

Changez facilement votre déco !

12 IDÉES POUR CRÉER UN NOUVEAU STYLE
NOTRE SELECTION DES 30 MUST HAVE

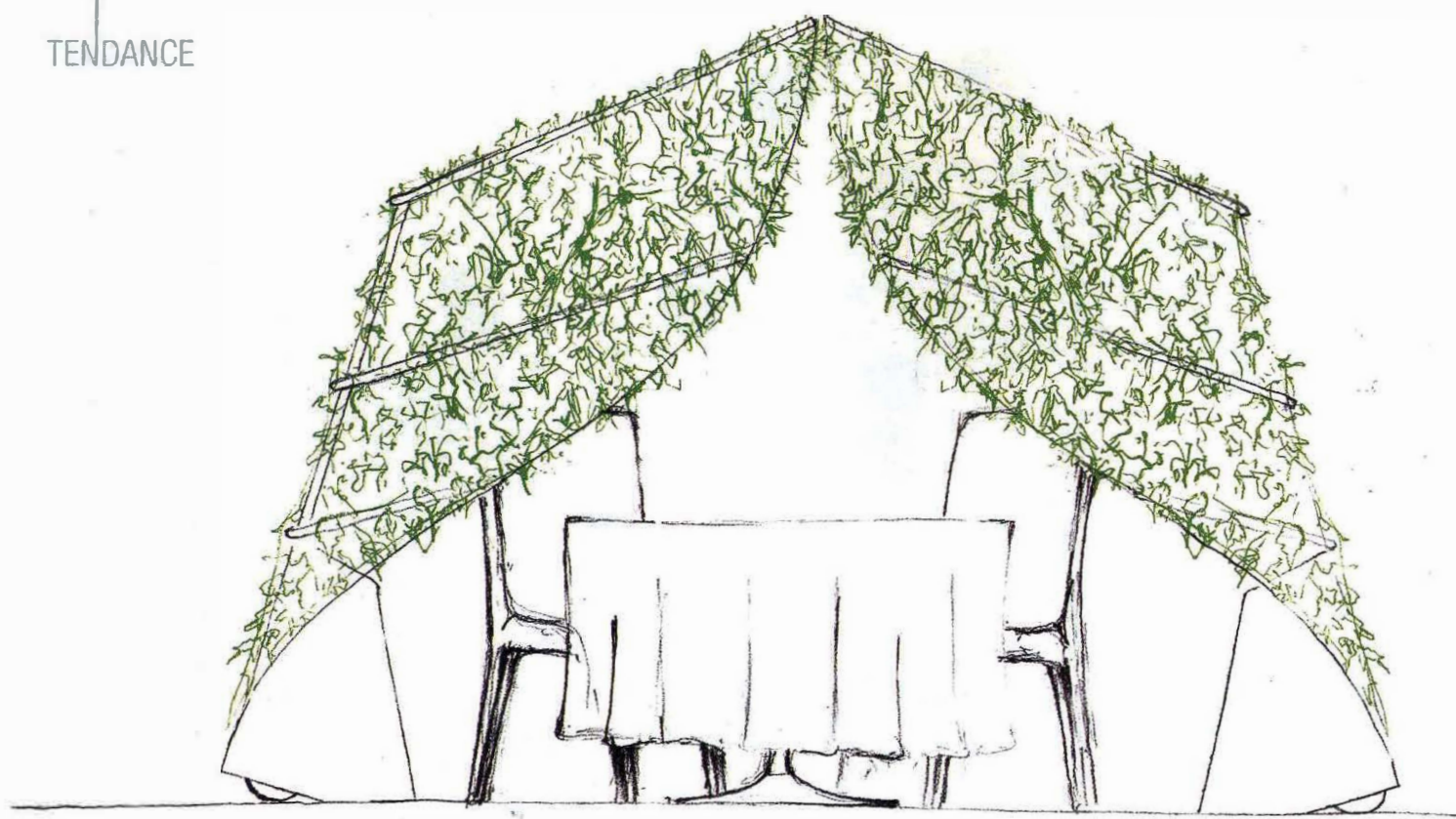
Nouvelle
formule

TENDANCE
le design chic
et glamour

Un intérieur
100% cosy

Leçon de style, conseils et
nouveau pour aménager
un cocon où il fait bon vivre





GERMAIN BOURRÉ

LE DESIGN à dessein

Il passe du design culinaire au design de produit avec une aisance intrigante. Partisan d'une approche pluridisciplinaire, Germain Bourré conjugue ses talents de créateur avec une expertise de consultant. /// Nathalie Degardin

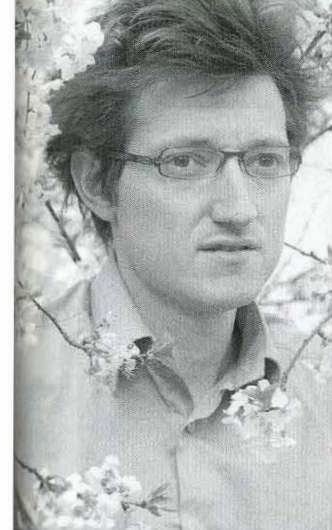
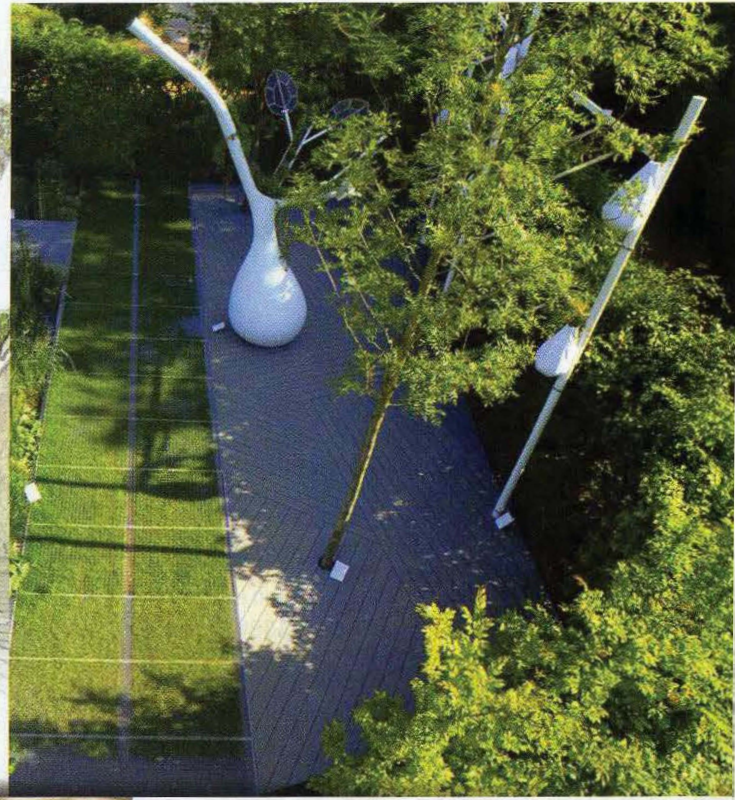
Germain Bourré est à l'écoute de ses contemporains. Quand il vous reçoit dans son agence, il prend le temps, coupe son portable et se tourne vers vous, attentif et prêt. Aussi, quand il vous affirme que ce qu'il aime dans le métier de designer, ce sont les rencontres qu'il génère, on le croit bien volontiers. « *La raison pour laquelle je fais du design, c'est parce que cela lie un dessin, une histoire, un savoir-faire, la magie passe à travers ce savant mélange. Ce qui me nourrit, c'est de provoquer les rencontres avec les gens.* » Il aime prendre la matière « à bras-le-corps » et repérer les savoir-faire, s'entourer des bonnes compétences. Il a grandi à Blois, dans un milieu où les artisans gardaient leur porte ouverte et

laissaient l'enfant puis l'adolescent les observer et les questionner. « *J'ai reçu une éducation qui passait beaucoup par l'oral. Ma culture du dessin, je la dois à une certaine fascination pour les carnets de Léonard de Vinci, où il notait absolument tout.* » Il en a gardé cette culture de la transmission, du partage d'une histoire. Ses créations s'inscrivent donc logiquement dans un processus, plutôt que d'être une fin en soi. Que ce soit en design produit, culinaire ou végétal, il revendique une même approche globale. Pour lui, la position du designer est à la croisée du consultant, du médiateur et du révélateur. « *Je dessine* », « *J'accompagne* », ces termes ponctuent l'explication de ses projets comme un leitmotiv assumé. Ses deux outils

principaux ? Le dessin et la photographie. Ils viennent en appui pour « *exprimer une intention* », pour atteindre un certain degré de communication avec son interlocuteur. « *La photographie est très utile en design culinaire, elle m'aide beaucoup pour trouver des points de rencontres, pour discuter de caractères techniques.* »

Le goût de l'expérimental

Germain Bourré est l'un des précurseurs du design autour des métiers de bouche : aux Beaux-Arts, en 2000, son projet de diplôme, très innovant, portait sur la conception de quatre plats dessinés mais consommables, créés à partir du poireau et du chou-fleur, en partenariat avec



/// ESPACE VERT

Le jardin structure ici la rue : des stations de lagunage longent les trottoirs, les plantes aquatiques créent une barrière de protection entre automobiles et piétons. Les lampadaires-baobab éclairent et stockent les eaux de pluie. **Jardin à la Rue, Festival des jardins de Chaumont-sur-Loire, édition 2011.**

/// À PORTÉE DE MAIN

Du salon au jardin, ces petits îlots en tôle peinte époxy se regroupent ou se dispersent pour accueillir ce que vous souhaitez garder à proximité : un verre, un livre, un téléphone... **Miloma, Petites rocailles, à partir 66 €**

Arnaud Lallement, chef de l'Assiette Champenoise à Reims. Quelques années après, Veuve Clicquot fait appel à lui pour créer autour d'une gamme de millésimés des événements liés à des menus dans des restaurants partenaires, de sorte que chaque plat raconte une histoire, soit prétexte à parler de la maison, du vin. Un défi qu'il relève avec une imagination débridée. « *J'ai commencé par écrire des cahiers, avec les dessins, les photos, les ambitions du projet. La capacité du design, c'est de mettre des images en face de mots : on les digère et on redessine ! J'ai ainsi pu mettre en avant les terres saturées en eau typiques de la Marne, les mouvements indispensables à l'élaboration du vin, l'attente nécessaire aussi pour la bonne*

année... J'ai même réussi à faire intégrer en cuisine la notion de créer un plat sans savoir quand on va l'arrêter ! » Un projet qui a demandé en préalable un travail d'écoute du client pour comprendre les besoins, les savoir-faire, les valeurs de la marque, dans laquelle il se retrouve en tant que designer, et faire le lien entre les chefs, l'œnologue, l'équipe marketing et le service presse. Cette culture de la marque, il l'a acquise dans son travail fait pour Cassina, Cappellini ou Lancôme, lorsqu'il assistait Jean-Marie Massaud.

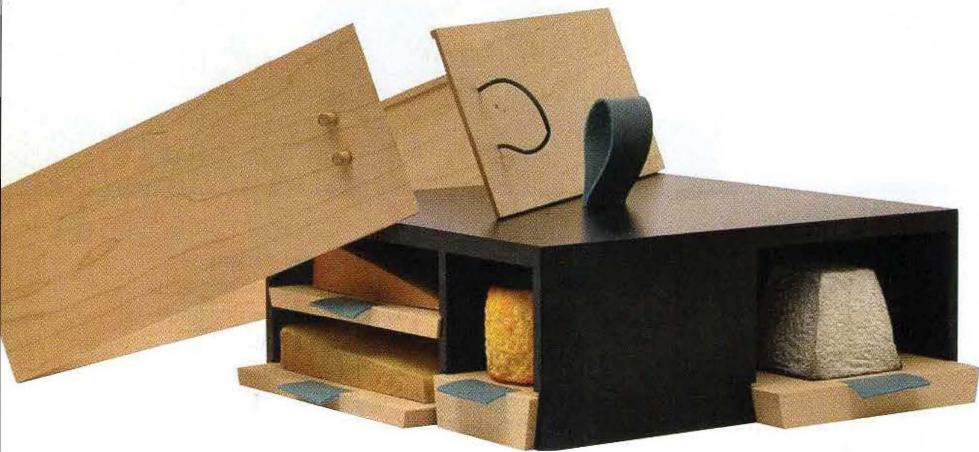
Au service de la matière vivante

En 2005, il décide de créer son agence, pluridisciplinaire, et monte parallèlement Miloma. Si cet

atelier d'édition donne une visibilité à ses outils, il génère en même temps des budgets pour la recherche. Mais attention, « *quand les pièces sont reconnues, on les laisse ensuite à des éditeurs à plus grande échelle. Chacun son métier, c'est pour cela que je tiens à cette appellation d'atelier d'édition.* » On y retrouve ces Petites rocailles, ces petits supports en tôle peinte époxy qui accueillent ça et là un livre, un verre... Quel que soit le matériau qu'il travaille, ce passionné aime la matière vivante et reste toujours dans un discours minéral et végétal. On retrouve cette constance dans l'une de ses dernières créations baptisée Entre elles, un bac en brique revisité pour accompagner le développement des plantes et présenté



/// LES ARCHISABLÉS Les sablés s'encastrent les uns dans les autres à partir du cœur de grands plateaux pour donner des paysages uniques à chaque installation. **Commande de Culturesfrance dans le cadre du projet « Déguste », 2007.**



/// TIROIRS SECRETS
Une boîte à fromage ingénieuse : en ôtant le cerclage, on accède à de mini-caves en bois comprenant des petites planchettes sur lesquelles sont posés les morceaux de fromage. **Libre à édition, Boîte A.**



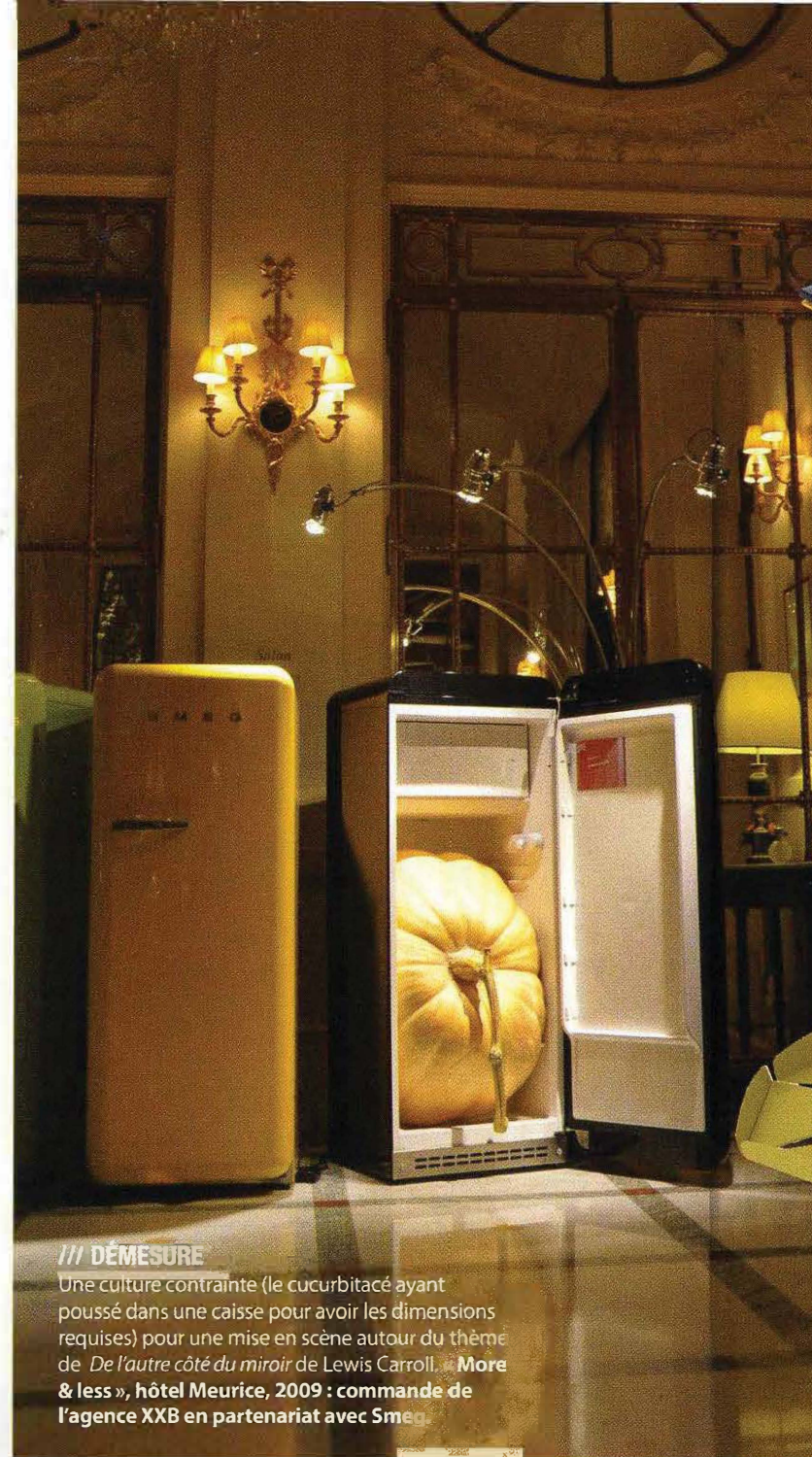
/// JEU DE LIGNES
Conçu pour l'exposition « Brique it », ce pot accompagne élégamment le développement de la plante, et joue sur la prolongation de l'espace existant entre deux briques. **Libre à édition, Entre elles.**

au Lieu du design lors de l'exposition « Brique it ». « En général, quand on utilise la brique, c'est avant tout pour mettre en avant la matière première. Pour ma part, j'ai voulu valoriser le dessin qui se forme lorsqu'on les agence et le vide, important, entre les briques. J'ai prolongé les lignes des intervalles en signifiant une protection du végétal. Le vide est nécessaire à l'expression, il est important, les Japonais le comprennent plus que nous, le vide c'est l'équivalent d'une respiration en musique, le temps de levée d'une pâte en cuisine. » Toujours dans cette volonté de questionner l'existant, son projet Jardin à la Rue, au Festival de Chaumont-sur-Loire en 2011, prenait à contre-pied l'idée même de jardin : « Comme on cherche toujours à créer des jardins dans des zones urbaines, nous sommes partis

de la démarche inverse en considérant la rue comme le jardin de demain. » S'inspirant du langage, avec le paysagiste Julien Maïeli, il élargit les zones de trottoir pour utiliser les capacités filtrantes de matériaux aquatiques pour purifier les eaux de pluie, arroser les végétaux à proximité et créer une zone de protection des piétons, tout en utilisant les capacités de la pelouse comme barrière phonique. La zone piétonne comprend une partie revêtue d'une sorte de parquet réutilisant des déchets industriels. Astuces ingénieuses, une grille posée sur la pelouse à 10 cm du sol permet un piétinement acceptable, sans arrachage des racines, tandis qu'un lampadaire-baobab capte l'eau, la stocke et fonctionne avec des feuilles photovoltaïques.

La place du designer

« Le designer doit faire des choix, c'est ce que je revendique, il doit aider à révéler la particularité de chacun. Souvent quand on est consulté, on touche des sujets qui dépassent ce pour quoi au départ on était consulté. » En cuisine, par exemple, un chef va avoir une bonne idée, mais ne verra pas forcément la nécessité de l'interroger jusqu'au bout. Ce que le designer va lui apporter, c'est sa capacité d'inscrire le projet dans une cohérence plus large. « Avec les Archisablés, l'idée c'était d'imaginer des outils faciles à exporter à l'étranger, accompagnés d'une scénographie simple, avec lesquels on peut gérer l'évolution des saveurs, à l'extérieur des saveurs plus salées et au cœur plus sucrés. » Actuellement, il accompagne ainsi un chocolatier pour la phase



/// DÉMESURE
Une culture contrainte (le cucurbitacé ayant poussé dans une caisse pour avoir les dimensions requises) pour une mise en scène autour du thème de *De l'autre côté du miroir* de Lewis Carroll. **More & less », hôtel Meurice, 2009 : commande de l'agence XXB en partenariat avec Smeg.**

finale de la World Chocolate Master qui se déroule à la fin du mois de janvier, au Sirha, à Lyon, un marathon de huit heures d'épreuve ! De plus en plus de clients viennent le voir avec un projet global, comme la création d'une marque, l'agencement d'une boutique ou, pour un restaurant, le travail sur les cartes, l'aménagement, la vente à emporter. « Je commence à faire comprendre l'intérêt de ma démarche globale. Avoir une vision d'ensemble permet de trouver la cohérence. Mon travail, finalement, c'est de créer l'importance du designer auprès des marques. » Mais pas n'importe comment. Ce que revendique avant tout Germain Bourré, c'est un certain

regard. « Aujourd'hui, si on prend un tant soit peu de distance, on constate que l'on est dans la sur-production. Il y a une phase de commercialisation que l'on a tendance à évacuer en tant que designer. Aussi, quand je fais un dessin, je questionne sa légitimité. Il faut avoir un minimum de recul si l'on veut prétendre à une certaine légitimité. Tout le discours sur l'écoconception peut être dangereux, vouloir produire écoconçu ne remet pas nécessairement en cause le fait même de produire. Or, il faut s'interroger sur le bienfait de ce qu'on crée. Le designer a cette responsabilité. Ainsi, quitte à produire, au lieu de me focaliser sur la conception d'objets biodégradables, je préfère travailler avec des matières pérennes pour des objets que l'on peut transmettre à nos enfants... »



/// MENUS VOYAGES
À l'image de ce mille-feuilles aérien, avec ses tartines, on avance dans la dégustation comme celle d'un vin, au fur et à mesure on découvre des arômes. « **Vintage time », en collaboration avec le Fairmont Monte-Carlo, et la maison Veuve Clicquot Ponsardin, 2010.**



/// PRATIQUES
De drôles de petits accessoires qui se piquent dans un jardin ou sur une terrasse pour accueillir un verre ou un livre. **Miloma, Feuilles atablées, à partir de 68 €**