

intramuros

international design magazine

Ron Arad
designer

Luxe & design
Luxury & design

M 03703 - 139 - F: 12,00 € - RD



Italie	13,00 €	Espagne	13,00 €	UK	9,70 £	Canada	20,00 SCA
Allemagne	13,50 €	Autriche	15,00 €	Maroc	145 MD	Dom	13,00 €
Portugal	13,00 €	Belgique	16,50 €	Suisse	21,00 CHF	Grèce	13,00 €

N° 139 - 12 € - Novembre/Décembre 2008 - bilingue Français Anglais

n°139

Le restaurant à l'étage, un esprit brasserie véhiculé par les chaises en cannage de Drucker.



Le comptoir à vins au sous-sol.

Christian Biecher Les goûts du luxe

A travers la ligne des magasins Fauchon, Christian Biecher esquisse un luxe brillant, gourmand, insaisissable comme une fragrance.

Le luxe brille. Le luxe illumine. Le luxe est ici et au-delà. Aucun code ne saurait le définir. Le propre du luxe est de renaître à chaque fois différent. A chaque projet (Baccarat, Christofle, Harvey Nichols, Georg Jensen), Christian Biecher se repose la même question. Et ses réponses apportent toujours une nouvelle alchimie. "Le luxe, c'est la liberté, c'est accompagner l'évolution des modes de vie. Se faire plaisir en dégustant un verre de vin rare avant d'aller au théâtre. Le luxe est pour soi". Le luxe est un mélange de sensations prélevées dans une gamme choisie, laquelle ne peut être transgressée quand il s'agit d'une grande marque. Chez Fauchon, ce sont les reflets omniprésents des feuilles d'or répondant à la couleur dorée du pain. C'est le jeu des perspectives mises en abîme, qui donnent l'illusion d'un espace infini, mêlé à des mises en scène qui convoquent des brassées de sensations liées à l'enfance, la campagne. Comme celles provoquées par les motifs de pampres de vigne tissés dans la moquette, les ramures d'olivier peintes sur les murs, les langues de chat incisées dans le sol de la boulangerie. Dans ce lieu dédié à la nourriture raffinée (la nourriture comme cadeau), Biecher s'est pris à jouer au jeu de la petite madeleine de Proust. Le volume du comptoir à vins au sous-sol rappelle celui des bars à sushi chics de Tokyo, les chaises en cannage du restaurant (fabriquées par Drucker) ressemblent à celles des terrasses des grandes brasseries parisiennes, le Fauchon écrit en lettres monumentales renvoie aux enseignes lumineuses de l'Olympia... Cette

impression de se trouver ailleurs s'hybride toujours avec le sentiment d'être ici. Et cela tient à la présence récurrente d'une couleur. Le rose pâle, la couleur de la maison Fauchon que le designer est allé exhumer dans son histoire plus que centenaire, et a glissée derrière les voilages argentés, répandue jusque dans la glace des miroirs et le fil du bois laqué des tables. Pour arriver à bâtir ce cocktail de sens, Christian Biecher a procédé par métissage. Il a créé une matrice de couleurs (noir, blanc, gris et rose) qu'il a associée, selon les espaces, à des matières naturelles comme le bambou ou à des matières infiniment texturées. Parce que le luxe fuit le vide et que les textures participent à la richesse visuelle, les murs sont en feuilles de métal argenté martelé et froissé, les banquettes en cuir d'autruche à gaufrage d'argent, les moquettes tissées en fils de soie et de laine. Jusqu'au cristal des lampes qui a été plissé comme une collerette. Chaque magasin Fauchon dans le monde (Tokyo, Pékin, Paris, Dubaï, Casablanca) décline différemment la "formule", laquelle a prouvé sa capacité à générer des sensations fugaces. Ainsi de ce reflet des lettres Fauchon dans le plafond du magasin de Paris qui se donne à lire "Encore". "Le luxe, c'est l'exception, le détail unique". D'après le designer, une architecture peut donner également une vision du luxe. A condition que les espaces taisent leur minimalisme et leur addiction à se montrer trop intelligibles. Le luxe, lui, ne cherche jamais à se faire comprendre.

Annik Hémerly

Christian Biecher: The Tastes of Luxury

For the chain of Fauchon stores, Christian Biecher has created a sense of glittering and tasteful luxury, one that is elusive like a fragrance.

Luxury shines and illuminates. It is here and beyond. There is no code that could define it, for every time it takes on a different appearance. On every project (Baccarat, Christofle, Harvey Nichols, Georg Jensen), Christian Biecher has to ask himself the same question and his answers always create a new alchemy. "Luxury is freedom. It's about moving with the evolution of lifestyles. It's about treating oneself to a glass of rare wine before going to see a play. Luxury is something for oneself." Luxury is a mélange of sensations picked out of a choice range, which cannot be violated when it comes to a major brand. At Fauchon's, it is about the pervading reflections of golden leaves echoing the golden color of bread; the play of perspectives in a mise en abîme giving the illusion of an infinite space, and mixed with decors that elicit a myriad of sensations that evoke childhood or the countryside. Just like those triggered by the motif of vine branches woven into the carpet, the branches of olive trees painted on the walls, and the cat's tongue cookies inlaid into the floor of the boulangerie. In this place devoted to sophisticated food (food as a gift), Biecher played the game of Proust's little Madeleine. The volume of the wine counters in the basement is reminiscent of those at chic Tokyo sushi bars, the restaurant's caned chairs (manufactured by Drucker) look like those seen at major Parisian brasseries, and the name Fauchon written in

monumental letters evokes the neon lighting of the Olympia. This impression of being somewhere else is always mixed with the feeling of being here. This is due to the recurring presence of pale pink color - the color of the house -, which Biecher has unearthed from its more than a hundred-year-old history, and which he used behind the silvery drapes and the mirrors, and on the threads of the tables' lacquered wood. To achieve this cocktail for the senses, Christian Biecher created a matrix of colors (black, white, grey, and pink), which he mixed, depending on the areas, with natural materials such as bamboo, or with highly textured materials.

Because luxury avoids emptiness, and because textures contribute to visual richness, the walls are made of hammered and crumpled silver-plated metal sheets, the banquettes are in ostrich leather with silver stamping, the carpets are woven with silk and wool threads, and even the crystal on the lamps has been pleated like a small blouse collar. Each Fauchon store in the world (Tokyo, Beijing, Paris, Dubaï, and Casablanca) features a variation of the "formula", which has proven its ability to generate fleeting sensations. "Luxury is that exceptional and unique detail." For Biecher, an architecture can also project a vision of luxury so long as the spaces are not pared down and they refrain from wanting to be too intelligible. Luxury never seeks to be understood.



Photo Luc Boggio

Le restaurant à l'étage, la boutique-épicerie au rez-de-chaussée...