

ÉVÉNEMENT

Ci-contre. L'architecte d'intérieur Stéphane Parmentier. **Ci-dessous.** Pour fêter ses 54 ans de présence aux États-Unis, Christofle édite ces trois plateaux (série limitée de 54 exemplaires) signés respectivement Mrzyk & Moriceau, Stéphane Parmentier et New Yorker.



« Ne jamais sombrer dans la démonstration tapageuse. »

« Je crois au luxe silencieux », confie Stéphane Parmentier. « Quel que soit le projet, j'ai d'abord à cœur de feutrer l'ambiance. Et, dans le cas d'un showroom, ma première règle est bien souvent de faire en sorte que le résultat ressemble à tout... sauf à un showroom ! » Mais lorsque Thierry Oriez, président de Christofle, lui confie l'architecture intérieure du nouveau flagship new-yorkais de la maison d'orfèvrerie, le designer et architecte d'intérieur réalise d'abord à quel point il est complexe d'imaginer une boutique qui vend de l'argent. « On passe de l'infiniment petit – le détail d'un poinçon – à de grosses pièces de forme, et il faut tout magnifier en même temps, les échelles, le luxe des détails, sans jamais sombrer dans la démonstration tapageuse. » Se pose aussi la question de la manière dont il faut « raconter » Christofle aujourd'hui à une clientèle nord-américaine qui connaît bien la marque puisqu'elle est présente aux États-Unis depuis 54 ans. Stéphane Parmentier choisit de dérouler un fil : la réflexion et, puisant aussi bien dans l'œuvre de Paul Morand que celle de David Lynch, de jouer sur la déformation, la distorsion, l'illusion. En pénétrant dans la boutique, le plafond miroitant joue donc le trompe-l'œil, les couverts en argent s'exposent sur un présentoir lui aussi argenté. Quant aux alvéoles (hommage à l'abeille présente sur la moitié des 12 poinçons de la maison, mais aussi au plateau « Architectura » dessiné en 1957 par Gio Ponti) qui rythment les 95 m² de la boutique, elles prennent la forme de présentoirs, de panneaux décoratifs et même de sources lumineuses dérobées. « J'ai une approche volontairement très littérale des codes, parce que ma mission est de rendre compte d'une démarche, d'honorer un cahier des charges. Mais j'aime aussi l'idée selon laquelle les choses ne sont pas perçues de la même manière en fonction de l'angle sous lequel on les regarde. » Une approche globale qui réconcilie les deux Christofle et, surtout, ses deux clientèles : celle qui ne jure que par les lignes classiques du service « Malmaison » et celle qui vient s'offrir les pièces d'Ora-Itô. Un grand écart inspiré et sans faux pas qui a immédiatement séduit Thierry Oriez et qui vaut aujourd'hui à Stéphane Parmentier de plancher sur le showroom de Los Angeles, sur l'espace de



200 m² de la marque chez Harrods, à Londres, tout en réfléchissant à un concept qui sera décliné sur l'ensemble des points de vente. Avant d'engager la refonte de la maison mère à Paris ? L'intéressé s'en défend, mais on ne peut s'empêcher de le lui souhaiter ■

CHRISTOFLE. 846 MADISON AVENUE (70th STREET), NEW YORK. TÉL. : +1(212) 308-9890 ET WWW.CHRISTOFLE.COM
STÉPHANE PARMENTIER. 62, RUE CANTAGREL, 75013 PARIS
TÉL. : 01 45 85 85 80 ET WWW.STEPHANEPARMENTIER.COM

Une version quasi anamorphosée de l'alvéole. L'architecte d'intérieur a beaucoup travaillé la lumière, utilisant notamment la source Led (lumière chaude) pour les étagères de présentation.



Pour mettre en scène le savoir-faire de la maison, Stéphane Parmentier a fait réaliser ces pièces inspirées des mandrins en bois sur lesquelles sont façonnées sucriers et théières. Ceux-ci (en érable et métal patiné) sont six fois plus gros que ceux utilisés en atelier. Au-dessus, appliques « Arborecence » dessinées par Ora-ïto.



Ci-dessus. Un mur aimanté fait office de présentoir pour la collection de plateaux de service. Ci-contre. Le mur et les étagères de présentation sont habillés de panneaux d'ébène. À droite. Sur l'un des deux tabourets « Altair » signés Stéphane Parmentier (Ormond), des roses jaunes (couleur fétiche du designer) dans un gobelet en argent.

