

Mémoire professionnel
DSAA Design
Mode & Textile

Promotion 2023

SUBLIMER L'EXPÉRIENCE
GASTRONOMIQUE



UNE EXPÉRIENCE HÉDONIQUE
ENTRE MÉTAL ET TEXTILE

Léa Viellard



Mémoire professionnel
DSAA Design
Mode & Textile

SUBLIMER L'EXPÉRIENCE GASTRONOMIQUE

UNE EXPÉRIENCE HÉDONIQUE
ENTRE MÉTAL ET TEXTILE

Léa Viellard



ESAAT Ecole Supérieure d' Arts Appliqués et Textile
539 Av. des Nations Unies 59100 Roubaix

RÉSUMÉ

Si le luxe a fait sienne la satisfaction des attentes esthétiques et émotionnelles de sa clientèle dans le domaine attendu de la mode, on peut questionner la manière dont il la pousse à son paroxysme dans le secteur de la gastronomie où s'ajoute la dimension sensorielle.

En effet, des savoir-faire d'excellence y sont mis en œuvre tant dans l'art culinaire que dans la façon de l'exposer au client. Il est intéressant de ce fait de s'interroger sur la place du textile dans l'expérience gastronomique. En effet, le textile est très répandu au restaurant, notamment à travers l'art de la table et l'ameublement, mais au point de passer inaperçu. Le designer textile ne pourrait-il pas dès lors, le magnifier en l'extirpant de sa dimension proprement utilitaire pour lui conférer une visibilité et le faire concourir à la sublimation de l'expérience culinaire appelée par le luxe ? On s'intéressera à l'aménagement de l'espace qui a un impact souvent sous-estimé sur l'expérience gastronomique, et notamment par l'emploi d'un matériau inattendu comme le métal. Il apportera une nouvelle ambiance à l'espace à travers des métallos-textiles.

SUBLIMER - LUXE - GASTRONOMIE - LUMIÈRE - ARTISANAT

ABSTRACT

If luxury has made its own the satisfaction of the aesthetic and emotional expectations of its customers in the expected field of fashion, we can question the way in which it pushes it to its paroxysm in the gastronomy sector where the sensorial dimension is added.

Excellent know-how is used both in the art of cooking and in the way it is presented to the customer. It is therefore interesting to consider the place of textiles in the gastronomic experience. Indeed, textiles are very common in restaurants, particularly through tableware and furnishings, but to the point of going unnoticed. Couldn't the textile designer magnify it by taking it out of its purely utilitarian dimension to give it visibility and make it contribute to the sublimation of the culinary experience called for by luxury? We will be interested in the arrangement of the space, which often has an underestimated impact on the gastronomic experience, particularly through the use of an unexpected material such as metal. It will bring a new atmosphere to the space through metallo-textiles.

ENHANCE - LUXURY - GASTRONOMY - LIGHT - CRAFTS

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier les personnes ayant contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce mémoire. J'aimerais remercier, dans un premier temps, Madame Mouveaux et Monsieur Bertot pour leur disponibilité et leurs conseils qui ont contribué à structurer mes idées. Je remercie également Monsieur Cellier qui m'a aidée à préciser mon sujet de mémoire et qui m'a aiguillée pour des lectures. Je saisis l'occasion pour remercier Madame Vanderbergue et l'administration de l'ESAAT pour l'encadrement du diplôme. Je tiens à remercier également le designer Kostia qui a accepté de répondre à une demande d'interview. Ma famille, mes amis et mes proches ont été d'un grand soutien et m'ont encouragée dans la rédaction de ce mémoire.

AVANT-PROPOS

Ce mémoire s'inscrit dans le cadre de l'obtention du diplôme de DSAA Mode et Textile de l'ESAAT à Roubaix. Il questionnera le rôle que peut avoir le designer textile dans l'expérience au restaurant gastronomique. Le constat est que les motivations de consommation ont évolué pour tendre vers quelque chose qui n'est plus uniquement utilitaire, notamment dans l'univers du luxe.

Ce dernier, en effet, est caractérisé par une recherche d'excellence, d'émotions et de plaisir. Le domaine de la gastronomie répond très bien à cette demande par la sollicitation de tous les sens.

À travers ce mémoire, l'idée est d'interroger la place du textile dans l'espace gastronomique. Vu sous un nouvel angle, le textile pourrait avoir un rôle dans l'ambiance et la décoration.

Dans l'univers de la gastronomie, le métal est également un matériau caractéristique tout comme le textile. Il serait donc intéressant de proposer un dialogue entre ces deux matières.

Les difficultés sont nombreuses et concernent principalement l'échelle. Placé dans l'espace, le textile ne peut être travaillé de la même manière que pour une application mode. La taille des éléments qui le composent et la surface générale doivent être adaptés. Il doit également s'adapter au lieu dans lequel il est placé sans gêner les personnes qui s'y déplacent.

INTRODUCTION

« Un menu multi-sensoriel signé Dior »

Titre d'un article publié le 25 Mars 2021 par Journal du luxe

Le chef Jose Avillez et la maison de mode Dior se sont alliés pour créer une expérience alliant fragrance et gastronomie. Les maisons de mode se saisissent du secteur de la gastronomie pour proposer de nouvelles expériences liées au plaisir. En effet, nous ne sommes plus uniquement à la recherche d'un bien ou d'un service purement utilitaire. Nous sommes en quête d'une esthétique, d'un bien-être, d'une émotion que pourrait nous procurer l'objet ou le service. Ce besoin d'originalité, de sensations, de nouveauté et de souvenirs est accentué par l'explosion de la publicité sur les réseaux sociaux. S'il concerne de ce fait tous les milieux sociaux, il s'ancre davantage encore dans l'univers du luxe où l'expérience se doit d'être extraordinaire et à la hauteur des moyens. Il ne s'agit plus seulement d'une excursion dans la savane Africaine par exemple, mais d'une expérience touchant un domaine qui semble à première vue extérieur à cette notion de plaisir total.

C'est pourquoi, nous allons nous intéresser à l'expérience au restaurant gastronomique qui mobilise tous les sens du client. Au niveau mondial, les Français passent le plus de temps à table. L'expérience culinaire doit donc être à la hauteur et ne négliger aucun aspect. Il y a la volonté d'expérimenter, de découvrir et de se faire plaisir.

Cette expérience ne pourrait-elle pas être sublimée grâce à la transposition du textile dans l'espace du restaurant gastronomique ? Le textile est utilisé dans tous les secteurs : militaire, médical, automobile, ameublement. Il est le composant majeur du secteur de la mode à travers les vêtements. Ce qui va nous intéresser ici est son utilisation au restaurant. On le retrouve dans l'art de la table et l'ameublement. Le textile pourrait être sublimé par l'utilisation d'un matériau répandu dans le luxe : le métal. Celui-ci est également présent au restaurant à travers l'art de la table, la décoration et les cuisines. Il serait intéressant d'avoir un dialogue entre textile et métal au sein du restaurant pour leur donner une nouvelle vision et un nouveau rôle.

Nous allons donc nous demander comment le designer textile peut sublimer l'expérience gastronomique. Le designer textile cherchera à savoir comment le textile peut intervenir dans l'espace et la décoration. Dans un premier temps, nous allons nous intéresser au secteur du luxe à travers la gastronomie génératrice d'expérience. Puis, nous étudierons l'espace du restaurant gastronomique en abordant son aménagement, l'importance de la décoration ainsi que l'utilisation du textile et du métal. Pour finir, nous évoquerons, le rôle que peut jouer le designer textile dans l'espace du restaurant gastronomique.

I / LA GASTRONOMIE DANS LE LUXE

1.1/ QU'EST-CE QUE LE LUXE ?

Le luxe¹ est un secteur qui peut se définir par «des produits et des services d'une très grande qualité et d'un très grand raffinement». De nombreux mots peuvent le qualifier : faste, raffinement, richesse, somptuosité, splendeur et coût. Mais si l'on devait retenir une notion liée au luxe, ce serait celle d'extraordinaire. L'extraordinaire² est ce qui sort de l'ordinaire et du quotidien. Cela peut être un événement exceptionnel, quelque chose qui dépasse de beaucoup le niveau moyen et qui est excellent. Cet extraordinaire se trouve dans la qualité et les émotions ressenties lors de la consommation et de la possession de luxe.

Le luxe peut se définir par la rareté³ du bien en lui-même, les matières premières nécessaires (soie, or, diamant), son originalité, les techniques, les machines utilisées et le service offert. L'on ne peut pas faire reposer la rareté sur uniquement le matériau. Les processus de fabrication (complexes, numériques, artisanaux) sont des arguments de vente souvent utilisés par les marques du luxe. Elles mettent plus en avant les procédés artisanaux que les procédés industriels car le travail de la main est synonyme de luxe aux yeux des clients. Le travail et l'intelligence de la main nécessitent plus de temps donc justifient les prix. Un produit artisanal est aussi synonyme d'authenticité, de qualité, de temps et d'investissement émotionnel de l'artisan⁴. Dans les restaurants gastronomiques, les prix élevés reflètent la qualité des produits sélec-

¹ Définition en Annexes - Glossaire.

² Définition en Annexes - Glossaire.

³ CATRY, Bernard. 2007.

⁴ «Les outils fabriqués avec la main portent alors quelque chose de plus qu'eux-mêmes et que leur fonction d'usage parce qu'ils sont la trace des épousailles des hommes avec les esprits et, en tant que tels, les outils premiers ont dû apparaître comme des fétiches.» p.271

BUATOIS, Jean-Noël. 2018.

tionnés, la recherche nécessaire pour élaborer les plats, la maîtrise de l'art culinaire, le cadre et le service.

Les marques communiquent très peu sur les procédés de fabrication pour éviter de dévoiler les secrets de fabrication et production, permettant ainsi d'entretenir le mystère. Il y a beaucoup de secrets dans ce domaine. Il arrive que les ateliers n'aient pas le droit de communiquer sur ce qu'ils ont fait pour les marques. Cela est possible seulement si la marque l'a autorisé et a communiqué à ce sujet. On peut observer que les noms des ateliers ayant travaillé pour elles sont très rarement cités. Il y a une culture du secret et de la confidentialité. Les informations communiquées sont choisies avec précaution. De manière générale, les marques de luxe utilisent très peu la publicité car un produit de luxe n'a pas besoin de faire la promotion de sa nature luxueuse. Mais cela a quelque peu évolué. Aujourd'hui, certaines marques, dont notamment celles de la mode, se sont saisies de cet outil de communication pour atteindre un plus grand public. La publicité peut permettre de mettre en avant les émotions et l'expérience garanties⁵ par le produit. La communication passe quand même par la réputation que la marque a su se faire au fur et à mesure des années, le bouche à oreilles et la presse.

La rareté peut s'expliquer par les pièces dont le nombre est limité volontairement par les marques, la distribution sélective, le lien avec un événement ou une collaboration. Les séries limitées sont très utilisées de nos jours et dans tous les domaines. Le client qui réussit à obtenir une pièce limitée se sent chanceux, privilégié et exceptionnel. Pour exemple, l'édition Noël 2003 « L'Instant » de Guerlain a été produite

⁵ CATRY, Bernard. 2007.

à 750 exemplaires⁶. La série limitée s'utilise également pour des événements exceptionnels et ponctuels permettant d'en faire la promotion.

Le prix peut être l'un des principaux indicateurs de cette rareté. Plus un prix est élevé et plus un nombre limité de personnes pourront acheter. Plusieurs éléments peuvent expliquer les prix et donc la rareté. La distribution de certains produits se fait dans des endroits très précis et sélectionnés avec soin. Les produits de luxe ne sont pas en vente n'importe où. La collaboration entre marques, artistes, domaines différents et designers se fait dans le cadre de séries limitées et capsules qui vont indiquer une rareté à travers le nombre disponible.

Mais quelle est la réelle utilité des biens de luxe ? Le reproche qui est souvent fait au luxe est ses besoins superflus. Pourtant, nous sommes tous amenés à consommer des biens « superflus » notamment le parfum. Quel est le réel besoin de se parfumer outre un besoin de se faire plaisir et pour une expérience sensorielle. Nous avons tous besoin de nous faire plaisir de temps en temps et cela peut prendre plusieurs formes : un voyage, une montre, un bon repas, une sortie au musée.

De manière générale, il y a une volonté de se défaire des choses matérielles et non-essentiels pour revenir à la simplicité. Le luxe ne pourra jamais disparaître car il y a aura toujours une clientèle. Il y aura toujours des personnes qui auront plus de moyens et qui seront à la recherche d'insolite et d'excellence. S'il y a bien une branche du luxe à laquelle l'on ne pense pas forcément et qui est vectrice d'expérience, c'est bien la gastronomie.

⁶ CATRY, Bernard. 2007.

1.2/ LA GASTRONOMIE

La gastronomie⁷ française est inscrite au Patrimoine Culturel Immatériel de l'Humanité de l'UNESCO depuis 2011⁸. Cela témoigne d'un art de «bien manger» à la française et de l'importance qu'on lui porte. Les prémices⁹ de cet art remontent au Moyen-Age avec les grands banquets qui étaient déjà des mises en scène animées. C'est à la Renaissance que naît réellement la gastronomie avec l'art du repas, les arts de la table et l'utilisation des couverts et des verres. Sous le règne de Louis XIV, la cuisine gastronomique connaît son âge d'or. On voit apparaître le repas rythmé et structuré par plusieurs plats qui sont supervisés par le maître d'hôtel. L'histoire nous a légué la fin tragique du plus célèbre d'entre-eux, Vatel. Le repas prend alors une vraie dimension théâtrale. L'art de manger à la française est reconnu et exporté à l'étranger. Puis, à la Révolution française, le service à table fait son apparition dans les restaurants. Différentes gammes de restaurants voient le jour et des grands chefs émergent et contribuent à la renommée de la gastronomie française. Finalement, c'est au XIXe siècle que la gastronomie s'élève avec l'introduction d'ingrédients et de techniques culinaires innovantes pour obtenir une harmonie. Auguste Escoffier¹⁰ a codifié la cuisine en son temps, Paul Bocuse¹¹ plus récemment a été élu chef du siècle et a créé un concours international portant son nom. Aujourd'hui, la gastronomie française mêlant tradition et modernité, et renommée dans le monde est confrontée à de nouveaux défis. La demande de produits locaux et durables, une cuisine végétale et la fusion des styles culinaires

⁷ Définition en Annexes - Glossaire.

⁸ LE FEUVRE, Delphine. 2022.

⁹ RAMBOURG, Patric. 2013.

¹⁰ Informations en Annexes - Informations - Chefs.

¹¹ Informations en Annexes - Informations - Chefs.

impactent les chefs.

La gastronomie, c'est «la recherche d'expériences gustatives uniques et mémorables», ce qui rejoint la notion d'extraordinaire. La gastronomie de luxe fait appel à des matières premières chères, des processus de travail complexes, l'embauche de personnel particulièrement qualifié et formé au cours d'apprentissages longs et rigoureux et un environnement exceptionnel. Dans cette recherche d'extraordinaire, il est maintenant possible de trouver des pâtisseries ou des aliments recouverts d'or. L'or est présent en très fines feuilles ou copeaux et a un goût neutre. Il permet d'apporter une touche de brillance et d'éclat à la nourriture. La marque de thé Mariage Frères a créé une gamme de thé sous forme de petites boules recouvertes à la main d'or ou d'argent.

Les restaurants gastronomiques sont soumis à des règles et des codes assez stricts : cuisine raffinée, cadre agréable et service soigné. Ils sont classés à travers un nombre d'étoiles. En 2022¹², 627 restaurants étoilés ont été répertoriés dans le Guide Michelin¹³. Nous avons également le Gault & Millau¹⁴ qui est un guide gastronomique français qui attribue des notes. La plupart sont situés en Ile-de-France, en Auvergne-Rhône-Alpes et en Provence-Alpes-Côte d'Azur car c'est là que se concentre la demande.

Nous pouvons identifier deux types de produits¹⁵ dans le luxe. Les produits utilitaires¹⁶ qui désignent des biens utiles et les produits hédoniques¹⁷ qui ont un intérêt au plaisir. Mais nous pouvons trouver des

¹² LE FEUVRE, Delphine. 2022.

¹³ Informations en Annexes - Informations - Chefs.

¹⁴ Informations en Annexes - Informations - Chefs.

¹⁵ BARRERE, Christian, BONNARD, Quentin, CHOSSAT, Véronique. 2014.

¹⁶ Définition en Annexes - Glossaire.

¹⁷ Définition en Annexes - Glossaire.

produits qui allient ces deux choses. Se nourrir est un bien à utilité utilitaire car il répond à un besoin vital. La gastronomie est plutôt un produit hédonique car nous allons au restaurant par plaisir plus que par pur besoin. Mais le déplacement au restaurant reste motivé par le besoin de manger.

Un parallèle entre restaurants gastronomiques et haute couture peut être fait car ils s'adressent à une population restreinte. La gastronomie est un secteur de niche dont la pérennité est assurée par les touristes étrangers et les personnes en ayant les moyens. Mais il y a également une demande occasionnelle¹⁸ émanant de la classe moyenne qui s'offre ce genre de restaurant pour une occasion très particulière pour célébrer un événement important (anniversaire, mariage). Selon un sondage¹⁹ de l'Institut de sondage Harris interactive, presque 60% des Français ont déjà fréquenté un restaurant étoilé ce qui montre bien l'intérêt pour les biens de luxe. Mais le prix est le principal frein pour 7 Français sur 10. Certains ont même exprimé la crainte de ne pas correspondre à ce type d'établissements. Il est vrai que se rendre dans un restaurant gastronomique c'est obéir à des convenances et à des règles de conduite (disposition des couverts, façon de se tenir, code vestimentaire...). Ce que nous mangeons reflète qui nous sommes²⁰ : culture, classe sociale, pays, religion, personnalité, vécu.

La gastronomie attire²¹ les grands groupes du luxe qui investissent dans l'hôtellerie et la restauration. Bulgari du groupe LVMH a transformé en 2012 l'hôtel Le Cheval Blanc à Courchevel en palace 5 étoiles, rassemblant une clientèle très aisée. Le restaurant du palace est dirigé par le chef Yannick Alléno²² après un contrat passé avec le grou-

¹⁸ BARRERE, Christian, BONNARD, Quentin, CHOSSAT, Véronique. 2014.

¹⁹ NEO Restauration. 2018.

²⁰ «Dis-moi ce que tu manges je te dirai qui tu es». BARRERE, Christian. 2014.

²¹ BARRERE, Christian, BONNARD, Quentin, CHOSSAT, Véronique. 2014.

²² Informations en Annexes - Informations - Chefs.

pe. Tout comme dans le domaine de la haute couture, la restauration fait appel à des chefs renommés. Les maisons et les restaurants choisissent une personne reconnue dans son domaine et connue à l'international. Cette personne va les représenter, apporter son identité et son talent. La nomination d'un chef dans un restaurant peut apporter plusieurs étoiles à l'établissement. Cela a été le cas avec Yannick Alléno qui a été également embauché chez Le Meurice et qui a permis d'acquérir 2 étoiles Michelin en 5 mois.

Nous avons vu se développer des restaurants gastronomiques au sein des musées (au Musée d'Orsay, le Café Marly sous le Louvre). Cela met en lumière le rôle de la gastronomie dans la culture²³. Aller dans ces restaurants est une façon de prolonger l'expérience au musée. Au même titre que l'architecture, la littérature et le style vestimentaire, la gastronomie fait partie de la culture d'un lieu. Ces restaurants prenant place dans des lieux symboliques et chargés d'histoire pour offrir une certaine expérience.

²³ BARRERE, Christian, BONNARD, Quentin, CHOSSAT, Véronique. 2014.

1.3/ LA RECHERCHE D'UNE EXPÉRIENCE

Les espaces dans lesquels nous évoluons doivent être esthétiques. L'occupation de cet espace doit aussi nous procurer des émotions comme le plaisir²⁴ à différents degrés selon Umberto Eco²⁵ dans *L'Œuvre ouverte* mais leur occupation peut se révéler négative et pousser à quitter l'espace. Sébastien Servaire de l'agence de design global Servaire & Co²⁶ a compris que le design pouvait apporter de nombreuses choses au domaine du luxe dont notamment des expériences mémorielles et multisensorielles qui prennent différentes formes. Le design sensoriel²⁷ est un type de design qui stimule un ou plusieurs sens (ouïe, odorat, toucher, goût, vue) via des dispositifs, des installations et des matières. Les espaces dans lesquels sont disposées ces installations deviennent alors sensibles et le spectateur en est le principal récepteur. Les sens sont vecteurs d'informations qui se traduisent en sensations et émotions pour notre corps et notre cerveau. C'est pourquoi la stimulation des sens est très importante. En gastronomie, tous les sens sont sollicités mais certains plus que d'autres. Le sens gustatif est celui qui va percevoir le plus d'informations. Les sens de l'odorat et de la vue sont ceux qui vont également être sollicités. Au restaurant, l'odeur du plat nous met en appétit avant même de l'avoir vu. Les textiles peuvent s'imprégner des odeurs ambiantes ainsi que celles que nous déposons sur eux. Quant au métal²⁸, nous pensons qu'il a une odeur mais cela dépend de la quantité et de la présence de fer ou de cuivre dans le métal, ainsi que de l'acide gras de notre peau à son contact.

²⁴ Définition en Annexes - Glossaire.

²⁵ HYPOLITE, Pierre, LEYGONIE, Antoine, VERLET, Agnès. 2014.

²⁶ Sur le travail de Servaire & Co voir DEGARDIN, Nathalie. 2020.
Informations en Annexes - Références - Servaire & Co.

²⁷ CATALA, Laurent. 2020.
Définition en Annexes - Glossaire.

²⁸ ENSAD. 2017.

L'expérience recherchée diffère selon plusieurs éléments : moment de la journée, personnes qui nous accompagnent, vécu, activités, goûts de la découverte, motifs de déplacement, bénéfices recherchés, état d'esprit et budget. Les attentes et les besoins du client orientent ses choix. Les différentes gammes et catégories de restaurants ont leurs propres codes (service, qualité, tenue vestimentaire, décoration...) et ont une cible précise. Dans les restaurants gastronomiques, les clients sont à la recherche d'un cadre luxueux, raffiné, d'une harmonie avec les plats, le moindre détail aura son importance au vu des prix proposés. L'expérience client au restaurant commence dès la réservation de la table si le client passe un appel ou dès l'entrée dans le hall du restaurant. Et cette expérience se termine quand le client paye et quitte le restaurant.

Anaïs Gauthier²⁹ est une designer qui travaille les sens à travers le design d'expérience³⁰. Dans le cadre de la gastronomie, la satisfaction du client par l'expérience sensorielle est l'objectif du chef. C'est pourquoi le chef et le designer doivent définir au préalable l'expérience qu'ils souhaitent faire vivre aux clients : surprise, fascination, interrogation. «L'expérience client est un continuum de perceptions et d'émotions.». Le designer et le restaurateur vont transmettre des informations au client à travers des informations perceptibles et non-perceptibles. Une émotion très forte va imprimer plus durablement l'expérience dans la mémoire du client et ainsi le pousser à revenir ou non. Anaïs Gauthier parle ainsi «d'empreinte sensorielle». Nous associons des souvenirs à

²⁹ Sur le travail d'Anaïs Gauthier voir MONTANT, Laurent. 2020
Informations en Annexes - Références - Anaïs Gauthier.

³⁰ Définition en Annexes - Glossaire.

des perceptions sensorielles. «Mais à l'instant même où la gorgée mêlée des miettes du gâteau toucha mon palais, je tressaillis, attentif à ce qui se passait d'extraordinaire en moi. Un plaisir délicieux m'avait envahi, isolé, sans la notion de sa cause» lit-on au début de *À la Recherche du temps perdu*. Proust nous a appris qu'un passé qu'on croyait oublié prend «forme et solidité» dans la sensation gustative, et peut sortir d'une tasse de thé.

Les motivations de consommation ont évoluées. «Une décision d'achat ne découle pas de la prise en compte par la raison d'un besoin objectivement déterminé (se nourrir, se loger, se déplacer...) mais se fonde plutôt sur des émotions et des désirs (paraître, se faire plaisir, découvrir, goûter le beau ou le bon...).»³¹ Cela fait-il pour autant de nous des êtres superficiels ? L'achat et la consommation doivent-ils être toujours motivés par un besoin utilitaire ? La société ne serait-elle pas plus fade si tout était centré uniquement sur le besoin utilitaire ? Si nous devons supprimer tout ce qui est jugé «inutile» alors nous n'aurions plus de décoration autour de nous.

L'exceptionnel se traduit de plusieurs manières : matière, technique, rareté, quantité, esthétique, forme, toucher, senteur, bruit. Les émotions ressenties lors de la dégustation d'un plat peuvent être infinies : surprise, dégoût, adoration, scepticisme, joie. L'expérience gastronomique fait appel aux sens. Le client goûte à une «consommation expérientielle qui est sublimée aussi par la mise en scène et la théâtralité du lieu. Pine Il et Gilmore³² exposent l'idée que les restaurants gastronomiques sont des endroits de mise en scène et où le paraître est important. Le cuisinier met en scène son plat pour qu'il soit le mieux dressé

³¹ BARRERE, Christian, BONNARD, Quentin, CHOSSAT, Véronique. 2014.

³² HYPPOLITE, Pierre, LEYGONIE, Antoine, VERLET, Agnès. 2014.

possible pour le client et vient le saluer à la fin du repas. Les serveurs se mettent en scène pour répondre aux besoins du client. Et le client se met en scène pour paraître sous son meilleur jour devant les autres clients. Chacun se met en scène. C'est une pièce de théâtre avec plusieurs actes rythmés par les plats. Les acteurs³³ sont les serveurs, les barmans, les réceptionnistes et le chef de salle qui se déplacent dans la scène qu'est la salle à manger. Le chef, les cuisiniers et les agents d'entretien peuvent être associés aux préparateurs des coulisses sans lesquels rien ne peut se faire. On peut parler de «service théâtral»³⁴.

Ce qui est vendu est une expérience et un enchantement. Étant une expérience, ses secrets de fabrication ne doivent pas ou très peu être divulgués. Les secteurs de l'hôtellerie et la restauration restent encore assez fermés à cette communication. Celle-ci se fait par le bouche à oreille ou via des articles rédigés dans des journaux. Clément Clos³⁵ nous montre que la communication de certains aspects du service ou du produit est réservée à certaines gammes. Un produit de luxe n'aura pas besoin de dire qu'il est le meilleur, le client le sait.

Nous avons pu voir que l'expérience client au restaurant gastronomique et dans le domaine du luxe est liée à de nombreux éléments. Le client prend place et habite l'espace pendant une durée limitée. Il est de passage et son expérience doit être la meilleure possible à travers un ensemble d'éléments. Le nombre³⁶ élevé de restaurants implique qu'ils ne peuvent plus uniquement compter sur la qualité des plats proposés, la présentation du plat et le service. Ils doivent aussi se démarquer, s'appuyer sur l'expérience totale que sont le décor, le scénario, les émo-

³³ PINNA, Gabriele, REAU, Bertrand. 2011.

³⁴ PINNA, Gabriele, REAU, Bertrand. 2011.

³⁵ CLOS, Clément. 2020.

³⁶ Selon les Echos Solutions 2017, il y aurait 175 000 restaurants en 2016.

tions, la thématique, le rôle des employés de contact, les renforcements sensoriels et l'intensité du dépaysement.

Pour que cette expérience soit complète, elle doit passer par les aliments mais aussi par le textile et le métal pour sublimer l'espace gastronomique. L'aménagement se fait par un architecte ou un designer d'intérieur qui prend en compte la demande du restaurateur et les contraintes de l'espace. L'architecte veille à bien respecter les normes, créer les espaces. Tandis que le designer d'intérieur s'occupe de l'esthétique, du choix des matériaux et de l'ambiance qui va être générée par la décoration.

II/ LE TEXTILE ET LE MÉTAL DANS L'ESPACE DU RESTAURANT GASTRONOMIQUE

2.1/ L'AMÉNAGEMENT DU RESTAURANT

L'aménagement consiste en l'organisation et la disposition des différents éléments qui composent l'espace. Il existe un plan du restaurant détaillant l'endroit où sont situés les appareils, les liaisons entre les pièces, les tables, la caisse, le bar et les équipements. Le restaurateur met au point un plan de salle pour savoir où sont positionnées les tables et les numéros qui leur correspondent. Cela aide le serveur à savoir sur quelle addition mettre les commandes, à qui il doit donner les plats et aide à délimiter des zones attribuées à chaque serveur³⁷.

Le restaurant est un espace ouvert. L'ouverture de la salle de repas au restaurant s'explique par le fait que les serveurs doivent avoir une vue d'ensemble pour servir au mieux les clients. Il reste encore un espace qui est encore caché : la cuisine. Mais cela tend à changer. Nous assistons à une ouverture des cuisines sur la salle. La cuisine peut être sur un côté de la salle ou au centre de la pièce, faisant d'elle l'attraction du lieu. Le client assiste à une sorte de divertissement. La préparation des plats qui était jusqu'à maintenant secrète dans les cuisines fermées aux regards est maintenant visible.

L'ouverture de l'espace questionne aussi la pénétration de la lumière dans celui-ci. L'espace devient plus lumineux, moins sombre. Le verre est le matériau qui a permis de mettre en pratique cette idée. Il est vu comme le matériau de la libération, émancipation. Le verre permet le passage de la lumière et il la reflète à la fois. Depuis le Crystal Palace³⁸, le verre est présent dans de nombreuses architectures. Le béton et le mé-

³⁷ IVERSEN, John. 2020.

³⁸ Visuel en Annexes - Références iconographiques.

tal ont une fonction de structure porteuse et le verre vient l'habiller³⁹. Le verre permet de voir ce qu'il se passe et d'avoir accès à l'intimité depuis l'extérieur⁴⁰.

Plusieurs espaces⁴¹ composent un restaurant : cuisine, salle à manger, entrée et espace d'attente, bar et toilettes. Chacun à ses propres règles et son propre agencement. L'entrée et l'espace d'attente sont importants car c'est la 2ème impression que se fait le client après la devanture. Cette impression va confirmer ou infirmer le choix du client de rester. Ils lui permettent généralement de mieux apprécier la décoration. La taille de la salle à manger est conçue en fonction du nombre de clients simultanés que veut accueillir le restaurateur. Le restaurateur peut faire le choix d'accueillir beaucoup de clients dans une surface restreinte pour faire le maximum de chiffre d'affaires. Mais cela peut avoir un impact sur l'expérience client. Beaucoup de monde dans un espace restreint entraîne des nuisances sonores et de la promiscuité.

Des contraintes⁴² sont à prendre en compte pour l'aménagement : les codes et règlements de construction, l'accessibilité, le budget, l'efficacité, l'esthétique et la surface par couvert. Les normes imposent d'avoir des équipements ou du matériel à des endroits particuliers. L'accessibilité aux personnes concerne tous les restaurants mais pour ce qui est du reste, cela va dépendre de la gamme du restaurant. Un gastronomique a des moyens plus élevés et le repas coûte plus cher, lui permettant une bonne localisation, des matériaux de qualité et une main d'œuvre très qualifiée. Il va privilégier l'apport de la note et le règlement à table pour réduire les déplacements des clients qui pourraient gêner le service et l'efficacité des serveurs, mais surtout pour privilégier le con-

³⁹ HYPOLITE, Pierre, LEYGONIE, Antoine, VERLET, Agnès. 2014

⁴⁰ HYPOLITE, Pierre, LEYGONIE, Antoine, VERLET, Agnès. 2014.

⁴¹ IVERSEN, John. 2020.

⁴² IVERSEN, John. 2020.

fort des clients. Le menu, l'esthétique du restaurant, le service et les tenues doivent être cohérents car ils sont le reflet de l'identité du restaurant. La surface par couvert est différente selon le type de restaurant et le prix du mètre carré. Elle impacte le confort des gens pour manger. Plus le niveau de gamme est élevé et plus la surface est grande.

On peut se rendre au restaurant gastronomique pour plusieurs raisons : goûter la cuisine d'un chef en particulier, manger dans un lieu qui a une histoire ou qui a été pensé par un designer connu. Le cadre dans lequel nous avons mangé peut plus marquer notre esprit que les plats eux-mêmes. Nous allons nous souvenir d'une couleur sur les murs, du confort de la banquette ou du magnifique lustre qui projetait des éclats au plafond.

2.2/ L'IMPORTANCE DE LA DÉCORATION ET DE L'AMBIANCE : UN RÔLE À JOUER POUR LE TEXTILE

Le choix⁴³ d'un restaurant ne repose pas uniquement sur les plats. Plusieurs éléments entrent dans la réussite d'un restaurant : localisation, marketing, mise en marché, qualité de la nourriture et du service, aménagement physique, décor et ambiance. Tous ces éléments de décoration doivent participer à l'expérience du client mais aussi veiller à ne pas gêner le travail des serveurs : débarrasser correctement, observer la salle.

Le décor et l'ambiance doivent donc correspondre à la clientèle visée et à l'expérience gastronomique proposée. Une famille ne recherche pas la même chose qu'un touriste aisé ou qu'un groupe de collègues sortant de réunion. Tout est question de détail⁴⁴. Mais pour ce qui est du restaurant gastronomique, la décision est impactée par la réputation du restaurant et le chef qui le représente. Ce qui est sur la carte a une importance moindre. Le chef peut être assimilé au directeur artistique de la haute couture. Tous deux sont chargés de préserver un univers tout en lui apportant de la nouveauté et en développant de nouveaux aspects. Cela permet de fidéliser la clientèle déjà présente et d'en attirer une nouvelle.

La décoration et toute la mise en scène qu'elle suppose est le choix du restaurateur qui peut être aidé d'un décorateur ou d'un designer selon sa demande et son budget. S'ils travaillent ensemble, ils vont

⁴³ Selon Snacking en 2020, 41% portent de l'importance au décor et l'ambiance, tandis que 42% apprécient qu'un restaurant possède son propre univers.

⁴⁴ BARRERE, Christian, BONNARD, Quentin, CHOSSAT, Véronique. 2014.

réfléchir à la clientèle visée et au type de restaurant. La décoration et l'ambiance impactent l'expérience et peuvent être déterminantes dans la recommandation auprès des proches. À l'ère des réseaux sociaux où le paraître est important, la décoration originale ou très soignée peut attirer les clients et leur donner envie de s'y rendre sans même avoir vu la carte. La communication⁴⁵ se fait à travers le décor⁴⁶ du restaurant, la présentation des cartes et des menus, ainsi que le site Internet.

De nombreux éléments⁴⁷ entrent en compte dans la décoration et l'identité visuelle : matériaux, formes, couleurs, matières, mobilier, objets. Ce sont autant d'éléments sur lesquels le designer textile peut intervenir. Toute décoration est significative, connotée et nous évoque quelque chose (sentiment, époque, souvenir). L'attitude des serveurs ainsi que leurs uniformes participent à l'identité du restaurant. D'autres éléments impalpables vont également influencer l'ambiance comme l'odeur, la lumière et la musique. Ce sont autant d'éléments qui sont à prendre en compte pour que l'expérience culinaire soit la plus réussie possible. Nous avons tous déjà vécu une scène où la salle était trop sombre et la décoration vieillotte.

Le textile⁴⁸ est présent sous plusieurs formes au restaurant mais il a principalement un rôle utilitaire. Le premier aperçu que l'on a de lui

⁴⁵ «L'esthétique d'un restaurant communique une expérience aux clients et elle doit être considérée comme une extension essentielle de l'image de marque.».

ZABINSKI, Julie. 2019.

⁴⁶ ZABINSKI, Julie. 2019.

⁴⁷ PAGEAU, François. 2006.

⁴⁸ Définition en Annexes - Glossaire.

est à travers l'uniforme du personnel qui est choisi avec soin pour correspondre au restaurant. Dans un gastronomique, le linge de table⁴⁹ est composé de plusieurs éléments textiles : le molleton, la nappe, le napperon, le chemin de table, les sets de table, les serviettes et le juponnage. Le textile se trouve également dans les torchons utilisés par les cuisiniers et par le personnel de ménage. Il a une utilité d'ordre pratique et est amené à être sali. Ce ne sont pas n'importe quelles matières⁵⁰ qui sont utilisées. Généralement, c'est le 100% coton. C'est une fibre résistante et selon les traitements qu'elle aura reçus, elle pourra briller, être douce ou très blanche. Le linge a également une esthétique particulière. Les serviettes et les nappes sont en grande majorité blanches car cela facilite leur nettoyage. Pour se différencier ou apporter différentes textures, le linge peut être travaillé avec différentes armures de tissage. Le satin permet d'apporter du brillant d'un côté et du mat de l'autre. Le damassé et le jacquard permettent d'obtenir différents motifs. Les finitions et les ourlets apportent d'autres rendus. Mais l'on peut voir apparaître des linges avec des couleurs. Le designer textile a donc un rôle important et plusieurs possibilités de travailler le textile dans l'espace du restaurant. Les techniques les plus répandues dans le textile de luxe sont le tissage, la broderie et la maille.

Ce qui nous intéresse est le textile dans la décoration. Il est un indispensable de l'ameublement et du mobilier avec notamment les chaises, les banquettes et les fauteuils. Le textile doit être très résistant car de nombreuses personnes s'assoient dessus et donc un tissu trop fin est vite abîmé. C'est un textile qui est amené à être sali au cours des repas. L'espace peut être personnalisé et avoir une touche chaleureuse

⁴⁹ Comptoir Textile Hôtelier. 2021.

⁵⁰ Le Petit Sommelier consulté le 03 Novembre 2022.

avec des rideaux. Ils doivent être facilement nettoyables car ils absorbent les odeurs de nourriture.

Dans l'idée de proposer une nouvelle expérience client, le chef Yannick Alléno a fait appel au designer Kostia⁵¹. Il a eu pour mission de créer des panneaux⁵² textiles qui s'accordent avec le lieu et qui apportent une plus grande sensation d'intimité aux clients sans complètement les enfermer. Pour réaliser les textiles, Kostia a fait appel à l'Atelier Montex pour les broderies. Les toiles textiles sont soutenues par un cadre en métal suspendu et dialoguent avec la lumière du lieu. À travers ce projet, l'on peut voir que le textile peut avoir un rôle à jouer dans l'espace et participer à l'expérience culinaire.

La configuration et la décoration ont donc un impact sur l'expérience client et sur les déplacements des serveurs. Elles peuvent ralentir et empêcher les serveurs de bien faire leur travail comme leur faciliter, ce qui joue sur la satisfaction client. D'un côté, elles doivent mêler esthétique, efficacité et praticité ; et de l'autre, elles ne doivent pas gêner le travail des cuisiniers et serveurs tout en améliorant l'expérience culinaire du client. Pour réaliser l'aménagement du restaurant, des matériaux sont utilisés et diffèrent selon la gamme. Nous avons pu voir que le textile était présent à travers de nombreux éléments au restaurant. Il est de plusieurs formes, couleurs et utilités. Son aspect est très important et il pourrait être encore plus personnalisé pour chaque restaurant. Une autre matière a un rôle crucial au restaurant : le métal.

⁵¹ Informations en Annexes - Références - Kostia.

⁵² Informations en Annexes - Interview du designer Kostia.

2.3/ LE MÉTAL AU RESTAURANT : UTILITAIRE ET PRESTIGE

Le métal⁵³ est employé dans l'art de la table avec notamment les couverts. Dans les restaurants les plus haut de gamme, le nombre de couverts et leur forme varient selon les plats. Il existe des couverts spécifiques : couteau à fromage, cuillère à soupe ou couverts pour le poisson. Tous ces couverts ont une façon d'être tenus. Pour ajouter du prestige et un sentiment de préciosité, ces couverts peuvent être en argent. Dans les autres restaurants, les couverts sont en acier inoxydable. Il existe une technique artisanale appliquée à l'acier de certains couteaux : l'acier damassé⁵⁴. On peut reconnaître ces couteaux à leurs lames ayant des motifs particuliers (moirés, ondulations, points).

La cuisine est un endroit qui rassemble beaucoup de métal. Il compose les plans de travail qui servent à préparer les plats et les garder chauds en attendant que les serveurs viennent les chercher. Les étagères, les placards, les casseroles, les poêles et les ustensiles sont en métal. Il a de nombreuses utilités : couper, piquer, hacher, conduire la chaleur pour cuire, mélanger, contenir, battre. Tous les éléments cités précédemment sont en inox pour son côté inoxydable, en fonte émaillée pour conduire la chaleur, l'aluminium ou l'acier pour leur légèreté et conductivité thermique. Mais il peut arriver que les casseroles (anciennes) soient en cuivre étamé (revêtu d'étain). Le métal peut aussi être utilisé dans la nourriture, notamment l'or qui est un composant de la cuisine très élaborée. Travaillé sous forme de feuilles très fines, l'or apporte une touche de brillance et de préciosité à la pâtisserie. En très petite quantité, il est consommable.

⁵³ Définition en Annexes - Glossaire.

⁵⁴ BUATOIS, Jean-Nöel. 2018.

Présent en décoration, le métal se trouve sous forme de mobilier et d'objets avec des lampes, des chaises ou des tables. Tout comme en architecture, il a un rôle de structure et de portance. Selon son travail et sa forme, le mobilier en métal apportera plutôt un style industriel ce qui n'est pas le décor choisi par les restaurants gastronomiques. Ne pourrait-on pas envisager le métal d'une autre façon ? Il pourrait être travaillé de manière raffinée et transposé en objet de décoration dans l'espace où il pourrait apporter un côté luxueux. La designer et artisan Sophie Mallebranche a transposé le métal tissé dans l'espace. Elle réalise des surfaces métalliques qui peuvent avoir plusieurs applications : revêtement mural, séparer des espaces en étant emprisonnées entre des plaques en verre et stores fixes ou mobiles.

Les métaux⁵⁵ ont différentes symboliques et connotations. On peut distinguer les métaux nobles qui résistent à la corrosion et l'oxydation (or, argent, platine...), les métaux ferreux (fer et ses alliages) et les alliages (laiton, acier, bronze). Ils ont également des propriétés esthétiques, tactiles et mécaniques différentes qui vont induire des utilisations privilégiées.

Les métaux comme l'acier, le fer, la fonte ou l'aluminium sont associés à l'industrie du fait de leur grande utilisation dans les machines, les constructions et l'architecture⁵⁶ depuis les révolutions industrielles. Ils servent également à fabriquer du mobilier et de la ferronnerie d'art. Ils sont synonymes de résistance, de dureté et de solidité. Ils sont les plus

⁵⁵ JACQUET, Hugues, 2018.

⁵⁶ JACQUET, Hugues. 2018.

Voir SEITZ Frédéric 2018 & LEMOINE Bertrand 2018.

utilisés et les plus abondants ce qui explique leur faible coût. Leur principal problème est l'oxydation et la corrosion qui font qu'ils s'abîment et se détériorent avec le temps et les éléments.

L'or et l'argent en revanche sont évocateurs de luxe et de raffinement. L'or est chaud et l'argent froid. La bijouterie, l'horlogerie, l'orfèvrerie et l'argenterie en sont les principaux secteurs.

Le bronze, le laiton et le cuivre servent toujours à fabriquer des objets d'art (bijoux, statues, portails) à l'aide de savoir-faire maîtrisés par des maîtres bronziers. Ce sont des métaux qui ont tendance à s'oxyder et donc à changer avec le temps (vert de gris pour le cuivre). Le cuivre qui a été l'un des premiers métaux travaillés par l'Homme ; il est employé pour les câbles électriques et d'alimentation ainsi que les ustensiles de cuisine pour sa haute conductivité thermique et électrique.

D'autres métaux comme le titane, le zinc, le nickel ou le magnésium ont un usage médical, sanitaire ou technologique pour leur légèreté, résistance et étanchéité.

Les métaux ont plusieurs utilisations et une symbolique qui selon la façon de les travailler peut connoter autre chose. Nous avons pu voir que le textile et le métal apportent une dimension luxueuse au restaurant gastronomique avec un emploi attendu, mais cela pourrait changer avec une nouvelle vision de ces deux matières qui viendraient encore plus sublimer l'expérience.

Quand le client pénètre au restaurant, il perçoit des signaux non-verbaux qui vont l'influencer. Il peut arriver que nous nous souvenions d'un restaurant uniquement pour le cadre et la décoration qui étaient soignés et qui nous ont invités à entrer. Les textures, les couleurs, les matières et les motifs ont un rôle à jouer sur la façon dont nous allons percevoir la pièce. L'impression qui va ressortir à la fin et le souvenir laissé sont très importants. Le designer textile a donc un rôle à jouer dans la confection de textiles qui vont améliorer et sublimer l'expérience.

III/ LE RÔLE DU DESIGNER TEXTILE AU RESTAURANT GASTRONOMIQUE

3.1/ UNE COLLABORATION ENTRE DESIGNERS ET CHEFS

Le chef peut s'apparenter à un designer car il pense la forme du plat et choisit les aliments adéquats pour satisfaire le client. Il pense l'association des aliments jusqu'au dressage. Il existe une branche du design qui est méconnue : le design culinaire⁵⁷. C'est une forme de design propre à la nourriture et aux aliments. Il consiste à susciter des émotions et des impressions chez le consommateur à travers l'agencement des aliments, leurs couleurs, leurs textures et leurs odeurs. Le designer va réfléchir à la manière dont le client va percevoir les aliments et réfléchir à la meilleure expérience culinaire. Le design culinaire est énormément utilisé dans la publicité car il a pour but de séduire et inciter le consommateur à acheter. Le designer culinaire pense également au packaging.

On peut donc voir qu'il y a un lien possible entre gastronomie et design⁵⁸. Il arrive qu'une collaboration entre un designer et un chef puisse avoir lieu. Cette collaboration⁵⁹ peut se faire dans le cadre de la décoration, de l'agencement du restaurant, du packaging, de l'art de la table et d'ustensiles de cuisine. Le chef établit un cahier des charges auquel le designer doit tenter de répondre au maximum. Le designer Patrick Jouin collabore⁶⁰ depuis de nombreuses années avec le chef Alain Ducasse⁶¹ du Plaza Athénée. En 2011, Alain Ducasse a fait appel au designer pour apporter un côté moderne à la salle. Patrick Jouin a donc imaginé quatre paravents sur le thème des aliments et réalisés par les ateliers de broderie Atelier Müller et Atelier Cécile Henri. Il a égale-

⁵⁷ Site de l'Académie des Arts Appliqués de Dijon consulté le 23 Décembre 2022.
Définition en Annexes - Glossaire.

⁵⁸ Site de l'Académie des Arts Appliqués de Dijon consulté le 23 Décembre 2022.

⁵⁹ Sur le travail de Servaire & Co avec le chef pâtissier Yann Couvreur voir DEGARDIN, Nathalie. 2020.

⁶⁰ PIVOT, Cécile. 2011.

⁶¹ Informations en Annexes - Informations - Chefs.

ment fait appel à Sophie Mallebranche qui a réalisé des rideaux en inox. L'objectif était également de mettre à l'honneur les savoir-faire français.

Les savoir-faire viennent sublimer le lieu mais ils sont également convoités pour venir mettre en valeur des produits de luxe. C'est le cas des maisons de champagne Moët & Chandon et Ruinart. Ruinart avait collaboré avec la designer Cécile Gray pour créer un objet à partir de muselets de champagne. Cette année, la maison Moët & Chandon a fait appel au bijoutier Karl Mazlo⁶² pour proposer trois habillages d'un jéroboam de champagne. Karl Mazlo a ainsi fait appel à savoir-faire lié au métal pour venir sublimer la bouteille.

Le designer apporte son expertise dans des domaines que les chefs ne maîtrisent pas (charte graphique, scénographie, conceptualisation, création de formes et motifs). Cela permet un croisement des savoir-faire et des connaissances.

Les métiers se mélangent de plus en plus et deviennent poreux entre eux, la limite entre chacun devenant floue. Mélanger les pratiques et les domaines permet d'innover⁶³ et de proposer de nouvelles fonctions, textures, applications, effets. Cette hybridation est un enjeu contemporain. Autrefois, chaque domaine était bien cloisonné. Des passerelles entre les domaines et les pratiques sont de plus en plus courantes.

Cet échange concerne aussi bien le textile que la cuisine. Tout comme l'artisanat, la gastronomie est le témoin de la transmission d'un patrimoine⁶⁴ depuis plusieurs centaines d'années. Les recettes se transmettent de génération en génération. Ces recettes et ces traditions évoluent et témoignent d'une époque, elles ne sont pas figées. Depuis

⁶² Informations en Annexes - Références - Karl Mazlo.

⁶³ Institut National des Métiers d'Art. 2016.

⁶⁴ BARRERE, Christian, BONNARD, Quentin, CHOSSAT, Véronique. 2014.

quelques années, on assiste à des échanges entre les chefs et les scientifiques avec la cuisine moléculaire par exemple. Des domaines pourtant très différents se mélangent pour innover. Les chefs sont des créateurs, exécutants, artisans et artistes. Que ce soit en cuisine ou en textile, il y a une recherche de nouvelles textures, de nouvelles couleurs et de nouvelles associations. Cela donne lieu à des innovations qui peuvent être : techniques, dans la façon de travailler, les outils, les matières et les équipements. L'innovation se trouve dans le croisement des pratiques qui sont pourtant opposées.

La gastronomie est porteuse de savoir-faire comme le textile. Il faut une vraie maîtrise, des gestes précis et mesurés. Le dressage et la préparation nécessitent de la minutie comme une brodeuse. Comme en textile, il y a un travail autour des textures, des matières, des couleurs et des motifs en gastronomie. Le choix des aliments est aussi important que le choix d'une armure de tissage.

Les chefs font appel aux designers et aux artisans pour leurs connaissances et ainsi proposer des créations. Les designers ont donc un rôle à jouer dans le restaurant gastronomique. Pour ce qui est du textile, il est bien sûr présent dans l'art de la table mais également dans l'espace. C'est un domaine d'application où le textile est de plus en plus présent et cela permet de nombreuses innovations.

3.2/ UNE NOUVELLE MANIÈRE D'APPRÉHENDER LE TEXTILE DANS L'ESPACE DU RESTAURANT GASTRONOMIQUE

Quand on évoque le textile, la première idée qui nous vient en tête est celle du vêtement et de la mode. Or, c'est loin d'être sa seule utilisation. Nous pouvons penser notamment à MTX⁶⁵, l'une des branches des ateliers Montex spécialisée dans l'architecture et la décoration. Ils travaillent en collaboration avec des architectes, des décorateurs et des designers. Au fur et à mesure des années, ils ont mis au point 4 familles de techniques d'assemblage de broderie et de textures. MTX propose des matières innovantes en transposant la broderie dans l'espace. Pour ce faire, ils ont repensé la fonction première de la broderie qui était d'ennobler une matière pour qu'elle devienne un moyen d'assemblage et se défaire du support. Ils travaillent la broderie à travers de nombreux matériaux (cuir, plastique, métal). Leurs créations textiles peuvent prendre diverses formes : paravent, suspensions, rideau, store, paroi. Ils doivent réfléchir aux proportions et la disposition des éléments, l'équilibre, la tension pour obtenir des surfaces exceptionnelles. Tout comme en gastronomie, il est important de penser à tous les détails pour que le tout soit harmonieux.

La dimension des réalisations a une importance pour s'inscrire complètement dans le lieu et ne pas déséquilibrer l'espace. Nous pouvons citer le designer Kostia⁶⁶ qui a choisi les dimensions de ces panneaux textiles en fonction du rétrécissement de la salle du restaurant ainsi que du nombre d'or pour garder une proportionnalité. Il a également utilisé les crochets déjà présents au plafond pour suspendre les panneaux et ainsi ne pas abîmer le décor du Pavillon Ledoyen qui est

⁶⁵ Sur le travail de MTX voir PAPA PIETRO-MATSUDA, Cécile. 2020 Informations en Annexes - Références - MTX.

⁶⁶ Informations en Annexes - Interview du designer Kostia.

classé monument historique. Pour ce qui est du choix des panneaux suspendus, ce n'est pas ce qui était convenu au départ avec le chef Yannick Alléno. Cela devait être des paravents, mais ce genre de dispositif peut vite donner l'impression d'être enfermé et invite surtout à regarder ce qu'il se passe derrière. Kostia a donc fait le choix de la transparence avec le textile pour garder la lumière du lieu et de la suspension. Quand l'on regarde également les réalisations de MTX, nous avons très souvent des textiles suspendus. Cela permet aussi de ne pas dépendre d'un mur.

Au restaurant gastronomique, l'utilisation principale du textile se trouve dans l'art de la table. Sa présence dans la décoration et le mobilier passe au second plan dans l'esprit. Or, il a un rôle important car il est vecteur d'informations que le client perçoit consciemment ou non. Ces informations rendent sensible son expérience au même titre que les plats qu'il est amené à déguster. C'est pourquoi, il serait intéressant de mettre le textile en avant d'une autre manière, de le ramener au premier plan. Le textile peut donc être travaillé dans l'espace mais prend part à l'expérience culinaire d'une nouvelle manière en venant sublimer le lieu. Les parois textiles auront pour but d'interroger, de fasciner et de provoquer la contemplation des clients. Cela sera une expérience qui va générer du plaisir par le visuel. Pour cela, la lumière va dialoguer avec les textiles pour accentuer l'expérience. La lumière a un rôle important dans la façon dont nous percevons un lieu ou une matière. Elle peut permettre

de cacher ou souligner des détails. La lumière peut servir de révélateur sur la matière et comme source d'inspiration. C'est le cas pour la designer Clémence Chambon⁶⁷ qui s'inspire de diagrammes optiques, d'interactions entre les matières, du spectre lumineux, des rayons du soleil qui dansent sur des voillages en mouvement et des jeux d'ombres pour créer des matières sensorielles. Elle crée ainsi des tapis et des luminaires.

Nous avons pu voir que le textile peut se décliner sous d'autres formes et c'est son application dans le domaine de l'espace intérieur qui nous intéresse. La surface textile peut être d'un seul bloc comme composé de plusieurs modules. Dans cette optique, nous allons développer plusieurs familles de textiles modulaires⁶⁸. Nous aurons la famille des grilles modulaires où des modules fixes ou mobiles pourront être disposés sur les grilles pour créer des parois assez rigides. Puis, nous aurons la famille des assemblages modulaires avec des modules qui seront assemblés à l'aide de différentes techniques pour créer des suspensions ou des parois souples. Et enfin, nous aurons les surfaces modulaires où des modules seront fixés sur un support textile à l'aide de la broderie pour créer des parois souples. Les modules permettront également d'adapter la taille des textiles en fonction du lieu.

Des systèmes issus du bricolage, de la bijouterie et de la mode permettent de rendre modulaires les surfaces : anneaux, rivets, zip, boutons, aimants, charnières, plissage, élastique, bande velcro. Différentes armures de tissage ou maillage peuvent également rendre la matière en

⁶⁷ Sur le travail de Clémence Chambon voir PAPAPIETRO-MATSUDA, Cécile. 2020. Informations en Annexes - Références - Clémence Chambon.

⁶⁸ Définition en Annexes - Glossaire.

elle-même modulaire via l'extension et la rétraction de la matière. Les Frères Bouroullec⁶⁹ ont travaillé cette notion de modulaire à travers plusieurs projets textiles comme *Zip Carpet* et *Grappe Carpet*. Pour leur projet *Les Clouds*, ils ont créé des modules organisables et combinables à l'infini qui permettent de moduler l'espace.

Le futur du textile se trouve dans le croisement⁷⁰ des domaines et des techniques pour créer des textiles encore plus innovants et vecteurs de sensations. L'on assiste à un renouvellement des pratiques⁷¹. Des outils, des matières, des recherches et des techniques peuvent être détournés de leur utilisation d'origine pour créer de nouvelles choses. L'hybridation⁷² permet l'innovation. C'est pourquoi, nous comptons allier le textile et le métal qui sont deux matériaux très différents.

⁶⁹ Informations en Annexes - Références - Les Frères Bouroullec.

⁷⁰ JACQUET, Hugues. 2018.

⁷¹ Institut National des Métiers d'Art. 2016.

⁷² «Le textile contemporain connaît une révolution à la fois esthétique et innovante avec l'avènement de nouvelles technicités, notamment, qui renforcent sa polyvalence. Ces matériaux hybrides dévoilent-ils un moyen inédit de communication sensible ?». p. 58 PAPA PIETRO-MATSUDA, Cécile. 2020.

3.3/ MÉTALLO-TEXTILES : UNE ALLIANCE ENTRE MÉTAL ET TEXTILE

Le designer peut se saisir des techniques artisanales⁷³, numériques⁷⁴ et industrielles⁷⁵. Il peut ainsi hybrider et obtenir de nouvelles choses. Il peut faire appel aussi bien aux grandes entreprises comme aux petits ateliers. Par exemple, la découpe du métal peut se faire à l'aide d'une scie de bijoutier comme avec une machine de découpe jet d'eau⁷⁶. La machine permet de produire plus vite et de parfois faire des choses plus précises que la main. Mais le travail de la main apporte de l'émotion, de l'éternel et de l'âme à la matière. Les textiles luxueux et la gastronomie partagent les mêmes valeurs : qualité, excellence d'un savoir-faire, des matières nobles, du temps de travail et un certain prix que cela induit⁷⁷.

Artisanat et design peuvent être associés pour créer. Zanat⁷⁸, une entreprise propose du mobilier tout en utilisant une technique artisanale de sculpture sur bois. Zanat signifie «artisanat» en bosniaque et nous montre qu'il est bien possible d'associer design et artisanat. Ils permettent également d'exporter cette technique à l'international pour qu'elle soit plus connue. La technique utilisée par Zanat est très rare et il n'existe pas d'école. La transmission s'est faite de génération en génération en résistant aux guerres et au socialisme en Bosnie. C'est une technique qui aurait pu disparaître. Cela nous montre l'importance de la

⁷³ Définition en Annexes - Glossaire.

⁷⁴ Définition en Annexes - Glossaire.

⁷⁵ Définition en Annexes - Glossaire.

⁷⁶ Définition en Annexes - Glossaire.

⁷⁷ DEGARDIN, Nathalie. 2020.

⁷⁸ Sur le travail de Zanat voir COUACAUD, Jan. 2020.
Informations en Annexes - Références - Zanat.

transmission. L'entreprise s'inscrit également dans le renouvellement des métiers d'art en modernisant les motifs gravés. L'artisanat et le design ne sont pas incompatibles et de nombreux créateurs portent la double casquette de designer-artisan⁷⁹ de nos jours. Les marques viennent les voir avec un projet et un cahier des charges. Puis ils font plusieurs propositions à l'aide du savoir-faire qu'ils maîtrisent et les marques font leur choix. C'est un échange.

Il y a un renouvellement⁸⁰ et une évolution des pratiques avec l'intégration de nouveaux matériaux et de nouveaux outils. On peut citer Paco Rabanne qui a introduit le métal dans le domaine de la mode en 1966. Il a remplacé les éléments traditionnels de l'aiguille, du fil et des boutons par une pince, des anneaux et des rivets. Et le métal a pris la place du textile. Paco Rabanne⁸¹ nous a montré également que le métal assemblé peut devenir un nouveau textile. Il a croisé les domaines de la bijouterie et de la métallerie avec la mode. Daniel Roseberry a également fait appel au métal pour la collection haute couture printemps-été 2022 de Schiaparelli⁸². Selon Paco Rabanne, la haute couture permet d'innover, ce qui est moins le cas du prêt-à-porter. C'est pourquoi, il serait intéressant d'avoir une utilisation du métal dans le textile. Comment le métal pourrait-il devenir textile ? Comment donner à voir du textile alors

⁷⁹ Lucie Touré est designer textile et papier utilisant la technique de la broderie.

⁸⁰ Institut National des Métiers d'Art. 2016.

⁸¹ Informations en Annexes - Références - Paco Rabanne.

⁸² Informations en Annexes - Références - Schiaparelli printemps-été 2022.

que c'est du métal ? Comment des techniques textiles peuvent-elles s'adapter au métal ? Et comment des techniques de bijouterie et de métallerie peuvent-elles créer du textile ? Ce sont des questions auxquelles ont tenté de répondre Cécile Gray⁸³ à travers son maillage métallique. Cécile Gray allie les techniques de bijouterie, de tissage et de broderie pour créer des maillages en câbles et perles à écraser.

A priori, le métal n'est pas destiné à créer du textile. Pourtant, il a été associé au textile et à ses techniques à travers différentes époques. Depuis l'Antiquité, et même au Moyen Age, le métal a été utilisé sous forme d'anneaux ou de fil pour créer des cottes de mailles⁸⁴. Le maillage formait une surface ajourée et souple qui servait à protéger les combattants. On retrouve également le métal dans la broderie d'or⁸⁵ qui orne les vêtements et objets militaires, royaux et liturgiques car très onéreuse. En France, nous avons l'Atelier du Bégonia d'Or qui pratique encore cette technique. Ce type de broderie apporte éclat et préciosité au textile.

Nous allons donc tenter de nous approprier le métal et des techniques de bijouterie pour créer du textile. Les deux domaines vont dialoguer pour ainsi créer des surfaces métallo-textiles. Les textiles ne seront pas uniquement en métal. Ils vont également s'inspirer de l'esthétique du métal (brillance, couleurs de l'oxydation) pour tenter de la reproduire (sérigraphie). Le métal sera une source d'inspiration pour imaginer les textiles. Nous pouvons penser à l'utilisation des couverts pour réaliser des recherches graphiques, du motif et des textures qui pourront être travaillés ensuite sur le textile et le métal. L'enjeu pourrait être d'utiliser des métaux semi-précieux ou peu précieux comme le cuivre, le fer, l'aluminium et le laiton pour créer des surfaces précieuses.

Après une étude des utilisations du métal en architecture (structure porteuse, renforcée, grillages...) et de sa composition au micros-

⁸³ Informations en Annexes - Références - Cécile Gray.

⁸⁴ JACQUET, Hugues. RIVOIRE, Stéphane. 2018.
Visuel en Annexes - Références iconographiques.

⁸⁵ Visuel en Annexes - Références iconographiques.

cope⁸⁶, j'ai décidé de travailler sur la notion de maillage⁸⁷. L'idée est de m'inspirer de l'organisation de différents grillages et des formes vues au microscope pour créer mes propres grilles textiles et les modules. Cela va me permettre également de m'aider dans l'agencement des modules qui vont composer les textiles, créer des motifs à sérigraphier et à broder. Dans cette idée de maillage et de surface organisée, nous pouvons penser à Leonor Antunes⁸⁸ qui est une artiste proposant des œuvres entre architecture, installation et sculpture. Ces œuvres sont des structures qui peuvent être de plusieurs matières : bois, cordage, lanières de cuir, métal, tuyaux et fils de laiton, fils textiles. Elles sont disposées dans l'espace sous forme de parois, paravent, séparations et suspensions. Les éléments des structures sont assemblés de différentes façons pour créer des ajourés géométriques, du volume, du maillage, de la transparence et du relief. L'on peut faire un parallèle avec Gecko pour certaines de ces structures.

Les domaines de la gastronomie et du textile de luxe ont finalement de nombreux points communs : transmission de savoirs, exécution minutieuse des gestes, utilisation de matières premières précieuses et un travail d'harmonie. Nous avons pu voir que les chefs font appel aux designers pour proposer des expériences toujours plus mémorables et exceptionnelles par l'utilisation du textile dans l'espace. Ce dernier a un rôle à jouer autre qu'à travers le linge de table et le mobilier. Les domaines de la gastronomie et du design textile évoluent et se réinventent pour créer de nouvelles choses. Il y a également un intérêt grandissant pour l'artisanat, l'authentique et les démarches singulières depuis plusieurs années⁸⁹. Cela fait sens avec la volonté de faire mieux, d'acheter des produits plus durables et de transmettre une histoire.

⁸⁶ Visuel en Annexes - Références iconographiques.

⁸⁷ Visuels en Annexes - Références iconographiques.

⁸⁸ Informations en Annexes - Références - Leonor Antunes.

⁸⁹ DEGARDIN, Nathalie. 2020.

CONCLUSION

Ainsi, la recherche d'expérience et de plaisir est intrinsèque au domaine du luxe. Il est codifié par six notions : histoire de marque, expérience client, excellence, rêve, émotion et rareté. Au restaurant gastronomique, ces notions s'expriment à travers les plats, le service et le cadre. Qualité. C'est le mot qui pourrait qualifier l'expérience dans un gastronomique dont la clientèle est fine et adepte de haute gamme. L'impression qui ressort à la fin et le souvenir laissé sont très importants.

L'expérience dans un gastronomique est totale. Les sens sont sollicités par les plats, l'ambiance et les matières utilisées. C'est un tout qui doit former une harmonie et être cohérent pour correspondre à l'identité du restaurant. Nous avons également pu voir que le textile et le métal avaient un rôle déjà ancré mais qu'ils pourraient prendre une autre dimension.

Les textiles seront destinés à prendre place dans l'espace sous forme de parois et suspensions pour sublimer l'expérience culinaire. Ils seront modulaires⁹⁰ pour permettre de créer des maillages, du rythme et s'adapter au lieu. Les textiles seront envisagés sous forme de trois familles avec chacune leurs particularités. Deux axes graphiques vont également guider les recherches graphiques, de textures et de formes : la ligne et la courbe. Les motifs travaillés dans la technique de l'acier damassé pourraient être également une source d'inspiration.

Différentes matières comme le textile, le métal, la résine ainsi que les techniques que je vais utiliser vont avoir un impact sur la lumière. L'environnement a son rôle à jouer, notamment la lumière. Cette dernière créerait des jeux de lumière. Selon les surfaces et leur travail, la lumière pourrait passer à travers, être filtrée, faire briller, se refléter, être propa-

⁹⁰ Visuel en Annexes - Expérimentations.

gée, créer des nuances, souligner la matité ou projeter des ombres. Elle pourrait également avoir un rôle de source d'inspiration. Ce travail du métal et du textile va convoquer des techniques et des savoir-faire issus de l'artisanat (broderie⁹¹, crochet⁹², bijouterie⁹³) et du numérique (découpe laser⁹⁴, création de motifs⁹⁵).

L'idée est d'allier différentes techniques et matières (précieuses, semi-précieuses, non-précieuses) pour faire des textiles qui traduisent la préciosité du temps et des savoirs. L'artisanat est très sollicité par le luxe car il permet de valoriser l'histoire des marques, des maisons et des lieux qui l'emploient. La maîtrise d'une technique permet de créer des matières qui émerveillent, interrogent par leur technicité et suscitent la contemplation.

Ces surfaces métallo-textiles sont destinées ici à l'espace du restaurant gastronomique pour sublimer l'expérience culinaire par la contemplation. Mais l'on peut imaginer qu'elles soient placées dans d'autres lieux avec d'autres fonctions : habiller la cage d'escalier d'un hôtel de luxe, délimiter des espaces ouverts sans avoir à construire des murs tout en décorant ou embellir le plafond fendu d'un puits de lumière.

⁹¹ Visuel en Annexes - Expérimentations.

⁹² Visuel en Annexes - Expérimentations.

⁹³ Visuel en Annexes - Expérimentations.

⁹⁴ Visuel en Annexes - Expérimentations.

⁹⁵ Visuel en Annexes - Expérimentations.

SOMMAIRE

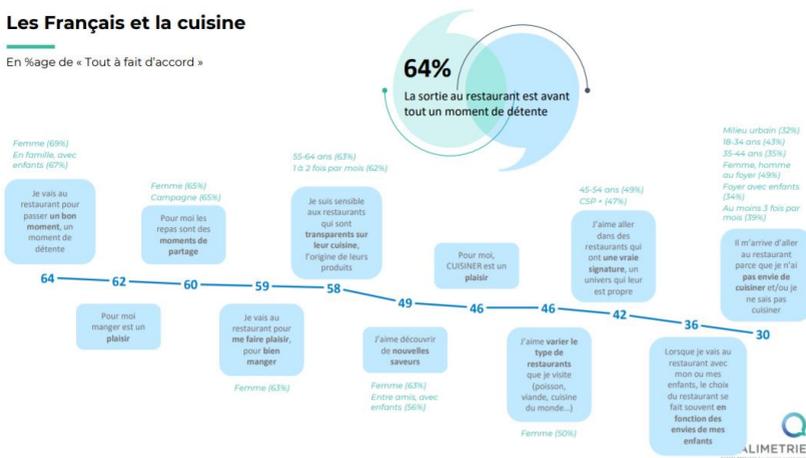
Données chiffrées	p. 57
Interview du designer Kostia	p. 58-61
Références iconographiques	p. 62-64
Références	p. 65-80
• Servaire & Co	p. 66
• Anaïs Gauthier	p. 67
• Kostia	p. 68-69
• Sophie Mallebranche	p. 70-71
• Karl Mazlo	p. 72
• MTX	p. 73-74
• Les Frères Bouroullec	p. 75
• Zanat	p. 76
• Paco Rabanne	p. 77
• Schiaparelli printemps-été 2022	p. 78
• Cécile Gray	p. 79
• Leonor Antunes	p. 80
Informations sur les chefs	p. 81-83
Mots clés	p. 84
Expérimentations	p. 85-93
Glossaire	p. 94-96

DONNÉES CHIFFRÉES

ÉTUDE «RESTAURATION — LES HABITUDES DES FRANÇAIS» MENÉE PAR QUALIMÉTRIE ET VERTONE EN 2020.

Les Français et la cuisine

En %age de « Tout à fait d'accord »



ÉTUDE «LES FRANÇAIS ET LEUR FRÉQUENTATION DES RESTAURANTS GASTRONOMIQUE» MENÉE PAR GROUPON EN 2018.

- 41% pensent que c'est un rêve inabordable et n'y sont jamais allés
- 59% ont déjà franchi le seuil d'un restaurant étoilé
- 63% n'y vont jamais ou moins d'une fois par mois
- 17% y vont une fois par an

Le prix est un frein pour 7 personnes sur 10 :

- 32% justifient l'attente d'une occasion spéciale pour s'y rendre
- 16% ont le sentiment que ce type d'établissement ne leur correspond pas
- 15% regrettent les longs délais de réservation

Ces chiffres varient pour ceux se rendant souvent dans ces restaurants :

- le prix est un frein pour 5 personnes sur 10
- 40% pour l'attente d'une occasion spéciale
- 24% pour les longs délais de réservation

INTERVIEW DU DESIGNER KOSTIA

Retranscription de l'interview téléphonique du designer Kostia et réalisée le 13 Décembre 2022

-Début interview-

Tout d'abord, quelle a été la demande précise du chef ? Avait-il des idées précises de ce qu'il voulait ?

À la base c'étaient des paravents à poser au sol et que l'on puisse retirer.

Finalement, ce sont des panneaux qui sont suspendus. Comment en êtes-vous venus à ces panneaux ? Est-ce qu'il y avait des contraintes particulières ?

Déjà, la salle est classée monument historique et ensuite surtout, je n'aime pas les panneaux qui sont posés au sol parce qu'ils s'arrêtent à 1m80 et on a toujours l'impression d'être enfermé dans une boîte.

Oui, c'est vrai qu'avec les suspensions les serveurs sont moins gênés par les pieds au sol. Je ne sais pas si cela rentrait dans les contraintes.

Non, ça ne rentrait pas dans les contraintes. C'est vraiment juste que quand les paravents sont posés au sol, on a plutôt tendance à essayer de regarder au-dessus du paravent pour voir ce qu'il se passe. Et donc, c'est très désagréable de ne pas avoir cette visibilité ; et de fait garder de la transparence et avoir quelque chose de suspendu, c'est donner de la légèreté au lieu.

C'est vrai que quand l'on a des paravents, on a tendance à vouloir regarder ce qu'il se passe derrière. Quel système de suspension avez-vous utilisé pour les accrocher au mur étant donné que la salle est classée monument historique ?

On a trouvé un moyen de fixer sans abîmer le décor.

Comment avez-vous choisi la dimension des panneaux ? j'ai vu qu'ils avaient différentes tailles ?

C'est pour que ce soit proportionnel dans la salle en fonction du nombre d'or.

D'accord. Je pensais que la salle se rétrécissait ou quelque chose comme ça.

Elle se rétrécit aussi oui, mais à chaque fois c'est fait en fonction du nombre d'or.

J'ai également vu que vous vous étiez inspiré du décor pour que les panneaux s'inscrivent vraiment dans le lieu. Vous avez donc repris des éléments qui étaient déjà présents comme des oiseaux et de la vigne.

Voilà, en fait c'était l'histoire de faire les quatre saisons.

Pourquoi avoir choisi de travailler le textile ?

Pour avoir un effet de transparence. C'est un côté de «vu sans être vu» et un sentiment de sécurité.

En effet, j'ai remarqué que la salle avait l'air très lumineuse et la transparence permet que la lumière circule à travers. J'ai noté que vous aviez fait appel aux ateliers de broderie Montex. Comment avez-vous eu l'idée de faire appel à ces ateliers ?

Je les avais rencontrés et je savais que les ateliers étaient dans Paris, ce qui était important, car je voulais pouvoir suivre la production. C'étaient vraiment les deux raisons.

Je me demandais s'il y avait un choix particulier dans le fait que ce soit travaillé avec de la broderie et pas une autre technique comme le tissage.

La broderie est jolie et ça fait chic.

Étant donné que c'est de la broderie, il y a le côté endroit et envers. Comment l'envers a-t-il été traité ?

Comme l'endroit. Il y a eu un double traitement, ce qui est assez technique, mais que les ateliers savaient faire. L'envers est presque aussi beau que l'endroit, il est un peu moins chargé mais très travaillé.

Avec la technique de la broderie, l'envers peut-être moins esthétique que l'endroit.

Oui, mais là les deux sont beaux. L'un est un peu moins chargé mais toujours aussi beau.

En effet, les clients sont amenés à voir les deux côtés des panneaux. J'ai vu que vous avez utilisé un cadre en laiton pour tendre le textile. Est-ce qu'il y a une raison dans le choix d'un cadre en métal ? Pourquoi ne pas avoir utilisé du bois par exemple ?

En effet, c'est une question d'esthétique. Et pas de bois car sur des grandes longueurs comme celles-ci, ça ne peut pas tenir. Ça va vriller dans tous les sens.

Est-ce que vous avez fait appel à un artisan ou est-ce que c'est vous qui avez réalisé le cadre ?

C'est nous qui l'avons réalisé dans nos locaux.

Vous êtes donc plusieurs dans vos locaux ?

Oui, on est une équipe de 5 personnes pour réaliser ce genre de projets.

Comment les textiles sont-ils fixés sur les cadres ?

En fait, il y a un système de passe-poil avec des goupilles dedans qui permettent de tendre.

Les textiles sont-ils décrochables des cadres ?

Oui ils sont décrochables pour être nettoyés.

Les toiles sont-elles toujours en place dans le restaurant ou était-ce un projet ponctuel ?

Elles sont dans le restaurant et elles restent. Ça vise à faire partie du décor du restaurant pour de très nombreuses années.

Est-ce que vous avez rencontré d'autres contraintes par rapport à l'architecture du lieu, la disposition des meubles ou les déplacements des serveurs ? Y-t-il d'autres éléments qui sont rentrés en compte ?

Non. Une fois que ça a été lancé, ça a été facile. C'était beaucoup de travail. Il y a eu un gros travail de préparation et des maquettes. On a réalisé des maquettes taille 1/10 pour bien se rendre compte de la salle, des décorations, des dessins et de la circulation dans la salle. Il y avait un gros travail en amont, ensuite en réalisation, c'était assez rapide.

Dernières questions, est-ce que les cadres peuvent être retirés des murs ?

Oui, ils peuvent se décrocher. Ils ont des boîtes de rangement.

Sont-ils accrochés au mur ou au plafond ?

Plafond.

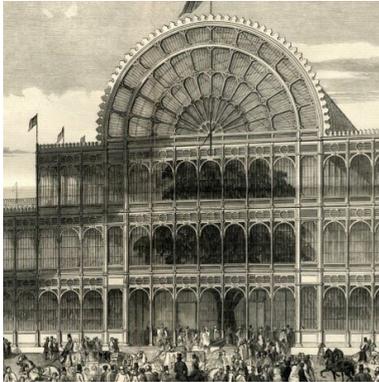
Cela n'abîme-t-il pas le décor ?

Non, il y a des crochets qui sont au plafond, qui étaient existants et sur lesquels on s'est fixé. Du coup, ça permet de ne pas toucher à la salle. Des éléments existants nous ont permis de fixer nos paravents.

-Fin interview-

Je remercie le designer Kostia qui a accepté ma demande d'interview.

RÉFÉRENCES ICONOGRAPHIQUES



CRYSTAL PALACE DE LONDRES EN 1851
PHOTO ISSUE DU SITE DU JOURNAL LE DAUPHINE



MUSÉE DU GUGGENHEIM À BILBAO, PLAQUES DE
TITANE
CONSTRUIT EN 1997



LE GRAND PALAIS À PARIS, STRUCTURE EN MÉTAL
CONSTRUIT EN 1900



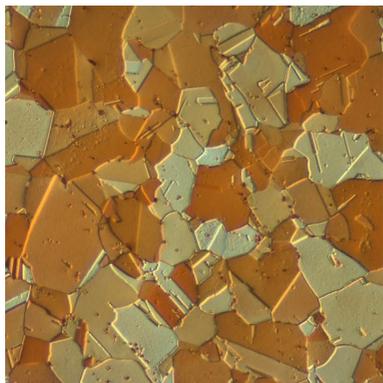
COTTE DE MAILLE REVISITÉE POUR LE DÉFILÉ PACO
RABANNE HAUTE COUTURE HIVER 2020/2021



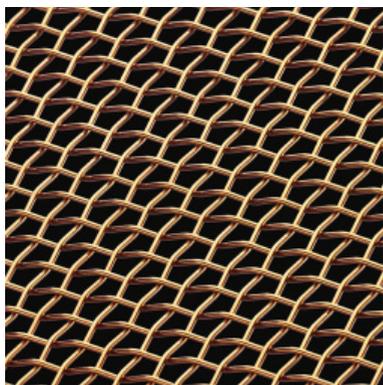
JEAN-NÔEL BUATOIS, DAGUE KOMON
ACIER DAMAS ORGANIQUE «MONTAGNE LOINTAINE»
51x5CM



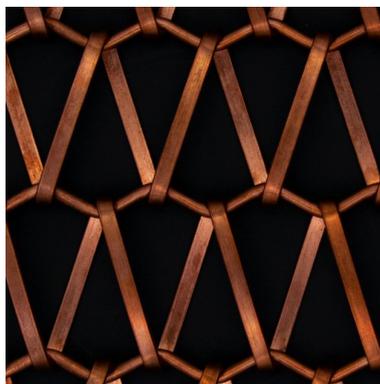
BÉGONIA D'OR, FLACON BRODERIE OR POUR
GUERLAIN



ZOOM MACROSCOPIQUE D'UN CUIVRE PUR ATT-
QUÉ EN CONTRASTE INTERFÉRENTIEL.



MAILLE RIGIDE P-286 DU FRABIQUNANT
MAILLEMETAL DESIGN
BRONZE



MAILLE SPIRALÉE CODERCH CUIVRE DU FRABI-
QUANT MAILLEMETAL DESIGN
CUIVRE

RÉFÉRENCES

RÉFÉRENCES

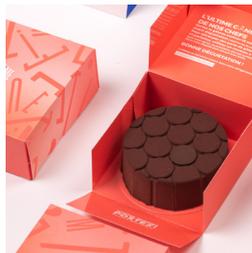
SERVAIRE & CO



KRUG X DEVIALET
VOYAGE DES SENS



NOTE BY APTAR



L'ULTIME POUR FOOD DESIGN

Servaire & Co est une agence de design global qui intervient dans de nombreux domaines : graphisme, architecture, stratégie, communication, packaging. Ils proposent leurs savoirs aux marques hautes gammes et de luxe dont la demande est de souligner leur identité, leur histoire et qui mettent le client au centre de leurs projets. Nous pouvons citer Dom Pérignon, Balenciaga, Lamcôme, Ruinart et le groupe SEB.

ANAÏS GAUTHIER



LAMPE



INTÉRIEUR



LAMPE

À la tête de son agence portant son nom, Anaïs Gauthier est une designeuse proposant une approche centrée sur l'expérience. Le projet est établi et pensé de façon globale pour ne négliger aucun détail. Le sensoriel a également une grande importance dans les projets. Le lieu où va se dérouler le projet est étudié pour que le client/usager ait une expérience totale : lumière, chaleur, vent, sons. Les éléments de l'espace (formes, matières) sont pensés pour procurer une expérience sensible. La façon dont les éléments vont interagir avec l'environnement va être propre à chaque lieu.

Anaïs Gauthier et son équipe interviennent donc dans plusieurs champs : design sonore / olfactif / lumineux, diagnostic sensoriel de lieux, définition d'harmonie colorée, optimiser l'espace et améliorer sa fonctionnalité, dessiner du mobilier sur mesure, considérer l'expérience d'achat et bien d'autres.

RÉFÉRENCES

KOSTIA



LES 4 SAISONS



LES 4 SAISONS

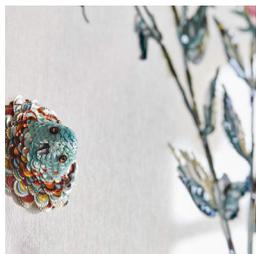


MISE EN SCÈNE

Kostia est un designer à la tête de son studio spécialisé dans le design de produit. Son mot d'ordre est «La sublimation de la matière». Il travaille de nombreuses matières à travers ses projets : bois, bronze, laiton, textile, laque. C'est dans son studio que se réalisent les projets ou alors il fait appel à d'autres designers ou artisans parisiens pour pouvoir garder le contrôle sur ce qui est fait et ainsi garantir la qualité.

Après le confinement de Mai 2020, le chef Yannick Alléno est venu voir le designer avec une demande : réaliser pour son restaurant le Pavillon Ledoyen des paravents qui vont créer une distanciation sociale. Après une concertation, Kostia et Yannick Alléno sont partis sur une idée de panneaux suspendus transparents pour garder la lumière du lieu. L'idée était de laisser entrer la lumière, séparer les clients sans les enfermer ce qui aurait été le cas avec les paravents.

La série composée de 8 panneaux symétriques s'appelle «Les 4 saisons» comme la thématique du décor du restaurant réalisé par Louis Jacques Galland. Le restaurant gastronomique est classé monument historique.



ZOOM DÉTAILS



ZOOM DÉTAILS



ZOOM DÉTAILS

Les panneaux sont composés d'un textile transparent tendu sur un cadre en laiton brossé. Les dessins ont été imaginés par Kostia qui s'est inspiré du décor. Puis, le designer a fait appel aux ateliers Montex pour réaliser les broderies qui sont présentes sur l'endroit et l'envers. Les oiseaux et les branches de vignes apportent une poésie et de la délicatesse au lieu. Tous ces éléments sont soulignés par la lumière du lieu.

Ces toiles brodées sont suspendues à des crochets déjà présents dans le restaurant. Elles peuvent être déplacées et retirées pour être lavées et rangées. Les toiles visent à rester en place de façon permanente au Pavillon Ledoyen.



MISE EN SCÈNE



OMBRES ET LUMIÈRE



TRANSPARENCE

RÉFÉRENCES

SOPHIE MALLEBRANCHE



HONEYCOMB 1069-17-61



RIDEAU



APPLICATION REVÊTEMENT MURAL

Se considérant comme artiste-artisan-designer, Sophie Mallebranche réalise des tissages destinés à la décoration et l'architecture haute gamme. Ses tissages peuvent prendre la forme de panneaux muraux, de cloisons, de cadres, de parois et de revêtements muraux. Pour créer les cloisons, les tissages sont enfermés entre deux plaques de verre. Pour ce qui est des revêtements muraux, les tissages sont collés sur le mur tandis que les panneaux sont suspendus sur des rails.

Les tissages sont réalisés en fils métalliques ce qui permet de travailler la lumière et d'obtenir des effets de lumière sur la surface. Les textiles sont fabriqués sur mesure, sur commande et à la main sur des métiers à tisser. Ils ont plusieurs propriétés comme le fait d'être ignifuge, de résister aux UV et à l'humidité.

« EN TANT QU'ARTISTE, MA PLUS GRANDE JOIE EST DE CRÉER DES MATÉRIAUX MÉTALLIQUES TISSÉS POUR TANT D'ESPACES ARCHITECTURAUX INSPIRANTS. POUVOIR DÉVELOPPER D'AVANTAGE UNE TECHNIQUE DE TISSAGE ARTISANALE SÉCULAIRE AVEC MON PROCESSUS D'INGÉNIERIE AMÈNE CONSTAMMENT MON TRAVAIL VERS DE NOUVEAUX SOMMETS. AVEC MON MÉTIER À TISSER ET MES GROSSES MACHINES, JE PERSONNALISE MES CRÉATIONS POUR RÉPONDRE AUX ENVIES D'UN CLIENT, DES CRÉATIONS DÉLICATES FAITES À LA MAIN AUX REVÊTEMENTS MURAUX À GRANDE ÉCHELLE ET PLUS ENCORE. JE SUIS HONORÉE DE TRAVAILLER POUR DES PROJETS AUSSI EXTRAORDINAIRES QUI M'INSPIRENT CONSTAMMENT ET MA PASSION POUR LA LUMIÈRE, LA COULUR ET LA TEXTURE DES MATÉRIAUX MÉTALLIQUES TISSÉS. »

CITATION EXTRAITE DU SITE DE SOPHIE MALLEBRANCHE

LE TEXTILE AU PLAZA ATHÉNÉE

En 2011, le chef Alain Ducasse a fait appel au designer Patrick Jouin. Ce dernier a travaillé de nombreuses fois pour le chef et cette fois, la demande était de renouveler le décor de la salle de restauration du Plaza Athénée. Patrick Jouin a imaginé quatre paravents en satin sur le thème d'un aliment chacun : Tête d'Ail, Laitue, Champignon et Artichaut. Ces paravents ont été réalisés par les ateliers de broderie Atelier Müller et Atelier Cécile Henri. Ils permettent de faire le lien entre l'assiette et la décoration du lieu.

Patrick Jouin a également fait appel à Sophie Mallebranche pour réaliser des rideaux en métal 100% inox. Les rideaux permettent d'apporter de la brillance au lieu et s'accordent bien avec les lustres en cristaux Swarovski proposés lors de la précédente collaboration du designer avec Alain Ducasse.



VUE DE LA SALLE DU PLAZA ATHÉNÉE



RIDEAUX RÉALISÉS PAR SOPHIE
MALLEBRANCHE



RIDEAUX RÉALISÉS PAR SOPHIE MALLEBRANCHE

RÉFÉRENCES

KARL MAZLO



MÔET & CHANDON X KARL MAZLO



BAGUE JARDIN BLEU



MÔET & CHANDON X KARL MAZLO

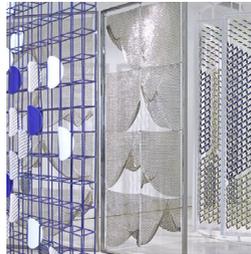
Artisan joaillier, Karl Mazlo hybride les techniques de joaillerie avec celles d'autres savoir-faire. Ainsi, il s'inscrit dans le renouvellement des métiers d'art et des pratiques. Il utilise des matières non-conventionnelles comme la brique et l'acier damassé à la place des pierres précieuses. Il emprunte d'autres techniques du métal comme la ciselure et la gravure.

Karl Mazlo a été formé par son père, lui-même joaillier, et auprès d'autres grands maîtres. Partit en résidence à la Villa Kujoyama à Kyoto, il a ouvert sa pratique à la philosophie japonaise pour en retenir la poésie, la rigueur et le savoir-faire ancestral. Il s'inspire beaucoup de la technique du wabi sabi (sublimier les imperfections).

Pour la fin de l'année 2022, la maison de champagne Mœt & Chandon sollicite le joaillier pour réaliser 3 habillages de bouteilles. Karl Mazlo fait appel à son savoir-faire du métal pour créer des pièces en laiton qui viennent sublimer les jéroboams de champagne. Pour cela, Karl Mazlo s'est inspiré des paysages d'Epernay, de l'histoire de la marque et d'une expression japonaise.



PLUSIEURS ÉCHANTILLONS



PAROIS



PAROIS

MTX est un atelier spécialisé dans la broderie architecturale et dirigé par Mathieu Bassée depuis 2015. L'atelier fait parti de l'atelier de broderie Montex qui a intégré les Maisons d'Art de Chanel en 2011. Les broderies sont destinées à la décoration et à l'architecture d'intérieur pour une clientèle de luxe et haut de gamme (hôtellerie, restaurants, résidences privées). Ils travaillent en collaboration avec des architectes, des décorateurs et des designers.

Leurs broderies prennent la forme d'habillages muraux, de cloisons, de séparations, de micro-architectures légères, de panneaux, de paravents et de rideaux. Ils produisent en permanence des échantillons pour renouveler leurs propositions de créations. Ces échantillons de matières et surfaces sont rangés dans un carnet. Pour créer et rechercher, le studio est guidé par des axes d'effets : filtrer la lumière, bloquer la vue, apporter de la brillance, réchauffer, moduler l'espace. Selon notre placement dans l'espace, les effets visuels sont différents.

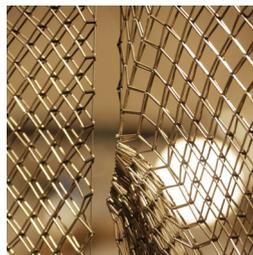
Au fur et à mesure des années, ils ont mis au point 4 familles de techniques d'assemblage et de textures. Il y a les « grilles souples » qui sont des broderies tridimensionnelles qui ont une fluidité de mouvement. Les « tessellation » sont basées sur le principe de la décomposition d'une surface en différentes parties régulières et réalisées principalement avec du feutre et des tubes métalliques. Dans la famille des « cadres », nous avons des modules géométriques travaillés en recto-verso qui viennent s'agencer sur une trame encadrée d'acier. Et il y a les « rubans » qui sont des surfaces composées de bandes de tissus et de tubes métalliques.



ZOOM ASSEMBLAGE



MAQUETTE PAROI



PAROI TUBES ASSEMBLÉS

Ce qui fait leur différence est le fait qu'ils ont réussi à libérer la broderie de son support traditionnel pour avoir de nouvelles fonctions (assembler, maintenir, fixer, réunir). La broderie est également associée à d'autres techniques de bricolage en rivetant, vissant, sanglant et boulonnant. Destinée au domaine de l'architecture, son échelle est repensée pour être proportionnelle à l'espace. Transposer la broderie dans l'espace implique aussi d'adapter les techniques, d'en trouver de nouvelles et répondre à de nouvelles contraintes. Principalement destinée à la mode, ils ont réussi à changer la broderie de domaine. Ils réalisent des maquettes pour s'assurer que ce soit réalisable. Leurs matières relèvent de l'ingénierie.

La broderie n'est pas utilisée seule, elle est mêlée avec d'autres : tissage, tapisserie, maroquinerie. Le studio ne se limite pas à utiliser uniquement du textile, on peut retrouver du bois, du métal, du plastique, du cuir, du verre, du papier ou encore du béton. C'est ce qui fait la richesse de leurs productions.



PARAVENT



ZOOM ASSEMBLAGE



RIDEAUX

LES FRÈRES BOUROULLEC



LES CLOUDS



PLUSIEURS COULEURS



MODULES «TUILE»

Les Frères Bouroullec sont des designers qui travaillent sur la notion de modularité pour proposer des installations et micro-architectures. En 2008, ils ont collaboré avec une marque de textiles Kvadrat pour créer une série de textiles appelés *Les Clouds*. Ce sont des modules bicolores en mousse thermocompressée et en tissu. Ils s'assemblent facilement à l'aide d'élastiques et permettent de moduler l'espace pour protéger du bruit. Les modules sont transformables, réorganisable et combinables à l'infini.

Les Frères Bouroullec ont également réalisé 2 sortes de tapis modulables. Il y a le *Zip Carpet* qui est composé de grands rectangles de feutre de laine assemblés avec de zip cousus sur les longueurs. Pour ce qui est du *Grape Carpet*, c'est un assemblage de ronds en velours de laine qui donnent l'impression d'avoir été tissé d'une seule pièce. Il peut avoir de nombreuses variations grâce aux différentes couleurs et tailles.



GRAPE CARPET



ZIP CARPET



ZIP CARPET ET LES CLOUDS

RÉFÉRENCES

ZANAT



TOUCH SIDEBOARD



SCULPTURE SUR BOIS



SCULPTURE SUR BOIS

Zanat, qui veut dire «artisanat» en bosniaque, est le nom d'une entreprise qui fabrique des meubles et des objets en bois à l'aide d'une technique ancienne. Cette technique de sculpture sur bois a été transmise sur plusieurs générations de la même famille, ce qui a permis qu'elle perdure et qu'elle soit perfectionnée. La sculpture se fait encore à la main de nos jours. En 2017, la technique de sculpture sur bois de Konjic a été inscrite au Patrimoine Culturel Immatériel de l'Humanité de l'UNESCO. La technique consiste à créer des motifs et des textures à l'aide de la ciselure et de la sculpture sur bois.

L'entreprise qui était à petite échelle a été développée pour qu'elle prenne une dimension internationale, mais sans oublier leurs valeurs. Pour cela, ils ont allié design contemporain et artisanat. Le travail de la main est toujours aussi important car ils ont conscience que tout s'accélère et que les produits sont homogénéisés.

PACO RABANNE



ASSEMBLAGE MAILLES



ROBE, 1966



ROBE, 1967

Paco Rabanne s'est beaucoup intéressé à de nouveaux matériaux et techniques pour les introduire dans la mode. Cela a commencé avec sa collection de gros accessoires en plastique dans les années 1960. Puis, il s'est fait connaître en 1966 avec sa collection «Douze Robes Importables en Matériaux Contemporains» dont les pièces étaient faites de plaques de métal, de rhodoïd ou encore d'aluminium. Les pièces étaient assemblées à l'aide d'anneaux et de pinces. C'était révolutionnaire pour l'époque qui découvrait une robe sans textile et fil.

De grandes stars comme Françoise Hardy et Brigitte Bardot ont porté ses robes métalliques. Chanel a fini par surnommer Paco Rabanne le «métallurgiste». Le designer voyait la mode de haute couture comme une possibilité de pouvoir innover. On retrouve de nombreuses références dans ses robes comme un style futuriste, l'esthétique spatiale et l'histoire avec la cotte de mailles.



KATHY CARPENTER, 1966



ROBE EN MÉTAL ET COTTE DE MAILLES



FRANÇOISE HARDY, 1968

RÉFÉRENCES

SCHIAPARELLI P-E 2022



LOOK 19



LOOK 28



LOOK 29

«Une ère de discipline» est la collection haute couture printemps-été 2022 que Daniel Roseberry a imaginé pour Schiaparelli. Cette collection fait suite à la période covid et la possibilité de pouvoir voyager de nouveau. Pour ce défilé, le thème était le divin et le ciel avec des pièces qui défient la gravité, et composées de structures et volumes.

De nombreuses techniques ont été croisées pour réaliser les pièces. Nous avons bien sûr la broderie d'éléments métalliques et de fournitures. Des moulages de corps ont été réalisés puis retravaillés avec du tricot et du textile. Il y a également de la céramique patinée à l'or et d'autres techniques issues du métal, de la bijouterie et du textile. Certains textiles ont eu un traitement d'impression qui les rend métalliques et avec un effet miroir. Des artisans ont réalisé des pièces en métal martelé et découpé.



LOOK 31

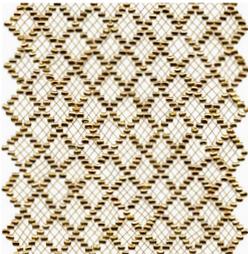


LOOK 30



LOOK 5

CÉCILE GRAY



ECHANTILLON DE RECHERCHE



VESTE EN MAILLAGE



VASE EN MAILLAGE

Cécile Gray est une créatrice-artisan-designer qui a commencé en tant qu'architecte pendant 8 ans. Puis, elle a décidé de se reconverter vers ce qu'elle aime : la mode et le textile. Après une formation en stylisme à l'Atelier Chardon Savard, elle a mis au point la technique de la maille métallique dorée. Cécile Gray propose son savoir-faire à travers des demandes de projets, de collaborations entre son atelier et les clients pour créer des pièces uniques. Elle travaille également en tant que designer au sein des maisons : recherches textiles/cuir et métal (cahier de recherches, dessins, prototypes), prestations (étude du brief, échantillons et prototypes, dossier technique).

Sa technique de maillage est à la croisée de la broderie, du tissage et de la bijouterie. Ce sont des centaines de fils câblés dorés qui se croisent pour créer des pièces en volume et souples. Des perles à écraser en laiton sont utilisées pour maintenir les fils. Cécile Gray a su mêler des domaines et techniques différentes pour innover. Ses réalisations se déclinent sous forme de bijoux, objets, parures, vêtements.

RÉFÉRENCES

LEONOR ANTUNES



ANNI#18, 2015. VUE DE L'EXPOSITION «THE PLIABLE PLANE», CACP MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN DE BORDEAUX



DISCREPANCIES WITH C.P., MUSEO TAMAYO, MEXICO, 2018



THE PARALLEL BARS, 2011

Leonor Antunes est une artiste contemporaine portugaise qui crée des parois, des panneaux et des structures qui sont disposées dans l'espace. Certaines œuvres sont des paravents posés au sol et d'autres des suspensions. Ses installations sont faites de plusieurs matériaux mais les plus récurrents sont les fils de laiton, les tuyaux, le métal, le bois et le fil. Travaillant différents matériaux, Leonor Antunes exploite de nombreuses techniques.

Leonor Antunes travaille différents axes comme l'assemblage de formes géométriques, le volume, le déploiement, la lumière et l'ajouré. Elle exploite également l'entremêlement, le quadrillage et le maillage dans ses axes de travail. Ses œuvres sont composées et assemblées de façon organisée. Elle inscrit dans l'espace ces surfaces qui sont souples pour certaines et rigides pour d'autres. Ainsi, elle doit réfléchir aux dimensions, au poids, à l'échelle, le tombé et sa disposition dans l'espace.

CHEFS

AUGUSTE ESCOFFIER (1846-1935)

Surnommé le «Cuisinier des rois», Auguste Escoffier a élevé la gastronomie au plus haut rang. Il est l'un des plus grands chefs français qui a été un précurseur et un visionnaire en écrivant le Guide Culinaire. Ce livre regroupe 5000 recettes écrites de manière simple, mais complète. Il est considéré comme une sorte de Bible par les cuisiniers du monde et il sert de référence pour les plats imposés du concours du Meilleur Ouvrier de France. Ainsi, il a permis de codifier la cuisine et a été le 1er cuisinier français à exporter la gastronomie française à l'étranger.

Auguste Escoffier a initié la création des menus que nous connaissons actuellement sous la forme d'entrée / plat / dessert. Il a accordé une grande importance au dessert car c'est la fin du repas et il se doit d'être inoubliable. Le dessert est la dernière chose que l'on retient, le dernier goût que l'on garde en bouche.

PAUL BOCUSE (1926-2018)

Issu d'une grande lignée de cuisiniers, Paul Bocuse a été nommé cuisinier du siècle et Pape de la gastronomie. Toute au long de sa vie, sa cuisine a été guidée par deux valeurs : simplicité et maîtrise de cuisson. Le mouvement culinaire de la Nouvelle Cuisine a été initié par Paul Bocuse ainsi que d'autres chefs avec pour notions : simplicité, raffinement, légèreté, audace.

Le parcours de Paul Bocuse témoigne de son importance dans la cuisine. Il remporte le titre de Meilleur Ouvrier de France en 1961. Plus tard, il devient le président du concours dans la section cuisine-restauration. L'ouverture de son pavillon dans Walt Disney World permit de le faire connaître à l'étranger. Il ira jusqu'à créer un concours mondial portant son nom le Bocuse d'Or. La transmission des savoir-faire étant importante pour lui, il a ouvert l'Institut Paul Bocuse où les étudiants peuvent apprendre la cuisine.

INFORMATIONS

YANNICK ALLÉNO (1968-)

Yannick Alléno est un chef parisien qui a appris son exigence auprès de grands chefs. Sa cuisine est caractérisée par un riche savoir-faire et une excellence qu'il s'applique à moderniser pour tendre vers un autre mouvement : la Cuisine Moderne. Dans ce mouvement culinaire, la recherche et la création ont une place très importante. Il a revisité le travail de la sauce pour créer la technique de l'Extraction qu'il a fait breveter et qui consiste à sublimer la sauce en concentrant les goûts. La technique de la fermentation lui permet d'obtenir une gastronomie du terroir.

En 1999, Yannick Alléno reçoit sa 1ère étoile au Guide Michelin et une 2ème en 2002. Au cours des années, le chef a acquis des restaurants qui ont ensuite eu 3 étoiles : le Pavillon Ledoyen et Le 1947. Il est l'un des plus grands chefs du monde qui a été élu cuisinier de l'année par le Andrews Harpers et le Gault & Millau en 2015.

ALAIN DUCASSE (1956-)

Partisan du bien vivre et du bien manger, Alain Ducasse a une cuisine qui s'ancre dans la tradition et la modernité. Il apporte une grande attention à la conception des plats, la scénographie et les arts de la table. Tout en supervisant le dérouler de ses restaurants, Alain Ducasse laisse les chefs s'exprimer. Se considérant comme un artisan, il transforme et sublime les produits de la nature pour nourrir l'Homme. Alain Ducasse porte une attention aux produits qui composent les plats pour proposer le meilleur. Il fait attention à choisir des produits de saison, locaux et durables tout en s'inspirant de la nature environnante. C'est pour lui la marque d'une qualité exceptionnelle.

Tout comme Paul Bocuse, Alain Ducasse tient à ce que les savoir-faire soient transmis dans ses écoles, dont notamment le Collège Culinaire de France dont il en est le co-fondateur. L'événement Good France créé par le chef convie 2000 chefs, 150 ambassadeurs et environ 250 000 personnes pour faire la démonstration de l'art de vivre à la française. Il est également membre des Grandes Tables du Monde et du Comité Colbert.

GUIDE MICHELIN

À l'origine, le Guide MICHELIN était un guide publicitaire ayant pour but de renseigner les conducteurs voyageant en France (garagistes, médecins, cartes routières, plans de ville, conseils pratiques sur son véhicule). Créé par les fondateurs des pneumatiques les frères André et Edouard Michelin en 1900, le guide était offert gratuitement pour l'achat de pneumatiques. Le guide avait également pour but de faciliter le voyage qui était compliqué et long à l'époque.

Le guide devient payant en 1920 et la publicité disparaît au profit des restaurants et des hôtels ainsi qu'un classement. C'est à partir de 1933 avec la création du métier d'inspecteur que le guide va se spécialiser dans l'expertise de l'hôtellerie-restauration. Les inspecteurs anonymes parcourent le monde pour dénicher les meilleures adresses et proposer une sélection annuelle. Le Guide Michelin est de nos jours un incontournable des guides et une référence pour les voyageurs et gastronomes du monde.

GAULT & MILLAU

Ce guide est le concurrent du Guide Michelin, mais a une approche différente. Il a pour but de proposer une sélection et des recommandations de restaurants, d'hôtels, d'artisans et de vins. Au fur et à mesure des années, plusieurs guides ont vu le jour et sont publiés annuellement. Il y a 11 guides régionaux qui proposent les meilleures tables, les plus beaux hôtels et les artisans de bouche. Le livre 109 présente 109 jeunes chefs qui incarnent le renouveau de la gastronomie française.

Deux reporters appelés Henry Gault et Christian Millau ont eu l'idée de créer un guide moderne et journalistique des restaurants de Paris dans les années 1960. Ils ont également le principe des enquêteurs anonymes, mais qui ne s'annoncent pas et payent leur addition. Le guide a mis en lumière des chefs connus comme Alain Ducasse et Joël Robuchon.

MOTS CLÉS

SUBLIMER

Le verbe sublimer évoque les termes esthétiques «sublime» et «sublimation». Le sublime désigne ce qui, très haut dans la hiérarchie des valeurs esthétiques, morales ou spirituelles, suscite l'admiration ou provoque une émotion.

LUXE

Le luxe désigne des produits d'une très grande qualité, d'un très grand raffinement répondant parfois à des besoins superflus. C'est une pratique sociale caractérisée par des dépenses somptuaires, la recherche de commodités coûteuses ou de biens raffinés et superflus, souvent par goût du faste ou désir d'ostentation. C'est un domaine d'activité dont l'utilité propre n'est pas au cœur de la production. Les consommateurs sont plutôt à la recherche d'expérience et de plaisir.

GASTRONOMIE

La gastronomie désigne la connaissance de tout ce qui se rapporte à la cuisine, à l'ordonnance des repas, à l'art de déguster et d'apprécier les repas. Chaque pays et régions du monde possèdent leur propre gastronomie. En France, la gastronomie se refait à l'art de bien manger et concerne le choix méticuleux des produits, de la préparation et du dressage.

LUMIÈRE

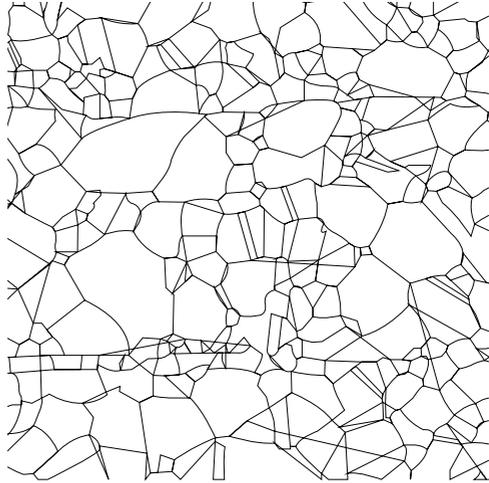
C'est une énergie émanant d'un corps agissant sur la rétine de manière à rendre les choses visibles. Sa longueur d'onde est comprise entre 400 et 780 nm, ce qui correspond à ce que l'œil peut percevoir. La lumière peut être naturelle (soleil) et artificielle (lampes). Elle peut prendre différentes nuances et la lumière du soleil est nommée «lumière blanche».

ARTISANAT

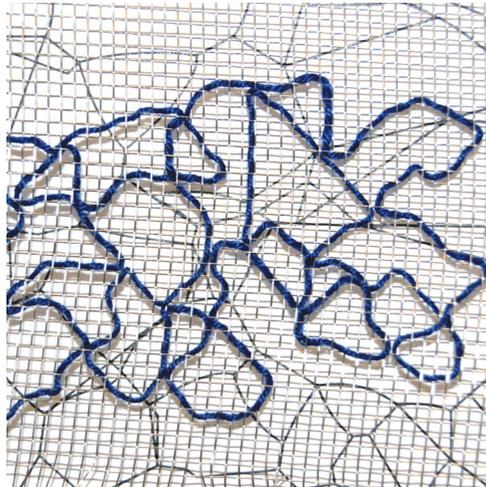
L'artisanat est un domaine d'activité composé d'artisans. Ces artisans font appel à des techniques et savoir-faire, le plus souvent manuels, transmis de génération en génération. Le temps et le travail de la main ont une grande valeur dans l'objet final produit.

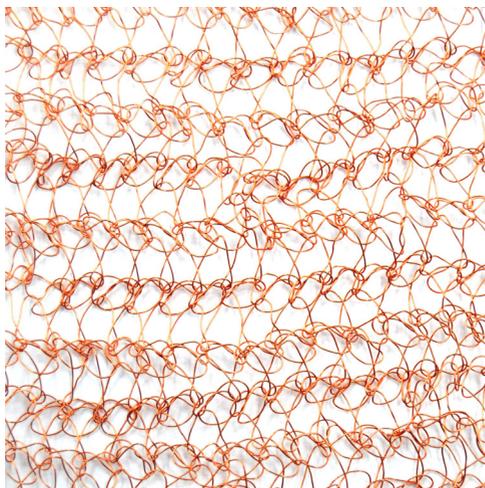
EXPÉRIMENTATIONS

Vectorisation par Illustrator d'une image macroscopique d'un acier.
Obtention de formes géométriques qui peuvent être retravaillées en textile.



Grille métallique brodée à l'aide d'un fil de coton. L'idée était de reprendre les formes géométriques de l'image vectorisée ci-dessus.



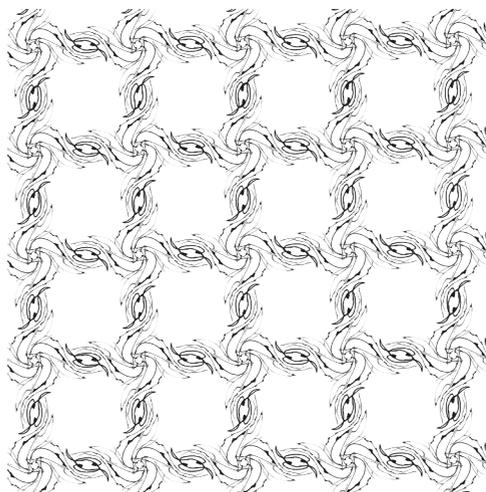


Fil de cuivre croché en maille serrée. La surface textile est souple, très aérée, extensible et peut se déformer.



Avec le même fil de cuivre, réalisation d'un tube en maille serrée à l'aide de la technique du crochet. Le tube a les mêmes propriétés que l'échantillon précédent.

Motif établi sur le principe de la grille, de la trame et du quadrillage. Motif réalisé à l'aide d'expérimentations graphiques.



Recherche textile qui reprend le principe de la grille. Les bandes textiles ont été assemblées à l'aide d'attaches parisiennes pour permettre d'obtenir une surface modulable.



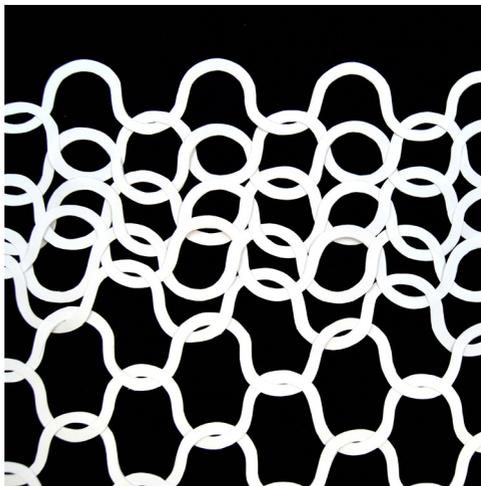


Tube en fil de laiton
réalisé sur un grand
tricotin circulaire.
Le tube est assez
rigide.



Recherche de texture
à l'aide de la tech-
nique de l'embossage
sur une plaque de
métal à embosser.
Effet d'ondulation, de
creux et de relief.

Cet échantillon exploite la piste graphique de la courbe pour créer des modules ondulés. Ils sont assemblés de façon à créer un maillage. Les modules peuvent se rétracter.

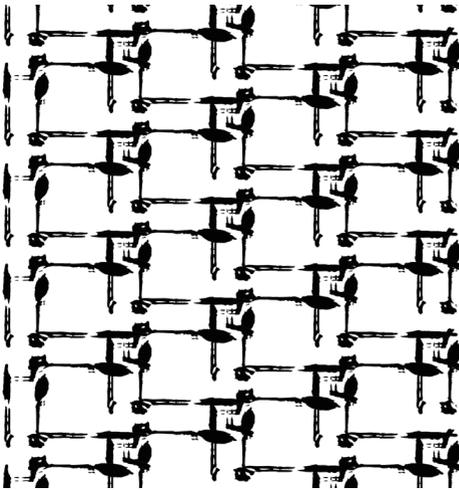


Modules en fil de laiton formés à l'aide d'un gabarit et à la main. L'idée était de reprendre le principe des écailles et de la courbe. La surface obtenue est souple et ondulante.



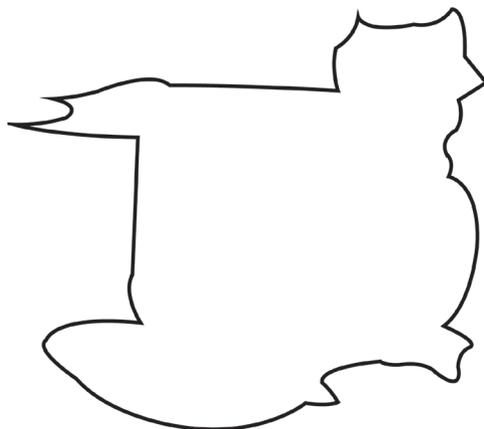


Forme graphique obtenue après la modification d'une photographie personnelle en light painting. La forme obtenue doit servir à créer des motifs.

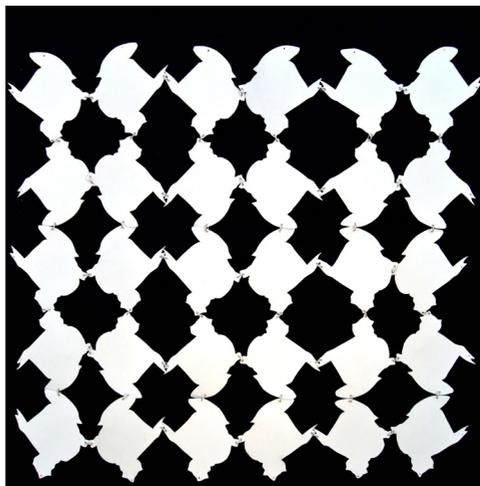


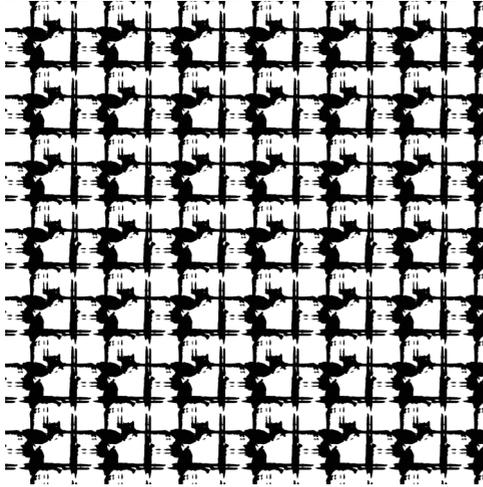
Création de motifs sur Illustrator à l'aide de la répétition de la forme graphique ci-dessus. Le motif devait suggérer une grille et servir d'inspiration pour l'élaboration des textiles.

Forme extraite du motif précédent. Cette forme va servir à déterminer celle de modules pour les surfaces textiles.

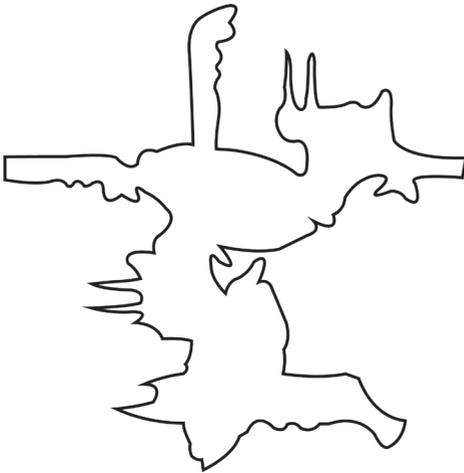


Modules en papier découpé et assemblés à l'aide d'anneaux de bijouterie. La surface créée est assez souple malgré le matériau utilisé.



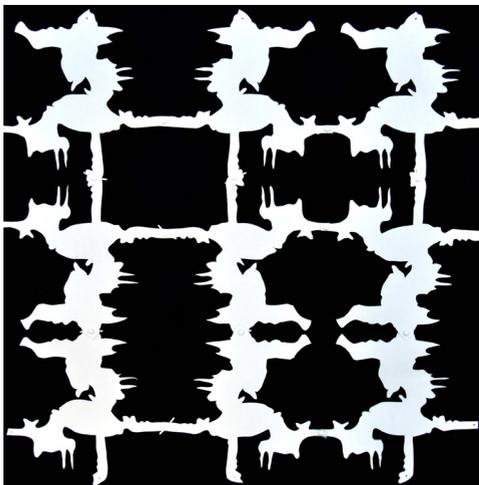


Création de motifs sur Illustrator à l'aide de la répétition de la forme graphique ci-dessus. Le motif devait suggérer une grille et servir d'inspiration pour l'élaboration des textiles.

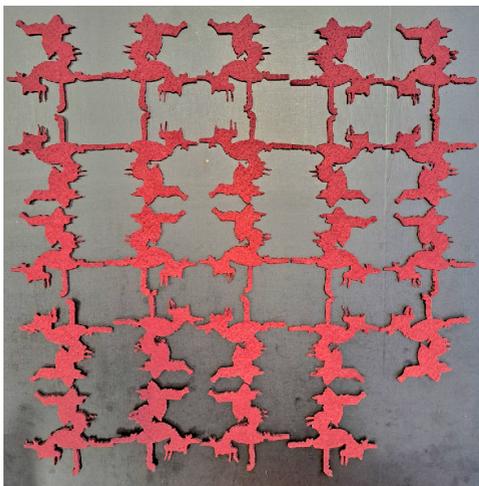


Forme extraite du motif précédent. Cette forme va servir à déterminer celle de modules pour les surfaces textiles.

Modules en papier découpé et assemblés à l'aide d'encoches.
Le résultat obtenu est une «grille» assez rigide composée de formes qui se répètent en symétrie.



Développement des modules papiers ci-dessus en modules de feutrine découpés à la machine de découpe laser.



GLOSSAIRE

- **artisanal** : Qui relève de l'artisan, qui concerne l'artisanat. (Larousse)
Qui est élaboré selon des méthodes traditionnelles, individuelles, par opposition à industriel. (Larousse)
- **artisanat** : Caractères spécifiques du système de production des artisans. (CNTRL)
Ensemble organisé des artisans, groupe professionnel qu'ils constituent. (CNTRL)
- **découpe jet d'eau** : Procédé de fabrication qui utilise un jet d'eau pour découper la matière (mousse, cuir, matériaux métalliques, pierres, matériaux composites, produits agroalimentaires). (Wikipédia)
- **design culinaire** : Il s'agit d'un design appliqué à l'objet alimentaire tant dans sa dimension artisanale qu'industrielle ou événementielle. Concrètement, le design culinaire correspond à la manière de penser les aliments et répond à des nécessités utilitaires, techniques et esthétiques. (Académie des Arts Appliqués de Dijon)
- **design d'expérience** : C'est la pratique de concevoir des services, des produits, des parcours client, des processus, des événements, et plus généralement des environnements en mettant l'accent sur l'excellence de l'expérience vécue et perçue par ses utilisateurs. Le Design d'expérience doit donc être pensé à partir des humains (utilisateurs ou non), fonctionnellement et sensoriellement. (Different Factory)
- **extraordinaire** : Qui a lieu à l'occasion d'un événement exceptionnel ; qui a lieu en dehors des règles prévues. (CNTRL)
Qui, par ses qualités, sort de la moyenne. (Larousse)
Qui n'est pas courant ; exceptionnel, inhabituel. (Larousse)
- **gastronomie** : Connaissance de tout ce qui se rapporte à la cuisine, à l'ordonnement des repas, à l'art de déguster et d'apprécier les mets. (Larousse)

- **gastronomique** : Préparé, composé d'après les règles de la gastronomie. (CNTRL)

[à propos d'un restaurant] Qui propose (ou qui prétend proposer) des mets préparés d'après les règles de la gastronomie. (CNTRL)

- **hédonique** : Qui se rapporte à l'hédonisme, à la recherche du plaisir. (CNTRL)

- **hédonisme** : Système philosophique qui fait du plaisir le but de la vie. (Larousse)

- **industriel** : Qui emploie, utilise certains procédés de l'industrie, qui fait appel à la machine, et qui est généralement produit en grande quantité. (CNTRL)

- **lumière** : Energie émanant d'un corps agissant sur la rétine de manière à rendre les choses visibles. (CNTRL)

Rayonnement électromagnétique dont la longueur d'onde, comprise entre 400 et 780 nm, correspond à la zone de sensibilité de l'œil humain, entre l'ultraviolet et l'infrarouge. (Larousse)

Clarté émise par le soleil, qui éclaire les objets et les rend visibles. (Larousse)

- **luxe** : Pratique sociale caractérisée par des dépenses somptuaires, la recherche de commodités coûteuses ou de biens raffinés et superflus, souvent par goût du faste ou désir d'ostentation. (CNTRL)

Ensemble des biens coûteux ou parfois raffinés qui sont consommés ou dont on fait étalage par goût du luxe. (CNTRL)

Produits d'une très grande qualité, d'un très grand raffinement répondant parfois à des besoins superflus. (CNTRL)

- **métal** : Matériau constitué d'un de ces éléments chimiques ou de leur mélange (alliage). (Larousse)

Élément chimique caractérisé par une forte conductivité thermique et électrique, un éclat particulier dit « éclat métallique », une aptitude à la déformation et une tendance marquée à former des cations. (Larousse)

- **modulaire** : Qui est constitué d'un ensemble de modules. (Larousse)
Qui est constitué de modules, d'éléments aptes à toutes sortes de combinaisons. (CNTRL)
- **numérique** : Qui fait appel à des technologies numériques. (Larousse)
- **plaisir** : État de contentement que crée chez quelqu'un la satisfaction d'une tendance, d'un besoin, d'un désir. (Larousse)
Ce qui plaît, divertit, procure à quelqu'un ce sentiment agréable de contentement. (Larousse)
- **poreux** : Perméable aux influences extérieures. (Larousse)
Qui présente des interstices entre ses molécules. (CNTRL)
Qui présente de très petits orifices, de très petites cavités. (CNTRL)
- **sublime** : Qui, très haut dans la hiérarchie des valeurs esthétiques, morales ou spirituelles, suscite l'admiration ou provoque une émotion. (CNTRL)
- **sublimier** : Evoque le terme esthétique «sublime» et «sublimation». (CNTRL)
- **textile** : Matière filamenteuse susceptible d'être transformée en fil puis en tissu après une préparation spéciale. (CNTRL)
- **utilitaire** : qui a pour fin l'utilité, qui vise le pratique, l'utile. (CNTRL)

BIBLIOGRAPHIE
SITOGRAPHIE
MÉDIAGRAPHIE

LUXE ET GASTRONOMIE

- Académie des Arts Appliqués de Dijon. *Design culinaire : Quand gastronomie et design se mêlent*. [en ligne] Académie des Arts Appliqués de Dijon [consulté le 23 Décembre 2022] Disponible sur : <https://aaa-dijon.fr/design-culinaire-quand-gastronomie-et-design-se-melent/>
- BARRERE, Christian. BONNARD, Quentin. CHOSSAT, Véronique. *Tourisme de luxe et gastronomie de luxe : une nouvelle Sainte Alliance sur fond de patrimoines ?* Territoire en mouvement Revue de géographie et aménagement. 2014, p. 6-26.
- Bocuse. *L'esprit Paul Bocuse : simplicité, raffinement, légèreté, audace*. [en ligne] Bocuse [consulté le 17 Janvier 2023] Disponible sur : <https://bocuse.fr/fr/paul-bocuse.html>
- BOUJAMAA, Sonia. CERULLI, Frédéric. HUBERT, Patrick. GRAMOND, Fred. France 3 Provence-Alpes-Côte d'Azur. 12 Septembre 2021. *Auguste Escoffier, le cuisinier des rois*. Youtube, 6 minutes 41 secondes. https://www.youtube.com/watch?v=TCtUd87Sq5c&ab_channel=France3Provence-Alpes-C3%B4ted%27Azur
- CATRY, Bernard. *Le luxe peut être cher, mais est-il toujours rare ?* Revue Française de gestion. n° 171. 2007, p. 49-63.
- CLOS, Clément. *Pratiques de développement durable dans l'hôtellerie de luxe : enjeux et spécificités*. Téoros. Février. 2020.
- COUCAUD, Jan. Zanat, préserver un savoir-faire ancestral par le design. *Intramuros*. n° 202. Janvier / Février / Mars. 2020, p. 102-105.

- DEGARDIN, Nathalie. Quand les chefs font appel aux designers. *Intramuros*. n° 202. Janvier / Février / Mars. 2020, p. 82-85.
- DEGARDIN, Nathalie. Servaire & Co, design et stratégie du luxe. *Intramuros*. n° 202. Janvier / Février / Mars. 2020, p. 86-87.
- Ducasse Paris. *Alain Ducasse*. [en ligne] Ducasse Paris [consulté le 17 Janvier 2023] Disponible sur : <https://www.ducasse-paris.com/fr/alain-ducasse>
- Gault & Millau. *L'esprit Gault & Millau*. [en ligne] Gault & Millau [consulté le 17 Janvier 2023] Disponible sur : <https://www.gaultmillau.org/a-propos/>
- Gault & Millau. *Notre histoire*. [en ligne] Gault & Millau [consulté le 17 Janvier 2023] Disponible sur : <https://www.gaultmillau.org/historique/>
- Guide MICHELIN. *Le guide MICHELIN, une longue histoire*. [en ligne] Guide MICHELIN [consulté le 17 Janvier 2023] Disponible sur : <https://guide.michelin.com/fr/fr/about-us>
- Institut National des Métiers d'Art. *Métiers d'art : formation initiale*. La documentation française, 2016. 128 p
- LAFAY, Denis. *Gilles Lipovetsky : « Le luxe est un parfait miroir de notre civilisation »*. La Tribune. 20 Mai 2015
- La rédaction Les Echos Solutions. *La restauration en France : les chiffres du secteur*. [en ligne] Les Echos Solutions : 12 avril 2017. [consulté le 24 Novembre 2022] Disponible sur : <https://solutions.lesechos.fr/franchise-retail/c/la-restauration-en-france-les-chiffres-du-secteur-15392/>

- LE FEUVRE, Delphine. *Guide Michelin 2022 : quelles sont les régions françaises où l'on trouve le plus de restaurants étoilés ?* [en ligne] GEO : 23 Mars 2022. [consulté le 3 Novembre 2022]. Disponible sur : <https://www.geo.fr/voyage/guide-michelin-2022-quelles-sont-les-regions-francaises-ou-lon-trouve-le-plus-de-restaurants-etoiles>
- Le Petit Sommelier. *Quelle est la différence entre un restaurant gastronomique et un restaurant bistrannique ?* [en ligne] Le Petit Sommelier [consulté le 3 Novembre 2022] Disponible sur : <https://www.lepetitsommelier.paris/quelle-est-la-difference-entre-un-restaurant-gastronomique-et-un-restaurant-bistrannique/>
- NEO Restauration. *Pour 2 Français sur 3, les restaurants étoiles restent largement inaccessibles* [en ligne] NEO Restauration : 08 Février 2018. [consulté le 3 Novembre 2022] Disponible sur : <https://www.neorestaurations.com/article/pour-2-francais-sur-3-les-restaurants-etoiles-restent-largement-inaccessibles,41149>
- Pavillon Ledoyen. *Dossier de presse : cuisine moderne, Yannick Alléno.* [en ligne] Pavillon Ledoyen [consulté le 17 Janvier 2023] Disponible sur : <https://www.yannick-alleno.com/media/original/57a05821bc328/2018-05-dp-ya-cm.pdf>
- Pavillon Ledoyen. *Yannick Alléno.* [en ligne] Pavillon Ledoyen [consulté le 17 Janvier 2023] Disponible sur : <https://www.yannick-alleno.com/fr/yannick-alleno.html>
- PINNA, Gabriele. REAU, Bertrand. *Service de luxe et classes sociales.* Actes de la recherche en sciences sociales. n°190. 2011, p. 72-77.

- PIVOT, Cécile. *Plaza Athénée et son duo Alain Ducasse – Patrick Jouin*. [en ligne] Côté Maison : 29 Mars 2011 [consulté le 23 Décembre 2022] Disponible sur : https://www.cotemaison.fr/chaine-d/plaza-athenee-et-son-duo-alain-ducasse-patrick-jouin_8901.html
- RAMBOURG, Patrick. *Histoire de la cuisine et de la gastronomie française*. Perrin ,2013. 381 p.
- Servaire & Co. [en ligne] Servaire & Co. [consulté le 27 Décembre 2022] Disponible sur : <https://www.servaireandco.com/>
- Snacking. *Les habitudes des Français au restaurant en 15 chiffres clés* [en ligne] Snacking : 29 Janvier 2020. [consulté le 3 Novembre 2022] Disponible sur : <https://www.snacking.fr/actualites/4593-Les-habitudes-des-Francais-au-restaurant-en-15-chiffres-cles/>

ESPACE

- CATALA, Laurent. Des espaces sensoriels qui font sens. *Intramuros*. n° 202. Janvier / Février / Mars. 2020, p. 44-47.
- HYPPOLITE, Pierre. LEYGONIE, Antoine. VERLET, Agnès. *Architecture et Littérature : une interaction en question XXe-XXIe siècles*. Aix-en-Provence : Presses universitaires de Provence, 2014. 276 p.
- IVERSEN, John. *Tout ce qu'il faut savoir sur l'aménagement d'un restaurant* [en ligne] Lightspeed : 12 Février 2020. [consulté le 2 Octobre 2022]. Disponible sur : <https://www.lightspeedhq.fr/blog/amenagement-restaurant/>
- Le Hub Design. *Agence Anais Gauthier*. [en ligne] Le Hub Design. [consulté le 27 Décembre 2022] Disponible sur : <https://lehubdudesign.com/designers/agence-anais-gauthier/profil>
- MONTANT, Laurent. Anais Gauthier : les sens au cœur du design. *Intramuros*. n° 202. Janvier / Février / Mars. 2020, p. 48-49.
- PAGEAU, François. *Ambiance des restaurants et expériences touristiques*. Téoros. Université de Québec à Montréal. Printemps 2006, volume 25, numéro 1.
- PAPAPIETRO-MATSUDA, Cécile. Clémence Chambon : fascinée par la lumière nîmoise. *Intramuros*. n° 202. Janvier / Février / Mars. 2020, p. 70-71.
- ZABINSKI, Julie. *Comment la décoration intérieure de votre restaurant peut attirer plus de clients* [en ligne] Lightspeed : 04 Juillet 2019. [consulté le 3 Novembre 2022]. Disponible sur : <https://www.lightspeedhq.fr/blog/comment-la-decoration-interieure-de-votre-restaurant-peut-attirer-plus-de-clients/>

TEXTILE

- GIMBRET, Megane. *Carpets : design et modularité au sol*. [en ligne] Espace Design Modulaire : 13 Avril 2014. [consulté le 16 Octobre 2022] Disponible sur : <https://espacedesignmodulaire.wordpress.com/2014/04/13/carpets-design-et-modularite-au-sol/>
- GIMBRET, Megane. *Les « Clouds »*. [en ligne] Espace Design Modulaire : 13 Avril 2014. [consulté le 16 Octobre 2022] Disponible sur : <https://espacedesignmodulaire.wordpress.com/2014/04/13/les-clouds-2/>
- BASSEE, Mathieu. *Savoir & faire : le textile*. Arles, Actes sud et Fondation d'entreprise Hermès, 2020. JACQUET, Hugues (dir.). *Broderies architecturales*, p. 304-315.
- Kostia. [en ligne] Kostia. [consulté le 30 Octobre 2022] Disponible sur : <https://www.kostia.fr/hotellerie-hospitality>
- PAPAPIETRO-MATSUDA, Cécile. MTX, haute couture architecturale. *Intramuros*. n° 202. Janvier / Février / Mars. 2020, p. 54-57.
- PAPAPIETRO-MATSUDA, Cécile. Les hybridations, textiles à sensations. *Intramuros*. n° 202. Janvier / Février / Mars. 2020, p. 58-63.

MÉTAL

- BLUZAT, Virginie. *La robe en métal de Paco Rabanne*. [en ligne] Arzadesign : 16 Février 2014. [consulté le 20 Novembre 2022] Disponible sur : <https://arzadesign.wordpress.com/2014/02/16/la-robe-en-metal-de-paco-rabanne/>
- Cécile Gray. [en ligne] Cécile Gray. [consulté le 15 Octobre 2022] Disponible sur : <https://cecilegray.fr/>
- ENSAD. *Le métal a-t-il une odeur ?* Infos Matériauthèque. Mars. 2017.
- JACQUET, Hugues. *Savoir & faire : le métal*. Actes sud et Fondation d'entreprise Hermès, 2018. 496 p.
- RIVOIRE, Stéphane. *Savoir & faire : le métal*. Actes sud et Fondation d'entreprise Hermès, 2018. JACQUET, Hugues (dir.). Evolution technologique de l'armement, p. 246-263.
- JACQUET, Hugues. *Savoir & faire : le métal*. Actes sud et Fondation d'entreprise Hermès, 2018. Plus haut, plus long et plus léger, p. 405-411.
- SEITZ, Frédéric. *Savoir & faire : le métal*. Actes sud et Fondation d'entreprise Hermès, 2018. JACQUET, Hugues (dir.). L'architecture métallique au XIX^e siècle, p. 412-420.
- SEITZ, Frédéric. *Savoir & faire : le métal*. Actes sud et Fondation d'entreprise Hermès, 2018. JACQUET, Hugues (dir.). L'architecture métallique au XX^e siècle, p. 421-431.
- LEMOINE, Bertrand. *Savoir & faire : le métal*. Actes sud et Fondation d'entreprise Hermès, 2018. JACQUET, Hugues (dir.). L'acier et l'architecture moderne et contemporaine, p. 432-443.

- BUATOIS, Jean-Noël. *Savoir & faire : le métal*. Actes sud et Fondation d'entreprise Hermès, 2018. JACQUET, Hugues (dir.). L'aurore du germe sur la fonction symbolique des aciers damassés, p. 264-273.
- Journal du luxe. *Quand la robe métallique de Paco Rabanne dessine une nouvelle Mode*. [en ligne] Journal du luxe : 17 Septembre 2017. [consulté le 20 Novembre 2022] Disponible sur : <https://journalduluxe.fr/fr/mode/quand-la-robe-metallique-de-paco-rabanne-dessine-une-nouvelle-mode>
- Karl Mazlo. [en ligne] Karl Mazlo. [consulté 29 Décembre 2022] Disponible sur : <https://karlmazlo.com/>
- Paris art. Leonor Antunes. [en ligne] Paris art. [consulté le 11 Janvier 2023] Disponible sur : <https://www.paris-art.com/createurs/leonor-antunes/>
- PRINZ, Jean-Claude. GERVAL, Olivier. *Matières et Matériaux*. Eyrolles, 2012. Les tissus de métal – Sophie Mallebranche, p. 48-51.
- Sophie Mallebranche. [en ligne] Sophie Mallebranche. [consulté le 15 Octobre 2022] Disponible sur : <https://sophiemallebranche.com/>
- ROSEBERRY, Daniel. *Une ère de discipline*. [en ligne] Schiaparelli. [consulté le 27Novembre] Disponible sur : <https://www.schiaparelli.com/fr/haute-couture/haute-couture-printemps-ete-2022/collection>

SOMMAIRE

Résumé	p. 2-3
Abstract	p. 4-5
Remerciements	p. 6-7
Avant-propos	p. 8-9
Introduction	p. 10-12
I/ La gastronomie dans le luxe	p. 14-26
• 1.1/ Qu'est-ce que le luxe ?	p. 14-17
• 1.2/ La gastronomie	p. 18-21
• 1.3/ La recherche d'une expérience	p. 22-26
II/ Le textile et le métal dans l'espace du restaurant gastronomique	p. 28-38
• 2.1/ L'aménagement du restaurant	p. 28-31
• 2.2/ L'importance de la décoration et de l'ambiance : un rôle à jouer pour le textile	p. 32-35
• 2.3/ Le métal au restaurant : utilitaire et prestige	p. 36-28
III/ Le rôle du designer textile au restaurant gastronomique	p. 40-51
• 3.1/ Une collaboration entre designers et chefs	p. 40-43
• 3.2/ Une nouvelle manière d'appréhender le textile dans l'espace du restaurant gastronomique	p. 44-47
• 3.3/ Métallo-textile : une alliance entre métal et textile	p. 48-51
Conclusion	p. 52-54
Annexes	p. 56-96
• Données chiffrées	p. 57
• Interview du designer Kostia	p. 58-61
• Références iconographiques	p. 62-64
• Références	p. 65-80
• Informations sur les chefs	p. 81-83
• Mots clés	p. 84
• Expérimentations	p. 85-93
• Glossaire	p. 94-96
Bibliographie / Sérigraphie / Médiagraphie	p. 97-105

Texte composé en Helvetica Neue LT Std Light et Century Gothic Bold
DSAA Design Mode & Textile
ESAAT Roubaix
promotion 2023

