

LE CARNET DE STYLE D'AMADEUS

Enseigne du groupe Cadès, Amadeus est une marque de décoration française dont la richesse de style se révèle dans les deux catalogues saisonniers édités chaque année...

5000 nouveautés par an !



Benjamin Masil, directeur artistique entouré de son équipe de designers

Chez Amadeus la définition et l'expression des styles font l'objet d'un travail approfondi mené par une équipe de cinq créatifs conduite par **Benjamin Masil, directeur artistique** de la marque. À ce titre il pilote l'équipe du design interne et anime les groupes d'achat aimant à dire qu'il « coordonne les styles et les histoires de la marque ». Si chaque styliste a sa spécialité au sein des pôles « Table », « Meuble » et « Textile », tous sont amenés à s'exprimer sur l'ensemble des catégories pour insuffler des idées nouvelles. Ainsi contribuent-ils tous à enrichir les thèmes phares d'Amadeus saison après saison. « *Le travail du style fait l'objet d'une recherche approfondie qui vise à acquérir la certitude que tel dessin ou telle matière est ce qu'il faut pour être juste à un moment donné. La force d'Amadeus est de pouvoir compter sur une équipe de personnalités différentes* » raconte Benjamin Masil. « *Chacun se nourrit de ses expériences et absorbe des choses*

différentes à l'occasion de salons, de visite en magasins, de surfs sur le web ou encore de voyages parfois très loin d'ici. Ensemble nous faisons la synthèse de toutes les influences captées ici et là puis élaborons une proposition créative cohérente qui se doit d'être tout aussi tendance que commerciale. Notre public n'attend pas de nous une approche pointue mais plutôt une harmonie d'objets, de couleurs, de motifs et de matières qui soit bien dans l'époque. »

“ Le chassé-croisé des visions de chacun des cinq designers internes est notre richesse. ”

C'est ainsi qu'Amadeus réalise l'exploit de créer tous les six mois un nouveau catalogue riche de 3000 nouvelles références. Seuls les meubles font l'objet d'un catalogue permanent. Quant aux *best-sellers*,

ils sont prolongés dans l'esprit, rarement à l'identique. La profusion de l'offre répond aux attentes les plus variées. Une approche multidirectionnelle qui a permis à Amadeus de conquérir une clientèle large et internationale qui salue la qualité des produits. Conquérante, elle a l'étoffe pour nourrir ses grandes ambitions, et s'installer en bonne place dans le carré des leaders de la déco.

Amadeus propose deux fois par an sept à dix nouvelles tendances qui s'inscrivent dans chacun de ses quatre grands thèmes : **Héritage, Évasion, Tradition et Contemporain**. S'ajoute une collection enfant tout aussi poétique, originale, imaginée par une créatrice au talent évident qui s'y consacre entièrement.

Chez Amadeus, tout est original et la créativité est visible, pourtant l'esprit de fond n'est pas sans rappeler ce qui se propose ailleurs sur le marché. « *On ne peut pas déroger à la demande de style des consommateurs* » s'en explique **Benjamin Masil**.

« Comme dans la mode, il y a des tendances de fond qui guident notre création. Notre originalité est dans l'interprétation et la narration de ces tendances. À chaque nouvelle saison, nous apportons de nouvelles impulsions pour faire évoluer notre proposition sans perdre le fil des tendances mais en apportant cette nécessaire dynamique qui nous démarque du « partout pareil ».



« Pinterest et certains blogs sont devenus des outils de travail essentiels pour décoder les attentes très variées des consommateurs fans de déco. »



D.R.



D.R.



D.R.

oublier la Grande Guerre. Art des paradoxes, il exprime souvent une certaine modernité par des formes géométriques et pures, mais se nourrit de la tradition et reste le style luxueux d'une élite. C'est en France qu'il connaît son plein épanouissement, entre 1920 et 1930, mais il se dessine déjà entre 1908 et 1912 pour naître véritablement avec la Première Guerre mondiale : il succède, en s'y opposant, à l'Art nouveau. À ses débuts, l'Art déco, est purement ornemental, puis il est gagné par les ruptures esthétiques irréversibles apportées par le cubisme. Il s'éteint peu à peu à la fin des années 1930, supplanté par le modernisme et le style international. »

Dans la tradition des grands classiques

L'ambiance sombre de la collection Art déco, trouve son pendant clair dans le second volet de la collection Héritage qui, lui, renoue avec l'origine de la marque qui s'est fait connaître avec des compilations d'objets de décoration et de meubles classiques qu'on a plaisir à retrouver modernisés. On retrouve alors les meubles oversize, du mobilier distingué en bois brut ou cèrulé, de grandes tables familiales et les chaises assorties, les tables de fête où le blanc est roi avec des accents de surbrillance, une verrerie riche, des céramiques festonnées, des faux dépareillés à l'ancienne, des miroirs comme dans le bon vieux temps, des lampes traditionnelles, des accessoires qu'on penserait avoir toujours connus... La couleur n'est pas tout à fait absente avec l'introduction pour cet hiver du jaune moutarde qui vient apporter de la chaleur à l'ensemble. Une couleur qui s'assortit très bien du style carreaux de ciment subtilement repris par touches sur des textiles et de la vaisselle. On retrouve également ça et là une touche de bleu, une couleur très en vogue actuellement. On remarque dans cette partie de collection des dessertes qu'on imagine aussi bien chez soi qu'en mobilier chic de magasin. ■■■

LECTURE DES STYLES INCONTOURNABLES DE LA SAISON

Le grand retour de l'Art déco

L'envie d'Art déco est de retour et Amadeus est au rendez-vous. Elle aborde ce thème avec finesse dans son thème « Héritage » dont une partie a été travaillée dans l'esprit des grands hôtels des années 20. L'ensemble proposé évoque avec une dominante de doré, bleu, gris, taupe et noir tantôt un espace bar aux allures masculines, tantôt un intérieur bourgeois qui jouerait avec les formes en vogue après la Première Guerre mondiale. Velours, laiton et laques sont les matériaux privilégiés

pour donner du caractère aux pièces. Un juste équilibre a été trouvé en intégrant à cette collection des pièces très modernes – notamment des luminaires et des meubles d'esprit asiatique grâce auxquelles on ne bascule jamais dans le *too much*. Entrer dans cet univers bien travaillé par l'équipe du style n'est pas sans rappeler les bonnes feuilles du dictionnaire Larousse dans lesquelles on peut lire : « Issu des mouvements artistiques de la Belle Époque, l'Art déco s'inscrit dans le contexte des Années folles, qui tentent de faire



D.R.

♦♦♦

Faire et défaire les codes

Dans un esprit plus moderne sans être contemporain, Amadeus propose un ensemble néo-bourgeois inspiré du style belge. Jouant sur les effets de matière, elle nous entraîne dans un certain raffinement qui caractérise mobilier, luminaires, miroirs, textiles et accessoires qui, tous, ont été conçus avec un sens poussé du détail. S'emparer des codes pour mieux les détourner semble avoir été une récréation pour le bureau de style qui, une fois de plus, démontre son talent.

De l'industriel à l'ambiance atelier

Le style industriel a toujours la cote, sans doute parce qu'il évoque un temps qu'on imagine plus serein que l'époque d'aujourd'hui. Le public s'enthousiasme pour les meubles et objets de décoration qui nous reconnectent avec ces idées précieuses que sont la beauté du temps qui passe, la grandeur du travail fait de la main de l'homme et la nécessité d'inscrire sa consommation dans un cadre respectueux de tout. Amadeus pousse la démarche en complétant sa jolie proposition « indus' » d'objets et de meubles dans l'esprit vieil atelier. Ses petits meublants inspirés de tables d'architectes et ses mobiliers inspirés par les métiers d'atelier sont une réussite. Dans le même environnement on remarque le concept de bar à ampoules qui devrait beaucoup plaire en magasin. Il offre la possibilité aux boutiques indépendantes d'inviter leurs clients à se créer une lampe personnalisée en choisissant couleur du câble et forme d'ampoule.

On reste dans l'atmosphère du passé en découvrant une collection pour la table et la cuisine qui évoque le temps de nos grands-mères. Outre la vaisselle façon poterie – avec une dominante de rouge marsala –, des sets à fromage rustiques et des ustensiles de cuisine vintage, des textiles à rayures, il n'a pas échappé aux designers que la planche à découper était l'un des objets du moment : la collection s'en voit enrichie de quelques modèles. On note ici un travail très soigné sur les emballages qui deviennent ces coffrets cadeaux ingénieux qui ont tout pour plaire aux magasins... et à leurs clients ! On aime aussi l'idée de ce tablier qui se plie comme les sacs de courses en tissu et qui devient aussi facile à présenter en caisse qu'à ranger dans la cuisine. Notons que dans cet esprit les plaques à messages font actuellement fureur et Amadeus ne manque pas de propositions originales. Lettres de bar, services à apéritif XXL, porte-cubi réussis, fauteuils club, chaises rustiques réinterprétées, l'assortiment a tout pour plaire aux messieurs comme aux dames.



D.R.

Un hiver au chalet

L'éternel style chalet qui mêle tradition, rustique et charme a toujours ses adeptes qu'Amadeus réjouit avec une collection chaleureuse qu'elle marie avec justesse à de l'industriel. Dans son thème « tradition » elle fait preuve de créativité et de modernité en gardant le rouge très demandé comme couleur centrale. C'est ici que l'on retrouve plaids douillets, coussins, sujets pour le sapin et les décors de fête, accessoires de table, poupées

et figurines d'animaux en format XXL restent des incontournables. De gros cadeaux en raphia éclairés de l'intérieur sont pressentis devenir des best sellers de l'année. « Pour les fêtes il faut offrir aux gens de pouvoir se faire plaisir avec un vrai choix de petits articles originaux soignés et variés proposés à prix très accessibles » commente Benjamin Masil.

Bienvenue chez les Amérindiens !

Le thème « Évasion » qui comble les envies d'ailleurs remporte un vif succès. Amadeus révisé le style ethnique avec de la couleur et s'est entouré d'artisans pour créer des pièces qui mélangent les matériaux bruts. On admire les broderies, les tissages et les peintures et on se laisse séduire par les peaux qui soulignent l'évocation d'une vie dans les grands espaces. La collection est riche de paniers en vannerie fabriqués en Thaïlande dont les motifs et les couleurs enthousiasment le public. Le soin des finitions des objets apporte de la grâce et entoure de préciosité l'évocation des contrées lointaines. Cactus et Ananas restent à l'honneur dans la nouvelle collection, preuve que l'exotisme tropical est loin d'avoir dit son dernier mot ! Pots sur pieds, verrerie, lanternes, attrape-rêves, poufs lainés sont les autres produits forts de ce thème. Quant au tapis, ils rencontrent un regain d'intérêt... au point qu'Amadeus pense à étendre sa gamme. Inspirée par la nature mais travaillée de façon contemporaine le thème « Évasion » est un mix réussi qui remporte les suffrages.



Fun gallery

Pour les amateurs d'un style très contemporain, Amadeus a développé une collection de figurines en résine colorée devenues incontournables pour certains clients. Devenu star dans les jeunes habitats, un certain bulldog tend à devenir une véritable mascotte, emprunter chaque sai-

son un nouveau rôle avec humour. L'ensemble est complété de toiles contemporaines.



D.R.

Ode à la fleur

Amadeus, qui appartient au même groupe que la jolie marque de fleurs artificielles Lou de Castellane (Cadès),

a développé sa propre collection pour offrir une gamme à prix plus accessible « Amadeus season ».

Refuge douceur

Le cocooning est au rendez-vous de ce thème nommé ainsi pour quitter l'appellation « style scandinave » qui évoque des formes et des couleurs dont on se lasse un peu. Toutefois on retrouve les formes arrondies, les couleurs pastel et les matières laineuses et poilues qui donne un effet cocon à tout intérieur. Lampes en forme de bulle de savon, omniprésence du bois et sujets délicats composent un assortiment taillé sur mesure pour mettre de la douceur et des teintes rassurantes dans les maisons assombries et attristées par l'hiver. ■



D.R.



D.R.

CANDLE-FRIGO DE SELETTI

Serez-vous plutôt « fruitesque » ou « creamesque » ?



La marque de design italien présente un concept fort qui rend ses nouvelles bougies aux goûts « yaourt » et « glace » irrésistibles !

Impossible de ne pas ouvrir la porte du réfrigérateur quand on est pris d'une crise de gourmandise ! Ce sera d'autant plus difficile devant celui de Seletti qui y expose une collection de bougies gourmandes à allumer sans modération. Au menu : yaourt nature, pomme-kiwi, miel-noix, céréales, mûre-violette, fraise-muesli et glace chocolat noir, crème au citron, tiramisu ou pistache.

Toutes sont des bougies fabriquées en Italie par Cereria di Giorgio. Deux implantations seront proposées aux magasins par Glop Studio : le petit « réfrigérateur » de trois étage ou le grand « réfrigérateur-congélateur » de sept étages. En accessoire, l'incantable glacière « Fridge Box » qui perfectionne l'ensemble. La rédaction de Home Fashion News est emballée ! ■

