

Wall Rupture, design Thierry Dreyfus (Flos). Pour cette première collaboration, cet artiste de la lumière a créé un luminaire invisible qui s'intègre à l'architecture en déchirant la surface du mur, et dont le relief laqué rouge puis recouvert à la feuille d'or (un minutieux procédé traditionnel japonais) a été calqué, à l'échelle, sur les cimes... de l'Himalaya ! « *L'endroit d'où l'on peut toucher le ciel* », dit Thierry Dreyfus.

ZOOM sur Euroluce

Ludiques ou minimales, colorées ou sculpturales, de nombreuses lampes présentées cette année au salon Euroluce ont marqué les esprits. Sur les stands des ténors du luminaire, l'originalité le disputait à la technicité, avec une nette généralisation des LEDs et une tendance affirmée pour les solutions de réglage intuitives, créatrices d'atmosphères.

DOSSIER RÉALISÉ PAR VANESSA CHENAIE ET SIXTINE DUBLY



Les fidèles (Philippe Starck, Ron Gilad, Barber & Osgerby, Antonio Citterio, Marcel Wanders, Patricia Urquiola) comme les nouveaux venus (Thierry Dreyfus, les frères Bouroullec et Jorge Herrera) se sont prêtés au jeu du portrait choral imaginé par le photographe Fabio Lovino. C'est la contribution de cette équipe de « peintres » qui permet à Flos de présenter chaque année une collection unique.

FLOS, machine à icônes

Piero Gandini affichait une belle assurance sur son stand du salon milanais Euroluce. Et pour cause : on a pu y admirer des pièces monumentales, bluffantes techniquement ou tout simplement désirables. Les signatures fidèles comme les nouvelles recrues apportent chacune leur étincelle à la marque qui compte déjà tant de pièces cultes. Avant de fêter l'an prochain le 50^e anniversaire de Flos, Piero Gandini raconte une histoire de confiance mutuelle, de talent et de générosité.

PROPOS RECUEILLIS PAR VANESSA CHENAIE



Dans un monde de plus en plus globalisé, être une société familiale de taille moyenne, est-ce un avantage ou un inconvénient ?

Ce n'est finalement pas une limite puisque nous sommes présents partout (75 % du CA de Flos se fait à l'étranger, NDLR). J'y vois surtout un grand avantage pour les prises de décision créatives. Dans une telle société, il faut savoir prendre des décisions chaque jour. Pas seulement être au fait des implications techniques, mais avoir le courage de dire « Oui, on essaie » et ne pas avoir peur de dépenser de l'argent, même quand ça ne donne rien du premier coup.

Votre argument, c'est d'être orienté sur le produit, pas sur le marketing... Mais signer avec des designers hyper médiatisés n'est-ce pas un argument « marketing » ?

Non, je me fiche de tout ça. Quand on a commencé à travailler avec Ron Gilad il y a trois ans, personne ne savait qui il était. Patricia Urquiola, on la connaît depuis très longtemps, du temps où elle était assistante de Piero Lissoni. On a continué à se fréquenter et puis un jour, elle m'a appelé et m'a dit : « Maintenant, je suis indépendante, je vais te montrer quelque chose. »

La fidélité des designers vis-à-vis de Flos n'est-elle pas contractuelle ?

Non, c'est sur l'honneur. Et c'est beaucoup plus important qu'un contrat, je trouve.

Pour rester innovant, allez-vous vers de plus jeunes designers ?

L'innovation m'intéresse quand elle est radicale ! Que l'idée vienne d'une personne de 20 ans ou de 60, ça m'est égal. Les jeunes ont des atouts et des défauts. Quand je regarde ma fille et ses copines qui, dans la même pièce, communiquent par SMS, ça me rend fou, mais elles me regardent comme un martien ! Les jeunes designers ne font aucune différence entre (il désigne des objets autour de nous) un ordinateur, une fleur, une personne... Pour eux, c'est le même monde. Pour les gens de ma génération, c'est plus difficile de faire des ponts entre les univers. Dernièrement, j'ai été fasciné par le travail d'un jeune designer, Joris Laarman. Il a filmé des vols d'oiseaux sauvages en pleine nature. Après, il a créé un programme qui lui permettait de recréer informatiquement ces mouvements. Enfin, il a placé dans une pièce une forêt de fils d'acier sur lesquels étaient accrochés des LEDs. Quand on arrive dans cette pièce sombre, on voit au sol une multitude de points scintillants. Et quand on s'approche, les capteurs de présence font que les points lumineux

partent dans tous les sens, une réplique exacte de ces vols d'oiseaux. Ça a été une émotion extraordinaire. Ce qui manque aujourd'hui à la jeune génération, c'est la dimension politique et ça, je crois que c'est une faiblesse parce que c'est dangereux, surtout à une époque où la technologie prend le pas sur beaucoup de choses. Les designers plus âgés ont encore cette capacité à se remettre en question, à se révolter...

Toujours pas de designers intégrés alors ?

Non. Dans le système italien, les designers touchent des royalties sur les ventes ; la relation de confiance est donc essentielle. Moi, je ne fais pas d'analyses marketing avant de me lancer dans l'édition d'un produit. Parce que j'estime que la question, ce n'est pas de se battre pour dire « non » mais pour se donner toutes les chances de dire « oui ». Les designers avec qui je travaille ont conscience de cette générosité. Ce qu'il faut, c'est du talent, une vision, une raison de faire les choses.

Pour sa première collaboration, partagez-vous avec Thierry Dreyfus une même vision ?

Quand j'ai vu sa table-sculpture exposée à Bâle, je lui ai demandé s'il pensait que ce serait possible de transposer le concept... et il m'a apporté d'autres idées qu'on verra réalisées l'an prochain. Il voulait une finition avec des procédés assez longs mais il avait raison, tout est une affaire de perception. Le résultat est superbe. Fondre la lumière dans l'architecture, donner son interprétation de la relation entre lumière et architecture... Celle de Thierry Dreyfus est purement émotionnelle.

Les icônes qui peuplent votre catalogue ne sont-elles pas une raison supplémentaire de toujours tenter d'être à l'avant-garde ?

C'est vrai qu'on a une responsabilité vis-à-vis de ces icônes. Mais si on innove, c'est aussi parce qu'on ne veut pas être trop dépendant d'elles. Il y a trois ans, un fonds d'investissement a voulu nous acheter (on a



Suspension Aim de Ronan et Erwan Bouroullec.

dit non, comme d'habitude). Ils avaient fait une étude dans laquelle il ressortait que Flos était la société la plus efficace dans l'innovation. Ils avaient comparé le nombre de nouveautés qui entraient tous les cinq ans dans les 10 best-sellers de plusieurs sociétés. Flos avait toujours des classiques dans son top ten, mais c'est elle qui avait le plus de nouveautés aussi.

Votre showroom à Pékin ouvert il y a deux ans va fermer car la municipalité a décidé inopinément d'implanter tous les commerces ailleurs. Allez-vous, avec vos collègues d'autres enseignes italiennes dépitées, vous associer pour trouver un autre lieu ?

C'est une très bonne question... qui touche la radicale incapacité des Italiens à faire des choses ensemble !

Les nouvelles normes en matières d'ampoules

ont-elles modifié votre façon de travailler ?

Ces normes sont ridicules car les économies d'énergie réalisées sont si minimes qu'on se demande si ça vaut la peine d'obliger les gens à acheter des produits plus chers avec une qualité de lumière moindre ! S'engager pour des réformes écologiques, c'est indéniablement indispensable mais là il y a en plus un gros problème de communication. Les gens ne savent plus ce qu'ils doivent acheter entre hallogène, faze out, LEDs... Cela nous oblige à réinventer le métier, ce qui est plutôt intéressant. **Quelles ont été vos motivations pour lancer iQ, le système de contrôle de l'éclairage par iPhone/iPad ?**

Dans la domotique, le problème, c'est le nombre de scénarios possibles. On ne peut pas pré-programmer tous les moments de la vie et croyez-moi, beaucoup de mes amis qui ont investi dans des systèmes de domotique le regrettent ! Avec cette solution, nous voulions proposer un service sur le réglage de l'éclairage très intuitif, fondé sur l'utilisation d'outils hyper performants qui font déjà partie de nos usages quotidiens. Je pense que ça a un potentiel énorme. #