

Stil



Pierre-Antoine Laurent ▲

Dix ans d'édition d'art

Jade Fairbanks

IL SE DÉFINIT lui-même comme « un artiste raté ». Pierre-Antoine Laurent, l'administrateur des éditions Muséal, aurait pu faire de la musique ou du design, il est arrivé au Luxembourg pour s'occuper de produits de bricolage et d'entretien. C'est à la faveur d'une rencontre avec ceux qui s'occupaient d'importer les objets labellisés Louvre et qui fermaient boutique qu'il va réorienter sa carrière et ouvrir, il y a dix ans, le magasin Muséal, rue du Saint-Esprit. Logiquement, il reprend d'abord la diffusion des objets du Louvre, puis élargit la gamme à ceux de la Réunion des musées nationaux (le premier éditeur d'art en France).

Pierre-Antoine Laurent, l'administrateur des éditions Muséal, aurait aussi pu faire de la musique ou du design

Il s'agit en premier lieu de reproductions d'objets et d'œuvres conservés dans les plus grands musées du monde : bijoux plaqués or et argent massif, statues et poteries en bronze, marbre, terre cuite et pierre reconstituée, arts de la table en cristal, porcelaine et argenterie... La collection propose des objets usuels, grand public, à partir de quelques euros, mais aussi des pièces destinées aux collectionneurs en particulier des bronzes, édités à 50 exemplaires et valant pas loin de 2 000 euros. On est loin du souvenir touristique ou du gadget *made in China*.

Dès ses débuts, Pierre-Antoine Laurent a tenu à développer un ancrage local en s'associant avec le Musée d'histoire de la Ville de Luxembourg pour co-éditer des répliques d'œuvres luxembourgeoises telles que des bronzes d'Auguste Trémont. On trouvera aussi sur les étals de Muséal des bijoux inspirés du Palais grand-ducal ou de la *Gëlle Fra*, ou encore de la maçonnerie gravée aux armes du grand-duché. C'est aussi l'éditeur qui gère la boutique du musée de la ville et lui reverse des *royalties* qui « contribuent à la conservation et au développement des collections du Musée », tient à souligner le maître des lieux.

Le savoir-faire de Muséal pour la fabrication et la distribution de ces objets précieux lui permet aussi de répondre ponctuellement à des partenariats avec diverses associations à vocation culturelle, sociale, humanitaire ou philanthropique. Ainsi, les amis des Musées, le Comité Alstad, la Croix-Rouge, le Kiwanis club ou encore la Fondation luxembourgeoise contre le cancer ont fait appel aux éditions pour produire des objets pour des occasions. C'est aussi cette expertise qui a valu à Muséal d'être sélectionné pour la production et la diffusion de l'ensemble des objets sous licence du « cerf bleu » diffusés durant l'année culturelle 2007. Ce sera encore le cas cette année avec le 750^e anniversaire de la Ville de Diekirch, qui prévoit la réalisation de cinq objets de prestige qui feront sans doute de très beaux cadeaux aux officiels.

Car l'essentiel de la clientèle de Pierre-Antoine Laurent se situe du côté des ministères et de la Cour, dont il pourra arborer le titre de fournisseur officiel cette année (après dix ans de bons et loyaux services comme il se doit). C'est aussi pour ses « travaux de ville » venus du graveur Benneton, dont Pierre-Antoine Laurent est également administrateur, que la maison est connue et reconnue. Ce graveur parisien, qui affiche plus d'un siècle d'existence, réalise cartes de visite, papiers à tête, invitations et toute gravure sur or, pierre, papier. Garant d'exclusivité et de sécurité, ces gravures à l'ancienne séduisent toujours une clientèle fortunée, qui cherche la distinction dans sa représentation.

Là où Muséal affiche le plus d'audace est dans l'édition de multiples d'artistes contemporains luxembourgeois. On peut ainsi trouver des bronzes, céramiques ou lithographies de Wil Lofy, Jeannot Bewing, Robert Brandy, Moritz Ney, Roland Schauls, Yvette Gastauer. Mieux encore, la maison propose à des artistes de réaliser des objets plus usuels. La démarche d'éditeur de design contemporain passe par une élaboration conjointe que Pierre-Antoine Laurent apparente à une « maïeutique ». Ainsi, quand Marie-Paule Feiereisen propose « l'archi-vase », il faut un an entre sa conception et sa distribution. Le vase en céramique noire, qui peut être posé horizontalement ou verticalement, a nécessité bien des ajustements. « Nous avons la chance de collaborer avec des artisans très doués et pointus, ce qui nous permet de créer, avec les artistes, tout ce qu'ils veulent. » Le service à café et les plats de Martine Deny sont plus simples mais partent de cette même démarche créative.



L'objet

Il aura investi dans différents points de vente, de Belair à Beggen, en passant par la grand-rue. Pourtant, devenu à Bruxelles et à Paris un des fleurons incontournables de la planète chocolat, Pierre Marcolini n'a jamais su séduire le client de base luxembourgeois. Ce fut une erreur, car dans la capitale belge, on se bouscule au portillon du magnifique magasin central ou au laboratoire tout proche où la fabrication des chocolats, confitures et pâtisseries est minutieusement expliquée au visiteur. Ceux de chez nous qui connaissent et apprécient la gamme Marcolini peuvent entre-temps refaire le plein de pralines et macarons chez Smets, route d'Arlon. Nous conseillons particulièrement les « Saveurs du Monde épicées », plaquettes fines dont les parfums comme le gingembre, la cardamome, la cannelle, le spéculoos, le poivre vanillé ou les baies roses donnent l'impression de faire découvrir au palais gourmand les subtilités gourmandes d'un tour du monde. **GD**

L'endroit

Commerce en ligne et livre numérique ne semblent pas encore faire trop d'ombre à la vente en magasin, la Librairie française venant de quitter la Place d'Armes pour un local entre la rue de la Poste et la rue Beck, qui offre un maximum de lumière naturelle au visiteur, l'unique espace permettant dorénavant de repérer sans tarder le rayon choisi. L'agencement y est cependant cafouilleux, car un choix de la *Pléiade* y côtoie *thrillers*, beaux livres et coffrets cadeaux à l'entrée du magasin. Un peu plus loin, la bédé flirte avec le *Larousse*, tandis que le rayon enfant est rangé, de façon sage et disciplinée, au fond du magasin. On se demande si cet étalage pêle-mêle ne sert pas à distraire le visiteur pour cacher le fait que l'offre devient plus commerciale et moins littéraire. Car, à part les livres de poche au choix vaste, seuls quelques grands éditeurs y ont encore pignon sur vue. L'originalité semble à jamais bannie des rayons, même la recherche d'un titre Actes Sud restant vaine. Amazon n'a même plus besoin de préparer l'offensive. **GD**

L'événement

Dévoré 19 carpaccios en une soirée, faut le faire. Cela serait pourtant le record détenu par un des *aficionados* du Mois du carpaccio, organisé annuellement par la Brasserie Guillaume. L'édition 2010 dure encore jusqu'au 28 février. Contre un forfait de moins de 25 euros, les carnivores ont l'occasion de mastiquer jusqu'à plus faim de fines tranches de bœuf tendres et crues, agrémentées de sauce américaine ou moutardée, de parmesan et de roquette, de champignons ou de bleu d'auvergne, voire même de saumon. Ceux qui aiment tester le tout choisissent la palette, le Rossini nappé de foie gras étant exclu comme le thon, pour des raisons évidentes. La viande est servie avec ou sans frites/salade en accompagnement, le gourmet-gourmand étant libre de composer son menu, qui est servi de midi à minuit. Si après cela, il reste encore de la place pour un dessert, choisissez le baba au rhum. Et n'ayez pas peur que ça fasse grossir : le *record-man* du moment a une taille de mannequin. **GD**