

# FORMES

CRITIQUES

## De moins en moins mini

La Mini version 4x4 grossit mais mise toujours sur l'esthétique rétro. Un concept à la limite de la caricature.



PHARES SOUS VITRINE, CALANDRE CHROMÉE, MAIS UNE ALLURE AGRESSIVE QUI DÉTONNE.

### AUTOMOBILE

#### LA MINI COUNTRYMAN

Quand elle apparaît en 2001, la Mini se révèle un coup marketing de génie. En modernisant avec beaucoup d'habileté les formes trapues du modèle anglais d'Austin de 1959, elle vogue sur la vague du rétro, dans une décennie qui recycle en abondance les codes esthétiques du passé. Son designer, l'Américain Frank Stephenson, a d'ailleurs récidivé en redessinant la Fiat

500 quelques années plus tard. Donc la Mini 2001 évoque les années pop, minijupe et Beatles. Ses acheteurs rendent hommage à la génération de leurs parents, l'embourgeoisement en plus. Elle a pris du volume, son poids a presque doublé, son prix aussi, elle s'est parée de chromes, petit bijou sur quatre roues. Oubliées, la simplicité démocratique et la fraîcheur astucieuse des débuts. En 2006, une nouvelle version lui succède en reprenant les mê-

mes lignes, un peu plus tendues. Mais même les acheteurs de Mini finissent par vivre en couple et avoir des enfants. Pour les accompagner, BMW, le fabricant allemand devenu propriétaire de la marque Mini, vient donc de présenter la Countryman (il n'existe pas de modèle Countrywoman) au salon de Genève. Une maxi-Mini 4x4, haute et longue (4,10 m, soit plus d'un mètre supplémentaire par rapport à l'ancêtre), et dotée de quatre portes. Une baroudeuse chic et sportive, voire agressive, mais toujours avec les mêmes signes qui font Mini : la calandre, les feux, le gros cadran central... Tout est à la limite de la caricature, mais très bien réalisé. On admirera les détails finement ouvragés : phares sous vitrine, écusson ailé...

La Countryman est un objet décoratif qui répond à deux objectifs : en mettre plein la vue et proposer le plus grand nombre de variantes possibles d'un modèle pour couvrir toutes les niches de marché (enfin, surtout celles où il y a du pouvoir d'achat). Deux tendances du monde automobile actuel, qui multiplie les effets de style pour faire patienter en attendant de vraies innovations. **XAVIER DE JARCY**

Sortie prévue fin 2010. Prix non déterminé, aux alentours de 20 000 €.

## Le feu et la glace

Un bougeoir givré qui réchauffe doucement l'atmosphère.

### DESIGN

#### LE BOUGEOIR ICEDROP

En matière de design, il va falloir compter avec la Turquie ! Depuis une quinzaine d'années, la famille Obuz crée des pièces originales et poétiques, comme ce bougeoir signé Mehtap Obuz, dont le verre semble fondre comme de la glace. On a aussi remarqué la gamme de verres Forest, ventrus et colorés, pour siroter un raki en contemplant le Bosphore, ainsi que la bibliothèque Katkat, dont les modules de bois courbé peuvent servir de table basse ou de tabouret. Modernes, décontractés, loin de tout cliché orientaliste, les créations de Demirden, l'agence des Obuz, diffusées sous la marque Ilio, reflètent l'art de vivre stambouliote. **X.J.**

27 € environ. <http://ilio.eu>



L'ICEDROP, DE LA DESIGNER TURQUE MEHTAP OBUZ.