



On en parle(ra)

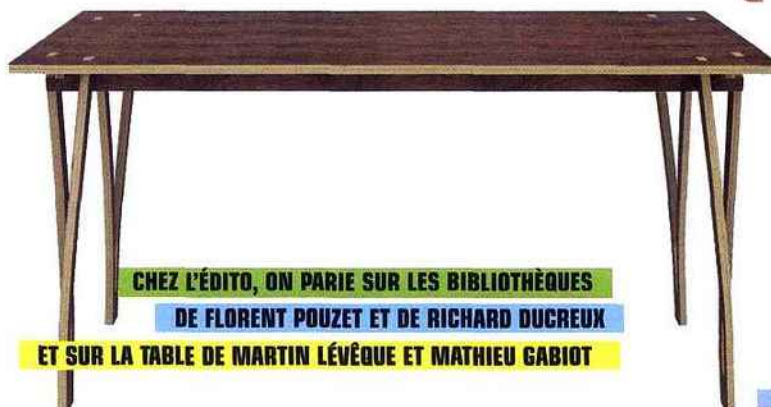
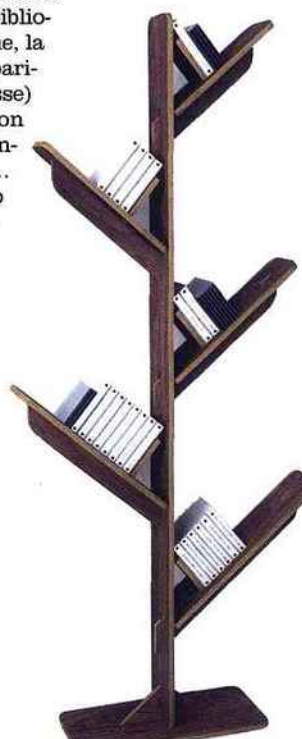
Des choses dans l'air du temps,
des nouveautés qu'on aime bien
et d'autres qu'on aime moins.

Par Jérôme Aumont

Toi + Moi + L'Édito

Faisons d'abord les présentations. L'Édito (www.ledito.com), c'est une jeune maison d'édition qui voit le jour en janvier 2008. Son credo : le multipli de bouleau, que son designer « star » (Philippe Riehling) décline sous forme de tables hautes ou basses, bureaux, étagères, bibliothèques, etc. Parmi les autres atouts de la marque, la fabrication française (les ateliers sont en région parisienne), le prix (de 250 à 450 € pour une table basse) et, surtout, le sur-mesure : choix de la finition (chêne, muirapiranga, érable, noyer) et des dimensions du meuble. Voici pour le concept de départ... Car, sa seconde bougie à peine soufflée, L'Édito nous revient déjà avec une nouvelle idée, inspirée de My Major Company (maison de disques basée sur le financement communautaire des artistes et dont Grégoire fut la première signature avec l'album et le single « Toi + Moi »).

Le principe : de jeunes designers soumettent leur projet de meuble à L'Édito (pour l'instant, celui-ci doit être réalisable en multipli de bouleau, mais la gamme de matériaux pourra éventuellement évoluer selon le succès de la démarche). S'il est conforme au cahier des charges, il est ensuite soumis aux internautes, qui peuvent investir la somme de leur choix (à partir de 10 €). Il faut réunir 3 000 € pour que le meuble soit ensuite référencé au catalogue de L'Édito et officiellement commercialisé. Outre un tarif préférentiel sur l'achat du meuble produit (20 % de remise sur l'acquisition d'une version numérotée), l'internaute en est de facto le coéditeur et touche des royalties sur les ventes (pendant dix ans). L'intérêt de cette initiative, c'est bien évidemment de permettre à de jeunes designers d'accéder à l'édition, tout en surfant sur la vague des communautés que le Web essaime ici et là. Certes, ça sent un peu le marketing, mais la démarche a le bon goût d'aller dans le sens d'une démocratisation du design et d'abattre les cloisons qui séparent le designer, l'éditeur et l'acheteur.



CHEZ L'ÉDITO, ON PARIE SUR LES BIBLIOTHÈQUES

DE FLORENT POUZET ET DE RICHARD DUCREUX

ET SUR LA TABLE DE MARTIN LÉVÈQUE ET MATHIEU GABIOT