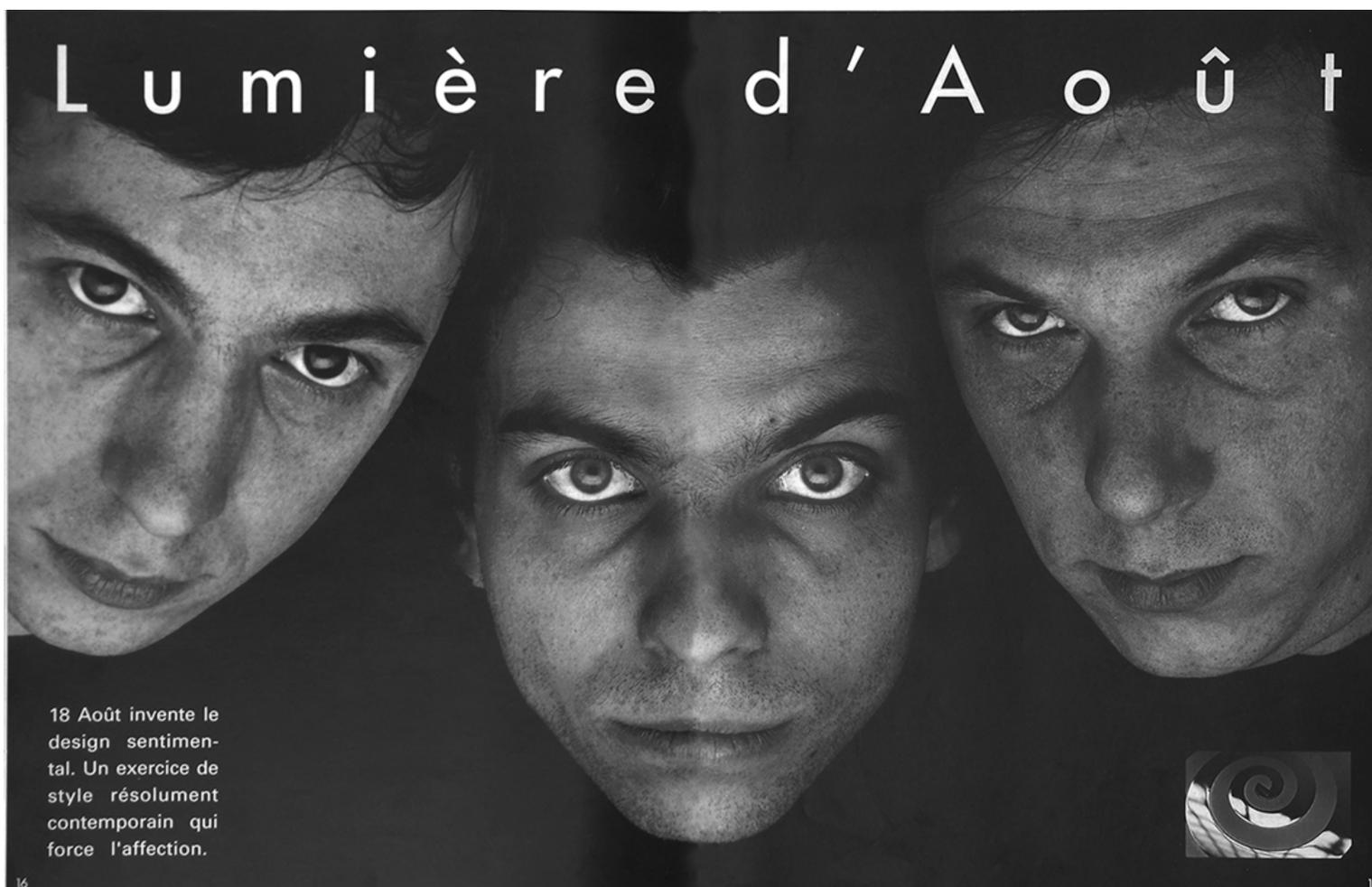


L'ATELIER

AVRIL / JUIN 1990

LUMIÈRE D'AOÛT

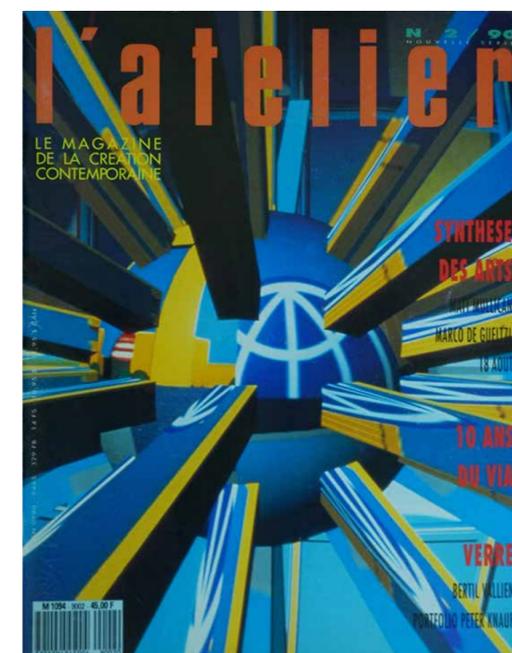
PAR CAROLINE PINAULT



18 Août invente le design sentimental. Un exercice de style résolument contemporain qui force l'affection.

16

17



P O R T R A I T

Deux spirales s'entrelacent pour former une sphère parfaite, des démaîles de fils d'acier s'entrecroisent pour tisser un saladier aérien, une large fleur s'ouvre sur sa tige-vase. Une même signature pour ces objets que rien ne semble rapprocher et qui pourtant marquent la naissance d'une nouvelle génération stylistique. Navigant entre design industriel et art décoratif, le groupe 18 Août est un mystère de plus dans l'éventail du design contemporain. Ces trois jeunes dilettantes, qui accueillent leur succès avec naturel sont, après deux ans d'exercice, en bonne place dans les musées d'art moderne français et étrangers (le MOCA de Los Angeles, Chicago, les Arts Déco de Paris). Le dessous-de-plat «Chaud-Froid» dépasse les frontières muséales pour devenir aussi indispensable que la cafetière d'Alessi.

BIBLIOTHÈQUE ROSE

L'aventure de cette jeune boîte d'édition d'objets préfigure l'horizon de la création des années 90. Une nouvelle forme de marketing de l'émotion, du spontané, qui séduit d'emblée, titillant l'inconscient sur des symboles hétéroclites (dessous-de-plat spirales Oranгина ou cuisinière hologame...). Première force : leur nom slogan imparable, pur style «Bibliothèque Rose», pourtant soigneusement réfléchi : mi-point entre leurs trois dates de naissances (22 juin, 21 juillet, 12 décembre) et référence au mouvement de la Date Painting aux États-Unis représenté par l'artiste On Kawara. Bluff culturel ou démarche calculatrice? Le groupe 18 Août, comme le Club des Cinq d'Enid Blyton, séduit par l'assemblage de ses différences: Fabrice Berrux cultive le look sophistiqué tout de noir vêtu, de la crinière au costume qu'un sourire faussement naïf adoucit. Pascal Oriol soigne son allure d'étudiant sage et romantique et Bruno Moretti descend tout droit d'un Tintin au pays des étoiles. L'aventure n'a visiblement pas dénaturé le flegme de ces ex-étudiants aux Beaux-Arts de Dijon.

1985 : inaugurent tous trois la section «Art et Technique» de l'École des Beaux-Arts, sans idée précise sur leur avenir et leur vocation, ils aspirent au titre ronflant de plasticiens. Plus intéressés par les expos de peinture et la lecture des revues d'art que par les cours théoriques, ils finissent par former un trio inséparable en marge du cursus scolaire. Par défi, ils présentent un projet au SAD 85 : une chambre d'hôtel pour enfant avec bunker renfermant un lit à étages, petites étoiles lumineuses, ponton traversant la pièce comme aire de jeu... Projet refusé. La haine pointée.

ESTHÉTIQUE NARRATIVE

Déjà, bien avant la création de la SARL 18 Août, leur environnement est plus pictural que décoratif. De là une référence quasi constante dans leurs objets aux images artistiques marquantes de leur génération: la fleur du vase «Flower» reproduit celle d'Andy Warhol, le bougeoir «L'Éclair» évoque les installations religieuses de Boltanski, le vase mural, un hommage à Beuys, le dessous-de-plat «Chaud-Froid» rappelle les installations monumentales de certains artistes du land-art comme Smithson, qui crée dans les années 70 aux États-Unis une gigantesque spirale dans la mer à partir d'une digue artificielle.

Pour 18 Août, cette référence à l'art majeur n'est pas un alibi culturel comme certains créateurs des années 50 ont pu l'utiliser en reproduisant

en trois dimensions les figures picturales de Miro et des Surréalistes. 18 Août cherche à produire des objets qui répondent à un critère alliant l'utile à la sensibilité artistique qu'ils puisent chez les grands maîtres de l'art contemporain des vingt dernières années. Éclatante confirmation du fait que les artistes, capables aujourd'hui de faire école, sont ceux qui se sont posés les problèmes du rapport de l'art avec l'espace, le corps et le temps (fini les historiettes sociales vulgaires des autres figurants libres). On compte parmi ces précurseurs le groupe Design Logic de Chicago et leur répertoire inspiré de Léger, Raynaud ou Picasso. Ce mouvement porte même un nom de design: l'esthétique narrative. Cette démarche théorique ne rend pas 18 Août intelto par principe. Il s'agit plutôt d'une imprégnation quasi holographique qui déteint sur leur comportement : plus artistes que designers.

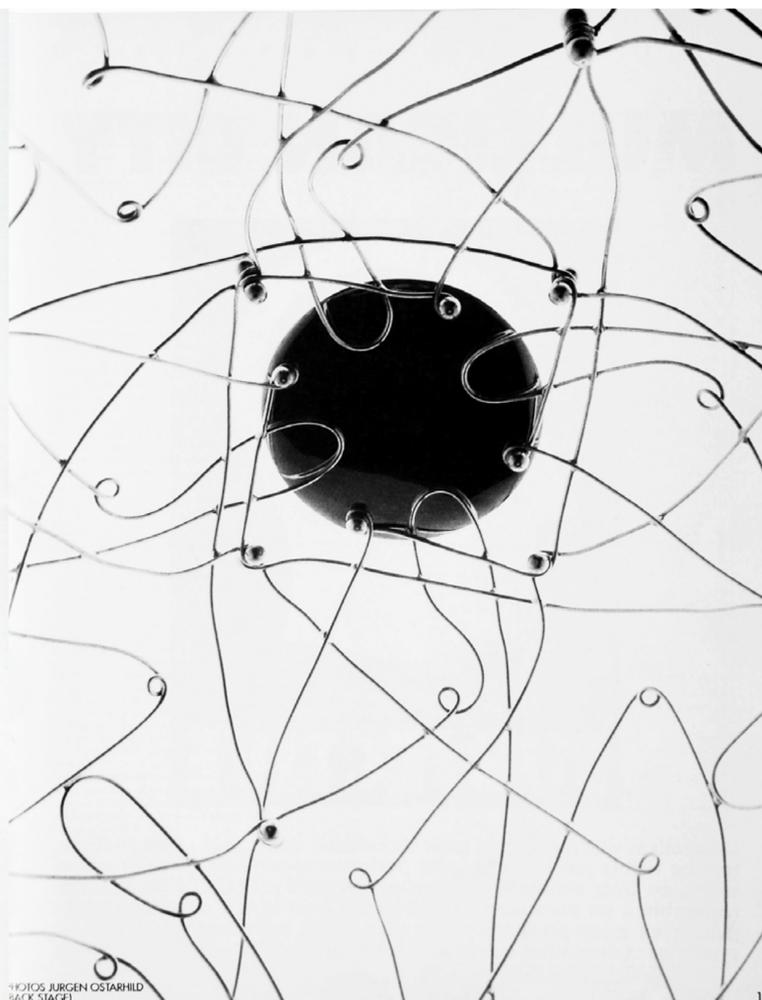
PRINCIPE DE RÉALITÉ

Résultat: des objets conçus en un quart de temps sur des flashs. Puis, c'est la sanction du commercial dans les salons, étape moteur du rythme aléatoire de leur production (20 objets en trois ans). Ils réalisent le proto, le présentent, le testent, prennent des commandes, et adviennent que pourra. Leur seule ligne directrice : «on préfère exposer au Printemps plutôt que dans les galeries d'art» avoue Fabrice. Le succès d'un produit 18 Août est incontrôlable comme le succès d'une peinture. Lors de leur premier Moving en 87, totalement inconnus, ils présentent un seul proto, la lampe Poussah, qu'ils mettent à prix 1.453 F (le trois est là pour faire beau, aucune étude de marché ni de coût n'ayant été réalisée). Ils réussissent à en vendre 40 en se faisant payer un acompte sur le total du prix et une promesse de livraison sous deux mois. A ce jour, 2800 exemplaires du célèbre dessous-de-plat ont été vendus. Seule certitude: «On fait de bons produits», et ils font preuve d'un grand sérieux dans le suivi : pas facile de sortir des commandes sans relations avec les fabricants. Les appels d'offre auprès de divers artisans ont été leur principale occupation dans les premiers mois de la société (pas moins de six postes nécessaires à la réalisation de Chaud-Froid), les 18 Août ont collé eux-mêmes 35 000 pieds sous les 2500 premiers exemplaires. Aujourd'hui la société OPN leur fabrique 200 dessous-de-plat par mois ainsi que RAS, les salières et les ronds de serviette.

EMPLOI DU TEMPS

Mais s'ils ne fabriquent pas et que la création leur prend 5 minutes, à quoi s'occupent nos garnements? Fabrice joue les RP, reçoit les journalistes, parle et fait se pémer d'aise les groupies sur son passage. Bruno se concentre sur les factures impayées. Pascal peut rester des heures auprès des fabricants, suit l'évolution, vit la transformation de la matière en objet. Malin, c'est Madame Berrux mère, salariée de 18 Août, qui s'occupe des relations commerciales. Avec 18 Août, est née la génération des designers new-age. Leur dernière création, un miroir soutenu par un câble en acier détreissé va devenir un objet culte de la prochaine décennie: savoir mêler toutes sortes d'inspirations en préservant son style, c'est la naissance d'un nouvel art. Le syndrome Prince en musique.

Caroline Pinault



PHOTOS JURGEN OSTARHILD (BACK STAGE)

19