

Les Sismo, Antoine Fenoglio & Frédéric Lecourt : La ligne de crête

Du haut de la ligne de crête, on a notre meilleur point de vue! Celle-ci se trouve être au point haut d'un relief séparant les deux grandes forces du design. D'un côté, sa capacité à réfléchir, réinventer, s'engager, modifier, critiquer, infléchir, tenter... De l'autre, sa compétence pour servir une marque, rendre identifiable, valoriser, rendre tangible... Ces deux aspects sont aussi deux réalités qui confrontent deux types d'acteurs du métier, qui s'ignorent au mieux, se toisent le plus souvent. Les créateurs-designers qui signent leurs pièces, s'approprient un champ formel, revendiquent des valeurs, de préférence loin du capitalisme sauvage. Les agences de design qui travaillent pour des marques, aident à rendre tout reconnaissable, désirable, achetable, consommable, rentable. Les premiers disent des seconds qu'ils n'ont pas de point de vue, pas de créativité, pas de morale et ne pensent qu'au profit. Les seconds disent des premiers qu'ils sont prétentieux, élitistes, pas à l'écoute, pas dans la réalité, et qu'ils ne font que de la com'. Dans les caricatures, il y a certes toujours un peu de vrai, et un peu d'a priori. Quelques faits aussi : ce n'est pas demain qu'un créateur-designer emploiera 80 personnes comme peut le faire une agence. Ce n'est pas demain qu'un mobilier haut de gamme sera signé par une grosse agence de design. Ce n'est pas demain qu'un créateur fera de la stratégie pour un grand groupe industriel. Ce n'est pas demain qu'une agence fera la une d'Intramuros. De part et d'autre de la montagne

"design", deux vallées séparées. À chaque vallée ses médias, son vocabulaire, ses réseaux, son économie, ses a priori, ses jalousies, ses savoir-faire, etc. La vie quoi. Nous essayons toujours de rester en équilibre sur la ligne de crête de cette montagne, de faire des projets dans chacune des vallées, sans jamais perdre de vue l'autre. C'est Michele de Lucchi (www.micheledelucchi.com) qui nous a mis la puce à l'oreille sur le sujet, à Milan, il y a plus de 15 ans. Si l'on tombe d'un côté de la montagne, on est cuit, on perd le contact avec l'autre, et on perd notre point de vue, donc notre crédibilité. Alors pour garder l'équilibre, lorsque l'on fait un projet très, très industriel avec une grosse marque, on va pousser d'autant plus loin à l'opposé notre réflexion de créateurs. Ainsi sommes-nous devenus commissaires d'exposition à Sèvres Cité de la Céramique en même temps que nous commençons la conception de la plateforme d'innovation du groupe St Gobain. Ainsi avons-nous développé le projet Vanité High Tech (la machine à produire son propre crâne!) alors qu'on nous confiait une réflexion sur les boîtes aux lettres de la Poste. Cela nous permet d'être engagés -même dans l'univers de l'industrie et des marques- et réalistes -même dans nos collaborations avec des artistes contemporains. Pas de secret, c'est cette diversité, et les nécessaires adaptations intellectuelles et créatives, que l'on adore avant tout dans le design •

L'autre page est une page en plus, différente. Son contenu est extérieur à Design fax. Livres, propos, documents originaux trouvent leur place dans cette autre page (ou ces autres pages).