

Paris, le 17 août 2016

Cher Meet my project¹,

Il m'a fallu relire plusieurs fois le courrier électronique que vous m'avez adressé le 30 juin dernier afin d'être vraiment sûr de bien en comprendre le sens.

Sauf erreur de ma part, donc, vous dites être intéressé par la présentation de mes "*oxidized metal chairs*" dans un pop up store que vous organisez dans le magasin *Le Bon Marché*[®] en octobre et novembre prochain.

Je tiens tout d'abord à vous informer que je n'ai pas réalisé de projet intitulé "*oxidized metal chairs*". Peut-être vous adressez-vous à la mauvaise personne ?² À moins que ne vous n'évoquiez mon projet intitulé *Mineral Accretion Furniture* ?

(<http://david.enon.free.fr/vrac/Mineral Accretion Furniture/>) Si tel est le cas, et au-delà du quiproquo, permettez-moi de douter de la sincérité de votre intérêt pour un projet que vous définissez avec si peu de précision.

Mais je lis plus avant : la teneur de votre intérêt ne tiendrait-elle pas, l'air de rien, à ces modiques frais de participation (5 000€) que vous me demandez un peu plus bas ? 5 000 € à ma charge, donc, pour proposer une chaise à l'achat dans un magasin pendant 6 semaines, et, en cas de vente, poursuivez-vous, une répartition de 50/50 entre moi et *Le Bon Marché*[®]. Quelle opportunité, m'expliquez-vous : 3 000 personnes par semaine pendant près d'un mois et demi vont pouvoir apprécier la chaise et peut-être l'acheter³ !

Dans une logique marchande pragmatique, il faudrait donc vendre cette unique chaise 10 000 € pour que je rentre dans mes frais. Sans compter les coûts inhérents à la conception et à la production de ladite chaise, que vous n'évoquez nullement.

Je doute que parmi les 108 000 visiteurs potentiels qui viennent simplement faire du shopping à *Le Bon Marché*[®], l'un d'eux s'offre une chaise à plus de 10 000 €. (Mais il est possible que je sous-estime le pouvoir d'achat du client de *Le Bon Marché*[®])

Pour vous répondre plus clairement, je ne souhaite pas vendre de chaise à ce prix-là dans un pop-up store à *Le Bon Marché*[®].

D'une manière plus générale, je ne saurais accepter une opération de cet acabit, qui fait montre de si peu de considération pour les designers.⁴

Je vous prie de bien vouloir m'excuser de ne pas avoir répondu dans la semaine comme vous le demandiez, mais j'avais d'autres chats à fouetter.

Vous seriez élégant de bien vouloir me défrayer pour le temps que vous m'avez fait perdre à lire, déchiffrer puis considérer votre proposition.

Bien entendu vous comprendrez que, dans un souci de générosité et de partage, je me permets de rendre cette réponse publique.

Au plaisir de ne plus vous lire.

David Enon
20, rue Rampal
75019 Paris
david.enon@free.fr

¹ Le mail auquel je réponds est signé Mégane Servadio mais c'est à la personne morale que je réponds ici – le terme « moral » semblant d'ailleurs fort à propos.

² Peut-être songiez-vous à Andreas Konradsen pour sa *Ripe Chair*?

³ 3000 visiteurs par semaine en moyenne pendant 6 semaines, soit 108 000 visiteurs au total (si tant est que l'on puisse faire confiance aux moyennes). Si je calcule bien cela reviendrait à ce que je paye 4 centimes par visiteur potentiel.

⁴ Je vous rappelle qu'il est d'usage pour l'artiste ou le designer, dans les espaces marchands singuliers que sont les galeries d'art et de design, de ne pas payer pour montrer et vendre son travail. Et généralement, si vente il y a, le partage est plutôt de l'ordre de 50/50 (négociables) sur un prix de vente auquel on soustrait les frais de production. Mais vous ne semblez guère vous encombrer des coutumes et des usages... *Le Bon Marché*® n'est pas une galerie d'art ni de design, tout au plus un grand magasin pauvrement bourgeois.