

Merci, un nouveau concept proche de la caverne d'Ali Baba.



FRANÇOIS AMIAND

Boutique

Un grand Merci à tous !

Un projet à nul autre pareil, un lieu unique et, au final, un magasin à rendre dingues les Parisiens avides de nouveautés. Découverte.

"Merci" n'est sans doute pas le mot qui vient à l'esprit des habitants du III, boulevard Beaumarchais (longtemps confrontés au ballet des ouvriers armés d'engins de torture auditive), mais c'est le nom d'un palais des tentations ouvert le 6 mars. Deux entrées sur rue (espace fleurs et feuillages d'un côté, café-bouquiniste riche de 12 000 livres d'occasion de l'autre), mais aussi de vastes ramifications (mode-déco-mobilier-quincaillerie-mercerie-cantine...) sur cour carrée repavée à l'ancienne et sur potager remis au goût d'hier avec ses jolies parcelles de légumes. En tout, 1 500 m² d'une fabrique de tissu datant du XIX^e siècle, réarticulés sur de multiples niveaux ; tous jouent sur la lumière (splendide verrière, percées vitrées à chaque étage) et communiquent par un jeu d'escaliers et de passerelles. Jean-Luc Colonna d'Istria y voit "un lieu de rencontre entre l'un et l'autre", né d'un refus de séparer l'un (le neuf, le design, le superflu, le noble) de l'autre (le chiné, l'utile, la bricole). Celui à qui l'on doit les magasins Résonances (écho novateur, il y a dix ans, à l'intérêt renouvelé des Français pour leur intérieur et les objets usuels réinventés) repousse l'idée de "concept store" qui, "sous ses airs de largesse, tend souvent à un style standard : tout design, tout récup ou tout ethnique, tout 'esprit braderie' ou luxe hors de prix..." Bernard et Marie-France Cohen l'ont choisi comme complice pour mélanger les genres, les styles et les étiquettes

de leur boutique géante. Le couple créateur de l'enseigne Bonpoint (il s'en est séparé pour lancer Merci) a aussi engagé le styliste Daniel Rozensztroch, fin limier des tendances et raretés ; ainsi que Valérie Mazerat, jeune architecte qui a modernisé, sans la gommer, l'empreinte industrielle de cette enceinte parisienne. Alors, oui, d'aucuns railleront ce berceau à bobos et un propos charitablement correct (une partie des bénéfices est reversée à un fonds d'aide international à l'enfance) collé sur une démesure consommatoire. Libre critique à ceux qui prendront la peine de déambuler dans ce dédale bien pensé sans forcément bourse délier. Juste pour regarder. Très partialement, plutôt que la mode (à partir de 40 €, mais le "vintage griffé" s'envole), c'est Merci-maison qui nous a épatés, avec ce mariage permanent entre objets à remonter le temps (casiers en métal piqués de rouille et d'histoire qui servent de présentoirs mais sont en vente) et matériaux, lignes et couleurs du futur (poufs en bambou laqué à partir de 49 €). On peut méditer devant les 2 500 € du canapé-édredon XXL garni de duvet et drapé de lin ; mais pas de quoi faire tout un plat de l'achat de cinq bols gigognes en verre soufflé à la bouche (25 €) ou du joli rouleau de serviettes – façon essuie-tout – en coton coloré à découper (12,95 €). Entre la gamme maison et les trois fourchettes de prix (éco, raisonnable et premium), la grande entreprise ne zappe pas les folies, mais ne snobe pas non plus la crise. Offre sans affront.

Sophie Berthier

Merci, 111, bd Beaumarchais, 3^e, Du lun. au sam., 10h-20h.