

# intramuros

Paris

numéro 211

Nouvelle formule, bilingue  
Intramuros fait sa révolution.  
New concept, fully bilingual  
Intramuros makes its revolution.  
Design is everywhere

Frédéric Sofia  
Designer, entrepreneur, créateur  
Designer, creative entrepreneur

BMW  
À l'avant-garde  
On the cutting edge

Intramuros x École Camondo  
Les lauréats du concours 2021  
The 2021 competition's winners

Royal Oak  
Une jeune icône de 50 ans  
A 50 year young icon

Colorful design  
De Gerrit Rietveld à Jaime Hayón  
From Gerrit Rietveld to Jaime Hayón



# colors

L 12619 — 211 F 15,00 € — RD



F Il aura fallu des détours et des échappées belles pour que Frédéric Sofia s'affirme comme designer. Animé par une forme d'urgence de «faire», ou plutôt d'apprendre en faisant, comment cet autodidacte aurait-il pu imaginer qu'il retrouverait un jour, de New York à Tokyo, des assises qu'il a dessinées? Son parcours est un exemple de ténacité et prouve qu'il n'y a pas que les voies académiques qui mènent au succès.



# Frédéric Sofia



46 intramuros Frédéric Sofia: "I am an entrepreneur-creator" by Nathalie Degardin

## « Je suis un entrepreneur- créateur »



Rocking chair et bergère Sixties, Fermob © Philippe Frisée  
Portrait Frédéric Sofia © Philippe Frisée



Lampe Habitat

E It took many detours and getaways for Frédéric Sofia to assert himself as a designer. Driven by a kind of urgency to “do”, or rather to learn by doing, how could the self-taught designer have imagined that he would one day find himself in New York or Tokyo designing chairs? His journey is an example of tenacity, and proves that there are not only academic paths to success.

F Frédéric Sofia fait partie de ces designers au parcours atypique. Issu de familles venues d'Italie dans les années 1920, il est élevé avec des valeurs fortes telles que le travail, l'importance d'avoir un « vrai métier », une situation stable, qui le conduisent dans un premier temps dans une filière technologique. Avec simplicité, il constate : « Je me suis autocensuré, faire des études artistiques était inenvisageable... Même si je suis un pur créatif depuis tout petit. » Orienté en génie mécanique, il développe des compétences dans la conception, et le dessin industriel. Puis passe un DUT génie mécanique et productique axé sur le bureau d'études et la conception mécanique. Mais il ressent la nécessité de s'ouvrir à autre chose : il entre dans une école de commerce, phénomène très à la mode en ces années 1980 : « J'y ai découvert ma passion pour l'esprit d'entreprise. » Une double formation qui le confortera dans son apprentissage autodidacte du design : « D'une manière ou d'une autre, tout designer prend en compte les règles et les normes des marchés. En France, on aime mépriser cela, mais il existe un chemin pour opérer un marketing honnête et intelligent, réellement prospectif, d'innovation technologique et humaine. Une démarche imprégnée de sciences et techniques, de sociologie, de stylisme, de sémiologie et d'histoire des objets... D'ailleurs, l'archéologie industrielle me passionne. »



Chaise Habitat

E Frédéric Sofia is one of those designers with an atypical background. Born into a family that came from Italy in the 1920s, he was raised with strong values about work, the importance of having a "real job" and a stable situation, which at first led him to a technological career. He candidly notes: "I censored myself, studying art was unthinkable... Even though I was purely creative from a very young age". Drawn to mechanical engineering, he developed skills in design and industrial drawing, then went on to obtain a degree in mechanical and production engineering, very much oriented towards design office and mechanical design. But he felt the need to branch out into something else and so he entered a business school, a fashionable thing to do in the 80s: "I discovered my passion for the entrepreneurial spirit there." This double-sided education would confirm him in his self-taught learning of design: "In one way or another, every designer takes into account the rules and standards of the markets. In France, we like to despise this, but there is a way to do honest and intelligent marketing, really forward-looking, of technological and human innovation. An approach impregnated with science and technology, sociology, styling, semiology and the history of objects. What's more, I am passionate about industrial archaeology."

#### Chemin de traverse Crossroads

F La révélation de sa vocation se fera hors de France : au cours d'un voyage en Australie, il découvre le milieu de l'archi d'intérieur, de la mode... et du design : « J'ai envisagé pour la première fois le design industriel comme un vrai métier et que vivre de ma créativité était un rêve possible. » Et, surtout, qu'il était vraiment fait pour ça : « Ma rencontre avec le design a été une révélation, c'était une évidence. En réalité, je fais du design depuis que je suis très jeune. » Il rencontre Andrée Putman : « Elle a pris le temps de me recevoir et de regarder attentivement mon portfolio, avec des projets qui portaient dans tous les sens ! Elle m'a conseillé. Nous étions en 1993, et j'ai compris avec Andrée Putman que nous devions aller à la galerie En attendant les Barbares. Même si les choses ont bien changé depuis, cette prise de conscience a été déterminante. » Cette rencontre lui met le pied à l'étrier et il se lance en créant avec un associé la société d'édition Wombat : leurs luminaires sont remarquables. Ils gagnent des prix et sont même sélectionnés par Philippe Starck dans le cadre de l'International Design Yearbook 1996.

E The revelation of his vocation was to take place outside France. During a trip to Australia, he discovered the world of interior design, fashion, and design: "For the first time, I saw industrial design as a real profession and that living from my creativity was a dream that could perhaps come true." And, above all, he was really made for it: "My encounter with design was a revelation, it was obvious. In

fact I have been doing design since I was very young." He met Andrée Putman (attention mauvaise Orthographe dans la version française): "She took the time to receive me and to look carefully at my portfolio, with projects that went in all directions! She advised me. We were in 1993 and I understood from Andrée Putman that my immediate future as a designer was more at the Trois Suisses or Tati than at the En attendant les Barbares gallery." Even if things have changed a lot since then, this realization was decisive. This meeting gave him the confidence to set up the company Wombat with an associate, and their lights got noticed. They won prizes and were even selected by Philippe Starck for the International Design Year Book 96.

#### « Devenir légitime » "Becoming legitimate"

F Comme à la recherche d'une validation d'acquis professionnels, il intègre l'agence Cent Degrés. Fort de son bagage technique, il est chargé du développement des projets industriels de matériel médical : machine à dialyse, outils de chirurgie... L'agence travaille aussi sur des flacons de parfums : « Ce qui m'a permis de découvrir l'univers hyper marketé de la cosmétique. Et ses contraintes extrêmement fortes. C'était vraiment très intéressant à observer. » Rassuré, confiant, il décide en 2000 de s'installer en indépendant pour concevoir des meubles et des luminaires : « J'ai toujours voulu travailler pour l'habitat. »

E As though looking for a validation of his professional experience, he joined the Cent Degrés agency. With his technical background, he was put in charge of developing industrial projects for medical equipment: dialysis machines, surgical tools, etc. The agency also works on perfume bottles: "which allowed me to discover the hyper-marketed world of cosmetics and their extremely rigid constraints. It was really interesting to observe." Reassured and confident, he decided in 2000 to set up as a freelancer to design furniture and lighting: "I always wanted to work in home interiors."

#### Le fauteuil de relaxation comme point de départ The recliner as a starting point

F Les débuts sont difficiles, car il n'a pas les réseaux de ceux issus d'école. Cependant, la rencontre avec Roger Prieur, en travaillant sur la création d'une structure porteuse de fauteuil articulé, lui ouvre le secteur de la relaxation. « Ce marché comporte peu de concepteurs : ils viennent d'Italie et d'Europe du Nord, ce sont eux qui fabriquent les structures. D'autres entreprises, des habilleuses les achètent ensuite pour mettre la mousse, les recouvrir et vendre les fauteuils finis... L'idée était de créer un nouveau squelette de fauteuil très innovant. » Ils déposent des brevets. « En France, on a tout de suite une image médicalisée du fauteuil de relaxation, mais j'ai beaucoup appris dans le domaine du siège grâce à ce projet. Et il faut comprendre que mon enjeu était de tenir, de faire du design, et d'être dans le dur du meuble. » À l'aune de son succès actuel, la stratégie était la bonne.

« Cela ne m'a jamais vraiment intéressé de faire du design pour le design. Je suis un amateur passionné. J'adore les designers et regarder tout ce qui se fait dans les salons, les magazines, etc. J'aime tout autant l'industrie et être dans les choses concrètes. L'esprit d'entreprise est une synergie importante pour moi. Je suis un entrepreneur-créateur. »

E The beginnings are difficult, because he doesn't have the networks of those coming from design schools. However, his meeting with Roger Prieur, while working on the creation of an articulated chair structure, opened the relaxation chair sector to him. "This market has few designers: they come from Italy and Northern Europe, and they manufacture the structures. Other companies, dressers, then buy the structures to put the foam on them, cover them and sell the finished armchairs. The idea was to create a new skeleton for a very innovative armchair." They filed for patents. "In France, recliners immediately have a medicalized image, but I learned a lot in the field of seating through this project. And you have to understand that my challenge was to hold on, to do design, and to be in the rock solid center of furniture making." Judging by his current success, this strategy was the right one.

"I was never really interested in doing design for design's sake. I'm a passionate amateur. I love designers and looking at everything that's being done at trade shows,

in magazines, etc. I love the industry as much as I love doing concrete things. Entrepreneurship is an important synergy for me. I am an entrepreneur-creator."

#### Le bonheur de résoudre une équation The joy of solving an equation

F Cette expérience le conduit à répondre à un appel d'offres pour le VIA sur le thème du fauteuil relax, classifié à l'époque comme un secteur stratégique par le ministère de l'Industrie : « Pendant dix-huit mois j'ai travaillé sur Zero G, un fauteuil très innovant, technologique, entièrement piloté par les déplacements du centre de gravité du corps et des vérins à gaz, sans électricité. On atteint une position objective et ultime de relaxation, de zéro gravité : les pieds légèrement au-dessus du cœur. J'avais déjà travaillé pour Ligne Roset, et ils l'ont édité sous le nom 35H. »

Parallèlement, en 2001, il commence à réinterpréter pour Fermob les assises mythiques du jardin du Luxembourg. Il revisite et transforme tout de fond en comble sur les modèles Sénat présents dans le « Luco » depuis 1923. En dessinant des accoudoirs en forme d'ailettes et des lattes d'assise en triple galbe, il signe une adaptation originale qui lui a demandé un intense travail d'observation et de détails. « C'est la même, mais elle est différente », aime-t-il dire sur Sénat et Luxembourg en référence à une publicité Volkswagen pour la New Beetle.

Ainsi, et ce avant son tout premier lancement, en 2003, l'ensemble fauteuil bas/repose-pieds Luxembourg se retrouve présenté au sein de l'exposition « Placenta », organisée à Paris par l'agence BETC Euro RSCG. Montré en rose bonbon, l'objet a alors un effet retentissant, nouveau et subversif dans l'univers du mobilier de jardin. Son accueil incite la société Fermob à intégrer plusieurs teintes de rose dans sa propre gamme couleur.

Le fauteuil Luxembourg sera le premier élément d'une importante collection : avec les ajouts de pièces - tables de formats différents, tabourets, rocking-chair, etc., et les actualisations -, celle-ci en compte une trentaine ! Et une collection best-sellers pour le fabricant français, devenu référence à l'international dans le mobilier de jardin.

E This experience led him to respond to a call for tenders for the VIA on the theme of the recliner, classified at the time as a strategic sector by the Ministry of Industry: "For eighteen months I worked on ZERO G, a very innovative, technological chair, entirely controlled by the displacement of the body's center of gravity and gas jacks, without electricity. One reaches an objective and ultimate position of relaxation, zero gravity: the feet slightly above the heart. I had already worked for Ligne Roset, and they published it under the name 35H".

At the same time, in 2001, he began to reinterpret the mythical seats of the Luxembourg Gardens for Fermob. He revised and transformed the Senate models that have been in the "Luco" since 1923 from top to bottom. By designing wing-shaped armrests and triple-curved seat slats, he created an original adaptation, which required intense observation and detailed work. "It's the same but it's different" he likes to say about the Senate and Luxembourg in reference to a Volkswagen ad for the New Beetle.

Even before its very first launch in 2003, the Luxembourg low armchair/footrest set was exhibited in the "Placenta" exhibition organized in Paris by the BETC Euro RSCG agency. Presented in candy pink, the object sent a resounding, new and subversive shiver throughout the world of garden furniture. Its reception encouraged Fermob to integrate several shades of pink into its own color range.

The Luxembourg armchair was the first item in a long collection: today, counting the additional items (tables of different sizes, stools, rocking chairs, etc.) and the updates, the range includes some thirty pieces! It is a best-selling collection for the French manufacturers and has become an international reference in garden furniture.

#### Sentir l'ADN du fabricant Sensing the ADN of the manufacturer

F Fermob a fortement marqué le parcours de Frédéric Sofia : « Avec Bernard Reybier - président de Fermob - s'est installée au départ une collaboration très liée à un fort esprit d'entreprise industrielle que nous avons en commun. Pendant les années 2000 nous construisions quelque chose, c'était passionnant. J'ai puisé dans l'identité profonde de la marque que j'ai développée en créant aujourd'hui cinq collections. J'aime être « au service de », ça fait partie de ma démarche, c'est important pour moi. » Au contact du fabricant, au fil des années, le designer a développé des compétences importantes dans la conception de mobilier avec l'aluminium : « Ses capacités plastiques et de recyclage sont exceptionnelles, et aussi ses possibilités uniques en terme de finition. » « Je suis un designer heureux avec Fermob, mes créations sont pensées et produites industriellement, c'est tout ce que j'aime dans mon métier, la création industrielle. » Après Luxembourg, il signe Sixties, la première gamme tressée de la marque, puis l'innovant Ultrasofa, conçu comme une aire de repos. Viendra ensuite Lorette, un travail long sur l'identité d'assise : « J'ai développé un motif, un graphisme, qui associe la nature (la fleur) et l'architecture (le losange). Lorette est un objet hybride à la croisée des archétypes. J'ai voulu créer une chaise en acier qui évoque l'esprit de la campagne française dans une version légère et sophistiquée. Ce projet a mûri pendant des années, il est le résultat de beaucoup de ruminations. »

E Fermob has had a strong influence on Frédéric Sofia's career: "From the start, I worked together with Bernard Reybier—Fermob's president—in a spirit of industrial entrepreneurship that we share. During the 2000s we were building something, and it was exciting. I drew on the deep identity of the brand that I have developed by creating 5 collections. I like to be "at the service of", it's part of my approach, it's important to me." Over the years, and in close contact with the manufacturer, the designer has developed important skills in designing furniture with aluminum: "Its plastic and recycling capabilities are exceptional, and also its unique possibilities in terms of finishing. I am a happy designer with Fermob, my creations are carefully thought out and produced industrially, it's everything I like in my job, the industrial creation." After Luxembourg, he signed Sixties, the brand's first woven range, followed by the innovative Ultrasofa, designed as a rest area. Then came Lorette, a long study on the identity of the seat: "I developed a motif, a graphic design, which combines nature (the flower) and architecture (the rhombus). Lorette is a hybrid object at the crossroads of archetypes. I wanted to create a steel chair that evokes the spirit of the French countryside in a light and sophisticated version. This project has matured for years, it is the result of many ruminations."

#### Être ancré dans une histoire Anchored in a story



Étagères Habitat

F Frédéric Sofia se définit comme un praticien du design : « Je suis un créateur mais ma façon de faire du design est classique. Je ne « pense » pas le design, ça ne me pose pas de problème. Pour moi l'enjeu est de faire du design, c'est comme une question de survie. »

Il aime ancrer les objets dans une histoire : « Cela intensifie les liens entre l'utilisateur et l'objet, on a une relation plus saine, plus juste, avec lui. On a du mal à s'en séparer, on y est plus attentif. Faire des objets pérennes est un enjeu majeur aujourd'hui. Je n'essaie pas de faire un design qui soit remarquablement nouveau ou à la mode, mais qui soit une sorte de mise à jour subjective et personnelle d'une typologie qui m'est chère. Comme avec Luxembourg, j'ai pris cette typologie de chaise du jardin du Luxembourg qui à l'époque n'intéressait personne. Je l'ai adaptée, redesignée, transformée aux besoins industriels, aux codes d'aujourd'hui. La chaise Lorette est une vision urbaine de la chaise champêtre à médaillon. J'aime partager avec les gens la perception de cette continuité dans l'histoire des objets. »

Il dessine ainsi Airloop comme un pur produit de l'histoire de Fermob : le fabricant conçoit depuis toujours des chaises en

fil, comme la chaise 1900, et la Lune d'argent de Pascal Mourgue: «La première s'inspire des Arts déco, la seconde est une icône des années 1980. J'ai longtemps cherché un dessin qui fusionnerait ces deux typologies clairement identifiées Fermob. Airloop est ronde, en fil, comme la chaise 1900, elle a le même type de piètement que la chaise Lune d'argent, et les fils de dossier et d'accoudoirs sont solidarisés par deux anneaux forgés à la main. C'est un détail qui révèle l'identité profonde et l'histoire de Fermob. Et j'en suis fier: dans un coin de l'atelier industriel, il y avait un artisan. Ce n'est pas juste un concept ou un effet de style, ça s'inscrit dans une histoire.»

E Frédéric Sofia defines himself as a design practitioner: "I am a creator, but my way of doing design is classic. I don't "think" design, I don't have a problem with that. For me the issue is to make design, it's like a question of survival."

He likes to anchor objects in a story: "it intensifies the links between the user and the object, it gives us a healthier, truer relationship with the object. It's hard to part with it, we're more attentive to it. Making durable objects is a major challenge today. I'm not trying to make a design that is incredibly new or fashionable, but one that is a kind of subjective and personal update of a typology that is dear to me. Like with Luxembourg, I took this typology of a chair from the Luxembourg garden which at the time was of no interest to anyone. I adapted it, redesigned it, transformed it to industrial needs, to today's codes. The Lorette chair is an urban vision of the country medallion chair. I like to share with people the perception of this continuity in the history of objects."

He then went on to create Airloop as a pure product of Fermob's history. The manufacturer has always designed wire chairs, such as the 1900 chair, and Pascal Mourgue's Lune d'Argent. "The former is inspired by Arts Deco and the latter is an icon of the 80s. For a long time, I looked for a design that would merge these two clearly identified Fermob typologies. Airloop is round, made of wire, like the 1900 chair, it has the same type of base as the Silver Moon chair, and the back and arm wires are joined by two hand-forged rings. This is a detail that reveals the deep identity and history of Fermob. And I'm proud of it: in a corner of the industrial workshop there was a craftsman. It's not just a concept, or a stylistic effect, it's part of a story."

Carte blanche chez Habitat  
Carte blanche for Habitat

F On l'aura compris, Frédéric Sofia n'est pas à l'aise pour multiplier les relations avec un large panel d'éditeurs, le portfolio sous le bras. Ce qu'il aime avant tout, c'est s'inscrire dans le temps. Il a ainsi entamé une collaboration depuis quatre ans avec Habitat: «C'est une marque avec laquelle je me sens bien. Le style de Terence Conran a beaucoup marqué mon adolescence, son héritage est considérable et il était un grand entrepreneur. Je suis très fier de travailler pour Habitat, je m'adresse à un public avec lequel j'aime échanger. J'ai commencé par une table, et, depuis deux ans, j'ai une carte blanche pour créer toute une gamme de mobilier, de luminaires, de tapis, d'accessoires d'art de la table, autour de la salle à manger.» Le mobilier est en chêne massif, intemporel et légèrement rustique, comme l'identité d'Habitat. Le designer a également travaillé des duos de couleurs à la fois doux et pop pour une série de lampes à poser. La collection devrait sortir dans le courant de l'année.

Ce qu'il déplore dans le design contemporain est cette tendance à l'exclusion, car il est loin de se cantonner aux produits de luxe. «Le rôle du designer est de faire mieux avec moins pour le plus grand bien de tous. Le design doit rassembler, il ne doit pas devenir un diktat, sinon cela se transforme en de la gestion par le style de l'obsolescence programmée.» Et de poursuivre: «Le designer qui fait tout tout seul a peu d'avenir. La façon de concevoir un objet dans l'avenir sera le fruit d'une communauté créative. C'est déjà très souvent le cas aujourd'hui.» À l'image de ses collaborations au long cours, si finalement, chez Frédéric Sofia, le design se vivait avant tout comme une belle affaire de famille?

E As one can see, Frédéric Sofia is not comfortable multiplying relationships with a wide range of publishers, portfolio in hand. What he likes most of all is to be part of a long term project. He has been working with Habitat for the past four years: "It's a brand I feel good about: Terence Conran's style had a big impact on my adolescence, his legacy is considerable and he was a great

entrepreneur. I'm very proud to work for Habitat, I'm talking to an audience that I love to interact with. I started with a table, and for the past two years, I've had carte blanche to create a whole range of furniture, lighting, rugs, table-top accessories, around the dining room." The furniture is solid oak, timeless and slightly rustic, like Habitat's identity. The designer also worked on color duos both soft and pop for a series of table lamps. The collection should be out later this year.

What he deplores in contemporary design is this trend of exclusion, not at all confined to luxury products. "The role of the designer is to do better with less for the greater good of all. Design must bring people together, it must not become a diktat, otherwise it becomes management by style of programmed obsolescence. The designer who does everything alone has little future. The way an object is designed in the future will be the result of a creative community. This is already very often the case today." Perhaps, just like his long-term collaborations, design, for Frédéric Sofia, is above all a beautiful family affair.

<sup>1</sup> "I'm not trying to make a design that is remarkably new or fashionable new or fashionable, but a design that is a personal and subjective update of a and subjective update of a typology that is dear to me."

« Je n'essaie pas de faire un design qui soit remarquablement nouveau ou à la mode, mais un design qui soit une sorte de mise à jour personnelle et subjective d'une typologie qui m'est chère.<sup>1</sup> »





FC Sofia, Trophy Domestic

**FC Sofia : la face cachée du designer**  
**FC Sofia: the hidden face of the designer**

**F** Parallèlement à son activité de designer, Frédéric Sofia poursuit une carrière d'artiste contemporain en duo avec Catherine Sofia. FC Sofia, comme se baptise ce binôme créatif, interroge les ambiguïtés d'une société consumériste tout en tension. Entre totems, mutants, à la croisée des arts premiers et de la culture pop, leurs sculptures et installations détonnent et dérangent, viennent titiller les consciences, faussement candides. À l'image d'un « mash up » musical, le duo inscrit ses obsessions, ses valeurs, ses interrogations, dans ces objets hypersophistiqués, véritables animaux dénaturés. Réalisés en impression 3D, ces corps creux peints avec des techniques haut de gamme empruntées à l'automobile racontent la relation de l'homme aux objets et au monde animal, la façon dont il les transforme en mythes, comment il construit des tribus et des cultes, et nous renvoie à nos propres ambivalences.

**E** In parallel to his activity as a designer, Frederic Sofia pursues a career as a contemporary artist in a duo with Catherine, the wife of his children. FC Sofia, as this creative duo is called, questions the ambiguities of a consumerist society full of tension. Between totems, mutants, at the crossroads of primitive arts and pop culture, their sculptures and installations are surprising and disturbing, challenging our deceptively candid consciences. Like a musical mash up, the duo inscribes its obsessions, its values, its questions, in these hypersophisticated objects, like distorted animals. Made in 3D printing, these hollow bodies painted with high-end techniques borrowed from the automobile industry, tell the story of man's relationship to objects and the animal world, the way we transform them into myths, how we build tribes and cults, bringing us face to face with our own ambivalences.



FC Sofia, Split Domestic



FC Sofia, Turbo Domestic