



DESIGN

La création mise sur le digital

ÉDITION Sur Internet, les plateformes de design se multiplient. Les nouveaux arrivants valorisent le mobilier d'exception.

A

MARGOT GUICHETEAU

aujourd'hui encore, le site Internet madeindesign.com reste une référence en la matière pour quiconque est à la recherche de mobilier d'édition. Les grandes marques telles que Kartell, Hay, Foscarini mais aussi les designers de renoms comme Philippe Starck, Patricia Urquiola, Tom Dixon y sont tous regroupés. Mais depuis peu, la concurrence est réelle. En ce moment, les Parisiens ont sans doute aperçu des affiches de The Cool Republic ou de l'entreprise anglaise Made.com placardées sur les murs du métro.

Des plateformes qui proposent avant tout un design accessible à tous. Ce marché en nette croissance (8% des ventes globales d'ameublement en 2015) montre qu'il y a de quoi faire. Certains ont vite perçu les opportunités et se sont spécialisés dans le domaine des pièces de haute facture. Les précurseurs sont, sans conteste, les Américains. Artsy est un modèle du genre. En un

clic, l'art mondial est à portée de main pour l'amateur. Gigantesque base de données pour toutes les disciplines confondues, le site met en relation le client et les galeries. On y retrouve aussi bien des pièces vintage que récentes signées des frères Campana ou de Dimorestudio. L'éditrice française Armel Soyer, dont la galerie, à son nom, se trouve dans le III^e arrondissement de Paris, a réussi à vendre un miroir de Mathias Kiss à 40 000 €, en Australie. « C'est une très belle vitrine pour nous, un relais de distribution. Artsy est une référence parce qu'ils sont là depuis le début et qu'ils ont de très bons partenaires, comme la grande foire de design de Miami. À cela s'ajoute un moyen très astucieux de recherche en fonction des couleurs. Ce type de site permet de justement faire découvrir de jeunes designers et de leur donner une légitimité. »

Essentiel dans un marché si difficile à développer parce qu'on ne peut garantir que le mobilier prendra de la valeur. Selon la galeriste, le problème avec Artsy est que le site mélange tous les arts. C'est donc sur la nouvelle boutique en ligne Kolkhoze qu'elle a trouvé son bonheur. « Cela m'a plu parce que les fondateurs se

sont focalisés sur le design contemporain et ils ont procédé à une sélection pointue. C'est très spécifique, donc valorisant. » Tout juste inaugurée mi-octobre, cette interface fondée par Thomas Erber et Thibaut Van den Bergh, un ancien producteur de films, est une passerelle entre les collectionneurs et la nouvelle génération de designers.

« Plusieurs galeries en une »

C'est le jour où Thibaut est entré dans une galerie pour admirer un meuble qui lui plaisait beaucoup sans avoir osé demander le prix que l'idée lui est venue. Il a suffi qu'il se rende compte du travail de son désormais confrère, dont le cabinet de curiosités est connu, pour décider de cofonder avec lui le projet. « Nous sommes comme plusieurs galeries en une. Nous faisons un vrai travail de curation. L'idée est de toujours garder en tête que les pièces doivent être contemporaines, graphiques, en exclusivité chez les galeristes. Nous garantissons la valeur et la provenance du produit tout en créant un contact avec le client en lui donnant les clés pour comprendre ce monde. » En somme, ils cherchent à convertir les amateurs de belles pièces en collection-



neurs avertis. Une parfaite mine d'or pour les galeristes en quête, quant à eux, de nouveaux acheteurs. Armel Soyer résume, finalement, très bien la situation: «*Nous cherchons à amener les clients vers une nouvelle aventure et ces plateformes nous y aident.*»

Autre histoire, celle d'Isabelle Dubern, d'Anna Zaoui, de Lily Froehlicher et de Caroline Clavier, qui montaient en septembre dernier The Invisible Collection. Le principe est simple: rendre accessible à tous les amoureux de belles pièces du mobilier conçu par les grands et initialement destiné aux chantiers et commandes

privées. Dans la lignée des arts décoratifs, on retrouve, entre autres, sur le site, le travail d'India Mahdavi, de Fabrice Ausset, Jérôme Faillant-Dumas, ou encore celui de la Libanaise Karen Chekerdjian en pleine ascension. Pour créer un maximum de visibilité, ces *working girls* mettent en place, en parallèle, des événements en boutique. «*Après avoir monté un pop-up store au Bon Marché, nous renouvelons l'expérience en novembre à Miami pour Art Basel Miami.*» Voilà que le digital passe au «*phygital*». ■



De gauche à droite: Armoire Nuit trouble de Piotr Sierakowski; Ikebana II de Karen Chekerdjian; Lounge Chair de Denis Milovanov; Tabouret Magma de Guillaume Delvigne. NADIMASPAR ET DR