

rencontres

ILS CRÉENT DES PRODUITS. ILS CRÉENT DES ENVIES. SANS EUX, L'AIR DU TEMPS SERAIT MOINS VIF.



Les deux jeunes designers, Bruno Moretti, à g., et Fabrice Berrux, à d., dans leur atelier.

**18 AOÛT:  
UNE DATE  
MARQUANTE**

Deux spirales s'entrelacent pour former une sphère parfaite. Des fils d'acier s'entrecroisent pour tisser un saladier aérien. Une large fleur s'ouvre sur sa tige-vase... Des objets différents, une même signature : le groupe 18 Août.

Naviguant entre design industriel et art décoratif, le groupe 18 Août est un mystère de plus dans l'éventail du design contemporain. Ces deux jeunes dilettantes (à l'origine, ils étaient trois) 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. 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 Orangina ou cuisinière halogène...). Première force de cette jeune société, son nom slogan, mystérieux, bizarre, pur style polar et pourtant savamment réfléchi : mi-point entre leurs trois dates de naissance (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 ?

**"L'esthétique narrative"**

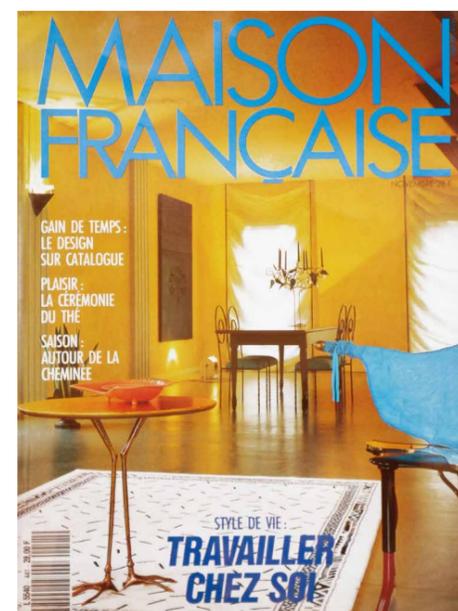
Le groupe 18 Août séduit par l'assemblage de ses différences : Fabrice Berrux cultive un look sophistiqué tout de noir vêtu, de la crinière au costume, alors que Bruno Moretti ressemble à Tintin au pays des étoiles. Étudiants aux Beaux-Arts de Dijon, en 1985, ils aspirent au titre ronflant de plasticiens. 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. Depuis toujours, 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 "Uriel" 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. 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. Ce mouvement en design porte même un nom : l'esthétique narrative. L'étape commerciale des salons rythme une production plutôt aléatoire (vingt objets en trois ans). Lors de leur premier Moving, en 1987, totalement inconnus, ils présentent un seul proto, la lampe Poussah, qu'ils mettent à prix 1 453 F (le chiffre trois est là pour faire beau, aucune étude de coût n'ayant été réalisée). Ils réussissent à en vendre quarante en se faisant payer



1990, la lampe "Derviche Tourneur", édition en cours.

un acompte et une promesse de livraison sous deux mois. A ce jour, trois mille exemplaires du célèbre dessous-de-plat ont été vendus. Ils ne fabriquent pas et la création leur prend cinq minutes. Alors, à quoi s'occupent nos garnements ? Fabrice joue les chargés des relations publiques, Bruno se concentre sur les factures, madame Berrux mère s'occupe du suivi commercial. Avec 18 Août est née la génération des designers new-age. Leur dernière création, la lampe "Derviche Tourneur", avec son abat-jour en résine mate translucide, 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. Comme le syndrome Prince en musique. Caroline Pinault



1989, le vase "Flower", en hommage à Andy Warhol (500 exemplaires vendus).