



233 RUE ST HONORE, 75001 PARIS
T +33(0)1 4271 2046
www.favoriparis.com
M nadia@favoriparis.com

LAFFANOUR GALERIE DOWNTOWN/PARIS

nov - dec 2018

THE GOOD LIFE

p.198 à 200

Anne-France Berthelon

The Good Life

Le meilleur magazine masculin lifestyle - business et culture



THE GOOD LOOK

THE GOOD DESIGN

Design de collection



Entre création, passion et spéculation

Qu'on choisisse de l'appeler « design-art » – terme créé en 1999 par Alexander Payne, directeur du design de la maison de ventes aux enchères Phillips –, « art fonctionnel », comme le qualifie Julien Lombraïl, cofondateur de la Carpenters Workshop Gallery, ou simplement « design de collection », la sémantique est claire : il s'agit d'un nouvel eldorado pour les galeries, les marchands, les maisons de ventes aux enchères et les foires spécialisées. Et, peut-être aussi, pour les designers...

Par Anne-France Berthelon

Comment ne pas relever ce qui, rétrospectivement, ne peut être considéré que comme un indicateur implacable de ce qu'est devenu aujourd'hui le marché du design de collection – historique comme contemporain –, à savoir un terrain de jeu redoutable pour spéculateurs cultivés. En 2010 paraissait la première édition du livre *Why, What, How : Collecting Design in a Contemporary Market*, écrit par Libby Sellers, ancienne commissaire du Design Museum de Londres et galeriste indépendante farouchement défricheuse (sa galerie londonienne a, hélas, fermé ses portes). Or, cet ouvrage était édité non pas par Phaidon ou Flammarion, mais par... HSBC Private Bank. Il n'aura pas échappé aux amateurs de design rare que les traders ont infiltré le petit monde du design de collection. La mise en ligne des enchères a bien évidemment largement amplifié le phénomène. Selon *DeTnk Collectible Design Market Report*, qui analyse les données des ventes allant de l'Art déco à l'art contemporain réalisées par les maisons Christie's (New York, Paris et Londres), Sotheby's (New York, Paris et Londres), Phillips (New York



et Londres), Dorotheum (Vienne) et Wright (Chicago), le marché a bondi de 35 % entre 2016 et 2017. Il suffit également d'observer combien certaines pièces de Jean Prouvé, d'Eileen Gray, de Charlotte Perriand ou de Jean Royère, souvent boudées à l'époque de leur création, atteignent de nos jours des sommets en salle des ventes. Les grandes maisons de ventes aux enchères, comme Sotheby's, Christie's, Piasa, Artcurial ou Bukowskis, hier encore centrées sur l'art et les antiquités, ont toutes ouvert des départements spécialisés en design. Sur la boutique en ligne 1stdibs, fondée en 2001 par un passionné – Michael

Le design contemporain représente le segment en plus forte progression.

Bruno, puissant acteur américain de l'immobilier de luxe –, le design contemporain représente désormais le segment en plus forte progression. Il faut également compter avec le dynamisme de nouveaux formats de salons indépendants et nomades jouant la carte VIP, comme Nomad (Monaco, Saint-Moritz) ou Collectible (Bruxelles). Sans oublier les foires de référence, surfant sur la porosité (avérée ?) entre art et design dans le cœur des collectionneurs : Design Miami (à Bâle

et à Miami), Tefaf (à Maastricht et York), PAD (à Londres et à Paris)... A qui avait stratégiquement planifié et consacré à Charlotte Perriand au 1^{er} de la FIAC 2017, a proposé, le 23 octobre, « la première vente monographique mais dédiée à Ettore Sottsass dans le Repertorio Sottsass », selon Emmanuel directeur du département design. Et Jean-François Declercq, ancien collectionneur qui a choisi de vendre toute sa collection sonnante chez Piasa il y a quelques mois toujours galeriste (Atelier Je Bruxelles), il privilégie dorénavant le plus confidentielles telles que Lak Design Fair ou Arts Elysées, et mis dimension humaine : « La spéculation design] historique a toujours eu lieu. est passé du collectionneur à l'investisseur, certaines galeries ont tout fait pour le jeu de pouvoir entre marchands. Ils sont et parties, et font le marché. Ma démission aujourd'hui est presque naïve et philanthropique je cherche principalement à créer du et à accompagner des designers [concernés, NDLR], un peu à la façon dont les marchands du XX^e siècle – comme Leo par exemple – le faisaient avec des artistes fut un temps – prémondialisation et, pré-Internet – où les pièces de mobilier recherchées par les amateurs cultivés se vendaient chez les antiquaires ou dans les ventes. Du vintage sinon rien. En p.



2



3

1. LA MAISON ARTCURIAL A ORGANISÉ UNE VENTE AUX ENCHÈRES, EN MARGE DE LA FIAC 2018.
2. LIBBY SELLERS, GALERISTE ET ANCIENNE COMMISSAIRE DU DESIGN MUSEUM DE LONDRES.
3. CONÇUE ET SIGNÉE KARL LAGERFELD, LA COLLECTION ARCHITECTURES RELIE ANTIQUITÉ ET CONTEMPORAIN. LA TABLE UNTITLED II SE COMPOSE DE 5 COLONNES.

les créations de designers avant-gardistes tels que Pierre Paulin, Verner Panton ou Ettore Sottsass n'en existaient pas moins, mais la série limitée apparaissait alors comme peu compatible avec la soif de modernité pour tous, dont le design se voulait l'un des accélérateurs privilégiés. Le postmodernisme des années 80 a permis un premier virage. Une nouvelle génération de marchands atypiques a révolutionné le marché, dont Pierre Staudenmeyer, cofondateur en 1984 avec Gérard Dalmon de Neotu. Disparue en 2001, cette galerie a eu pignon sur rue à New York dès 1990, et a édité, en série limitée, de nombreux designers contemporains : Sylvain Dubuisson, Olivier Gagnère, Elisabeth Garouste & Mattia Bonetti, Pucci de Rossi ou Martin Szekely. Neotu a inspiré de brillants successeurs, comme le clame d'ailleurs Julien Lombraïl, de la Carpenters Workshop Gallery.

Le marché de l'art : bienfaits et dérives

Depuis les années 90, la logique de marché, couplée le plus naturellement du monde à celle de laboratoire créatif, s'est épanouie



4 questions à Julien Lombraïl

Cofondateur de la Carpenters Workshop Gallery.

Julien Lombraïl et Loïc Le Gaillard, cofondateurs de la Carpenters Workshop Gallery, font figure de *golden boys* du design. Après Londres, en 2006, Paris, en 2010, et New York, en 2015, ils viennent d'ouvrir une galerie à San Francisco, début octobre. Ils exposent cet automne, à Paris, la toute première collection de sculptures fonctionnelles en marbre rare de Karl Lagerfeld : *Architectures*, développée avec Aline Asmar d'Amman.

The Good Life : Comment est née l'aventure Carpenters Workshop Gallery ?

Julien Lombraïl : C'est mon milieu naturel. Mon père est commissaire-priseur et ma mère, Ingrid Donat, est artiste-sculpteur. Pour lui donner un coup de main, j'ai géré sa relation commerciale et sa production avec son galeriste new-yorkais, Barry Friedman. Celui-ci a voulu me rémunérer sur les ventes, ce qui n'était pas du tout prévu, j'ai donc refusé. Je lui ai dit, « j'ai 29 ans et je n'ai pas besoin d'argent. Par contre, si vous voulez, donnez-moi une œuvre. » Et j'ai choisi dans ses réserves, au hasard, une pièce d'édition incroyable d'un artiste que je ne connaissais absolument pas et qui était... Ron Arad [*la chaise Loop Loom, NDLR*].

Avec Loïc, un ami d'enfance, nous avons alors réalisé que l'offre était encore très restreinte dans cet univers. Nous avons donc décidé de devenir les spécialistes du design contemporain, ou plutôt de « l'art fonctionnel contemporain », et nous avons ouvert la Carpenters Workshop Gallery à Londres, en 2006. Nous ne voulions absolument pas avoir une approche « antiquaires ». Il y a deux galeries qui nous ont inspirés : Neotu et Kreo. Neotu n'existait plus quand on a commencé, et Kreo avait une approche ultradesign, très pure, mais parfois un peu sèche. Ce que nous aimons par-dessus tout, ce sont les vibrations artistiques dans un objet. Et également l'aventure avec les artistes et les artisans.

TGL : Des objets souvent à la frontière de la sculpture, mais la dimension fonctionnelle reste donc, pour vous, toujours présente ?

J. L. : Oui, elle est très importante. La frontière est ténue, mais s'il y a une fonctionnalité, nous voulons qu'elle soit totale, qu'il n'y ait pas un mensonge sur la promesse. Loïc et moi sommes nos premiers collectionneurs. On vit en immersion avec nos pièces – celles de la galerie, car on n'a pas les moyens de les acquérir toutes –, mais nos

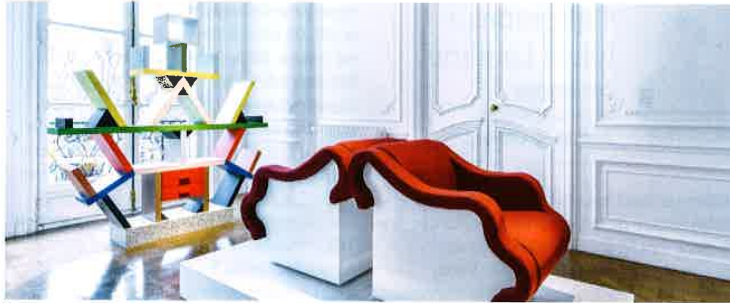
appartements sont des lieux où l'on reçoit, où nos clients viennent rencontrer les pièces. 90 % d'entre elles sont fonctionnelles. Les 10 % restantes sont des expériences. L'art fonctionnel touche un public beaucoup plus large que celui de l'art. La fonction est un point de départ pour accrocher – en art, il faut s'y connaître pour apprécier. Même un non-initié comprend que c'est un banc, même si c'est un banc fonctionnel. Les 10 % restantes sont des expériences. L'art fonctionnel touche un public beaucoup plus large que celui de l'art. La fonction est un point de départ pour accrocher – en art, il faut s'y connaître pour apprécier. Même un non-initié comprend que c'est un banc, même si c'est un banc fonctionnel.

TGL : Vous avez créé votre propre business-modèle ?

J. L. : Nous nous distinguons en mettant d'importants moyens financiers, mais également techniques et humains. Lorsque notre fournisseur principal, la première fonderie de France qui travaillait avec les plus grands, a fermé, nous avons fait le pari de monter notre propre atelier de production à Roissy : The Workshop. Dans cette ancienne usine de 8000 m² travaillent aujourd'hui 35 artisans. Neuf techniques où l'on fait de la recherche perpétuelle. Notre contribution artistique est de pouvoir élargir le champ des possibles pour nos artistes. Notre expansion est de la pure rationalisation. Loïc et moi n'avons aucun investisseur, on a une dette bancaire, mais si les banques nous suivent, c'est que notre business-modèle tient quand même la route ! Aujourd'hui, les collections des grands noms obtiennent des prix exceptionnels, car cela apporte de la valeur.

On veut s'offrir ce qui a appartenu à un grand œil. Le *Fauteuil aux dragons* d'Eileen Gray, difficile de rêver mieux. Or, un jour, on s'offrira l'œuvre d'Ingrid Donat achetée par Mark Zuckerberg. **TGL :** C'est ce qui a motivé l'ouverture début octobre de votre seconde galerie américaine à San Francisco ?

J. L. : Il s'agit d'une logique implacable, puisque 50 % de notre chiffre d'affaires est réalisé aux Etats-Unis. Nos clients américains sont cultivés, ils ont un rapport à l'argent très différent de celui des Européens et ils ont également des intérieurs beaucoup plus vastes. Ouvrir à New York en 2015, cela était une évidence. A San Francisco, il se trouve qu'on nous a offert une occasion incroyable dans un lieu exceptionnel : une église désaffectée de 2000 m², avec 20 m de hauteur sous plafond, en plein Financial District. Nous avions déjà fait un pop-up de six mois au sein d'une fondation, et vendu à quelques personnes emblématique de la Silicon Valley. L'idée de cette ouverture californienne s'est donc imposée comme une évidence. Cela va nous permettre de consolider nos acquis en ciblant cette clientèle, à la fois très fortunée et très jeune. Une génération qui fonctionne à l'instinct. Comme Loïc et moi, qui sommes très anglo-saxons dans notre approche, très directs, et qui aimons les challenges.



2



3



4

► grâce à des galeries qui font aujourd'hui toujours figure de références absolues : Kreo, poussée par l'audace de Clémence et Didier Krzentowski, à Paris et à Londres ; R & Company, portée par l'enthousiasme défricheur d'Evan Snyderman et Zesty Meyers, à New York ; ou encore Nilufar Depot, à Milan, dopée par la curiosité anticonformiste de sa fondatrice Nina Yashar... pour n'en citer que quelques-unes parmi les plus influentes. Toutes ont en commun de mixer, avec le même degré d'exigence, design vintage et contemporain. Et de commissioner en exclusivité de jeunes designers, édités en série limitée numérotée – généralement de 1 à 8 –, selon les règles rigoureuses qui prévalent dans le monde de l'art. D'authentiques plates-formes de soutien.

Anticiper les tendances

En parallèle, quelques marchands autodidactes au flair certain – Philippe Jousse (Jousse Entreprise), François Laffanour (Galerie Downtown), Patrick Seguin et Jacques Lacoste – ont, au tournant des années 90, choisi de s'allier pour investir dans le design moderniste français des années 50. Après avoir racheté en nombre le mobilier de collectifs signé Jean Prouvé, Charlotte Perriand ou Pierre Jeanneret, dont personne ou presque ne voulait, ils ont stocké (beau-coup) et attendu (patiemment). Résultat ? Depuis 2000, la cote de Jean Prouvé n'a cessé de

grimper de façon vertigineuse. « En 2003, on pouvait encore acheter une chaise Standard à 400 euros, raconte Jean-François Declercq, mais aujourd'hui, la spéculation m'a enlevé le goût de Jean Prouvé. » Le glissement de la philosophie du design pour tous qui avait présidé à la naissance de ces meubles ou architectures d'urgence, à l'élitisme de quelques privilégiés est troublant. Franchement gênant même, aux yeux de certains spécialistes du design, alors

Les gens ont conscience de la valeur des objets design, même dans les villages isolés.

que d'autres avancent que, sans cette désirabilité de marché, ces créations n'auraient jamais été sauvées de l'amnésie, voire de la rouille. Les musées ont joué un rôle non négligeable dans l'éducation du goût des collectionneurs, avec les expositions *Jean Prouvé. Constructeur*, qui s'est tenue au Centre Georges-Pompidou à l'automne 1990, et *Jean Royere. Décorateur à Paris*, au musée des Arts décoratifs (MAD) en 1999. On peut donc logiquement se demander si *UAM. Une aventure moderne*, qui a été à l'affiche jusqu'en septembre dernier au Centre Pompidou, ou *Tutto Ponti, Gio Ponti. Archi-designer*, qui vient de s'ouvrir au MAD, influenceront tout autant les prix dans

les années à venir. Une certitude en tout pièces rééditées et pièces vintage se se de faire-valoir mutuel. La marque finlar Artek, fondée par Alvar Aalto et dorénavant propriété du groupe Vitra, commerc aussi de nombreuses pépites vintage amateurs de design scandinave signées bien sûr, mais aussi Ilmari Tapiovaara ou Kukkapuro, dans la boutique 2nd Cycl tallée depuis 2011 dans un ancien gara centre-ville d'Helsinki. Pas de spécul féroce ici, mais un Polaroid du marct tualisé par les fondateurs, et de très b surprises parfois. Rencontré début sept à l'occasion de la Helsinki Design Week, Penttilä, codirecteur de 2nd Cycle, expl « Nous vendons aussi bien à des musées qu étudiants qui se meublent pour la premiè Une chaise des années 90 peut être prop 200 euros, alors que la version neuve ré est à 400 euros. Ce n'est pas le cas des tabo qui sont la création la plus iconique et l innovante d'Alvar Aalto [le prix de ven modèle neuf à la Boutique danoise, à est de 210 euros, NDLR]. Il y a encore hu, je pouvais en trouver à 7 euros au march puces à côté de chez moi. Hier, j'en ai a trois, en très bon état certes, mais ne d pas des années 30, et je les ai payés 250 chacun. Désormais, les gens ont conscièr, la valeur des objets design, même dans- lage le plus isolé de Finlande. » Le conce design pour tous, c'est cela aussi.