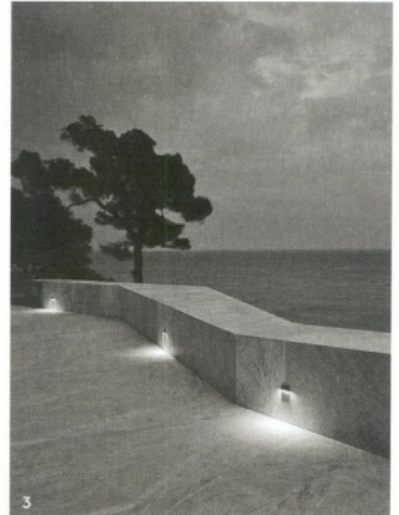
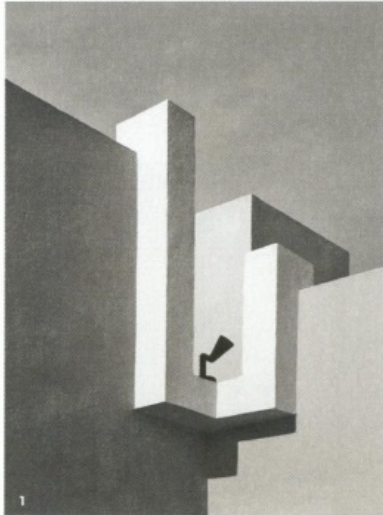


Flos, outdoor et sans complexes

Propos recueillis par Guy-Claude Agboton



1/ Spot mural *Belvedere* : un design minimaliste et intemporel signé Antonio Citterio. © TOMMASO SARTORI 2/ Piero Gandini, président de Flos. © BOB KRIEGER 3/ Appliques murales *Real Matter*, de Piero Lissoni. Et la lumière semble surgir de la matière... © TOMMASO SARTORI

L'hiver dernier à Paris, Piero Gandini, président du label italien de luminaires, présentait Flos Outdoor, nouvelle division vouée à l'éclairage d'extérieur. Nous l'avons rencontré pour savoir ce que cette collection réservait d'inédit.

APRÈS FLOS ARCHITECTURAL ET FLOS HOME, POURQUOI FAUT-IL UN PETIT TEMPS D'ADAPTATION POUR L'ARRIVÉE DE FLOS OUTDOOR ?

Jusque-là, nous n'avions pas développé le secteur de l'outdoor de façon systématique. Mais depuis quinze ans, par épisodes, nous avons fait quelques incursions dans l'éclairage d'extérieur, du légendaire *Tambouro* de Tobia Scarpa à la *Belvedere* d'Antonio Citterio. Le moment était venu de créer une vraie collection.

COMMENT CETTE COLLECTION EST-ELLE NÉE ?

Nous savions que c'était un métier particulier qui nécessite des compétences précises. Mais acquérir ce savoir-faire nous aurait pris du temps. Nous avons donc préféré acheter, il y

a un peu plus d'un an, la compagnie Ares, que nous connaissions déjà. C'était une société d'envergure modeste mais qui produisait avec un niveau de qualité et d'ingénierie sublime.

COMME UN PETIT ATELIER...

Je dirais plutôt un très beau laboratoire d'essais. C'est là que sont réalisés les éléments sur lesquels se montent les LED. Donc inutile de les acheter ailleurs. Les cabines de peinture automatisées sont ultramodernes. Leur équipe d'ingénieurs est très pointue. On avait besoin de tout ça et nous étions à quarante-cinq minutes les uns des autres.

COMMENT VOUS ÊTES-VOUS ORGANISÉS ?

Ares avait une philosophie un peu particulière. Ils étaient très focalisés sur la qualité des produits. Mais, côté stratégie commerciale et communication, ils étaient beaucoup moins performants. Malgré tout, la société était en bonne santé et gagnait de l'argent. D'où l'idée, sans tout défaire, de démarrer la nouvelle collection Flos Outdoor.

PAR QUOI AVEZ-VOUS COMMENCÉ ?

D'abord, je trouvais que, si l'outdoor a besoin de produits spécifiques, c'est un univers un peu circonscrit. On n'entendait parler que de fonte d'aluminium. Ce qui est bien, mais sans surprise. Alors que, finalement, ces luminaires sont installés dans la nature, qui est pleine d'imprévu et de romantisme.

ET QUELLE DIRECTION AVEZ-VOUS PRISE ?

Je me suis posé cette question : « Si Flos arrive sur le marché de l'outdoor juste avec les mêmes qualités techniques que les autres, à quoi bon ? » Notre mission a toujours résidé dans l'innovation et l'avant-garde culturelle. Il nous fallait conserver une approche très originale dans ce que nous faisons - et donc continuer à porter notre vision fondée sur l'émotion, même dans un monde qui a besoin de fonctions claires.

À QUELLES EXIGENCES LES PREMIERS PRODUITS DEVAIENT-ILS RÉPONDRE ?

Il fallait qu'ils incarnent un chemin différent. On gardait aussi en tête l'idée de créations



La nouvelle collection Flos Outdoor a été présentée en avril, lors du salon EuroLucce 2017, à Milan, dans un espace scénographié par le duo d'architectes Calvi Brambilla. e CHIARA CADEDDU 1/ Appliques murales *Camouflage*, de Piero Lissoni, dans un emploi détourné, sur pieds. 2/ Initialement créée sous forme de lampes de table par Barber & Osgerby pour le nouveau Design Museum de Londres, inauguré en 2016, la série *Bellhop* a été enrichie avec Flos, notamment par une version outdoor.

qui puissent dialoguer avec la nature ainsi qu'avec l'architecture, que ce soit dans la rue ou dans un jardin. Cette relation entre lumière, nature et bâti devait rester pour nous du domaine de l'affect.

ET CONCRÈTEMENT, QU'EST-CE QUE ÇA DONNE ?

On trouve des appliques qui se camouflent, à l'instar des créations de Piero Lissoni, que ce soit la toute plate *Real Matter* ou *My Way*, qui se dissout littéralement dans l'architecture pour la mettre en lumière. Dans leur façon de diffuser la lumière, nos propositions jouent avec le bâti. Les luminaires *Casting*, de Vincent Van Duysen, sont quant à eux très rigoureux, mais pas timides.

UNE FOIS LA COLLECTION DÉMARRÉE, QUE S'EST-IL PASSÉ ?

Il nous fallait faire un catalogue. Mais pas avec de mauvaises photos assorties d'une tonne de renseignements techniques. Car, quand on cherche un éclairage pour son jardin, la technique, on s'en fiche. C'est le point de départ, pas la ligne d'arrivée. Je voulais présenter nos produits avec de l'émotion, faire quelque chose de différent, de théâtral et de fort. Et qu'on comprenne clairement que Flos a réussi, que nous n'avons pas de complexes même si nous continuons d'apprendre.

POURQUOI CE CHOIX DE PHOTOS NOIR ET BLANC ?

Pour l'effet dramatique, justement. J'ai proposé la direction artistique de ce projet à Omar Sosa, que j'adore, pas seulement pour son talent mais aussi pour son courage. Il a mis une bonne minute et demie avant de dire oui ! Parmi les photographes qu'il a choisis pour développer le concept figure Tommaso Sartori, qui habite à Paris et qu'on a envoyé notamment en Californie pour prendre ces clichés entre ciel et murs. C'est drôle, parce que c'était déjà à lui qu'on avait confié la réalisation de toutes nos photos d'éclairage outdoor.

VOTRE CATALOGUE DEVIENT PRESQUE UN LIVRE D'ARCHITECTURE.

Effectivement. Il ne fallait pas lésiner sur les moyens. Cela n'aurait pas valu la peine, sinon, d'aller photographier la maison de Ricardo Bofill (*La Fabrica, résidence de l'architecte espagnol installée dans une ancienne cimenterie, qui abrite également son agence, NDLR*). Ils ont d'ailleurs bien aimé notre projet.

QU'EST-CE QUI VOUS SEMBLE AVOIR ÉTÉ LE PLUS APPRÉCIÉ DANS CE DÉBUT DE COLLECTION OUTDOOR ?

La lumière très contrôlée. Je suis même partisan de respecter la nuit. On peut mettre en scène l'espace sans se retrouver dans un Luna

Park. Les gens d'Ares me disaient d'ailleurs : « On a passé notre vie à disposer le plus de lumière possible au plus bas prix et, vous, vous en voulez moins avec un prix plus élevé ! »

QUELS SONT, CHEZ FLOS, LES CRITÈRES QUI VOUS FONT CHOISIR UN DESIGNER ?

Il est nécessaire qu'il croie en notre vision, qu'il partage notre inclination pour la révolution et la subversion. Il faut aussi qu'il ait sa propre personnalité. Nous ne sommes pas dans la relation entre un entrepreneur et un créatif, mais davantage dans celle entre un éditeur de livres et un écrivain. C'est à l'éditeur de faire exister une lampe sur un marché. Pour moi, un produit Flos, c'est un engagement dans l'innovation, au-delà du « style », et encore plus du « luxe » ou de la « tendance ». Trois mots que je n'aime pas.

DANS QUEL ÉTAT D'ESPRIT ÊTES-VOUS À LA PERSPECTIVE DU PROCHAIN EUROLUCE, QUI SE TIENDRA À MILAN PENDANT LE SALON DU MEUBLE 2019 ?

Je me sens excité et, en même temps, je pense qu'il faut s'amuser. Je le fais beaucoup. Partager tout le travail abattu, finalement, c'est intéressant, non ? Je comprends que ceux qui ont en tête de présenter tous les ans un nouveau canapé soient sous pression. Mais, nous, nous sommes plus libres. 