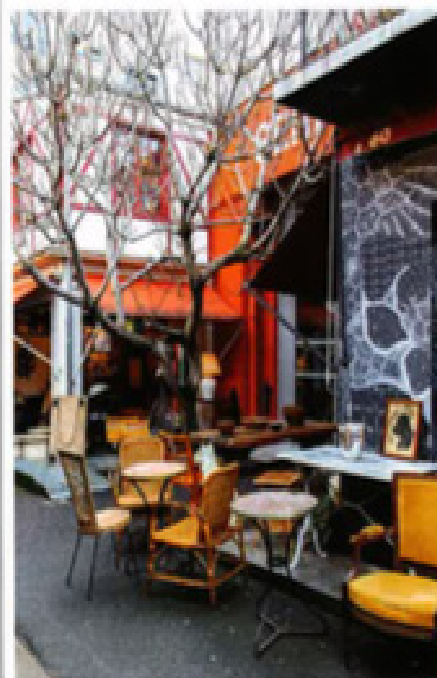
En bas, dans les allées du marché Paul-Bert.

m'intéresse c'est le mélange», déclare Patrick Perrin pour qui la France reste un pays de référence en matière de bon goût et d'exigences. Le Paris Art + Design qui a accueilli en 2019, 44651 visiteurs compte aujourd'hui 70 stands et continue de proposer au fil des éditions une sélection éclectique, où se construit le goût contemporain. Si Patrick Perrin a exporté son Salon à Londres, l'édition parisienne est pour lui la plus prospective. Les collectionneurs, décorateurs ou riches particuliers peuvent y faire d'exceptionnelles découvertes et être témoins de l'esprit avant-gardiste des marchands. Paris Art + Design, du 7^e au 5 avril, Tuileries.

ENTRÉE DANS LE XXI^e SIÈCLE

STEPHANIE DUPLAIX,
directrice des marchés Paul-Bert Serpette

Rien ne prédestinait Stéphanie Duplais à passer les week-ends aux puces. Après avoir travaillé pendant quinze ans dans une banque, elle entame une reconversion et monte une entreprise d'ébénisterie. En 2014, les mythiques marchés Paul-Bert Serpette, alors propriétés du groupe anglais Grosvenor depuis 2005, sont rachetés par le Français Jean-Cyrille Boutmy. Il nomme Stéphanie Duplais à la direction, espérant leur donner un nouveau souffle. L'ambiance y est morose, les marchands sont essouffés par une longue guerre contre l'ancien propriétaire et les allées se vident. La mission première de Stéphanie Duplais est de retrouver l'esprit des lieux. « Ces marchés regroupent des marchands atypiques, ce sont des passeurs d'émotion dont le moteur est la passion des arts décoratifs », explique-t-elle. Elle entame une petite révolution : crée une marketplace où est référencée la marchandise, incite les marchands





- au nombre de 350 - à s'inscrire sur Instagram, développe l'événementiel, fait la promotion des puces à l'étranger et accompagne la montée en gamme des marchés pour atteindre les 5000 visiteurs par week-end. Malgré la crise des gilets jaunes qui a chassé les Américains et les Chinois, et les récentes grèves qui ont diminué la fréquentation, Stéphanie Duplax garde le cap, elle voit arriver une nouvelle clientèle russe, italienne ou coréenne et mise sur le Grand Paris pour attirer encore plus de Parisiens.

LE CHIC SANS OSTENTATION
ARTHUR GERBI,
président du concept store Merci

À la tête de l'enseigne parisienne depuis son rachat en 2013, Arthur Gerbi, 34 ans, est le garant de l'esprit Merci, insufflé il y a dix ans par Marie-France Cohen, la fondatrice. Issu d'une famille d'entrepreneurs, Arthur Gerbi manage aujourd'hui 130 salariés avec qui il continue d'écrire l'histoire de ce lieu unique. « L'art de vivre est notre raison d'être, nous pensons chez Merci qu'il contribue au bonheur », déclare-t-il. Pour cela, il faut humer l'air du temps, anticiper les inspirations, observer les changements sociétaux, allier simplicité du quotidien et sens du détail - et ponctuer l'expérience de succès commerciaux comme avec la montre Merci, adoptée par Emmanuel Macron. Ces dernières années, le concept store est devenu un lieu de rendez-vous artistiques: les expositions thématiques se succèdent, des designers sont invités à créer des collections exclusives, des chefs s'installent en résidence. Arthur Gerbi et son équipe perpétuent cette atmosphère



Arthur Gerbi dans l'appartement Merci, le pied-à-terre de la marque situé boulevard Beaumarchais à côté de la boutique.

L'équipe Merci a tenu à conserver tous les détails d'époque de cet appartement typiquement parisien datant de la fin du 19^e siècle.

urbaine pour en faire un lieu de vie dans lequel se retrouvent les touristes comme les Parisiens. Il n'est pas question pour le moment de dupliquer le concept à l'étranger, Arthur Gerbi préfère se développer localement. Merci a récemment investi un appartement situé à deux pas de la boutique. Ce pied à terre, ouvert au public sur réservation, incarne le style et la vision Merci, symbole d'un art de vivre typiquement parisien. Merci accueille en exclusivité la première collection dédiée à la maison de L'UNIFORM. ●