

SÉRIE LIMITÉE

Les Echos

LES MONTRES LE MEILLEUR DU SIHH
LE VOYAGE AU NÉPAL,
SANS HIPPIES NI KATMANDOU

**GÉNÉRATION
DESIGN** PLONGÉE
AU CŒUR
DE LA FRENCH
TOUCH

GÉNÉRATION DESIGN

Forts de la pluralité de leurs cheminements créatifs, Pauline Deltour, Inga Sempé, Constance Guisset, Mathieu Lehanneur, Noé Duchaufour-Lawrance et Germain Bourré sont représentatifs de cette génération qui porte haut les couleurs du design français.

Par Laurence Salmon / Photographie Yannick Labrousse

CONSIDÉRER LE PREMIER SILEX taillé par l'homme de Néandertal comme le fruit d'un design, il y a un pas que certains n'hésitent pas à franchir. Manière de suggérer à demi-mot que le design serait né au moment où l'homme a commencé à produire ses propres outils. Depuis, l'eau a coulé sous les ponts de l'histoire, et le design est à présent identifié comme un métier de création à part entière, enseigné en France dans des écoles de renom d'où sortent quelque 1500 diplômés chaque année. On dénombre ainsi près de 20 000 à 25 000 designers exerçant dans l'Hexagone. Germain Bourré, Pauline Deltour, Constance Guisset, Mathieu Lehanneur, Noé Duchaufour-Lawrance et Inga Sempé figurent au premier rang de ces designers qui rendent nos objets tant désirables.

Si faire du design, c'est d'abord créer des formes, le designer endosse surtout la délicate responsabilité d'insuffler de la qualité à notre quotidien qui en a bien besoin. Rappelons que là où il y a du bon design, l'utilisateur en ressent immédiatement l'effet parce que son expérience s'en trouve transformée, améliorée, augmentée. C'est en tout cas l'objectif visé par Noé Duchaufour-Lawrance dans le nouveau salon Business Air France, situé dans le terminal 2E de l'aéroport Paris-Roissy-Charles-de-Gaulle : « J'ai dessiné cet espace en fonction de la course du soleil, en créant des îlots par fonctions. Je me suis questionné sur ce qui restait de nature dans ce *no man's land* qu'est un aéroport. Il s'agissait de dessiner un lieu apaisant, doté d'une certaine naturalité. Le confort et la détente à l'ouest, les zones vives à l'est et le travail au centre. » C'est aussi l'exemple du projet « *Demain est un autre jour* » (2013) de Mathieu Lehanneur, destiné à l'unité de soins du Groupe hospitalier Diaconesses-Croix Saint-Simon à Paris. Grâce à un logiciel qui récupère les données météo sur Internet, la peau en nids d'abeilles de son cercle lumineux – mi-écran, mi-sculpture murale – laisse transparaître le temps qu'il fera le jour suivant. Commandité par la Fondation de France, cet objet inédit entend accompagner les patients et leurs familles, usant du détour aussi trivial que poétique du temps qu'il va faire pour aborder celui qui reste à vivre.

LE DESIGN A CECI DE BIEN qu'il ne s'interdit aucun sujet. De la même manière, il n'existe aucun profil type de designer. Chacun son parcours. Noé Duchaufour-Lawrance est passé par les Arts déco après une formation en sculpture métal à l'École nationale supérieure des arts appliqués et des métiers d'art (Ensaama), avant d'être révélé par le décor du restaurant Sketch, à Londres, en 2002. Depuis, il a signé bien d'autres lieux aussi emblématiques : le Senderens, à Paris; Sénéquier, à Saint-Tropez; ▶



YANNICK LABROUSSE POUR SÈRE LIMITEE



*De gauche
à droite :
Germain Bourré,
Constance Guisset,
Inga Sempé, Pauline Deltour,
Noé Duchaufour-Lawrance,
Mathieu Lehanneur.*

Ci-contre : *La boîte A*, une valise à fromages conçue par Germain Bourré.

À droite : *Le mètre ruban* de la collection « Argent de poche » de Pauline Deltour, dessiné pour Puiforcat.



▶ le Ciel de Paris, au 56^e étage de la tour Montparnasse... Aujourd'hui, il ne jure que par l'objet architectural : « C'est l'objet qui crée l'esprit des lieux », affirme-t-il, tout en détaillant la réalisation d'une micro-architecture qui redimensionne l'atrium d'un immeuble de bureaux parisien, près de la Bourse. À la tête d'une agence de neuf salariés, ce designer d'un canapé best-seller chez Cinna (modèle *Ottoman*) se développe outre-Atlantique grâce à l'éditeur américain Bernhardt, tout en cumulant les succès en cosmétique à l'instar du flacon *1 Million* de Paco Rabanne. De son côté, Mathieu Lehanneur aime s'aventurer hors des sentiers battus du mobilier. Contacté par l'Institut du cerveau, il jubile : « Je n'ai ni fascination ni peur pour la science. Mais le monde de la recherche fondamentale est une matière passionnante et complètement inexploré par le design. »

Déjà, dans le cadre de son diplôme à l'École nationale supérieure de création industrielle (ENSCI), l'aspirant designer avait marqué sa différence avec des propositions sur la galénique, questionnant la forme des médicaments pour aider les malades à mieux se soigner. Loin d'être un coup d'épée dans l'eau, cette initiative a retenu l'attention des laboratoires pharmaceutiques. Dix ans plus tard, il est sur le point de concrétiser avec l'un d'entre eux, avec des enjeux sanitaires à la clé.

Mathieu Lehanneur est coutumier de ces pas de côté ; il cherche à se réinventer à chaque opportunité. « Tout est intéressant, quel que soit l'interlocuteur : un prêtre, une marque de luxe ou une galerie. Tout dépend de la question posée », explique-t-il. De fait, on lui doit le mobilier liturgique de l'église de Melle, dans les Deux-Sèvres ; le lounge d'Audemars Piguet pour ArtBasel, à Miami ; et une prochaine expo à la Carpenters Gallery, à Paris. Son dernier opus : une étonnante enceinte sans fil, Boom Boom, éditée par Binauric, douée d'une application smartphone qui permet d'enregistrer le son en 3D chez soi ou en voyage. Sans complexe, Mathieu Lehanneur jongle ainsi d'un univers à l'autre et travaille à différentes échelles puisqu'il est également associé à l'agence LAN Architecture, après avoir gagné le concours pour le futur réaménagement du Grand Palais.

« LE DESIGN N'EST PAS UNE PROFESSION mais une attitude », disait l'artiste hongrois László Moholy-Nagy, célèbre professeur au Bauhaus. D'aucuns assimilent un peu vite le design à n'être que le complice de la surconsommation, or il sait prendre ses responsabilités. « J'ai une haute opinion des enjeux de ce métier », souligne Mathieu Lehanneur. Il y a des clients à qui je réponds qu'il n'est pas nécessaire de produire un objet de plus. » Germain Bourré a la même réaction : « On ne peut plus produire et dessiner comme il y a dix ans. Il m'arrive de rediriger un client vers une optique plus respectueuse du développement durable », raconte-il. Cet épicurien, formé auprès de Jean-Marie Massaud et de Daniel Pouzet, et diplômé de l'École supérieure d'art et de design (Esad) de Reims où il enseigne aujourd'hui, est l'un des tenants

« Le design n'est pas une profession mais une attitude. »
László Moholy-Nagy



« Demain est un autre jour » de Mathieu Lehanneur, installé dans une unité de soins palliatifs à Paris.

de ce qu'on appelle le « design culinaire ». C'est l'une des facettes de ce design français fort de sa diversité d'expressions. Paradoxalement, Germain Bourré n'aime pas ce qualificatif « culinaire » qu'il juge trop restrictif : « Soit, on nous sollicite pour de l'événementiel, soit on nous réduit à du stylisme dans l'assiette, ce qui revient à ajuster les fines herbes dans le bon sens ! » À l'écoute, son activité s'apparente plus à du conseil en design. Germain Bourré mise sur la qualité de l'échange : « Un beau projet est une belle rencontre. » Il accompagne l'ouverture de restaurants, comme Les Comptoirs du Médoc ou Solyes, en participant à la recherche du chef, à la création du concept et à la définition de la carte. Il travaille aussi pour des marques comme le traiteur Giraudet ou les champagnes Veuve Clicquot, pour qui il a élaboré des menus dégustation avec des chefs (Laurent Azoulay, Mathieu Viannay...), dont chaque plat était un prétexte pour parler de l'histoire de la maison, du temps, du terroir. Germain Bourré reste convaincu qu'il n'y a pas de meilleure pédagogie au service du design que l'expérience ainsi vécue par les entreprises.

RESTE QU'UNE MAJORITÉ de ces entreprises – malgré quelques exceptions, tels Decathlon, Ligne Roset/Cinna, Schneider Electric, Orange, EDF, Renault... – se montre frileuse à l'idée de faire appel à un designer. Manque de culture design ? Peur d'un surcoût ? « C'est si difficile ici de faire aboutir des projets, se désole Inga Sempé. Si au moins, l'État français montrait l'exemple, comme son partenaire européen suédois qui, dans un catalogue annuel, recense le meilleur de son design à l'adresse de ses administrations pour qu'elles s'équipent. » En France, nous avons le Mobilier national, qui certes fait appel à notre fine fleur du design. C'est le cas de Noé Duhaufour-Lawrence et d'Inga Sempé. Mais cette institution, héritière du Garde-Meuble royal, travaille dans l'esprit des arts décoratifs, ce qui n'aide pas à dissiper dans notre pays le trouble autour de la vocation industrielle du design. Les opportunités de travailler dans l'Hexagone restent limitées. Pour Inga Sempé, cela se limite à Ligne Roset et à Moustache. Pour le reste, elle va là où la cause du design est mieux entendue. Notamment en Italie – Alessi, Luce



La lampe Cape, de Constance Guisset, éditée chez Moustache.

Plan, Mutina... – ou en Scandinavie – avec les suédois Gärsmäs et Wästberg, le danois Hay... – où elle est éditée avec régularité. Cette dimension internationale des collaborations est le lot de nombreux designers français, pour qui le *made in France* est à ce niveau un débat d'arrière-garde car totalement déconnecté de la réalité de leur métier.

« JE NE FAIS QUE DU DESIGN. J'en vis mal mais j'en vis. » Bien qu'elle se sente chanceuse, Inga Sempé est à cran. Il faut le savoir, la rémunération des designers est plutôt faible : 3 à 4% sur le prix de fabrication. Inga Sempé tempête à coups de tweets contre le ministère de la Culture : « Parce que nos objets sont assujettis à une fonction, nous sommes assimilés à des ingénieurs, et donc le ministère nous ferme les portes de la Maison des artistes. On nous refuse un statut d'artiste-auteur qui permettrait à certains d'entre nous de survivre et d'avoir une protection sociale. » À cela s'ajoute le manque de respect de certains commanditaires. « Ils profitent du contexte de crise et du grand nombre de designers sur le marché pour réduire les rémunérations à l'état de peau de chagrin, s'offusque Pauline Deltour. On mérite d'être bien payé. Il n'y a aucun plaisir à travailler gratuitement. » Parisienne depuis 2010, après s'être formée à Munich chez le réputé Konstantin Grcic, cette jeune designer parvient à tirer son épingle du jeu en refusant catégoriquement ces projets mal payés et en jonglant entre enseignement – à l'École cantonale d'art de Lausanne (ECAL) – et édition d'objets – Alessi, Böwer, Discipline, Muji, Lexon, Puiforcat... Son trait élégant a su séduire jusqu'au Japon où elle a dessiné des douceurs destinées le rituel du thé vert pour Shibafune Koide (2013). Elle ne s'en cache pas : le plus rémunérateur est l'architecture intérieure, qu'elle développe depuis peu avec ses comparses des Arts déco Anne-Laure Gautier et Gwenaëlle Girard, réunies dans leur atelier appelé En Bande Organisée (EBO). Le trio vient de signer le stand Puiforcat au dernier Maison & Objet, et réalise depuis un an les vitrines de Balmain, rue François-I^{er}, à Paris. Et ce n'est qu'un début!

Constance Guisset a la même stratégie, passant de l'objet à l'espace. Et vice versa. Comme l'atteste son projet



Système de rangement mural Pinorama, d'Inga Sempé, pour la société danoise Hay.

Le nouveau salon Business Air France du terminal 2E de l'aéroport Paris-Roissy-Charles-de-Gaulle a été dessiné par Noé Duchaufour-Laurance.

dernier-né : le nouveau concept des lounges des Hôtels Suite Novotel à La Haye et à Paris. Cette nouvelle corde à son arc s'ajoute à son savoir-faire déjà reconnu de scénographe. Elle a eu Angelin Preljocaj comme premier client pour le décor de son solo dansé, *Le Funambule*. C'était en 2009, l'année même où elle créait son agence, après un parcours de très bonne élève (Essec, Sciences-Po et

ENSCI) et une expérience d'administratrice chez les frères Bouroullec. Suivra, en 2013, une seconde collaboration avec le célèbre chorégraphe pour un ballet d'après le texte des *Mille et Une Nuits*. Cette année, elle assurera la double mise en scène d'expositions qui célèbrent les 30 ans de carrière de Preljocaj au Centre national du costume de scène (CNCS), à Moulins, et à la Fondation Vasarely, à Aix-en-Provence. Dans la foulée, elle a su séduire le monde des musées, depuis sa prestation pour « La mécanique des dessous » aux Arts déco, en 2013. Elle interviendra au musée du Quai Branly, en 2016. Ce qui plaît, c'est sa manière bien à elle d'insuffler du mouvement, de l'étrangeté, de la délicatesse dans les objets ou les espaces qu'elle dessine, à l'image de son best-seller *Vertigo*, mi-lampe mi-abri, ou de *Cape*, sa dernière création à la forme très énigmatique.

SI, COMME SES CONSEURS, elle regrette la faible intégration du design dans les grandes entreprises, Constance Guisset reconnaît l'efficacité des petits éditeurs (Petite Friture, Moustache, etc.) qui ont émergé sur la scène française et permettent à ses projets d'exister en dehors des canaux habituels. Ces microstructures, dégagees de la gestion lourde d'un outil de production, font partie des bons côtés du design français. Leur activisme se mêle à l'énergie qui se dégage des événements tels les Designers Days ou la Design Week, et des nombreux outils de soutien que les designers étrangers nous envient, comme les Ateliers de Paris, le Lieu du design ou le VIA (Valorisation de l'innovation dans l'ameublement) et ses différentes bourses de recherche. Le revers de la médaille, on l'a dit, c'est la persistance d'une difficulté, en France, à comprendre, voire à cerner ce que recouvre le design. Or les médias – hormis les spécialistes comme le magazine *Intramuros* –, à souvent regarder le design par le petit bout de la lorgnette, ont leur part de responsabilité comme partie prenante du système de la mode. On dit « c'est design » comme on dit « c'est beau » ou « c'est moche ». Or il y a mieux à dire sur cette pratique. Ainsi Inga Sempé s'étonne que les médias se désintéressent tant de ce qui fait le sel du design : le travail *in situ* dans les usines, c'est-à-dire la mise en œuvre technique, l'intégration des outils ou des savoir-faire. Comme le capitonnage sophistiqué, emprunté à la mode requis par Ligne Roset pour ses sièges *Ruché*. Ou, dans un autre genre, le tissage complexe de ses couvertures éditées par un fabricant de laine norvégienne, Røros Tweed, éleveur de moutons. À bon entendeur, salut! ▲