

SORTIR47.FR PRÉSENTE

popl'art

© AUTOMNE 2012
#4
AGEN
MARMANDE
NÉRAC
TONNEINS
VILLENEUVE/LOT

*culture * tendances près de chez nous*

**FREE
GRATUIT**
PRIX MAXIMUM
AUTORISÉ

MODE / SHOPPING / DISQUES / LIVRES / DESIGN
THE SHELTERS / EXPOSITION DESIGN A CAPELLA
ÉCHOS LOGIQUES / XAVIER AUGUET
PYROPAT / LES VIVRES DE L'ART / GUIDE SORTIES
RUGBY OR NOT TO BE CULTUREL



EXPOSITION DESIGN A CAPELLA

L'INTELLIGENCE DU PRODUIT

INTERVIEW / MARTIN PAICHEUR - PHOTOS / NICOLAS DUMOULIN

Didier Garrigos et Stéphane Frant participent à l'exposition « Design A Cappella » et conçoivent un projet avec le bon-encontrais Vincent Mas, directeur commercial de la société Rotomod. Réunis autour de Marie-Dominique Nivière, conservatrice du musée d'Agen, ils parlent de cet art qui n'en serait pas un...

Quelle est votre définition du design ?

Stéphane Frant : C'est un artisan de la forme et de la fonction, pas nécessairement un artiste.

Marie-Dominique Nivière : La différence est que l'artiste, lui, n'a plus de contrainte, comme cela pouvait être le cas à la Renaissance. Le design est dans la suite logique de l'Art déco.

Vincent Mas : On fait appel à un designer pour rendre un produit ergonomique, agréable afin de se démarquer des autres.

Didier Garrigos : C'est une action qui tend à favoriser le mieux-vivre.

Le design semble conserver l'image d'une production réservée à une certaine classe...

DG : En réalité, le grand public, même sans s'en apercevoir, achète des travaux qui ont fait l'objet d'études design.

M-DN : Pour le grand public, le design ne se résume souvent qu'au mobilier alors que ce n'est qu'une facette. Le problème, aussi, est que design ne correspond pas à un style identifiable.

SF : Il y a en France une différence culturelle avec l'Italie, notamment, où il est entré dans les esprits.

DG : Le terme de design industriel, aussi, est trompeur. Il s'agit en fait de toutes les quantités, même petites, produites en série. Et le design regroupe de nombreux univers : produit, d'espace, d'environnement, sonore, graphique, de mode...

Donnez-nous des exemples qui prouvent que le design est fait pour tout le monde...

SF : Depuis le premier silex, les Colt ou la Ford T... L'esthétisme industriel est né après la crise de 29. Il fallait créer utile et beau, pour donner

du plaisir. Raymond Loewy le résumait bien : «La laideur se vend mal».

M-DN : Roger Tallon, dont une chaise est ici exposée, a aussi signé le TGV ou le Minitel.

DG : Cet homme a aussi bien fait de petites radios pour particuliers que du design industriel. Même sans le savoir, nous vivons entourés d'objets qu'il a créés.

SF : Aujourd'hui, le design se démocratise car les marques mettent plus en avant le nom des créateurs.

VM : Auparavant, dans le monde de l'entreprise, le travail de dessinateur et de créatif était réalisé par le patron et son équipe.

Justement, qu'apporte un designer au monde de l'entreprise ?

VM : La conception.

M-DN : C'est comme un ingénieur.

SF : Je dirais que c'est plus un médiateur, à la croisée des chemins.

DG : Il a une action transversale puisqu'il travaille avec l'ouvrier, le patron et le consommateur.

VM : Il réalise les croquis, travaille sur l'esthétisme, l'ergonomie... Le beau reste subjectif. Mais avant, on pouvait imposer sur le marché un produit si on était seul sur le créneau. Aujourd'hui, ce n'est plus le cas.

Le design doit-il donc être beau ?

SF : Il doit avant tout répondre à un besoin, qui peut-être esthétique, ergonomique, symbolique ou culturel.

VM : Mais le facteur d'achat repose sur le plaisir qui est lié à l'esthétisme.

Quel est l'intérêt du design quand il s'agit d'un objet destiné à l'industrie, comme par exemple le laser designé par Didier Garrigos ?

DG : Le code couleur a permis de renforcer l'image de marque. Sur le plan sémiologique, celui de l'interprétation des objets : sa forme rappelle celle d'un cerveau, l'intelligence et d'un nez où est logé le laser...



De gauche à droite : Stéphane Frant, Marie-Dominique Nivière, Didier Garrigos. Assis : Vincent Mas.



VM : Le designer donne de l'harmonie dans les formes afin d'identifier la marque auprès des consommateurs.

SF : C'est une signature, une différenciation.

Le design est-il cher ?

DG : La notion de coût est importante. On se doit de concevoir en fonction du coût et de la cible car il faut dégager du revenu pour l'industriel.

VM : Il ne faut pas être hors coût de production sans quoi on ne trouvera pas de consommateur.

SF : À l'inverse, il faut parfois savoir valoriser un produit pour trouver sa cible, même si les coûts de production sont bas. Il y a des produits peu coûteux, faciles à produire mais qu'il faut vendre chers pour qu'ils trouvent leur cible... Le coût d'un designer doit se traduire par un retour sur investissement. Et en tant que concepteur, il doit optimiser les coûts de production.

Quel est, selon vous, l'intérêt d'une exposition telle que « Design A Cappella » ?

SF : Chaque projet va toucher différemment les visiteurs car le sens compte aussi. Le siège «chistera», par exemple, véhicule une propriété culturelle forte. D'autres sont plus épurés, à la Scandinave. Chaque pièce touche à l'émotion, c'est un domaine essentiel, celui de l'art, du talent, de la création propre au designer.

M-DN : Elle nous permet de faire le lien avec les collections d'Art déco du musée des Beaux-Arts, en se limitant au territoire aquitain, preuve qu'il n'y a pas qu'à Paris que ça bouge.

SF : Les designers gagnent d'ailleurs de plus en plus la province pour se rapprocher des savoir-faire régionaux. ■

Le premier fauteuil d'une gamme de mobilier outdoor.

Fabricant et transformateur de matières plastiques depuis 30 ans, l'entreprise Rotomod s'est notamment fait un nom dans le monde du canoë-kayak. Pour se diversifier, elle a lancé une consultation nationale pour trouver le designer susceptible de donner rêve à son projet. Parmi les candidats, le Bordelais Didier Garrigos et le Périgordin Stéphane Frant sont impossibles à départager. Ils travailleront donc ensemble. Dans ce projet industriel à long terme, ils ont eu pour mission de créer toute une gamme, tendance, de mobilier d'extérieur. Courant septembre, le premier fauteuil, fraîchement moulu, viendra enrichir la collection présentée dans la crypte des Jacobins. ■



www.agen.fr
www.rotomod.com
www.garrigos-design.com
www.ilo-creatif.com