

Bouteilles, pièces uniques
en porcelaine, Éric Hibelot
(L'Atelier des Garçons), 2012.



Eric Hibelot et Jean-Marc Fondimare (L'Atelier des Garçons)

Consommer autrement

Nous travaillons ensemble, nous avons chacun une production, et partageons l'atelier. Nous travaillons la porcelaine avec deux techniques différentes : Jean-Marc avec la technique du coulage ; et moi avec une technique de modelage dite « à la plaque ». Je fais des pièces uniques de décoration ou des petites pièces utilitaires. Là, on n'est pas dans la céramique d'art mais dans la céramique décorative ou utilitaire, de la vaisselle. Notre travail est vraiment contemporain.

Je faisais du marketing auparavant. Quand on fait du marketing, on observe la société, on voit comment elle évolue, ce vers quoi elle tend. Maintenant, j'enseigne le marketing dans un centre de formation de la céramique, le CNIFOP, l'une des rares écoles de céramique en France qui est aussi une association soutenue par Ateliers d'Art de France. J'y mène avec mes élèves une réflexion sur la place des métiers d'art dans le monde contemporain.

Ce que je vois, c'est qu'on a des consommateurs – puisque ça reste malgré tout des consommateurs même si je préfère dire des clients – qui vont plutôt vers des objets uniques, précieux, plus personnels. On sort des années de consommation où on avait ces chaînes qui dans toutes les villes avaient les mêmes boutiques. Aujourd'hui, on sent une lassitude du public, nous le voyons parce que nous avons aussi une boutique ici sur place, à côté de notre atelier. Les gens recherchent l'échange et veulent acheter un objet plus personnel, rencontrer le créateur, le fabricant. D'où aussi l'ouverture de « *concept stores* » où l'on trouve des objets plus personnalisés.

Ces acheteurs sont plutôt des citadins, qui ont un certain pouvoir d'achat, et qui ont entre trente et cinquante ans. C'est un peu notre cible. Ils ont envie de consommer autrement, manger mieux, etc. Ils se posent des questions sur leur façon de vivre. La relation humaine est très importante dans ce cadre-là. L'acte d'achat se fait après avoir échangé sur l'objet, unique et fait main, et aussi sur un concept de vie.

Dans ce contexte, la céramique connaît un vrai renouveau, si on regarde la presse ces dernières années et surtout ces derniers mois. En Angleterre, il y a une vraie culture céramique et une vraie culture de l'objet qu'on n'avait pas en France. Les Français sont en train de voir les choses un peu autrement. Il y a toute une génération de céramistes qui commence à se faire connaître. Et il y a aussi plusieurs artistes contemporains qui travaillent, qui se font aider, qui vont à Sèvres pour travailler avec des artisans chevronnés, et qui intègrent la céramique dans leurs œuvres. Je pense à des artistes comme Françoise Pérovitch par exemple ou Fabrice Hyber. C'est assez nouveau. Il y a une dizaine d'années, la céramique, c'était quasiment inexistant dans ce domaine-là.

Aujourd'hui, avec les métiers d'art, on a plutôt à l'esprit la créativité, le luxe, la pièce unique. Je pense par exemple au tourneur sur bois Pascal Oudet. Il fait des pièces en bois qui sont extrêmement contemporaines, très délicates, très fragiles. C'est vraiment en adéquation avec l'époque. Et il y a beaucoup d'exemples semblables dans d'autres domaines, le textile, etc. où nous n'avons plus cette étiquette ringarde. ■