

A la rencontre du design

Espaces Dialogues a organisé le 15 juin 2012 une visite guidée du **site de VITRA à Weil am Rhein**. Cette entreprise phare dans le design des meubles de bureau mais aussi de l'habitat, a été fondée à Weil am Rhein (Allemagne) en 1950 par la famille Fehlbaum, encore aux commandes aujourd'hui. Dès 1957 Willi Fehlbaum travaille en étroite collaboration avec Charles Eames (1907-1978) qui est considéré comme un des designers majeurs du XXe siècle. L'entreprise lui doit en grande partie sa philosophie fondée sur la durabilité de l'objet et son accessibilité au plus grand nombre.

Après l'incendie qui ravagea le site de Weil am Rhein en 1981, Rolf Fehlmann fera appel à un bataillon d'architectes peu ou pas connus et couronnés depuis par des prix prestigieux. Le site de Weil am Rhein est ainsi devenu une vitrine du design intelligent.

*Le texte qui suit a fait l'objet d'une communication de **Michèle BOUSQUET**, dans le car qui conduisait le groupe à la découverte de Vitra.*

Qu'est-ce que le DESIGN ?

« Le design est une activité créatrice dont le but est de déterminer les qualités formelles des objets produits industriellement. Par qualité formelle on ne doit pas seulement entendre les caractéristiques extérieures mais surtout les relations structurelles et fonctionnelles qui font de l'objet une unité cohérente »

définition de ICSID (International Council of Societies of Industrial Design) organisme qui regroupe au plan international les différents syndicats professionnels de designers.

Cette définition met en avant la notion de CRÉATIVITÉ et de COHÉRENCE de la forme, et non pas seulement l'esthétique.

Cela signifie que le design est à la fois une activité :

- **de création** avec l'apport esthétique
- **de résolution de problème** (qui peut toucher soit le produit lui-même, soit sa commercialisation, soit son positionnement soit sa production, soit plusieurs de ces éléments !)
- **systémique**, le design joue un rôle médiateur entre contrainte du monde industriel et technologique et les attentes des consommateurs. De plus, il participe à la mémoire collective de l'histoire des hommes et de leur civilisation.
- **Coordinatrice**, au sein du process industriel il doit prendre en compte tous les impératifs de l'entreprise : financier, marketing, de production tout en lui assurant le succès espéré dans le respect de ceux-ci.

Il apparaît donc que le design va bien plus loin qu'une intervention esthétique en prenant en compte des paramètres multiples qui proviennent de l'entreprise elle-même, de son environnement, et de la technologie et plus globalement de l'évolution du monde actuel.

On peut définir le design comme étant une activité créatrice visant à déterminer -à optimiser- la forme d'objets produits industriellement et qui devront trouver leur marché et comme une technique justifiant d'un certain savoir faire technologique et artistique et se reconnaissant dans une certaine idéologie

En conséquence, le rôle du design est de répondre à des besoins, de résoudre des problèmes, de proposer des solutions innovantes ou d'inventer de nouvelles possibilités dans le but d'améliorer la qualité de vie des êtres humains, que ce soit dans les sociétés industrielles occidentales (où le design est né) ou dans les pays en voie de développement. La pluridisciplinarité se trouve par conséquent au cœur du travail du designer, dont la culture se nourrit aussi bien des arts, des techniques, des sciences humaines, de la nature...

Les différents domaines du DESIGN

La profession de designer s'est progressivement structurée au XXe siècle autour de 4 grands pôles : le design d'environnement, le design de produit, le design graphique et le design de conditionnement.

- **Le design d'environnement** consiste à aménager des espaces de vie : espaces de travail, d'accueil, d'exposition, de vente, etc

Exemples : des sièges sociaux des entreprises, des halls d'accueil d'administration, des réseaux de vente (franchise), des centres commerciaux, des stands de foire, etc

La frontière avec l'architecture est mince.

- **Le design de produit** touche tous les produits industriels ou de consommation de fabrication industrielle comme le mobilier, l'électroménager, les télécommunications, la bureautique, les bateaux, les jouets, les vélos, les machines outils, les automobiles, les trains, etc.

- **Le design graphique** consiste à concevoir des formes (lignes, figures, couleurs...) destinées à représenter le nom de l'entreprise, ses marques et ses produits (LOGO) et créer une véritable identité visuelle de l'entreprise (ou de tout autre personne morale)

Il peut aussi concerner les catalogues, les plaquettes d'utilisation, de montage mais aussi le papier à lettres, les emballages, la signalétique, etc

- **Le design de conditionnement** consiste à concevoir des conditionnements de produit afin de à la fois les protéger, les stocker, les manipuler, les transporter, les conserver, et les vendre ! Ce design *-packaging design-* est un secteur en pleine expansion en raison de la généralisation de la vente en libre service et des réglementations en matière de conservation et de sécurité notamment dans le domaine alimentaire. Il est proche et va plus loin que le design graphique, et le design produit. Parmi les produits complexes non alimentaires que l'on peut citer : le parfum.

De nouveaux pôles émergent avec la fin de l'ère post industrielle et l'arrivée de l'ère de la dématérialisation et du numérique, c'est le **design numérique** :

Ce nouveau design s'inscrit dans les enjeux majeurs de la conception de services à savoir : créer de la relation, de la simplicité, du désir, de l'appropriation et des pratiques possibles. Le designer est plus que jamais un intégrateur, un point de convergence des forces d'une équipe interdisciplinaire dans le processus de création du produit ou du service. Dans ce contexte, le designer numérique est porteur des démarches d'innovations non technologiques, par ses capacités à imaginer, à mettre en scène et à représenter des usages et des pratiques possibles issus des technologies en les configurant en produits ou services utilisables et désirables.

Ces produits et services, visibles ou invisibles sont l'interaction croisée de réseaux, d'information, d'espaces, d'actions et de personnes, et leurs formes sont autant immatérielles (exemples : logiciel, site web, système opératif, système de communication) que matérielles (exemples : téléphone, ordinateur, télévision, blog d'entreprise, système domotique, etc.)

Dans ces nouveaux champs du design qui s'attachent à rendre visibles, (et /ou) perceptibles, et donc compréhensibles des éléments importants d'un produit ou d'un service pour ceux à qui il s'adresse en créant du sens et une ergonomie, on peut citer :

- **Le design d'information** qui se définit comme « l'art et la science de la préparation de l'information afin qu'elle puisse être utilisée par les êtres humains avec efficacité et efficacité ». Le design d'information signifie à la fois "dessin" et "projet", qui traduit une information claire et directe. L'information utile n'est pas un accroissement de la quantité d'informations mais tout au contraire une réduction de cette quantité par des regroupements pertinents. Avec l'émergence

du numérique ces enjeux sont très importants, et le design numérique va bien au delà du design graphique déjà cité.

- **Le design sonore** : Il s'agit de concevoir des jingles, des bandes annonces, des musiques d'attente, mais aussi définir l'identité sonore d'une marque ou encore, bien étudier le son d'une porte de micro-ondes. Le designer sonore crée des sons et des musiques à la demande des clients, à l'aide le plus souvent d'outils de studio. Il propose des chartes sonores en fonction du cahier des charges fourni et intervient au niveau de la production du son. Tout comme le designer industriel sur un produit, le designer sonore articule son travail sur esthétique et fonctionnalité, en tenant compte de l'ergonomie, de la mémorisation d'un message publicitaire, de la signalétique sonore, de l'identité de la marque, etc.

Les grandes étapes du DESIGN

Historiquement on fait apparaître le design au milieu du XIXe siècle avec **l'Exposition universelle de Londres en 1851** :

- son **Palais de Cristal** conçu par un horticulteur (Joseph Paxton) qui présente un bâtiment d'une très grande modernité par son architecture et par son type de construction modulaire et standardisé avec des poutres métalliques, écrous et boulons

- **Michael Thonet** (1796-1871) (Allemand – Autrichien) En 1851 il décide de créer une nouvelle entreprise, et y développe sa chaise n°4 qu'il crée pour répondre à la commande d'Anna Daum (café Daum) qui rêve de "chaises pratiques, élégantes et peu encombrantes", Devant l'affluence des commandes, il décide de la produire en série. En juillet 1851, Thonet présente ses derniers meubles à l'exposition universelle de Londres, et reçoit la médaille de Bronze, ce qui contribue à sa notoriété internationale.

À sa mort en 1871, son entreprise compte six usines en Europe qui alimentent un réseau commercial de 14 magasins de vente dans le monde dont le 15, boulevard Poissonnière à Paris, qui deviendra le siège de Thonet Frères France

La chaise « n°14 » (1859) devient une référence vendue à 50 millions d'exemplaires entre les années 1859 et 1914.

Arts and Crafts en 1888 avec William Morris qui craint que l'industrie n'abolissent l'objet artisanal (seule garantie de la beauté) Se créent alors différentes Guildes d'artisans qui prennent pour référence le Moyen-âge (l'art gothique). Ce mouvement eut aussi une grande influence sur l'architecture.

Dès 1902, **Peter Behrens** réalise le premier design industriel global pour AEG : l'usine des turbines, des objets électriques, le logo, etc.

En 1911, **Josef Hoffmann** (Sécession viennoise) achève le palais Stoclet, fabuleuse villa urbaine conçue comme une œuvre d'art totale pour le compte d'un financier belge.

Charles Rennie Mackintosh et **Frank Lloyd Wright** posent les bases des lignes épurées et simplifiées qui vont devenir le synonyme de « design », en construisant villas et mobilier pour riches américains ou écossais avides de nouveautés.

Le fonctionnalisme, né à la fin du XIXe siècle, engendre l'école de Chicago, puis le Deutscher Werkbund, les Wiener Werkstätte ainsi que le Bauhaus : « **La forme suit la fonction** ». Cette définition donnée par l'architecte américain Louis Sullivan illustre parfaitement ce que représente le fonctionnalisme appliqué au design. Chaque forme à une nécessité, l'usage d'un produit détermine sa forme sans que l'ornementation soit mise en avant.

Bien que le concept fonctionnaliste paraisse très simple, il y a eu beaucoup de divergences sur les interprétations et en particulier sur la définition de la fonction. C'est ainsi que les rationalistes -« *la fonction, c'est ce qui est utile* »- et les expressionnistes -« *les émotions sont aussi une fonction* »- se revendiquent également comme fonctionnalistes.

Le fonctionnalisme domine le design moderne jusqu'à sa remise en cause par certains post-modernes à partir de 1968.

Le Bauhaus et les années 1920

Lancé en 1919 par **Walter Gropius** avec son Manifeste du Bauhaus il a été une formidable pépinière de talents et un extraordinaire outil de la promotion d'un modernisme *progressiste* qui n'hésite pas à mettre les mains dans le cambouis de la production de masse. Il faut rappeler que l'un des premiers gestes des nazis une fois arrivés au pouvoir, est de fermer le Bauhaus.

Parmi les designers de premiers plans qui relèvent ou se réclament de ce mouvement moderniste :

Ludwig Mies van der Rohe, **Marianne Brandt**, **Marcel Breuer**, **Le Corbusier** et **Charlotte Perriand**, **Gerrit Rietveld** (Pays-Bas), **Alvar Aalto** (Finlande), **Bruno Mathsson** ou **Wilhelm Kage** (Norvège).

La Grande crise et les années 1930

Raymond Loewy écrit « la laideur se vend mal » et propose de donner une valeur esthétique et symbolique forte aux objets manufacturés pour relancer l'économie. Outre la Cadillac, la bouteille Coca-Cola, des locomotives, il dessine aussi les paquets de cigarettes Lucky Strike et son logo sur les deux faces du paquet, le logo de Shell...

L'après-guerre et design organique

Cette période d'après-guerre est caractérisée par l'adoption de formes fluides, rondes et souples qui vaut au design d'être qualifié d'organique, c'est le **Néomodernisme**

- Pays nordiques : **Alvar Aalto** instaure dans ses réalisations de mobilier le procédé du lamellé-collé de bois déjà utilisé dans l'architecture depuis le début du XXe siècle. Au niveau des matériaux, le tube d'acier, omniprésent dans le design des années 1930, se voit remplacé par les plastiques. **Arne Jacobsen** (chaise Fourmi et fauteuil Œuf), **Eero Saarinen** (chaise Tulipe)

- Les USA : **Charles et Ray Eames** ou **George Nelson**, **Eliot Noyes**, (IBM)

- En Italie : **Gio Ponti**, **Carlo Molino**, **Marcello Nizzoli** créent les icônes de "la dolce vita" : Vespa, machine à expresso, belles carrosseries, etc. **Flaminio Bertoni** (Citroën : Traction Avant, 2CV jusqu'à la DS).

- En Allemagne : la tradition artistique issue du Bauhaus renaît avec la Hochschule für Gestaltung Ulm, **Hans Gugelot**, **Dieter Rams** (Braun GmbH).

- Au Royaume-Uni : **Ernest Race**, **Robin Day** (textiles style fifties) et **Douglas Scott** qui dessine le bus rouge à impériale, devenu depuis l'une des icônes anglaises.

- Le Japon : n'a pas laissé de designer de premier plan mais le design anonyme produit par les équipes de sociétés -Sony- témoigne d'un fort professionnalisme dans ce pays.

1960-80, autocritique du design et réinvention poétique

Entre 1961 et 1974, le mouvement anglais **Archigram**, mené entre autres par **Peter Cook**, développe une architecture sans fondation, purement théorique, et édite une revue d'architecture. Ses membres réagissent à l'ère de la consommation et développent un travail portant sur le pop art, les mass medias et l'électronique.

Leur travail fut en retour une source d'inspiration pour le mouvement high-tech, notamment le centre Pompidou (1977) de **Piano** et **Rogers**, ainsi que le travail de **Norman Foster**.

À la fin des années 1960, parallèlement au mouvement d'architecture radicale, **l'antidesign**, avec **Joe Colombo**, repense l'habitat à partir du design et contre les formes hiérarchiques de l'architecture. Il invente les conditions d'une vie quotidienne moderne en correspondance avec le monde dans un rapport harmonieux espace-temps et invite les designers à repenser complètement l'habitat à partir du design. (chaise Flexform)

En Italie de nombreuses agences voient le jour :

L'agence Archizoom, fondée en 1966 à Florence en Italie par **Andrea Branzi**, **Gilberto Corretti**, **Paolo Deganello**, **Massimo Morozzi**, **Dario Bartolini** et **Lucia Bartolini**.

Le groupe Superstudio fondé en 1966 à Florence par **Adolfo Natalini** et **Cristiano Toraldo di Francia**. Natalini écrit en 1971 : « si le design est plutôt une incitation à consommer, alors nous devons rejeter le design ; si l'architecture sert plutôt à codifier le modèle bourgeois de société et de propriété, alors nous devons rejeter l'architecture ; si l'architecture et l'urbanisme sont plutôt la formalisation des divisions

sociales injustes actuelles, alors nous devons rejeter l'urbanisation et ses villes... jusqu'à ce que tout acte de design ait pour but de rencontrer les besoins primordiaux. D'ici là, le design doit disparaître. Nous pouvons vivre sans architecture. »

Le Groupe de Memphis fondé en 1980 par **Ettore Sottsass** est une réaction au style international, marqué par une production humoristique et poétique.

Droog Design est découvert à la Foire Internationale du Meuble de Milan en 1993 dans l'exposition off de la Design Academy d'Eindhoven. Caractérisé par une impertinence, une approche critique et décalé, les productions font souvent figures de manifeste. Il s'agit d'une fondation dirigée par une historienne d'art Renny Ramakers et un designer Gijs Bakker, originaires des Pays-Bas. Droog Design se définit comme un label et regroupe des designers internationaux convergent sur cette même approche (**Jan Konings, Jurgen Bey, Marcel Wanders, Tejo Remy, Piet Hein Eek...**) Ce mouvement est avant tout un pied de nez au design institutionnalisé, aux formes fluides et fonctionnelles. Ce groupe est très lié aux idées des années 1960-70, notamment le design radical. Le phénomène a véritablement ouvert une brèche dans les enjeux de la discipline et dans nos références culturelles.

En France le design compte de grands noms : **Charlotte Perriand, Le Corbusier, Raymond Loewy, Jean Prouvé, Andrée Putman, Roger Tallon (TGV), Pascal Mourgue, Philippe Starck, Jean-Michel Wilmotte** (mobilier urbain), et bien d'autres...

CONCLUSION

Au XXe siècle, nous sommes successivement passé d'un marché d'équipement à un marché de masse, d'un marché de masse à un marché d'offre, du produit pour tous aux produits pour chacun, et d'un marché de niche à un marché de choix.

La révolution numérique, véritable nouvelle révolution industrielle, a bouleversé les schémas de production ; la distribution et les services prennent le pas sur l'industrie et les produits.

Dans ce contexte, qu'est-ce que le design, aujourd'hui ? Répond-il encore aux réalités des enjeux qui se posent à notre économie post-industrielle du XXIe siècle qui est caractérisée par l'immatériel ?

Aujourd'hui, le design ne pose plus tant la question de faire des beaux produits, que des produits et des services désirables, utilisables et essentiels. Le design ne s'attache plus tant aux objets qu'à la fourniture d'une solution globale.

Il doit notamment prendre en compte tous les enjeux liés au respect de l'environnement, à la « recyclabilité » des produits et cela depuis la création du produit jusqu'à sa disparition complète !

Plus que jamais, pour être pertinent, le design se doit de répondre aux grands enjeux du monde actuel en complète mutation, et cela passe par la formation des designers qui doit nécessairement être pluridisciplinaire alliant sciences, techniques, arts et humanités !

Michèle BOUSQUET
avec la complicité de Wikipédia
Juin 2012

Ref. : Economie