

Le must des tendances design

EuroLuce, la partie éclairage du fameux Salon du Meuble de Milan, a fêté son 30^e anniversaire cette année. Ce « salon dans le salon » biennuel réunit plus de 420 exposants, dont la moitié d'origine italienne, répartis dans 4 pavillons, un bel espace offert à la lumière. Son attractivité ne s'explique pas seulement par son échelle, mais, surtout, en raison de son influence grandissante dans le monde du design international. Parmi les 386 000 visiteurs en provenance de 181 pays, était présente Akari-Lisa Ishii (I.C.O.N.) qui nous fait part de ses réflexions.



1

«EuroLuce n'est pas seulement le rendez-vous promotionnel du made in Italy. On y découvre, en effet, l'influence de nombreux pays, une variété de styles, de méthodes, d'idées...», tendances complétées par les 1 350 installations du Fuorisalone, réparties en dehors du parc des expositions durant la même période (voir page ci-contre). « La Milan Design Week constitue ainsi un potentiel unique avec ces deux événements (Salone et Fuorisalone) étroitement imbriqués. Nous ne sommes plus dans un simple salon commercial d'ameublement, mais au sein d'un must à visiter pour sentir les nouvelles tendances du design en général », considère Akari-Lisa Ishii, en en déclinant 7 principales.



3

1. La végétalisation des stands reste une tendance, exprimant poésie et émotion.

2. Les lustres interactifs imaginés par Preciosa réagissent aux mouvements des personnes environnantes mais aussi à leur souffle.

3. Le système optique CoeLux basé sur les nanotechnologies reproduit artificiellement la lumière naturelle, donne l'illusion que le soleil entre dans une pièce, même aveugle.

POÉSIE, ÉMOTIONS ET COULEURS

La fantaisie s'exprime : légèreté d'ailes ou de ballons, élégance des roseaux, douceur de la faune et de la flore, rêves enfantins de balançoire lumineuse ou éclats d'étoiles... Elle est dans l'air du temps, non seulement à EuroLuce mais aussi au Salon du Meuble où la végétalisation fait complètement partie de la conception fondamentale des présentations. L'inspiration savane des dernières années commence déjà à être « vulgarisée » sur le mass-market de la décoration. La sélection de couleurs dominantes revient au monochrome, mais l'influence de celles de la dernière saison reste, comme des épices les relevant ponctuellement.

AU-DELÀ DE LA CONNECTIVITÉ

La connectivité est devenue incontournable. Toutefois, on découvre quelques propositions pour aller plus loin. Par exemple, Preciosa a imaginé d'immenses lustres interactifs, réagissant aux mouvements des personnes ainsi qu'à leur souffle, tandis que Samsung travaille également dans cette direction, notamment avec la voix. Enfin, la start-up Mind lance des boîtiers, intégrables dans tous types de luminaires, afin de les connecter entre eux ou à d'autres équipements, comme le système de sécurité par exemple.

« FUORISALONE », LE OFF DE LA MILAN DESIGN WEEK

Historiquement, tout a commencé lorsque des fabricants de meubles exposants du salon ont spontanément ouvert au public leurs showrooms en ville, en journée et en soirée. Des pros du design, d'abord italiens, ont alors pris l'habitude d'y déambuler après le salon dans un esprit amical et convivial. *La dolce vita* ! Le mouvement a progressivement pris de l'ampleur jusqu'à devenir officiel. Entre-temps, le site d'exposition du *Salone*, auparavant central, s'est délocalisé « en banlieue », sur le site de Rho-Fiera.

Certaines grandes marques ont alors préféré se concentrer sur une exposition privée dans le centre-ville. Bientôt ceux qui n'avaient pas de showroom fixe en ont ouvert un temporaire durant la semaine du salon. Ainsi est né le Fuorisalone, l'événement design incontournable que l'on connaît aujourd'hui.

Milan accueille une multitude d'expositions, près de 7 fois plus que la Paris Design Week, une festivité et une foule comparable à celles de la Nuit Blanche de Paris ou de la Fête des Lumières de Lyon. « *Ce mouvement collectif génère une énergie qui propulse Milan, aux yeux de nombreuses personnes, comme LE centre du design, un aimant qui attire les marques, des grandes maisons de couture jusqu'à l'industrie automobile* », témoigne Akari-Lisa Ishii. Y sont lancés de nouveaux concepts et de nouvelles collections à travers d'événements ou d'installations originaux, pointus dans leurs modes d'expressions et/ou leurs technologies inédites. « *Le tout accompagné d'une communication tout aussi stylée et adaptée à la mode actuelle.* »



4



5

4. Flos réédite les luminaires du designer Gino Sarfatti, notamment les appliques *Model 237/1 et 237/2* datant de 1959. La tendance rétro ne faiblit pas.

5. Les rails ne se cachent plus et deviennent des éléments de décoration à part entière. Ici *Turn Around* édité par Artemide.

ARTISANAT 2.0

L'utilisation de matières artisanales dans les luminaires décoratifs n'est pas nouvelle, mais on la retrouve aujourd'hui au sein même du processus industriel de grands fabricants. Par exemple, un abat-jour en verre soufflé à la main induira des produits à l'aspect diffère en termes de formes, de dégradés de couleurs... qui seront mariés avec une variété de matières. « *Cassant volontairement la standardisation, c'est une nouvelle façon d'utiliser et de valoriser l'artisanat* », commente Akari-Lisa Ishii.

REVIVAL

Dans la continuité du retour aux années 1950-60's remarquable depuis quelques années, on note un fort engouement pour la forme arrondie, massive, de couleur bronze. En outre, plusieurs fabricants rééditent des pièces historiques comme Nemo avec *La Roche* de Le Corbusier, Flos et les créations de Gino Sarfatti, Sammode et celles de Pierre Guariche, Linealight qui relance la marque Stilnovo... mais en version LEDs.

DESSINS DE RAILS

Jusqu'ici les rails étaient purement électromécaniques et fonctionnels. Il fallait les dissimuler dans l'architecture. Désormais, ils sont exhibés, tels des éléments de déco. Ils dessinent des formes flexibles au plafond ou sur les murs. On les retrouve avec *Turn Around* dessiné par Carlotta de Bevilacqua pour Artemide, *My Circuit* par Michael Anastassiades pour Flos, entre autres.

VERS LA LUMIÈRE ELLE-MÊME

EuroLuce s'oriente aussi de plus en plus vers les techniques d'éclairage, il y a de beaux fabricants de lampes déco à Milan mais pas que. Citizen montre ses sources LED pour expliquer la belle qualité de sa lumière, Saliot ses spots motorisés, QLT explique les températures de couleur, des systèmes de gestion via l'appli DALI, Casambi ou autres sont proposés fréquemment avec les luminaires. ■ Jacques Darmon et Akari-Lisa Ishii

21 MARS 2019. LES 15 ANS D' I.C.O.N. !

Pour célébrer le 15^e anniversaire de sa création, l'agence avait choisi un lieu magnifique, historique et symbolique des origines de la conception lumière : le Magic Mirror à Paris. Une soirée qui avait pour but de remercier toutes ceux qui ont contribué à cette aventure. La pluridisciplinarité de l'agence (variété des projets, internationale, création, échanges, transmission...) et de son équipe se retrouvait dans la qualité des personnes présentes et des nombreux

projets réalisés au cours de ces années. Cette soirée « Parures de lumière » a également vu le lancement officiel du nouveau département de l'agence : I.C.O.N. Music Label. IML crée des musiques et sons personnalisés, des identités sonores pour accompagner des événements, sublimer des concepts... Son directeur artistique a déjà travaillé avec l'agence sur de nombreux projets.