



DISPLAYSTHETICS

31 octobre ~4 novembre 2008

Evenements quotidiens de 18h to 20h.

CELINE ONE Omotesando

3-5-29 Kita AoyamaMinato-Ku, 107-0061 Tokyo, Japan



C E L I N E

LA BOITE

item idem®

DesignTide
in Tokyo 2007



Liberté • Egalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
在日フランス大使館

DISPLAYSTHETICS

by item idem, Le galvaniseur du display

Céline flagship store, B1 art space, Omotesando, Tokyo.

Reconfiguration hybride du navire amiral de Céline à Omotesando, **DISPLAYSTHETICS** dévoile une esthétique du tentaculaire. Manipulant avec audace la rhétorique habituelle du display de luxe, item idem déploie une installation complexe : objets quotidiens, meubles et articles divers sont introduits dans les espaces de vente selon un scénario du happening et de l'inattendu.

Cet environnement sophistiqué uniquement créé à l'aide d'éléments venant de la boutique Tokyu Hands (équivalent « démultiplié » japonais d'un BHV) est conçu comme un lieu hybride, une sorte de multiplexe combinant potentiellement salon confortable, bibliothèque, auditorium privé, ou encore une mini-boîte de nuit.

Cette collision des structures se déploie en territoires de croisement, là où les actions se réinventent, à la recherche de significations et de schémas de communication inédits. Environnements, situations, instants sont autant d'occurrences d'une pratique s'inspirant de la dimension poétique de la culture mercantile.

Artiste/designer conceptuel français utilisant comme media les champs du design et de la mode, item idem développe depuis plusieurs années une partition unique de projets originaux et de travaux fulgurants selon une interprétation personnelle de l' "esthétique relationnelle". Un intérieur domestique disparaissant temporairement derrière un studio photo privé, une galerie d'art détournée en restaurant gastronomique ethnique, un bureau studieux se transformant en mini-station radio pirate pour artistes, musiciens et scientifiques, telles sont parmi les options frauduleuses choisies par item idem. En metteur en scène de rencontres faussement fortuites, il exhausse ses interventions par des interactions quotidiennes avec les artistes, performeurs et magazines invités.

Du centre d'art contemporain furtif Caniche Courage à la très remarquée boutique Bernhard Wilhelm de Tokyo via l'occupation de la vitrine Loveless une semaine durant, item idem transforme par la performance les environnements marchands en temples de la haute culture. En rupture avec l'esthétique type du magasin de luxe, les vitrines et la galerie de Céline Tokyo s'érigent à rebours du display traditionnel et en proposent une version ludique à la fois vernaculaire et subliminale. L'ensemble se trouve profondément remanié, dans un dédale de produits collectés compulsivement chez Tokyu Hands, tel un jeu de construction éphémère.

Dépoussiérant définitivement le concept, la démarche d'item idem appelle des qualificatifs sémantiques propres, une marque de fabrique qui se situerait quelque part entre « science marchande », « sacerdoce promotionnel », « sorcellerie de l'étalage » et « galvanisation du display ».

Dans sa tentative de faire voyager ses structures esthétiques hétérogènes, item idem a collaboré avec des personnalités aussi diverses que Michel Gaubert, Loris Gréaud, Terence Koh, Bruce LaBruce, Karl Lagerfeld, Nagi Noda, Kevin Spacey, Bernhard Wilhelm or Tobias Wong.

Un des projets phares de la Tokyo Design Tide 2007, **DISPLAYSTHETICS** est une installation créée spécialement à cette occasion et produite grâce au concours de CulturesFrance et de l'Ambassade de France au Japon. C'est aussi la première intervention d'item idem depuis sa nomination pour « The Great Indoors Award 2007 du magazine Frame, aux côtés d'architectes et designers renommés tels Zaha Hadid ou Wonderwall (Katayama).