



Amérique de verre

Dans cette Amérique heureuse qui a gagné la guerre, tout s'achète. Seul Edward Hopper peint encore des femmes brisées sur leurs talons aiguilles. Les designers créent un Nouveau Monde transparent, élégant, marchand. Mode, joaillerie, cosmétiques, peu importe : les vitrines sacrent l'objet souverain. Aérodynamique et dessin industriel fusionnent dans les boutiques radieuses, décryptées par Steven Heller et Jim Heimann, experts de cette architecture new look. Entre l'austérité d'Euclide et le romantisme de Capra.

« *Shop America, 1938-1950* », édition trilingue, Taschen, 39,99 €.