

CHRISTOPHE PILLET, DESIGNER ET ARCHITECTE D'INTÉRIEUR



© Claude Gassan

« POUR MOI,
LES TENDANCES
N'EXISTENT PAS... »

HÔTELS, RESTAURANTS, BOUTIQUES, MOBILIER, OBJETS, SA SIGNATURE EST AUJOURD'HUI ATTACHÉE À DES MARQUES DE RENOM, LACOSTE, CHRISTOFLE, JITROS, GIVENCHY, VUARNET, ET À L'HÔTELLERIE INTERNATIONALE DE PRÉSTIGE... CHRISTOPHE PILLET EST UN DESIGNER ET ARCHITECTE D'INTÉRIEUR QUI FAIT DE LA SIMPLICITÉ, DU RAFFINEMENT ET DE LA SENSUALITÉ SON CRÉDO. AU-DELÀ DES TENDANCES....

Diplômé de l'École nationale supérieure d'art de Nice, puis de la Domus Academy de Milan, Christophe Pillet a été le collaborateur de Philippe Starck, avant de créer sa propre agence en 1993. Élu créateur de l'année dès 1994, il obtenu depuis une douzaine de distinctions internationales. Certaines de ses pièces font partie des collections du Centre Pompidou, du Centre national des arts plastiques, des Arts décoratifs, mais aussi du Cooper-Hewitt Museum de New-York. Clarté d'expression et recherche de la simplicité fondent sa démarche, mais également sensualité et de raffinement. Un style très personnel, chic, épuré et ciselé, et très « frenchie » qui fait de lui un créateur sollicité sur de grands projets à l'international, mais aussi par des particuliers : le restaurant Frame à Paris, la terrasse du Gray à Cannes, les restaurants Maison Blanche à Casablanca et à Fez, les hôtel sThe Bodrum Edition, en Turquie, Sezz à Saint-Tropez, ou Sahrai à Fez, les boutiques Jean-Claude Jitros à Londres, Catherine Malandrino à New-York, ou encore la Maison Christofle à Paris...

Le caméléon des écrans

Raconter une histoire est ma priorité. Avec toujours, en perspective, l'idée que les clients, que nous pouvons être, sont les acteurs du lieu, au sens premier du terme. Nous devons ainsi leur créer un décor. Mon approche est la même lors de la création d'objets pour les grandes marques. Pour moi, l'idée du luxe, c'est aussi une relation sensuelle aux matériaux, à leur caractère brut, à l'idée que l'on doit exalter ce caractère plutôt que le transformer, comme les Japonais savent le faire si précisément, sans ostentation. Je suis toujours guidé par la simplicité, l'idée de l'essence, de la substance des choses. La simplicité est universelle, elle parle à tout le monde. Il y a une vertu épanouissante dans la simplicité, des choses simples que l'on peut facilement s'approprier, facilement comprendre... J'utilise les matériaux pour ce qu'ils évoquent, pour ce qu'ils nous racontent. Cela dépend du lieu, de son histoire. S'il est nécessaire de parler de brutalité, de dureté, de solidité, par exemple, j'opterais peut-être pour la pierre ou le métal... J'ai une réelle préférence pour les matériaux forts, vrais, qui expriment quelque chose, et pour ces émotions qui perdurent.





Simplicité, sobriété et sensualité... vos maîtres-mots !

Je ne recherche pas une sobriété neutre, mais bien une simplicité à la fois belle et sensuelle. Je ne suis pas du tout un minimaliste à l'anglo-saxonne, avec une expression pure et dure dans sa dimension conceptuelle. En France, comme dans les pays du sud de l'Europe d'ailleurs, nous avons la caractéristique d'aimer le confort. Nous sommes le pays du « bon-vivre », du plaisir, nous aimons l'idée de la simplicité chaude, sensuelle et humaine. Notre approche de la beauté est spécifique. Ma question reste toujours la même : comment la beauté peut-elle mettre en valeur les personnes ? Lorsque je dessine, je pense à celles et ceux qui vont être autour de la table, assis sur les chaises ou dans le canapé.

Vos réalisations récentes qui vous ont le plus inspirées...

C'est un hôtel de prestige, The Bodrum Édition en Turquie. Ce qui est passionnant dans l'hôtellerie, c'est que nous avons à la fois une approche d'architecte, mais également de scénographe d'intérieur. Cet hôtel est réalisé comme une expérience très méditerranéenne, avec des couleurs naturelles, du bois, des pierres locales, dans une végétation luxuriante. L'un des restaurants est conçu comme un véritable jardin botanique avec ses espèces rares. Il est plus un paysage qu'une architecture. Je pense à un nouvel hôtel à Casablanca qui est lui très alternatif, très radical, où la finition est le matériau de construction

lui-même. C'est un univers brut et sexy à la foi. Je suis aussi, en ce moment, sur un projet d'hôtel sur le port d'Hambourg, qui ouvrira d'ici deux ans, où nous racontons une histoire de retour de voyage, de grands entrepôts maritimes modernes, de traces d'un monde qui n'aurait pas changé. Tout y est naturel, vrai, presque intemporel.

La ou les tendance(s) en ce moment, selon vous...

Je ne crois pas aux tendances... je ne sais d'ailleurs pas trop bien ce que c'est. Le moment que nous vivons aujourd'hui me semble plus marqué par un désir de valeurs pérennes et de qualités durables, que par la recherche frénétique de ce qui serait la dernière « tendance ». Il y a une grande attente pour des choses qui « passent le temps », qui ne se démodent pas, qui ne se dégradent pas, et qui nous accompagnent plus longtemps. Ce qui m'intéresse, c'est l'évolution de nos aspirations à vivre, à consommer différemment. Peut-être l'urgence écologique fait-elle émerger un sentiment rassurant dans l'idée de consommer moins, de jeter moins, de garder plus longtemps ? Autrefois, j'utilisais beaucoup les couleurs fortes, vives. Puis ensuite, beaucoup de gris, de neutres, de noirs. Aujourd'hui, je choisis les couleurs en fonction de leur justesse, en fonction de leur adéquation à l'histoire que je veux raconter. Je reviens à la couleur en étant plus proche des matières premières, des textures, des lumières, avec à l'esprit des émotions qui durent.