

DESIGN FRANCAIS 1960-1990

TROIS DECENNIES DE CREATEURS

Forum du Centre Georges Pompidou
22 juin - 26 septembre 1988

C'est à travers les créateurs que l'exposition va exprimer l'évolution du design français au cours de ces trente dernières années en montrant les jalons, les étapes et les "must".

Trois générations de créateurs témoignent par leurs démarches et leurs projets de l'évolution des différents domaines du design : le produit (objets quotidiens), le graphisme et la communication visuelle (affiches, journaux, publicité, télématique), l'architecture intérieure et le mobilier.

Les stars et les oubliés, les gloires éphémères et ceux qui traversent les décennies avec bonheur, l'exposition n'est pas un bilan ni un répertoire exhaustif de tous les créateurs, mais à travers un parcours chronologique, un panorama de ceux qui ont marqué chaque époque. Pas de nomenclature de A à Z, pas d'inventaire à la Prévert, pas de représentation corporatiste, mais une sélection d'environ 80 créateurs basée sur les événements, les courants, les changements dans les mentalités, les styles de vie et les réalités économiques.

Des audiovisuels mettront en relief les grandes orientations de la création en France :

- l'ère de l'éphémère
- le temps du plastique ou le chant du styrène
- les Français malades de l'environnement. Autour des années 70. Signalétique, image de marque, mobilier scolaire et mobilier d'aires de jeux, énergies alternatives
- trente ans de transport
- du chasseur français au chouchou, ou trente ans de grande distribution
- design et état (le design et la commande publique, les grands travaux générateurs de création).

Mise en scène par Philippe Starck, l'exposition est réalisée par le Centre de Création Industrielle et l'Agence pour la Promotion de la Création Industrielle.

Une version est prévue pour l'itinérance à l'étranger dès le début de 1989.

Roman Cieslewicz réalise la conception graphique du livre qui accompagne l'exposition.

Pour tous renseignements :

Centre Georges Pompidou
Centre de Création Industrielle
75191 Paris cedex 04
Tél 42 77 12 33

Relations publiques du CCI
Ariane Diané-Sartorius
Poste 42 16

Service de presse du CCI
Marie-Jo Poisson-Nguyen
Poste 42 05

Centre de Création
Industrielle CCI

Centre Georges Pompidou
75191 Paris Cedex 04 Téléphone 42 77 12 33 Télécx CNAC GP 212 726

EXPOSITION

D E S I G N F R A N C A I S

1960 - 1990

TROIS DECENNIES

Dates 22 juin 1988 - 26 septembre 1988

Lieu Forum du Centre Georges Pompidou, Paris

Horaires Exposition ouverte du lundi au vendredi de 12 h à 22 h, les samedi et dimanche de 10 h à 22 h. Fermée le mardi.
Entrée libre

Organisateurs Exposition coproduite par l'Agence pour la Promotion de la Création Industrielle/Centre National des Arts Plastiques/Ministère de la Culture et de la Communication et le Centre de Création Industrielle/Centre Georges Pompidou.
Avec la participation du Ministère de l'Industrie, du Commerce extérieur et de l'Aménagement du territoire.
Exposition réalisée grâce au parrainage de Louis Vuitton,
et au concours de Pont-à-Mousson S.A. et de J.-Cl. Decaux S.A.

Commissaires Françoise Jollant-Kneebone et Margo Rouard

Commissaire déléguée Marie-Laure Jousset

Mise en scène Philippe Starck avec la collaboration de Philippe Delis

COMMUNIQUE DE PRESSE

D E S I G N F R A N C A I S

1960 - 1990

TROIS DECENNIES

*22 juin - 26 septembre
Forum du Centre Georges Pompidou*

Vous avez dit design ? "Oui !" répondent les professionnels -architectes d'intérieur, designers, graphistes, stylistes- dont la production s'est enrichie, diversifiée tout en préservant sa spécificité : une grande qualité liée à un intime rapport entre l'artisanal, l'artistique, le technologique novateur.

Vous avez dit design ? "Oui" répondent aussi les médias qui, depuis le début des années 80, ne cessent de lancer des coups de projecteur sur la création, fabricant ainsi des "événements", des "stars" dont l'impact d'abord international, a finalement touché toute la société française.

Vous avez dit design ? "Oui" répondent enfin l'APCI et le CCI en réalisant ensemble et présentant au Centre Georges Pompidou l'exposition "Design français 1960-1990 : trois décennies". Ces deux institutions ont mis en commun leur approche différente de la réalité du design et leur savoir-faire pour produire une manifestation qui affiche :

- un parti-pris : poser un regard culturel, médiateur entre les intérêts professionnels, économiques et artistiques
- des objectifs :
 - . offrir une vision très large de la production française de ces trente dernières années
 - . démontrer la grande diversité des tendances et des modes d'expression en France
 - . présenter les produits d'une manière identique -la réduction en maquettes- qui, à la fois les valorise

.../...

par ce procédé de miniaturisation précieuse et offre aux différents publics du Centre Georges Pompidou (grand public, professionnels, industriels, mécènes) une découverte globale et rapide.

Choisir de privilégier la promotion culturelle du design, c'est, enfin, pour le CCI rester dans la droite ligne de sa mission au Centre Georges Pompidou : être le lieu dynamique des rencontres entre l'expression artistique et l'esthétique du quotidien. A cet égard, "Design français 1960-1990 : trois décennies" trouve tout naturellement sa place dans le Forum, lieu symbolique de l'institution s'il en est.

Son parti-pris

Présenter trois décennies en matière de design français par 170 objets couvrant un éventail des champs du design le plus complet possible (produits industriels, architecture d'intérieur, communication visuelle, transports) est une gageure que l'APCI et le CCI se sont plu à relever.

Ces deux institutions ont ainsi choisi de mettre en valeur, dans sa dimension culturelle, la production des créateurs liés au monde industriel, de présenter des produits qui ont imprimé leur marque à l'époque de leur création, de refléter enfin les événements formels de ces trois décennies.

La sélection des objets ne s'est donc pas faite selon les critères utilisés d'habitude par les professionnels : usage et entretien d'un produit, ses qualités ergonomiques, écologiques, esthétiques, son succès commercial. Les choix se sont fondés sur des facteurs plus généraux : les rapports socio-culturels entre individus et objets, la charge expressive et symbolique des objets, leur capacité de communication, leur innovation formelle, la liberté d'usage et d'adaptation qu'ils offrent au consommateur.

Le principe de la scénographie est basé sur la présentation, sous forme de maquettes, de tous les produits. Du briquet "Cricket" au TGV, tout a, au regard de l'histoire, la même importance. Moyen d'expression et de travail essentiel aux créateurs et aux industriels, ces maquettes ne sont donc, en aucun cas, un artifice scénographique.

C'est en cela qu'une exposition de design au Centre Georges Pompidou, et en particulier "Design français 1960-1990 : trois décennies" se différencie d'un programme de production

.../...

à vocation industrielle ; et qu'elle constitue à part entière un événement culturel, à la fois le miroir de la réalité contemporaine et un ferment dynamique de réflexion prospective.

Sa mise en espace

Tâche délicate que celle confiée à Philippe Starck : présenter un maximum d'objets dans des conditions optimales pour que le visiteur perçoive d'emblée et la mise en valeur du design français et l'événement culturel que représente cette exposition au Centre Georges Pompidou.

Il s'en acquitte avec élégance, en choisissant une implantation géométrique rigoureuse en lignes, selon un schéma qui rappelle délibérément l'art conceptuel, visant ainsi à l'unité entre l'artistique, l'industriel et, sans fausse honte, le symbolique :

- . ayant renoncé aux objets originaux dont les variations de taille ne permettent pas une visualisation uniforme et ayant adhéré au principe de miniaturisation des projets sous forme de maquettes, il les valorise aussi par la subtilité d'un éclairage sous globe ;
- . par le contraste entre un sol en plaques de ciment brut -rappel de la standardisation industrielle- et des stèles en bois naturel, il accentue la dimension totémique de cette présentation ;
- . en utilisant la toile brute teintée pour constituer des parois inclinées, il joue aussi sur un autre symbole archaïque, la tente, pour créer une atmosphère d'intériorité médiative mystérieuse qu'il renforce encore par le choix du système d'éclairage.

Ce faisant, il entend participer au désir du CCI et de l'APCI de promouvoir une nouvelle conception de mise en espace des expositions de design : s'écarter radicalement des présentations type "stands de foire" où s'alignent côte à côte sans fil conducteur et par conséquent se neutralisent, les produits les plus divers.

Conçue pour l'itinérance, cette exposition sera facilement modulable et adaptable aux espaces des institutions internationales qui s'apprêtent à l'accueillir.

Peut-on classer, trier l'immense forêt des objets et des signes qui nous entourent pour établir un inventaire permanent dans lequel entrent et sortent les créateurs et leurs drôles de production ?

Peut-on classifier, geler dans le temps ces créateurs qui créent notre cadre de vie, du fer à repasser au générique de télévision, et de la voiture aux transports en commun ? Ce foisonnement, réflexion faite, n'est pas plus bizarre que celui de notre environnement naturel. Prenons le temps de le regarder, le valoriser, à travers les choix de cette exposition.

« Design français 1960-1990 : trois décennies » n'est pas un catalogue raisonné d'objets mais un regard sur les créateurs liés au monde des produits industriels, un regard sur ces démarches de concepteurs des objets manufacturés et sur les signes qu'ils engendrent à travers leurs étranges dossiers et maquettes. Cette réunion extra-ordinaire, inévitablement sélective, reflète les courants, les créations, les changements de mentalité, des styles de vie comme des réalités économiques.

Ce regroupement disparate d'objets témoigne que le design porte en lui cet élément de durabilité et de résistance au temps, qui est le propre de l'art. Une charge d'innovation qui tourne souvent à l'avantage du produit et de son image, en lui donnant un surcroît de force et un essor économique.

Quels créateurs ?

L'approche aux créateurs est celle du design pris dans sa globalité :

Les créateurs de produits : les objets quotidiens, le train, les arts de la table, le mobilier.

Les créateurs graphiques : de l'affiche aux journaux et de la publicité à la télématique.

Les créateurs d'environnement : agencement des lieux privés et publics.

Quelle approche ?

Un parcours chronologique, des années 60 aux années 80, nous permet de regarder à la loupe certains créateurs et leur démarche originale, succincte mais percutante, expression de leur forte originalité.

Quelques thèmes : art et design, presse et design, l'aide de l'État, le phénomène du mobilier des années 60, situent les créateurs dans leur contexte et

permettent d'éclairer cette vue panoramique.

Pas de volonté d'exhaustivité, pas d'approche corporatiste, mais un regard historique sur la double tradition d'ingénieur et du courant Art déco, qui fait la spécificité du design national.

Il y a presque autant de critères de classification que d'objets, de signes eux-mêmes et donc de créateurs. L'exposition, le catalogue ne présentent pas l'analyse fonctionnelle, formelle et structurale des objets, mais les situent dans leur époque (1960/70/80) avec leur perspective historique, leur résistance au temps.

Au-delà de la création pure, il y a des modes, des courants fondamentaux liés à la vie culturelle, économique et sociale. « Design français : trois décennies » est l'histoire de ces constructeurs-designers-rêveurs et de leur relation, harmonieuse ou non, avec la vie artistique et économique du moment.

Le principe de la scénographie est basé sur la présentation, sous forme de maquettes, de tous les produits. Du briquet « Cricket » au TGV, tout a, au regard de l'histoire, la même importance. Moyen d'expression et de travail essentiel aux créateurs et aux industriels, ces maquettes ne sont donc, en aucun cas, un artifice scénographique.

Merci aux créateurs et aux entreprises qui ont compris et soutenu ce projet ambitieux.

(extrait du livre : DESIGN FRANCAIS
1960-1990
TROIS DECENNIES)

1960

MAIME ARNODIN
Cahier de coloris

JEAN-LOUIS BARRAULT / SEAB
Voiture "Méhari"

MARC BERTHIER
Tables gigognes

CEI / RAYMOND LOEWY
Meubles "DF 2000"

CEI / RAYMOND LOEWY
Machine à coudre "Elna Lotus"

CEI / RAYMOND LOEWY
Images de marque

ROMAN CIESLEWICZ
Opus

ANDRE COURREGES
Accessoires

ANDRE COURREGES
Accessoires

ANDRE COURREGES
Accessoires

ROBERT DELPIRE
Publicité Cacharel

ROBERT DELPIRE
Publicité Citroën

PIERRE-FRANÇOIS DINAND
Flaconnage

ROGER EXCOFFON
Graphisme

DENISE FAYOLLE
Style Prisunic

ADRIAN FRUTIGER
Typographie "Univers"

PIERRE GAUTHIER-DELAYE
Aménagement agences Air France

CHRISTIAN GERMANAZ
Siège "Half Half"

MARC HELD
Lit Prisunic

ALBERT HOLLENSTEIN
Typographie

PETER KNAPP
Photos

ALAIN LE FOLL
Illustrations

JEAN-PHILIPPE LENCLOS
Peintures Gauthier

JEAN MASSIN
Recherche Typographique

MATRA AUTOMOBILE-Bureau intégré
Matra 530

JOSEPH ANDRE MOTTE
Aménagement intérieur Orly

OLIVIER MOURGUE
Fauteuil "Djinn"

OLIVIER MOURGUE
Mobilier du Pavillon Français
Exposition Universelle de Montréal

GEORGES PATRICK
Verre jetable Air France

PIERRE PAULIN
Siège boudin "Amphys"

PIERRE PAULIN
Fauteuil "Ruban"

DANIELE QUARANTE
Fauteuil "Albatros"

MICHEL QUAREZ
Campagne Citroën

QUASAR
Voiture urbaine

QUASAR
Siège gonflable

BERNARD QUENTIN
Mobilier "Alvéolaire"

BERNARD QUENTIN
Mobilier "Molécule-Air"

CHRISTIAN RAGOT
MICHEL CADESTIN
"Alcove 2000"

RAYMOND SAVIGNAC
Affiches

SLAVIK
Façade du drugstore Saint-Germain

TECHNES / MAURANDY -
GERARD GUERRE
Image de marque Merlin Gérin

ROGER TALLON / A. D. S. A.
Téléviseur Téléavia

TECHNES / PARTHENAY
Excavateur électronique

ROLAND TOPOR
Illustrations Opus International

JEAN WIDMER
Image de marque CCI / UCAD

FEUDOR / DUPONT-Bureau intégré
Briquet "Cricket"

STAMP
Tabouret "Tam-Tam"

SOCIETE GENERALE DES EAUX
MINERALES DE VITTEL
Maxi-bouteille plastique Vittef

RENAULT
Direction de Design Industriel
Renault 16

1970

BAZOOKA
Journaux

MARC BERTHIER
Minidesk "Ozoo 700"

MARC BERTHIER
Bureau Junior

MARC BERTHIER
DANIEL PIGEON
Mobilier scolaire

GUY BOUCHER
Lampe de poche

ALAIN CARRE
Stylo Waterman

CEI-PARIS
Interrupteur 1001

ROMAN CIESLEWICZ
Affiches Centre Pompidou

JEAN-CLAUDE DECAUX
Mât de signalisation

ROBERT DELPIRE
Campagne Citroën

ROBERT DELPIRE
Campagne Cacharel

PIERRE-FRANCOIS DINAND
Flaconnage

ENFI DESIGN
Hélicoptère "Ecuveuil"

ROGER EXCOFFON
Affiches

PIERRE FAUCHEUX
Graphisme

JEAN-MICHEL FOLON
Générique A2

ANDRE FRANÇOIS
Affiches

ANDRE FRANÇOIS
Illustrations

ADRIAN FRUTIGER
Alphabet Roissy

ADRIAN FRUTIGER
Alphabet OCRB

PIERRE GAUTHIER-DELAYE
Fauteuil Boeing 747

CHRISTIAN GERMANAZ
Kit System Office

GRAPUS
Affiches

MARC HELD
Fauteuil "Culbutto"

ALBERT HOLLENSTEIN
Typographie

JEAN-PHILIPPE LENCLOS
Couleurs dans l'architecture

MAFIA
Absorba

SERGE MANSEAU
Flaconnage

MBD
Siège train

JOSEPH-ANDRE MOTTE
Aménagement intérieur Roissy

PIERRE PAULIN
Mobilier pour le Palais de l'Elysée

MICHEL BOUE .RENAULT
DIRECTION DU DESIGN INDUSTRIEL
Renault R5

RAYMOND SAVIGNAC
Affiches

JEAN-MICHEL SCHREIBER
PATRICK HOLLINGTON
Prêt-à-porter masculin

PHILIPPE STARCK
Luminaire "Easy Light"

ROGER TALLON / A.D.S.A.
Montre Lip

ROGER TALLON / A.D.S.A.
Train Corail

ROGER TALLON / A.D.S.A.
Escalier héliocidal

DANIEL MAURANDY
FNAC

ROLAND TOPOR
Illustrations

ANNIE TRIBEL
Passerelle des Halles

ANNIE TRIBEL
Caféteria Théâtre de la Ville

BERNARD VILLEMOT
Affiches

JEAN WIDMER
ERNST HIESTAND
Ligne graphique et signalétique
Centre Georges Pompidou

JEAN WIDMER
Signalisation culturelle
Autoroutes

AEROSPATIALE - Bureau intégré
Concorde

AEROSPATIALE / SNIAS
Bureau intégré
Airbus

BIC-Bureau intégré
Rasoir jetable

1980

JEAN-LOUIS BARRAULT
Mini-four Moulinex

JEAN BAYLE / JBA
Journaux

MARTINE BEDIN
Lampe "Gédéon"

MARTINE BEDIN
Sac à dos Vuitton

MARC BERTHIER
Lampe "Moebia"

GUY BOUCHER
Plateau repas collectivité

CANAL
Boutique Montana

ALAIN CARRE
Moto "Squale"

JEAN-CHARLES DE CASTELBAJAC
Draps

CEI-PARIS
Interconnection SNCF / RATP

ROMAN CIESLEWICZ
Collages

CREATIVE BUSINESS SOPHA
Robot "Robin"

CREATIVE BUSINESS SOPHA
Moulinet "Full Control"

JEAN-CLAUDE DECAUX
Mupi Medium

JEAN-CLAUDE DECAUX
Sanitaire public

JEAN-CLAUDE DECAUX
Abri "Murano"

PIERRE-FRANÇOIS DINAND
Flaconnage

MARIE-CHRISTINE DORNER
Tabouret "S'il vous plaît"

NATHALIE DU PASQUIER
Textiles

SYLVAIN DUBUISSON
Lampe de bureau

GENEVIEVE DUPEUX
Textiles

GENEVIEVE DUPEUX
Tissages

ECOM ET PARTENAIRE
Publicité RATP

RATP
Boutique "Chic et Choc"

ENFI DESIGN
Minitel

GAROUSTE ET BONETTI
Chaise des salons Christian Lacroix

CHRISTIAN GERMANAZ
Fauteuil "Comédia"

GRAPUS / D. LE CUZIAT
Identité visuelle de la Villette

ALAIN LE QUERNEC
Affiches

JEAN-PHILIPPE LENCLOS
Gamme "Mira X"

MAFIA
3 Suisses

CLAUDE MAGGIORI / EDITORIAL
Journaux

SERGE MANSEAU
Flaconnage

PIERRE MONET
Outillage

PASCAL MOURGUE
Mobilier "Lune d'Argenti"

PASCAL MOURGUE
Chaise longue "Arc"

NEMO
"Genltron"

NEMO
Chaise "Faizz"

OUIDIRE
Réaménagement des stations
de métro

PIERRE PAULIN
Mini rasoir

GUY PEELEART
Générique A2 "Cinéma-Cinéma"

PLAN CREATIF
Mitigeur Porphyre

ANDREE PUTMAN
Aménagement intérieur
CNAC Bordeaux

ANDREE PUTMAN
Bureau du Ministre de la Culture
Jack Lang

MICHEL QUAREZ
Affiches

MATRA AUTOMOBILE RENAULT
Textiles
Direction du Design Industriel
Renault Espace

PIERRE SALA
Table "Clairefontaine"

RAYMOND SAVIGNAC
Affiches

MICHEL SCHREIBER
3 Suisses / Enfants

RONALD CECIL SPORTES
Chaise "Bradrock Two"

PHILIPPE STARCK
Chaise du Café Costes

PHILIPPE STARCK
Immeuble "Nani Nani"

PHILIPPE STARCK
Horloge

ROGER TALLON
TGV Atlantique

TOTEM
Tabouret "Jupiter"

TRAM DESIGN
Compas

BERNARD VILLEMOT
Affiches

JEAN-PIERRE VITRAC
Valise "Superior"

JEAN-PIERRE VITRAC
Couteaux "les pros"

JEAN WIDMER
BRUNO MONGUZZI
Identité visuelle du Musée d'Orsay

JEAN-MICHEL WILMOTTE
Chaise "Palais Royal"

JEAN-MICHEL WILMOTTE
Comptoir pour les magasins
du Grand Louvre

LÀFUMA-Bureau intégré
Fauteuil "Greenwich"

MILLET-Bureau intégré
Sac à dos "Trek"

ANGENIEUX-Bureau intégré
Zoom photographique

WICHARD-Bureau intégré
Mousqueton "Spinnaker"

SPIROTECHNIQUE-Bureau intégré
Bouteille de plongée "Biluxe"

PEUGEOT AUTOMOBILE
Bureau intégré
Peugeot 205

THOMSON-Bureau intégré
Téléviseur

CUISINOX-Bureau intégré
Série "Elysée"

DESIGN ET DESIGNERS FRANCAIS

L'une des caractéristiques les plus séduisantes du design français s'exprime dans son extrême liberté formelle. Celle-ci est, à la fois héritière des liens étroits des designers avec le mouvement des arts plastiques et décoratifs entre 1920 et 1940 et fruit de l'absence de théorisation unitaire globalisante, ce qui lui permet de repousser ses limites à l'infini de l'imaginaire. Il porte, par conséquent, un soin très particulier au rapport produit manufacturé/tendances artistiques.

Il n'est pas pour autant dénué de rigueur : la tradition de "l'ingénieur" est forte, en France ; elle se retrouve dans la qualité des produits "anonymes" conçus dans les bureaux techniques des entreprises, le foisonnement des brevets déposés, l'utilisation ludique des perfectionnements technologiques les plus récents.

Le designer français est, par tradition, un généraliste plus proche d'un artiste que d'un spécialiste à l'anglo-saxonne. Il intervient aussi bien en architecture d'intérieur, en design de produits, qu'en communication visuelle. Cette pluridisciplinarité liée à la liberté formelle définie ci-dessus le conduit à soigner tout particulièrement l'apparence des objets, quitte à verser dans l'exagération ou l'extravagance. Elle le place -et c'est tout à son avantage- au coeur même de l'émergence des tendances nouvelles, là où celles-ci se manifestent. Il intervient donc ainsi à la source de l'évolution esthétique de la vie quotidienne.

D E S I G N F R A N C A I S

1960 - 1990

T R O I S D E C E N N I E S

ITINERANCE DE L'EXPOSITION

L'itinérance de cette exposition est rendue possible grâce au concours du

SERVICE DES AFFAIRES INTERNATIONALES (SAI) / Ministère de la Culture et de la Communication.

Le CCI est d'ores et déjà en relation avec les organismes suivants qui ont été sollicités ou ont exprimé eux-mêmes leur intérêt pour cette opération :

GRANDE BRETAGNE :	. Design Museum Londres
ESPAGNE :	. Centro de Diseno Industrial Barcelone
REPUBLIQUE FEDERALE D'ALLEMAGNE :	. Museum für Kunst und Gewerbe Hambourg
	. Musée d'Architecture (DAM) Francfort
ITALIE :	. Triennale de Milan Milan
BRESIL :	. Museu de Arte de Sao Paulo (MASP) Sao Paulo



Editions
du Centre
Pompidou

75191 Paris Cedex 04
Téléphone 42 77 12 33
Telex CNACGP 212 726

Coédition avec l'Agence
pour la Promotion de la
Création Industrielle

PARUTION 22 JUIN 1988

D E S I G N . F R A N C A I S

1960 - 1990

TROIS DECENNIES

Mis en page par Roman Cieslewicz, ce livre est plus que le catalogue de l'exposition coproduite par le CCI et l'APCI : c'est le premier bilan de l'histoire française récente du design qui comprend, notamment, un répertoire alphabétique de quatre-vingt créateurs. Pour chacun d'entre eux : deux pages retraçant leur biographie et formation, illustrées par leur oeuvre la plus significative.

bilingue français-anglais

S O M M A I R E

Dominique BOZO
François BURKHARDT
Introduction, Margo ROUARD, Françoise JOLLANT KNEEBONE
Les Années 60, François MATHEY
Les Années 70, Gilles de BURE
Les Années 80, Sophie TASMA ANARGYROS
Art et design, ratages et chassés-croisés, Catherine MILLET
Le design et l'état en France : Points de repère, Margo ROUARD
Les "objets-plus", Pierre RESTANY
Les aventures des décennies, Françoise JOLLANT KNEEBONE
Les créateurs de A à Z
Colorisme, graphisme, textile
Architecture d'intérieur, design de produit
Au designer inconnu
Bibliographie
Index

*Un volume de 296 pages
300 illustrations
250 F*

*Information presse
Florence Godfroid
Tél 42 77 12 33
poste 48 33*



MAISON FONDÉE EN 1854

LOUIS VUITTON MALLETIER
30, RUE LA BOÉTIE 75008 PARIS
TÉL.: (1) 45.63.09.00 TELEX 641 233 F
TÉLÉCOPIEUR: (1) 45.62.65.50



LOUIS VUITTON ET LA CREATION

Louis Vuitton a décidé d'apporter son parrainage à l'exposition "Design Français 1960-1990" organisé au Centre Georges Pompidou du 22 juin au 26 septembre prochains.

Cette démarche vient souligner la nouvelle politique de création mise en place par Louis Vuitton et animée par Françoise Jollant avec le concours de créateurs extérieurs. Directeur de la Création de Louis Vuitton, elle est pour le Centre de Création Industrielle l'une des commissaires de cette exposition, symbole de la qualité de la création en France.

Ce parrainage s'inscrit dans une tradition chez Louis Vuitton, celle d'avoir été de tous temps associé aux moments importants de l'art et de la création, plus particulièrement dans les années 20. Dunand, Lalique, Puiforcat, pour ne citer qu'eux, ont apporté leur contribution à certaines réalisations de Louis Vuitton.

Aujourd'hui, le relais est pris par de prestigieux créateurs tels : Gae Aulenti, Martine Bedin, Esslinger, Arata Isozaki, Arman, Sol Le Witt, ... qui apportent leur lecture originale de l'univers de Louis Vuitton : "L'Ame du voyage".

Contact presse : Christine Fontanet