

Stéphane Fauchille

La décoration événementielle

Du cahier des charges à l'installation

© Groupe Eyrolles, 2010
ISBN : 978-2-212-12599-3

EYROLLES



Au sommaire

Introduction	5	Usages de la 3D	41	4 – L’atelier du décorateur et la fabrication	79	Réalisation d’un rideau ou d’un godet	105
1 – Présentation : spécificités de la décoration événementielle	7	S’exercer à la 3D	41	Organiser son atelier.	80	Les techniques de fabrication :	
Qu’est-ce que la décoration événementielle ?	8	Le plan joint au visuel de présentation	42	Optimiser l’espace.	80	le polystyrène	106
Caractéristiques de la D.E.	8	Les échantillons	43	Le matériel : outillage et fournitures de base	82	Réalisation d’une sculpture en polystyrène	106
Objectifs de la D.E.	9	Comment créer une ambiance ?	44	L’outillage.	82	Comment réaliser une sphère ?	108
Pratiques actuelles en D.E.	10	Les « ficelles » de la décoration événementielle	44	L’électroportatif	82	Les techniques de fabrication :	
Évolution de la technologie	10	La symbolique des couleurs	44	Matériel de peinture	82	le moulage	109
Mobilier et végétation	13	Utilisation de gammes	46	Matériel pour collage et fixation	83	Fabrication d’un objet en série	109
Les thèmes récurrents du décor aujourd’hui	14	EXERCICES	43	Matériel de tapisserie	84	Fabrication d’un prototype en plâtre	111
Les grandes familles d’ambiances	14	1. Un décor « bateaux et pirates »	47	Matériel pour travailler le polystyrène	86	Réalisation d’un moule traditionnel en 2 parties	111
L’exercice du métier	16	2. Un séminaire	48	Matériel de menuiserie	84	Les techniques de fabrication :	
Les formations	16	3. Un défilé de mode	48	Matériel de serrurerie	87	la résine polyester	112
Un métier polyvalent	16	3 – Les moyens : le langage de la décoration événementielle	51	Matériel de repérage	87	Les caractéristiques de la résine	112
L’organisation de l’événement	17	Les éclairages	52	Matériel de rough	87	Réalisation d’un moule	112
L’événementiel avec des bouts de ficelle	18	L’architecture lumière	52	Les matériaux de fabrication : le bois	88	Réalisation d’une figure en positif	113
2 – La conception du projet	21	L’éclairage de scène	53	Le contreplaqué ou CP	88	Les techniques de fabrication : le métal	114
Première interface : le client	22	Quelques types de projecteurs et leurs accessoires	54	Le CP cintrable	88	Le travail du métal	114
La rencontre avec le client	22	La tapisserie	58	Le médium ou MDF	88	Les techniques de fabrication :	
Le cahier des charges	22	Les tentures et rideaux	58	L’aggloméré	88	les gonflables	116
Les contraintes liées à l’événement	24	Les miroirs	60	Le stratifié	89	Soufflerie	116
Les budgets	24	La décoration florale et végétale	61	Le mélaminé	89	Réalisation d’un personnage en gonflable	116
Les normes de sécurité	26	Pourquoi des fleurs ?	61	L’Isorel	89	EXERCICES	118
Le repérage	28	Pourquoi des plantes ?	61	Les matériaux de fabrication : le PVC	90	1. Réalisation d’un petit chalet de décoration	118
Le relevé photographique	28	Le mobilier	64	Les PVC expansés	90	2. Réalisation d’une cabane de traitement à thème	123
Les relevés métriques	28	Que trouve-t-on et pour quel usage ?	64	La Lackfolie (Bayern)	90	3. Réalisation d’une banquette	126
La réunion avec les intervenants	28	Où peut-on se procurer du mobilier ?	67	Les matériaux de fabrication :		4. Réalisation d’un vieux canon de pirate en polystyrène	128
Interpréter un plan	29	La signalétique	68	la peinture	91	5. Réalisation d’un desk d’accueil	130
Imaginer : la partie créative	30	Signalétique et impression numérique	68	Quelle peinture choisir ?	91		
Dessiner, c’est penser	30	Sur quels supports imprime-t-on ?	68	Les étapes à respecter	91		
Se documenter	31	Le lettrage	71	Traitements de surface	92		
Le photomontage, un outil créatif	34	Les effets spéciaux	72	Les matériaux de fabrication : le textile	93		
Le visuel de présentation	36	Les machines à fumée	72	Le coton gratté	93	5 – L’installation	133
Les techniques possibles	36	Analyse et commentaire de quelques réalisations	73	Le Brusan	93	Le transport	134
Présentation par un rough	37	Un décor de scène tout en Lycra	73	Les matériaux de fabrication :		Les dimensions du véhicule	134
L’esprit du dessin	37	Une projection lumineuse sur façade	74	les adhésifs	94	Le poids du décor	135
Quelle technique pour le dessin ?	38	Un décor « mille et une nuits » pour une soirée	75	L’adhésivage	94	Le chargement	136
Présentation par une maquette	40	Un espace salon décoré	75	Les techniques de fabrication :		Conditions pour une bonne installation	138
Styles de maquette	40	Un décor de scène pour une convention	76	la menuiserie	96	Repérage et anticipation	138
Matériaux	40	Le mobilier d’ambiance	76	Réalisation d’un pupitre en médium	96	L’importance de l’équipe	138
Présentation par une vue en 3D	41	Bars et terrasses sur salons	77	Réalisation d’un plancher technique simple moqueté	100	Savoir gérer une équipe	139
				Réalisation d’une estrade et d’un fond de scène	102	Placement du décor	141
				Les techniques de fabrication :		Mise en valeur de l’espace	141
				la tapisserie	104	L’impact visuel et la circulation	141
				Réalisation d’un plissé	105	Carnet d’adresses	142
						Bibliographie	143

Partie 1

Présentation : spécificités de la décoration événementielle

Nous évoquerons dans cette première partie la pratique de la décoration événementielle, ce qui fait sa spécificité, ses enjeux, mais aussi ses difficultés et le métier par lui-même, ce qu'il exige. Même si elle présente certains points communs avec d'autres disciplines, comme la décoration d'intérieur, la décoration événementielle s'en distingue nettement par la nécessité de créer un impact fort et immédiat, demandant à ceux qui la pratiquent une grande réactivité et capacité d'adaptation.

Dans un registre de blanc très élégant, ce décor est dominé par la présence du Lycra, dont on distingue les dispositifs d'accrochage sur la Prolite. À cause de son extrême élasticité, cette matière produit toujours le même type de galbe et de pointe, qui suscite une impression de mouvement et de dynamisme, et forme des écrans qui occultent facilement les zones vacantes, comme ici au centre.

Qu'est-ce que la décoration événementielle ?

La décoration événementielle ou D.E. est l'un des axes de la communication événementielle, outil utilisé par une entreprise, une institution, une personne, afin de promouvoir un produit, une idée ou un projet par le biais d'un événement : salon, congrès, festival, colloque, convention, etc. À l'exception des stands, l'événement est conçu par une agence de communication spécialisée, que l'on appelle agence événementielle. Elle a en charge d'imaginer et de planifier un projet jusqu'à sa réalisation. Compte tenu de la multiplicité des compétences que cette mission réclame, l'agence fait la plupart du temps appel (sauf pour de petits événements) à d'autres prestataires spécialisés : traiteurs, éclairagistes, sonorisateurs, artistes du spectacle et décorateurs, avec lesquels elle travaille en étroite collaboration.

Dans le cadre de cet ouvrage, nous nous placerons dans la situation du décorateur au sens le plus large, c'est-à-dire celui qui propose un projet directement au client final, mais il faut garder en mémoire que, dans la réalité professionnelle, ce rôle est généralement partagé entre l'agence de communication et le décorateur.

Caractéristiques de la D.E.

Les espaces concernés

Précisons tout d'abord que la D.E. se différencie de la décoration d'intérieur en ce qu'elle est principalement éphémère. Elle est destinée à transformer un espace durant quelques jours ou quelques heures, quand la décoration d'intérieur dédie un lieu à une ambiance en le transformant totalement et définitivement (une salle de restaurant par exemple).

Par ailleurs, alors que la décoration d'intérieur crée plutôt des cadres intimistes de vie quotidienne, les espaces conçus en D.E. sont des lieux festifs, qui suscitent de fortes stimulations sensorielles par un usage particulier des couleurs, lumières, sons... Pour obtenir un maximum d'impact, on utilise ces éléments en ayant toujours en tête l'idée de l'ensemble, sans se perdre dans les détails.

Alors que la décoration d'intérieur peut, par des travaux d'aménagement longs et coûteux, transformer un espace et lui conférer une atmosphère, la D.E. doit au contraire s'adapter à un lieu déjà existant sans avoir la possibilité de le modifier (ni clou ni vis, ni changement de la couleur des murs !). Étant par principe éphémère, quelques heures plus tard le lieu doit pouvoir redevenir exactement ce qu'il était auparavant.

C'est tout l'objet de ce livre : décrire le processus et les méthodes permettant de transformer un espace qui a déjà une identité pour lui en donner une autre de manière ponctuelle.

Les différents types d'événements

La D.E. s'inscrit tout particulièrement dans 3 domaines ou types de manifestation.

La manifestation festive : elle couvre tous les événements liés à la fête, et sera donc la plus libre dans son approche : les idées auxquelles on fera appel seront les plus folles et les plus inventives. Elle doit être conçue pour impressionner, faire rêver et voyager.

- Soirées de gala
- Mariages
- Inaugurations
- Concerts
- Fêtes...

Qu'est-ce que la décoration événementielle ?

La communication d'entreprise : essentiellement conviviale, elle est plus sobre et doit généralement rester assez neutre et fonctionnelle.

- Conventions
- Séminaires
- Incentives (« voyages de stimulation »)
- Salons
- Congrès
- Stands...

La manifestation événementielle : à la fois manifestation professionnelle et festive, elle doit permettre de véhiculer un message à travers une ambiance. À chaque événement correspondront naturellement une esthétique et une ambiance.

- Lancements de produits
- Avant-premières
- Défilés
- Expositions
- Show-rooms
- Roadshows (événements itinérants sous forme de tournée)...

Objectifs de la D.E.

La décoration événementielle ne peut s'imaginer sans changement de l'ordre habituel du décor, à la fois pour mettre en valeur l'événement, la salle, l'objet de l'événement, et pour créer une parcelle de territoire hors du commun en transformant un espace inerte en espace vivant.

Pour commencer, on demande donc au décorateur de savoir être à l'écoute afin de répondre au mieux à la demande du client et de lui apporter des solutions adaptées. La D.E. doit savoir se fondre dans la culture et la déontologie du client. La demande d'un fabricant de



La conception d'un projet consiste tout d'abord à partir en reconnaissance des nouveaux produits, objets et matières qui fournissent des possibilités visuelles ou techniques innovantes.

matériel médical qui souhaite inviter ses clients sera bien différente de celle d'un fabricant de jeux vidéo qui lance un nouveau produit, elle sera sans aucun doute plus sobre et moins festive !

Les quatre maîtres mots d'un décorateur seront donc la rigueur, l'écoute, la créativité et la réactivité. Il est fondamental de pouvoir concilier ces qualités :

- **la rigueur** est essentielle d'un point de vue logistique et organisationnel car, lorsque vous créez votre décor, vous devrez penser en termes de contraintes : contraintes d'espace, de circulation, de transport, d'issues de secours et autres obligations liées à l'accueil du public, faisant l'objet de réglementations strictes ;
- il vous faudra être à **l'écoute** car vous devrez comprendre et intégrer le souhait du client, le retranscrire et l'adapter, transformer son désir de façon logistique et créative ;
- votre **créativité** apportera des idées originales qui donneront de la valeur ajoutée à un lancement de produit ou un événement ;
- votre **réactivité** vous permettra de trouver très rapidement des solutions alternatives aux problèmes qui pourraient survenir lors de l'installation.

Pratiques actuelles en D.E.

La communication a pris une telle importance depuis quelques années que la mise en valeur de son image est devenue un enjeu stratégique majeur pour l'entreprise, et que celle-ci est prête à y investir des sommes importantes. Les budgets sont extrêmement variables et peuvent aller, selon l'événement, de quelques milliers à plusieurs millions d'euros.



Un décor en Lycra.

Un décor d'événement caractérisé par un visuel fort, avec des couleurs et des motifs qui créent de l'impact, une ambiance conviviale autour du thème à communiquer, et un caractère transgressif, correspondant à l'irruption de l'inattendu et du fugace dans un espace ordinaire.

Évolution de la technologie

La D.E. a évolué avec la technologie et les techniques de construction, la légèreté et la souplesse des matériaux, leur facilité d'utilisation. La structure aluminium dite « structure Prolyte », apparue il y a quelques années (que l'on installe sur les scènes de concert itinérantes par exemple), sur laquelle on peut accrocher des projecteurs, de la toile ou fixer du décor, a permis la création de dispositifs de grande ampleur et très légers, faciles à installer et offrant des possibilités nouvelles pour les éclairages.

Le Lycra, sorte de toile élastique très souple, s'accroche aux structures et permet de créer des effets de voiles, de volumes et de rideaux qui habillent efficacement un lieu. Les courbes et les diagonales s'inscrivent en rupture avec l'espace du bâtiment, tout en plans verticaux et horizontaux.





Une décoration éphémère avec une structure en Prolite et du Lycra. La Prolite permet de créer toutes sortes de structures, même circulaires. Mais sa mise en œuvre est lourde : ici son installation a mobilisé au moins 3 personnes et un dispositif de levage. On remarquera aussi le choix de la couleur des éclairages, qui renvoient à la nature et au bien-être.

Pratiques actuelles en D.E.

La lumière a pris également une place très importante dans la D.E., si ce n'est la première. Éclairages de couleur, motifs lumineux sur les façades, canons à images, projections vidéo, peuvent transformer radicalement l'aspect d'un lieu. Un éclairage judicieux lui apportera toujours une dimension magique et irréelle.



Une projection lumineuse géante sur un mur. La facilité et l'évidence de la projection lumineuse permettent d'obtenir aisément des effets extrêmement spectaculaires, comme l'illustre ce dispositif très efficace : un motif inattendu, surdimensionné, insaisissable et fugitif. (Biarritz Événement : « Biarritz s'habille de lumière ». Conception : Christian Gimat)

Mobilier et végétation

Dans le domaine du stand, on utilise beaucoup le volume (mobilier, étagères, socles) et il est utile pour un décorateur qui construit ses décors de savoir fabriquer et agencer des volumes simples. Le mobilier doit rester suffisamment neutre pour ne pas envahir et concurrencer les produits à présenter, il doit avant tout les mettre en valeur.

La ligne esthétique est aujourd'hui essentiellement fondée sur des volumes géométriques simples à imbriquer : cubes, rectangles, sphères, formes galbées, avec intégration fréquente de Plexiglas dépolis rétro-éclairés. Outre une esthétique sobre, passe-partout et contemporaine, ils ont l'avantage d'être faciles à réaliser pour un coût raisonnable.

La végétation représente également un élément important dans la D.E., elle est extrêmement utilisée pour meubler les espaces vides, les recoins, ou pour distribuer l'espace en différentes zones.

Un autre exemple de projection lumineuse, cette fois de taches de couleur sur un arbre. Pour un moment l'arbre devient bleu, jaune, soit des couleurs antinaturelles. Le mécanisme de la magie opère principalement par le jeu de l'éphémère, de l'instantané, de l'immatériel, qui nous fait entrevoir un monde de possibles où tout peut se transformer, mais qui, c'est important, redeviendra ce qu'il était. Cette singularité est sans doute l'une des articulations essentielles de la D.E. (Photo Pascal Barmakian pour FAO/France Appel d'Offre)



Les thèmes récurrents du décor aujourd'hui

Les grandes familles d'ambiances

Il existe des « grandes familles » d'ambiances qui apparaissent régulièrement dans les demandes des clients, en raison de leur capacité à faire rêver et à donner une image positive de l'organisateur de l'événement.

La nouveauté, la modernité, le high-tech, la technologie, l'interactivité sont désormais des incontournables pour qui veut donner de son entreprise une image dynamique, progressiste et innovante.

Les modes passées et les époques sont utilisées notamment pour les soirées à thème. Celle des Années folles, par exemple, où l'on fait rêver en faisant revivre le passé. Autre exemple : l'Amérique des années 1950, avec les belles voitures américaines, les portraits de Marilyn Monroe et de James Dean, la bouteille de Coca, etc. Les années 1970, également, permettent des associations facilement identifiables : décors kitsch, couleurs psychédéliques, musique indienne. La D.E. utilise les grands stéréotypes et symboles de la culture populaire et médiatique.

L'exotisme et les différentes cultures ont aussi une place de choix. Par exemple, le thème des Mille et une nuits, qui symbolise le rêve et la magie de l'Orient... Ils impliquent efficacement la notion de voyage, qui est un thème positif et valorisant.

Des décors lisibles

La D.E. vise à créer un impact et doit donc être franche et directe en évitant les références ambiguës ou décalées, difficiles à comprendre.

Si l'on vous demande de concevoir un décor « Chine », par exemple, vous réunirez des accessoires et des indices qui une fois regroupés renverront directement à la culture chinoise et recréeront une atmosphère : une lampe, une robe chinoise, un paravent, une photo de Mao, etc. On est ici davantage dans la suggestion que dans une reconstitution de la réalité. Peu importe que tel élément de décor fasse « toc », c'est ce qu'il désigne qui est important.



Un décor exotique : tous les indices de la culture évoquée sont ostensiblement présents. On est dans une sémiotique mettant en œuvre les principaux clichés culturels, de manière que le visiteur identifie du premier coup d'œil le message du décor.

Les thèmes récurrents du décor aujourd'hui

Une autre grande famille est celle du **décor « fonctionnel »**. Ce type de décor ne renvoie à rien de particulier, mais marque l'événement par sa présence. Très utilisé en conventions ou séminaires, ce pourra être le décor installé pour le discours du président-directeur

général de telle ou telle société à ses responsables. Il lui faudra une estrade, un pupitre, des éclairages, un écran avec un projecteur pour présenter les bilans, un fond de scène habillé d'un tissu de couleur vive, etc.



Un exemple de décor « fonctionnel ». Ici, pas de fantaisie, tout est centré sur le discours et rien ne doit « dépasser ». Le décor matérialise l'événement mais ne renvoie à aucun référent.

L'exercice du métier

Les formations

Certaines écoles forment plus ou moins directement aux multiples métiers de la D.E. : médiateur culturel, étalagiste décorateur, peintre décorateur, tapissier décorateur événementiel, menuisier monteur événementiel, moquettistes parquettistes événementiel, couturier événementiel, standistes événementiel, designer événementiel... D'autres offrent une formation plus générale, en design d'espace par exemple. Cela étant, on y rencontre des gens venus de tous les horizons, arrivés dans l'événementiel un peu par hasard, mais finalement captivés par cet univers à chaque fois différent. Voici ci-dessous les principales orientations possibles (pour plus de détails concernant les établissements, reportez-vous à la page 142).

BTS de design d'espace/art de l'espace
 BTS d'agencement de l'environnement architectural
 BTS de décorateur-étalagiste

Écoles supérieures d'architecture intérieure et décoration : formation en croquis, mobilier, textile, éclairage.

École Grim EDIF (école supérieure spectacle et événementiel), à Lyon : formations pluridisciplinaires du spectacle et de l'événementiel, dont une au métier de plasticien décorateur.

Formations continues :

Décoration de l'habitat, avec différentes options : design mobilier, étalagisme.

Vitrine et étalagisme, mise en scène d'un produit.

Stages :

Monter soi-même son événement : logistique, relations publiques, techniques nouvelles (à profusion sur Internet).

Initiation aux techniques de la lumière, à la conception de l'éclairage scénique.

Un métier polyvalent

Exercer le « métier » de la D.E. vous imposera d'être polyvalent dans vos compétences, ou tout au moins dans vos connaissances. Voici à quoi ressemblerait le décorateur idéal, qui serait à la fois :

- curieux dans tous les domaines (art, sciences, histoire, nouvelles technologies), pour savoir se documenter et s'inspirer d'univers déjà existants ;
- artiste designer, pour la conception, l'harmonie des couleurs, le sens des formes et des proportions, pour être capable de donner de l'élégance à une forme, de créer des ambiances lumineuses signifiantes, de choisir judicieusement matières ou textures pour son décor ;
- dessinateur, pour réaliser de bons roughs ;
- scénographe et metteur en scène, pour organiser l'espace de manière à le métamorphoser, en plaçant judicieusement les éléments du décor, sans en faire ni trop ni trop peu ;
- commercial convaincant, pour présenter de façon séduisante un projet et argumenter ses propositions auprès de ses clients ;
- gestionnaire, pour tenir un budget de manière rigoureuse et réaliste ;
- constructeur, menuisier et sculpteur, pour fabriquer les accessoires ;
- peintre, pour réaliser des patines ou des effets de textures ;
- bricoleur, pour imaginer des décors éphémères à la fois inventifs et économiques ;
- chef d'équipe serein, pour diriger efficacement l'organisation des montages ;
- réactif, pour trouver très vite une solution à un problème qui se présenterait au mauvais moment (par exemple juste avant l'événement).

Bien entendu, rencontrer ce décorateur idéal maîtrisant parfaitement toutes les facettes de son métier n'est pas fréquent. Si l'on peut réussir à être un peu tout cela à la fois, il est rare d'exceller

dans tous ces domaines. Et il convient de connaître ses limites pour pouvoir déléguer certaines tâches et se concentrer sur celles où l'on est le plus compétent.

L'organisation de l'événement

Le schéma est généralement le suivant : un client voulant organiser un événement contacte une agence d'événementiel, laquelle crée un concept qu'il retient ou dont il demande à revoir certains aspects. Une fois le projet défini, l'agence doit gérer tous les aspects de l'événement – décoration, logistique, traiteur... – et choisir des prestataires qui sont des entreprises spécialisées.

Très souvent, les prestataires fonctionnent en réseau, c'est-à-dire qu'ils s'associent pour proposer au client tous les différents partenaires de l'opération, mais en maintenant un interlocuteur principal,

garant et responsable de la prestation. L'intérêt est de créer une dynamique de réciprocité, pouvant apporter en continu des projets aux uns et aux autres.

Si vous envisagez de travailler dans le domaine de la D.E. sans pour autant être à votre compte ou créer votre entreprise, sachez que la plupart des sociétés qui fabriquent des décors travaillent avec un petit noyau fixe de permanents, auquel vient s'ajouter une constellation de monteurs, constructeurs, tapissiers..., intervenants ponctuels inscrits le plus souvent au régime des intermittents du spectacle.

Il faut avoir en tête que la D.E. fait appel à des postes spécifiques de compétences bien distinctes et que les décorateurs polyvalents sont assez rares dans ce cadre, sauf pour les petites opérations. Chacun développe donc ses propres compétences dont il fait sa spécialité.

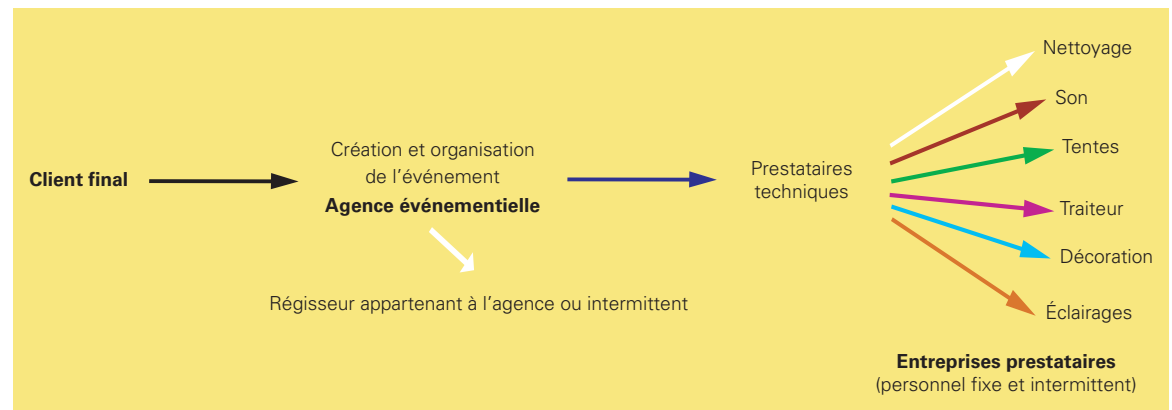


Schéma basique de l'organisation d'un événement.

L'exercice du métier

L'événementiel avec des bouts de ficelle

On vous demande souvent de créer un objet original, singulier, quelque chose qui n'existe pas. Vous devez être assez astucieux pour savoir le réaliser sans passer par un procédé industriel coûteux. Là réside toute la difficulté et l'intérêt du créateur en événementiel ; ses créations n'ayant pas vocation à durer, il n'a les moyens ni matériels ni financiers d'engager un processus de fabrication long et compliqué, d'autant qu'il s'agit pour la grande majorité d'objets uniques.

Cherchez l'effet plus que la vérité

Un décor a sa spécificité de décor, il « parle » en tant que décor. Il n'est généralement pas là pour donner l'illusion de la réalité, il en est une représentation et une évocation. Les décalages peuvent donc devenir des atouts plutôt que des handicaps, et être « esthétiques ».



Exemple d'objet surdimensionné : un stylo géant. La magie opère du fait que notre rapport habituel aux objets courants se trouve bousculé.

Un exemple : pour le salon nautique, un petit fabricant de produits pour bateaux au budget réduit vous demande de réaliser un bateau, ne pouvant financièrement assurer le transport d'un vrai. Allez-vous vous lancer dans la construction d'une vraie coque en bois ou en polyester ? Bien sûr que non, car la mise en œuvre finirait en naufrage financier !

Dans la mesure où c'est l'apparence, l'aspect visuel qui est important, vous allez réaliser sommairement, à partir d'un dessin, une structure en bois sur laquelle vous tendrez de la Lackfolie pour obtenir l'effet escompté (voir page 90).

Vous pourrez prendre des distances avec la réalité en surdimensionnant votre décor, par exemple. Cela aura plus d'effet qu'une simple copie.

Tout vous est donc permis pour créer vos objets et tous les matériaux ont potentiellement un intérêt.



Exemple de décor pour un mariage. À la différence d'un décor de cinéma, ce rempart est bien le type de décor « événementiel » : assez sommaire, pas véritablement réaliste (remarquez la perspective de portes peintes en trompe-l'œil), il est fait de panneaux en contreplaqué peints (avec reliefs de pierre en polystyrène). Pourtant il « fonctionne » car son rôle n'est pas de nous « faire croire », mais plutôt de connoter un événement, et bien sûr de l'habiller de manière plaisante...

Autre exemple : pour le lancement d'une montre d'une grande valeur, nous avons eu à réaliser 258 m d'un bracelet-montre géant ! Les bracelets étaient donc surdimensionnés et il nous fallait, pour garder un minimum de réalisme, effectuer 1,5 km de points de couture. Mais quelle machine aurait été capable de coudre des points de 4 cm de large ? La seule solution était de représenter la couture en trompe-l'œil. Mais comment peindre à la main une telle quantité de points sans y passer 3 mois ? Après quelques essais,



Les bracelets géants en cours de fabrication et la fameuse machine à imprimer les coutures. Peu importent les moyens si l'on a le résultat ! Les détails se remarquent assez peu, la plupart du temps les lumières tamisées les font passer inaperçus, comme ce fut ici le cas.



nous avons imaginé et construit une machine à imprimer des coutures, qui a parfaitement rempli sa fonction. Les coutures ont été imprimées en 2 jours.

Cette méthode artisanale illustre bien ce qui doit animer le décorateur : trouver, souvent par des moyens empiriques, une solution visuelle simple et pertinente. Un décor n'a pas véritablement besoin de détails, ce sont les éléments choisis qui, par leur agencement et leur justesse, vont les suggérer.

