

THE iconic



Love for ever

Designerbox 21 Ich&Kar

À l'occasion de la saint Valentin, le duo Ich&Kar imagine une paire d'assiettes à assembler pour donner aux desserts amoureux un avant-goût d'éternité. Deux anneaux cuivrés sérigraphiés sur deux assiettes indépendantes se rejoignent gracieusement dans des pleins et déliés pour figurer l'infini sous une note sucrée. *For Valentine's Day, design duo Ich&Kar have imagined a pair of dessert plates for lovers that give an intimation of eternity. Copper rings screen-printed on individual plates make up the infinity symbol when two sweethearts dine side by side.*



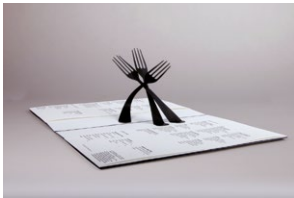
Ich&Kar

Helena Ichbiah et Piotr Karczewski, alias Ich&Kar : duo de graphistes star, sont des travailleurs sans frontières. Dans le bric-à-brac joyeux de leur maison montreuilloise, vies de famille et professionnelles s'emmêlent et se retrouvent autour du même credo : l'envie de refaire le monde, sans s'imposer de limite. Au premier étage de la maisonnée, le studio créatif, interrompu gaiement par les allées et venues des enfants, turbine tard le soir pour pondre en masse les bons mots et concepts de génie qui ont fait sa renommée.

Helena Ichbiah and Piotr Karczewski alias Ich&Kar, are a star duo of fearless graphic designers. In their cheerfully chaotic Montreal home, work and family life revolve around a singular philosophy: the desire to reinvent the world, without limits. In their ground-floor studio — decidedly 'no limits' to their energetic children — they often work late into the night on the ideas and concepts that have brought them justified renown.



FUE GO^c **FIRE ME**



Très connus en tant que *food graphic designers* - un de leur dernier projet est la rénovation complète du site de leur ami Sébastien Gaudard - le couple voyage avec agilité entre différents domaines d'activité. «*Quand on a démarré dans les années quatre-vingt-dix, on travaillait beaucoup avec l'univers de la mode, à l'époque les maisons n'appartenaient pas encore aux grands groupes, nos interlocuteurs étaient les créateurs. Quand le marketing s'est emparé de tout ça, c'est devenu plus difficile, trop d'échelons de décisions!! C'est là que nous nous sommes tournés vers la restauration, l'hôtellerie et la gastronomie, nous y avons retrouvé ce rapport direct à échelle humaine, ou nous travaillons en direct avec ceux qui décident...*».

Their work focuses on the identity of the client, so Ich&Kar necessarily take the human as their starting point. Tapping into the fundamental aspirations and personalities of their clients, they work to build a personalized universe that is exciting and alive. "Ich&Kar is the opposite of "lazy branding". For every project, we start a new story that develops and never stays still. We like an exponential approach: we create a world, it grows, it's enriched by itself, and that's what drives the story."

Dès lors, lorsqu'ils s'attaquent en 2005, à la création de l'identité globale de l'hôtel Condesa à Mexico, le duo repense l'ensemble de la signalétique à la papeterie en passant par les menus et plats d'autres petits objets: «*Jamais autant de fantaisie ni d'importance n'avaient été apportées à l'identité d'un hôtel, l'architecture d'intérieur est reine et le reste passait au second plan. Là, nous nous sommes vraiment emparés du sujet de manière compulsive*». Des boîtes d'allumettes marquées «*Fire me*», au «*room book*» plein d'humour des chambres, le couple marque de sa patte un peu folle et de ses traits d'esprits acérés, les objets phares du parfait voyageur. A leur palmarès on compte le trois étoiles *Troisgras* à Roanne, le *Sketch* à Londres, *Le derrière*, l'*Andy Walhoo* et le *BAM* à Paris, ou encore *Cadet* à Los Angeles. Tous sont imprimés de cette même énergie exubérante et communicative.

Known principally as graphic designers specialising in food – one of their latest projects is a complete redesign of their friend Sébastien Gaudard's website – Ich&Kar have always moved easily between creative areas. "When we started in the 90s, we worked a lot in fashion. At that time the houses were independent – our contacts were the creators themselves. When the marketing people took everything over it all became more difficult – too many layers! That was when we turned to restaurants, hotels and food retail. We found these still to be human scales – and we work directly with the decision-makers..."

Identitaire, le travail d'Ich&Kar prend forcément l'humain comme point de départ: puisant dans les aspirations fondamentales et personnalités de leurs nombreux clients, le duo s'applique à toujours construire des univers sur mesure, enthousiasmant et vivant: «*Ich&Kar c'est l'opposé du "lazy branding", à chaque projet, nous démarrons une histoire nouvelle qui s'agrandit et n'est jamais figée, on aime les choses exponentielles: on crée un univers, on l'agrandit, il s'enrichit par lui-même et c'est ça qui fait l'histoire*».

So in 2005, when they took on the creation of a complete brand identity for the Condesa hotel in Mexico City, they reviewed everything down to the menus, stationary and table settings. "Never has so much thought and imagination gone into the identity of a hotel. Previously we had put the interior design first, with everything else fading into the background. For this project, we really became obsessive." From matchboxes marked "you're fired" to the "room book" in every room, they applied their anarchic spirit to every aspect of the hotel's design and to placing themselves in the mind of their ideal traveller. Their client list now includes the three-star *Troisgras* in Roanne, *Sketch* in London, the *Andy Walhoo*, the *Derrière* and the *BAM* in Paris, and the "Cadet" in Los Angeles. All are marked by the same exuberant and contagious energy.



L'humour, le détournement, l'imagination et l'immédiateté qui sont l'essence des productions d'Ich&Kar se travaillent sans relâche dans la vie quotidienne. Collectionneuse compulsive, de mains, de ciseaux, de tampons et de bons mots, Helena puisent dans ses lubies géniales des trésors d'inspiration «*Mon ordinateur recèle d'une multitude de tableaux excel, classant vocabulaire et citations autour de moutis sujets. Je possède une collection de plus de 1500 dictionnaires qui appartiennent à mon ami typographe Jean Jacques Sergent. À sa mort, je me suis dit qu'il ne fallait pas qu'on sépare ces dictionnaires, donc j'ai racheté la collection complète. Mon travail est très axé sur la langue, cela allait donc de soi*». Malicieux et frondeur, le duo polyglotte régit en maître sur les mots pour se jouer des codes du langage, et à l'occasion, nous faire replonger dans l'enfance. Avec leur fameux papier peint «*Être et avoir*», Ich&Kar tapisse les intérieurs modernes d'un goût d'école revisitée pour nous faire réviser nos classiques en un joli clin d'œil.

The duo has added design to its field of activities by inviting themselves gradually into the home with their offbeat interior inventions. «We have always been attracted by objects, and by how design is applied to objects. It is true that our language is that of drawing, graphic design and composition, but it is unfortunate that graphic designers often leave patterns on objects to product designers.»

Pour Bazartherapy, Ich&Kar imagine en 2014 une famille de tables dont le motif créé véritablement la forme. «*Un autre de nos dadas c'est le sujet art et mathématiques: le passage des tables a été dessiné par le mathématicien Roger Penrose dans les années soixante-dix, sa particularité est qu'il est non périodique, c'est-à-dire qu'il ne se répète pas et c'est l'impression de vertigé que nous trouvions intéressante*».

For designerbox, the porous border between graphics and design was even more blurred. «We had created all the brand identity for designerbox, so it seemed the logical consequence to create an object. We could not wait to get to work on a project box.» Creating during the month of February, Ich&Kar have interpreted "the food of love" to deliver a pair of graphic plates that will add their own romance to any daily meal.



The humor, diversion, imagination and immediacy that are the essence of Ich&Kar demand a tireless work ethic in everyday life. Compulsive collector of adverbs – hands, scissors, stamps and even appealing words – Helena draws on her brilliant whims to collect inspiration. «My computer conceals a multitude of Excel tables, vocabulary and quotes around different subjects» she says. "I have a collection of more than 1,500 dictionaries that belonged to my friend, typographer Jean Jacques Sergent. At his death, I thought that we shouldn't separate the dictionaries, so I bought the entire collection. My work is very focused on language, so it was the obvious thing to do." Mischievous and rebellious, the duo loves to play with the codes and words of language, taking at on occasion back into childhood. With their famous wallpaper «Être et Avoir» Ich&Kar place the verb tables familiar from school into the home, inviting a much more playful reading.

En s'invitant peu à peu, au gré d'inventions déco décalées, dans l'univers de la maison, le duo touche-à-tout ajoute le design à son champ d'activité. «*On a toujours été attiré par l'objet, et par le design appliqué à l'objet. C'est vrai que notre langage c'est le dessin, la composition, et il est dommage que les graphistes laisse le champ du motifs aux designers produits*».

The duo has added design to its field of activities by inviting themselves gradually into the home with their offbeat interior inventions. «We have always been attracted by objects, and by how design is applied to objects. It is true that our language is that of drawing, graphic design and composition, but it is unfortunate that graphic designers often leave patterns on objects to product designers.»

Pour designerbox, la frontière poreuse entre graphisme et design était encore plus évidente à franchir. «*Nous avions fait toute l'identité de la marque, cela apparaissait comme la suite logique, nous avions hâte de sortir un projet de box*». Missionné pour celle du mois de février, Ich&Kar se fait l'interprète d'une Saint Valentin gourmande et livre une paire d'assiettes graphiques qui permettront de réinventer indéfiniment les recettes amoureuses du quotidien.

