

Go Out!

Par Montblanc et par vaux



Go Out!



Air France, Hermès ou encore Revol lui ont confié scénographie ou mobilier, normal donc que lorsque Montblanc a décidé de repenser ses 480 points de vente dans le monde, la célèbre marque des élégants instruments d'écriture ait opté pour l'un des designers et architectes les plus doués et intuitifs : Noé Duchaufour-Lawrance! Sophistiqué et immersif à la fois, le concept des boutiques se dévoile tout aussi représentatif du luxe raffiné et artisanal de Montblanc que du langage graphique et sensuel du designer français. Ce dernier a habillé avec habileté ces nouvelles sphères de matériaux nobles alliés à des objets d'époque (laiton et bois). Un goût du passé distillé avec dextérité aux canons actuels. Il démontre qu'un espace, un objet, existe par son allure, son usage mais aussi par les souvenirs qu'il évoque ou les émotions qu'il provoque. On a rencontré ce génial artiste d'intérieur le 7 novembre dernier à Genève pour la réouverture du nouvel écrin de la boutique Montblanc. Extraits.

Comment s'est déroulée la collaboration avec l'enseigne Montblanc?

Après neuf mois de compétition, le projet a été lancé très rapidement avec une première ouverture à Taipei (Taiwan). C'est la première fois que je travaille sur une série de boutiques. Ce fut une collaboration très intense qui a duré plus de trois ans. J'ai une équipe qui était entièrement dédiée à ce projet très ambitieux et qui

Go Out!

a travaillé d'arrache-pied avec un résultat très satisfaisant. On a respecté les codes de l'enseigne mais en apportant beaucoup de changements et d'innovations.

Comment concrètement avez-vous cassé cet aspect quelque peu austère?

J'ai voulu créer un espace beaucoup plus accueillant avec des boutiques où l'on se sent un peu chez soi, ce qui explique le choix des matières. Ainsi, j'ai principalement usé de noyer d'Amérique pour le bois, de très grande qualité et qui, je trouve, a apporté une douceur et une chaleur nécessaires à ces espaces. Avec mon équipe, nous nous sommes penchés sur le cœur de la marque, identifiant dans la tradition écrite de Montblanc la clé de leur passé et de leur avenir. Ainsi, le langage que nous avons étayé se traduit par des éléments en noir et blanc, représentant respectivement la laque et le papier texturé, qui illustrent les stylos noirs de la société et l'art de l'écriture. Les lignes sinueuses sont ponctuées d'éléments plus géométriques, créant un mouvement fluide dans les magasins. Et ici, je trouve ainsi idoine de parler de sensualité quand on parle d'une enseigne qui crée des instruments d'écriture, avec un aspect fortement tactile. Il y a cette notion de toucher que je souhaitais appliquer au mobilier. Je trouvais également primordial d'apporter une forme d'interaction entre l'espace, le mobilier, les employés et les clients. J'ai ainsi cassé la grille classique des boutiques Montblanc en y intégrant des courbes plus fluides poussant ces divers éléments à interagir.

La sensualité, c'est un peu votre signature finalement...

Pour moi ce n'est même pas une marque de fabrication, c'est le plus évident et le plus cohérent possible dans un projet. Un objet, un meuble doit être proche du corps, il doit se lier à l'humain, interagir avec. Il y a également chez moi parfois le besoin d'exprimer de la violence, des éléments plus durs, plus noirs. Cela dépend vraiment du contexte et du moment. Mais je me retrouve plus dans des valeurs qui prônent l'interaction, l'échange, la porosité. J'aime aussi m'amuser à explorer d'autres terrains car je ne pense pas qu'on puisse me cantonner à un style d'écriture car ne je m'y retrouve pas. Il y a des éléments qui reviennent logiquement créant un univers mais lorsque je travaille sur le moment, je ne me dis jamais « allez, applique ta recette, fais comme d'habitude »! A mes yeux, ce serait la fin de la création! C'est n'est pas un style, mais je parlerai davantage d'une démarche.

Vous avez pas mal de projets à venir aux Etats-Unis...

Oui, j'ai un projet assez fou sur un vaste site de plusieurs hectares dans les Hamptons mêlant architecture, paysage et landart en collaboration avec mon ami et landscape designer Bas Smets. C'est une maison pour un particulier, à l'architecture radicale, c'est presque un manifeste en soi! Et je m'y retrouve curateur du projet qui dérive sur une fondation d'art contemporain où on conviera d'autres architectes pour y créer des pièces, d'autres éléments. J'ai également fini un appartement à Soho dans un des rares bâtiments historiques de la ville. Et je viens de terminer un condominium dans le New Jersey. Je travaille beaucoup avec un éditeur américain: Bernardt design. Puis, je viens d'avoir une réponse positive pour un projet au Qatar de mobilier sur mesure.

Et vos projets personnels?

Je suis basé entre Paris et Lisbonne où j'ai créé une nouvelle société. On va y travailler avec des artisans et lancer un projet tous les deux mois à partir de septembre 2019. Ce serait assez intense et soutenu dans un nouvel espace qui fera galerie, lieu de travail et workshop. On y collaborera qu'avec des artisans avec l'idée suivante: un matériau, un artisan et un type de volume. Chaque fois, ce sera une collection de 5 ou 10 pièces en fonction des possibilités. Je ne sais pas ce que je vais dessiner avant de rencontrer l'artisan contrairement à ce qu'on fait d'ordinaire. En général, on sait en amont ce que va réaliser. Là, il n'y rien avant et le dessin vient après ou pendant la rencontre. Il s'agit d'une autre démarche, complètement expérimentale, avec aucune velléité lucrative. C'est du pur plaisir d'explorer, de collaborer avec les artisans et créer des moments uniques

Go Out!

avec une approche interdisciplinaire. Lisbonne est un lieu qui se prête à merveille à ce projet puisque c'est une ville en pleine effervescence et développement artistiques.

Boutique Montblance Genève
Place du Port 1, 1204 Genève
www.montblanc.com

Noé Duchaufour-Lawrance
www.noeduchaufourlawrance.com