

Design : une *Breizh touch* ?

Yann Rivallain

CONTRAIREMENT À D'AUTRES RÉGIONS DE FRANCE ET D'EUROPE ET MALGRÉ LA PRÉSENCE DE FORMATIONS SOLIDES ET DE NOMBREUX TALENTS, LA BRETAGNE N'EST PAS RECONNUE COMME UNE TERRE DE DESIGN. UN PARADOXE QUE RENFORCENT L'IMPORTANCE DES TRADITIONS DÉCORATIVES, DES SAVOIRS-FAIRES ARTISANAUX ET LA RICHE HISTOIRE ARTISTIQUE DE LA PÉNINSULE. POUR COMBLER CE RETARD, LES ACTEURS DU DESIGN TENTENT DE SE RASSEMBLER POUR EXPLIQUER LEUR MÉTIER ET CONVAINCRE DE SON IMPORTANCE POUR L'ÉCONOMIE ET L'ATTRACTIVITÉ DE LA BRETAGNE.



Ces plats à tagines fabriqués et commercialisés par l'entreprise Bretagne céramique industries, à Languidic, ont été conçus avec les services du designer Jacky Le Faucheur. Des designers comme Philippe Daney, auteur des lampes Dolmens (page de droite en haut à gauche) sont impliqués dans des projets locaux, comme en ce moment avec la scénographie des quarante ans du parc d'Armorique. Il a également été la cheville ouvrière du projet Habitat création Bretagne qui a permis la fabrication par des entreprises régionales de meubles innovants en lien avec l'identité bretonne.

Doit-on s'étonner du fait que le métier de *designer* soit aussi méconnu du grand public, quand on sait à quel point le terme même de "design" se prête à toutes les interprétations ? Un site internet entièrement consacré à ce métier, placeaudeesign.com, propose plus d'une dizaine de définitions, qui varient fortement selon le point de vue professionnel, culturel, historique ou encore philosophique. Si l'on considère qu'en amont de toute création, il y a toujours eu à la fois un "dessein" et un "dessin", le design a toujours existé. C'est cependant au xx^e siècle que l'expression est véritablement née,

suite à la multiplication des techniques et matériaux disponibles pour la production de masse. Les premiers designers au sens moderne du terme se comptent dans les rangs du Bauhaus, ce mouvement artistique allemand mariant les arts plastiques, l'architecture et la peinture, qui cherche notamment à supprimer les frontières entre l'art et l'artisanat, tout en visant la production industrielle. L'expression semble s'être popularisée aux États-Unis dans les années 1930, avec la consécration des premiers grands designers industriels, tels que Raymond Loewy. Elle n'est néanmoins entrée dans le vocabulaire courant que

dans les années 1960. Jusqu'aux années 1990, pour le grand public, l'expression se réfère surtout à un "style design", qui évoque une certaine recherche d'esthétique, de fonctionnalité et de modernité, à laquelle, en Europe, on associe plus ou moins naïvement l'Italie ou les pays nordiques, quelques célébrités et les objets très coûteux dont sont friands les magazines de mode.

Et pourtant, depuis les années 1960, des sociologues, des philosophes, des ingénieurs et des designers affinent peu à peu les contours de cette activité qui évolue aux confins de la production industrielle, de l'art, de l'artisanat et du marketing. "Aujourd'hui encore, un designer passe souvent plus de temps à expliquer son métier qu'à l'exercer", affirme Jacky Le Faucheur, qui a monté son studio de design et de marketing à Auray, après avoir exercé dans le domaine des arts de la table en région parisienne. Selon le *Larousse*, le design est une activité qui vise "à la création d'objets, d'environnements, d'œuvres graphiques, etc., à la fois fonctionnels, esthétiques et conformes aux impératifs d'une production industrielle." Cette définition peine cependant à exprimer toutes les facettes d'un métier, qui recouvre des réalités différentes selon le mode d'exercice (en indépendant ou intégré à l'entreprise), l'implantation géographique (proximité des grands centres de production industrielle), la nature des commanditaires (multinationales ou PME régionales) et bien évidemment, la sensibilité du



designer. Pour Jacky Le Faucheur, la mission du designer consiste à “inventer des produits de qualité qui vont répondre à un besoin, faire naître un projet et obtenir un succès commercial. C’est un métier qui nécessite d’adopter une posture à la fois créative, technique et marketing.” Il cite par exemple Guy Cotten, “qui a eu très tôt une démarche de designer en réfléchissant à la manière d’apporter un bénéfice à un produit usuel, grâce à un nouveau matériau.”

DESIGN EN BRETAGNE

Il est bien difficile de mesurer le poids du design en Bretagne car les professionnels sont le plus souvent encore peu en réseau, malgré les efforts menés par les collectivités, les responsables de formation ou des associations comme Design et métiers d’arts (DMA), basée à Rennes, pour leur donner une visibilité. Cette dernière est dirigée par Nicolas Prioux, un designer formé à Rennes et à Milan, à qui on doit notamment l’agencement et le gros mobilier du TNB, des projets sur une charte du design pour les lieux d’accueil touristiques, mais aussi de nombreux produits conçus par exemple pour Cinna ou Roset. À Rennes, DMA possède une galerie consacrée au design breton, qui passe régulièrement des commandes à des créateurs de la région. Elle vient aussi de lancer un portail très complet, designenbretagne.com, qui regroupe tous les acteurs de la filière. Il a l’originalité de présenter conjointement

les artisans et les entreprises aux savoir-faire susceptibles d’être utilisées par les designers.

Selon Nicolas Prioux, on peut estimer à environ deux cents le nombre de professionnels bretons qui interviennent dans les différents métiers du design (produit, espace et communication et graphisme). On recense environ une vingtaine d’agences de design produit, branche qui constitue en quelque sorte le cœur du métier, et dont la plupart sont tenues par une seule personne. Elles se situent le plus souvent autour des grandes villes, Nantes et Rennes en tête, car celles-ci cumulent les activités de recherche, de production et de formation. Dans la plupart des cas, les professionnels bretons sont des “designers de l’ombre”, selon l’expression de Philippe Richard, responsable du BTS de design produit au lycée Vauban, à Brest. Même lorsqu’ils jouissent d’une certaine reconnaissance, en Bretagne, ils ne bénéficient pas de la visibilité et de l’exposition médiatique de leurs confrères installés à Paris. On a par conséquent souvent tendance à considérer que le design breton commence et s’arrête à quelques professionnels expatriés en Ile-de-France et dont le talent a été reconnu au plan international, comme les frères Bouroullec, auteurs en 2000 du célèbre lit clos revisité ou, plus récemment, Cédric Ragot, d’ailleurs initialement formé au BTS de design produit du lycée Vauban, à Brest. “Pour que les designers bénéficient de cette résonance médiatique et internationale,

il faut d’abord qu’ils se structurent sur place avant de se greffer sur les réseaux internationaux disponibles, estime Nicolas Prioux. Comme par exemple, lors de la consécration du rock rennais : ce n’était pas un ou deux acteurs seuls, qu’ils soient festivals ou artistes, qui ont permis à la scène rennaise de se faire connaître, c’est le travail en réseau, l’effet d’entraînement.”

Croire que les stars sont à Paris et les autres en Bretagne serait tout aussi erroné. Des grands noms du design international exercent bien dans la région. Philippe Daney, un designer basé à Rennes, a lui-même connu les honneurs au plan national et international. Ses réalisations sont très connues à travers les enseignes Habitat, Sephora, Roset ou encore Cinna. Un statut qui ne l’empêche pas d’être un fervent défenseur du design régional et d’avoir cofondé, au début des années 1990, à Fougères, la société de design de luminaires et de mobilier Tebong, qui a embau-

EN HAUT, À DROITE, Nicolas Prioux, designer, à Rennes dans la galerie de l’association Design et métiers d’Art (DMA) qu’il anime pour promouvoir cette activité à l’échelle de la Bretagne. Il est l’auteur de nombreux objets dont une partie est éditée par Pêpin Le Malin, une agence rennaise de conception, d’édition et de diffusion d’objets de design. Le fondateur de DMA, est aussi responsable pédagogique à l’École de design Nantes Atlantique.

EN BAS, le socle de la bière Celtika, brassée par Britt à Trégunc, a été conçu par le jeune designer Mathieu Le Guern, suite à un appel à projet coordonné par le BTS de design produit du lycée Vauban, à Brest. Mathieu Le Guern, travaille actuellement sur des nouveaux systèmes d’isolation et de cloisonnement modulables en briques de terre cuites, inspirés des techniques du bâti traditionnel en terre.





EN HAUT, de gauche à droite, Jacky Le Faucheur, designer indépendant, Christophe Barhaux, mouliste/prototypiste chez Bretagne céramique industries (bci) et Vincent Vallée, dirigeant de l'entreprise.

EN BAS, Arnaud de la Monneraye, designer, et Laurent Le Bot, de l'agence Faltazy, lors des rencontres du design organisées par l'icb à Lorient en avril. Un concours de design a été lancé à cette occasion. Le premier prix a été attribué à Gwénoél Gasnier pour son récipient conçu pour récolter du sel de mer (page suivante, en bas à droite). Parmi les deux autres lauréats, la besace pour la pêche à pied conçue par Aurélia Ckylak, à partir de chutes de vêtements de pêche Guy Cotten (en bas à gauche).

PAGE SUIVANTE, EN HAUT, atelier de design, à l'école supérieure d'art de Brest qui, avec Rennes, est l'une des deux écoles des beaux-arts de Bretagne à proposer des formations au design.

ché jusqu'à vingt-cinq personnes. Ses réalisations ont notamment été vues dans les films d'Almodovar et fait craquer la chanteuse Madonna – qui doit avoir un faible pour les créateurs bretons, car elle a aussi acquis des sous-vêtements conçus par la Bretonne Val Piriou et des vêtements pour sa fille de la marque de Nathalie Simonneaux, Les Petits Chapelais ! Une sommité mondiale du design, Olivier Mourgue, connu notamment pour son travail sur le mobilier – dont celui du film *2001, l'Odyssée de l'espace* – est installé dans le Léon, depuis les années 1970. Il a longtemps enseigné le design à l'école des beaux-arts de Brest. Ses travaux sont exposés dans les musées du monde entier. On peut encore citer François Elie, dont l'agence basée en Ille-et-Vilaine travaille pour des groupes comme Rossignol, Benetton ou Honda. Selon Nicolas Prioux, des designers comme Antoinette Parrau, qui expose à Dubaï, Gregory Parsy et Camille Debon, qu'on croise aussi à

Paris et Milan, ou encore Bertrand Pincemin font partie d'une génération de jeunes designers bretons de talent qui travaillent en Bretagne et dont le potentiel devrait se confirmer dans les années à venir, à condition de soutenir l'émergence d'un véritable milieu du design. À Nantes, l'agence Faltazy jouit elle aussi d'une renommée et d'une exposition internationale, notamment à travers sa cuisine-concept Ekokook (lire en encadré).

LES HANDICAPS DU DESIGN BRETON

“On a délocalisé la formation, mais pas le métier”, résume Philippe Richard en évoquant le manque de débouchés et le retard pris par cette filière en Bretagne. Tous les designers font remarquer que la Bretagne n'est pas une région de production industrielle comme Rhône-Alpes, par exemple, où le design est particulièrement dynamique. La nature du tissu de PME bretonnes, fortement tournées vers l'agroalimentaire, peut expliquer un certain retard, même si aujourd'hui l'émergence du *food design* offre de nouvelles perspectives. L'absence relative d'industries n'explique cependant pas tout et nombreux sont ceux qui observent que les entreprises bretonnes sont assez frileuses dans ce domaine, voire attentistes, comme le suggère la styliste Nelly Rodi, qui avait regroupé un certain nombre d'entre elles (Armor-Lux, Henriot, Le Minor) dans l'association Création Bretagne, au tournant des années 2000. “Dans la plupart des domaines, comme le *packaging*, on a tendance à suivre plutôt qu'à jouer un rôle moteur, confirme Arnaud de La Monneraye, designer d'espace chez GL Events, à Rennes et initiateur des rencontres du design. Beaucoup d'entreprises bretonnes hésitent et finissent par tout faire elles-mêmes”. Laurent Le Bot, de l'agence Faltazy, estime qu'un gros travail de pédagogie reste à faire pour changer le regard des PME sur le design. “On nous voit surtout

comme des stylistes, pas comme des architectes produits, alors que c'est le cœur de notre métier.”

Pour Nicolas Prioux, la responsabilité de ce décalage vient aussi de l'image du métier véhiculée par les enseignements des écoles des beaux-arts, qui sont souvent imprégnés par une vision non-productive de l'art. Jacky Le Faucheur est lui aussi convaincu que “le design est avant tout un dialogue avec l'entreprise. Chaque projet prend des mois, c'est très complexe car il faut rencontrer toutes les personnes de l'entreprise, dans les domaines opérationnels, le marketing, les dirigeants. Il faut parvenir à créer un enthousiasme autour de nouvelles propositions. Souvent, les entreprises atteignent leurs limites et ont besoin d'une intervention extérieure pour se renouveler. C'est là qu'intervient le designer.” Les exemples de réussites ne manquent pas. On peut évoquer le succès rencontré par les enceintes Cabasse depuis qu'elles ont misé sur le design, les collections d'Armor-lux, les luminaires galets de François Chatin, en passant par les tables de mixage Innovason, les stylos Oberthur à Rennes ou encore les conserves la Belle-Iloise.

Si, pour tirer leur épingle du jeu, bon nombre d'entreprises bretonnes ont misé sur la qualité et l'identité de leurs produits, celles qui ont associé à ces valeurs une vraie réflexion sur le design sont encore rares. C'est tout l'enjeu du travail mené depuis peu par Produit en Bretagne pour encourager la création bretonne, à travers deux expositions faisant intervenir des designers. Elle vient aussi de lancer un prix à la création, qui sera attribué en octobre 2010. Il a pour objectif de “mettre en avant le travail des nombreux designers et créateurs bretonnes dans les domaines de la mode, des arts de la table, de la déco et du jouet, qui participent au dynamisme et à l'attractivité de la Bretagne.” Les collectivités locales, à commencer par la région, ont, elles-aussi, pris la mesure de l'enjeu et sont décidées à accompagner les efforts d'associa-

Une terre de formation

Comme dans de nombreux domaines, en matière de design, la Bretagne se révèle plus dynamique en terme de formation que de débouchés professionnels. La section BTS de design produit du lycée Vauban, à Brest, qui s'appelait au départ "esthétique industrielle", vient de fêter ses vingt ans. Son directeur Philippe Richard remarque que jusqu'aux années 1980, la formation au design était uniquement possible à Paris. À Brest, le BTS, qui forme une quarantaine de designers par an, a la particularité de placer les étudiants en situation d'utilisation afin de travailler sur leurs projets. "Ils vont constamment à la rencontre des utilisateurs, des collectivités ou entreprises pour qui ils réalisent des projets. Il s'agit pour nous de répondre à une demande réelle, et non de proposer une vision d'artiste."

En parcourant les projets réalisés, exposés dans les locaux de la formation brestoise, on constate que le BTS entretient en effet des relations étroites avec le milieu économique, culturel et social environnant. C'est ici qu'ont par exemple été conçus deux des projets lauréats du concours organisés par l'Institut culturel de Bretagne à l'occasion de son récent colloque. Le vainqueur, un des étudiants, a imaginé le concept "holen", un récipient qui permet de recueillir de l'eau de mer avant d'être placé sur une source de chaleur pour



en récupérer le sel, par évaporation. Le second prix a été attribué à une étudiante qui a travaillé avec des chutes de vêtements de pêche Cotten pour imaginer un sac dédié à la pêche à pied. Récemment, des étudiants ont travaillé avec l'entreprise brestoise Cabasse sur des systèmes de haut-parleurs qui intègrent un luminaire. On peut y voir aussi des projets de véhicules conçus pour récupérer les déchets sur le littoral ou encore une superbe signalétique de randonnée, intégrée dans les chemins de planches permettant aux promeneurs de circuler dans des zones humides sur la commune de Guissény. Récemment, l'entreprise Britt a fait appel au BTS pour concevoir une nouvelle version des socles en bois qui supportent la corne de verre dans laquelle est servie sa dernière bière, la Celtika. "Depuis quelques

années, les entreprises bretonnes ont compris que le design pouvait être fait en Bretagne. C'est le cas de la brasserie Britt, à laquelle nous avons proposé cinq designers pour leur appel à projet. Des entreprises comme Microsoft ou Orange, par le biais des relations établies entre la formation et les centres de recherche, font aussi appel au BTS design pour travailler par exemple sur des tables de salons numériques et les petits ordinateurs de demain. Une partie de nos étudiants poursuit leurs études en intégrant des grandes écoles, comme l'école Boule ou l'ENSCI."

La formation au design est cependant suffisamment pluridisciplinaire pour permettre à la moitié des étudiants diplômés de s'orienter vers d'autres métiers, comme le textile, le marketing, le commerce d'artisanat ou encore l'informatique. Avec l'École de design de Nantes Atlantique, le design breton bénéficie aussi de la présence d'une des grandes écoles les plus réputées de France. Reconnue sur le plan international, elle a ouvert une antenne à Qingdao, en Chine. Elle accueille environ sept cents étudiants pour un cursus complet à Bac+5, ainsi que des formations continues et plusieurs BTS spécialisés (design produit, graphique, espace).





Aperçu de l'exposition Breizh Décalages, initiée par Produit en Bretagne et présentée en juin 2009, à la maison de la Bretagne, à Paris, autour de créations contemporaines, réalisées à partir de produits bretons "détournés".

PAGE SUIVANTE,
Owen Poho, un designer et infographiste breton qui présente actuellement une exposition d'objets au musée de Morlaix. À droite, Bezhin est un récipient de table, en bois, qui fait référence au goémon, une ressource précieuse et chargée d'identité sur les côtes bretonnes.

tions comme DMA pour fédérer les professionnels et lier la question du design au projet en cours de création d'une marque "Bretagne". Les rencontres organisées récemment par l'Institut culturel de Bretagne ont réuni près de quatre cents participants et devraient se prolonger par un cycle de conférences et d'autres événements autour du design dans les années à venir. Mené par la Chambre régionale de commerce et d'industrie, le projet Iddil (Innovation design durables dans l'industrie et les loisirs) vient aussi d'être lancé et permet à des entrepreneurs d'être accompagnés par des designers dans leurs projets d'innovation et de design. Même le musée de Bretagne porte aujourd'hui une attention particulière à ce secteur, avec la commande récente d'objets bretons contemporains, à l'initiative de son conservateur Pascal Aumasson.

La Bretagne pourrait aussi avoir une carte à jouer dans l'émergence de nouveaux champs d'intervention pour les designers. Sa position de force dans le domaine agroalimentaire la désigne comme région propice au développement de projets liés au design culinaire et alimentaire, un secteur en forte croissance. On admet volontiers qu'à travers leur environnement, à la fois pré-

servé et malmené, les Bretons ont acquis une sensibilité particulière au respect et à la proximité avec la nature. Il y a là matière à investir dans ce que certains appellent sans surprise le "design durable", les critères environnementaux étant désormais intégrés à tous les cahiers des charges. À la croisée de l'environnement et du nautisme, un projet vient par exemple d'être primé lors du concours de design organisé récemment par l'ICB. Il concernait la distribution d'huile de moteur et leur recyclage sur les ports de plaisance. Au lycée Vauban, Philippe Richard fait remarquer que le monde du design "accorde de nouveau davantage de place à la notion d'artisanat, qui retrouve une certaine valeur dans la relocalisation des compétences et une manière de travailler moins globalisée". De ce point de vue, la Bretagne est bien placée car les compétences artisanales, nécessaires au travail de prototypage ou d'édition des créations, ne manquent pas. C'est dans cet esprit que Philippe Daney s'est rapproché de l'entreprise Self-Signal, un poids lourd de la signalétique et de la signalisation, installée dans des bureaux très "design", dans l'ancien centre de tri de La Poste, à Cesson-Sévigné. Il y trouve les compétences artisanales, les machi-

nes et les savoir-faire techniques qui ouvrent des horizons multiples au designer. "La Bretagne est très bien placée pour le design d'objets en petite quantité", estime-t-il. Ce tissu artisanal et la présence de nombreux "designers-auteurs" indépendants font en effet de la Bretagne une terre propice à l'activité de ce que les Anglo-saxons appellent les "design makers", ces créateurs qui conçoivent et fabriquent leurs produits, se distanciant à la fois de l'artisanat pur et de la production de masse.

DESIGN ET IDENTITÉ

Comme dans bien des domaines, il y a en Bretagne une tension, plus ou moins fructueuse, entre les créateurs qui puisent une part de leur matériau dans l'histoire, le patrimoine et les spécificités bretonnes et ceux pour qui toute référence à une forme quelconque de tradition fait obstacle à la recherche d'universalité inhérente à leur démarche artistique. Pour les uns, chercher à amener le design breton à s'inscrire dans une certaine filiation à des mouvements comme ceux des Seiz Breur est réducteur. D'autres, comme Danièle Floc'hlay, qui fut l'une des premières à relancer l'idée de design breton, avec son concept hôtelier Celtia, est d'avis que "pour permettre aux étudiants des écoles d'arts et les créateurs de Bretagne de s'affirmer, il est nécessaire et urgent qu'un enseignement de l'histoire de la Bretagne et de ses arts appliqués leur soit donné". Il n'est en tout cas guère de débat sur la création contemporaine qui ne fasse référence au mouvement des Seiz Breur, qui s'était employé, dans les années 1920 et 1930, à renouveler la création et les arts décoratifs bretons en associant à une recherche de modernité des emprunts avisés à la culture artistique et populaire bretonne. Une chose est certaine, quelque soit leur "camp", les designers contemporains rejettent eux aussi toute approche folklorique et autres emplois abusifs du triskell ou de l'hermine. Il n'est en tout état de

Owen Poho : *dizagn ar vro**

Owen Poho est designer diplômé des beaux-arts de Brest. Il a travaillé comme infographiste pour les éditions An Here, puis chez Keit vimp bev et a enseigné les arts plastiques aux collèges Diwan du Relecq-Kerhuon et de Quimper. Il est également cofondateur de la marque Alato.

Pourquoi vous êtes-vous lancé dans le design des arts de la table avec Alato ?

Au milieu des années 2000, je sentais que contrairement au vêtement, par exemple, il ne se faisait rien d'innovant dans le domaine du design identitaire. Avec un copain qui avait une formation commerciale, nous avons donc lancé Alato, en commençant par une série de services à thé, café ou encore à cidre (Erminig et Sivi), accompagnés de boîtes en fer-blanc très sobres, qui rappellent les boîtes rectangulaires ou cylindriques traditionnellement utilisées pour le sucre, par exemple. Nous avons ensuite travaillé sur une série d'articles de table baptisée "Koeff", qui jouait sur la symétrie des motifs de la coiffe sur de la vaisselle de porcelaine.

Quel a été l'accueil réservé à ces collections ?

Nous n'avons eu que des réactions positives et un succès commercial certain, avec une cinquantaine de boutiques qui nous distribuaient et un intérêt très net dans les salons. Nous ne sommes cependant pas parvenus à surmonter la crise de croissance à laquelle nous avons vite été confrontée. J'ai pour ma part préféré me recentrer sur le design, quitte à chercher d'autres partenaires, selon les projets, pour assurer la partie commercialisation.

Quelles sont vos créations les plus

récentes ?

J'ai travaillé à la mise en place d'une exposition visible jusqu'à la fin de l'été 2010 au musée de Morlaix, qui présente des œuvres de l'artiste Jacques Burel, spécialiste de la tradition, en parallèle à mes propres travaux de création à partir d'objets issus de l'art populaire. J'ai, par exemple, travaillé sur une chaise néo-bretonne (Kador), un abat-jour inspiré des porte-cuillères suspendus et des modèles de cuillères de mariage (Loa an eured). Plus récemment, j'ai créé une série de plats en faïences, peints à la main, baptisés Livioù Kemper, en revisitant les motifs floraux traditionnels et en travaillant sur des teintes monochromes en ton sur ton, qui accentuent la dimension contemporaine de cette vaisselle de faïence. Les couleurs choisies font référence à la Bretagne. Pour ce travail, je collabore avec la Faïencerie d'art breton de Quimper, qui va produire ces articles en série. Ils sont proposés depuis le mois d'avril par souscription sur le site (www.odivi.fr).

Pourquoi puiser une partie de votre inspiration dans la culture populaire ?

La culture et la langue bretonne font partie de moi. Elles me donnent accès

à toute une richesse de savoir-faire, de regards accumulés. Cela me fait de la peine de voir qu'on oublie tout ça, sans puiser dans cette richesse. Je ressens comme un manque et un besoin d'exprimer tout cela, à travers le design, en montrant que la langue et une inspiration dans la culture populaire peuvent aboutir à des produits élégants et contemporains, chargés de culture et de sens.

Ce choix peut-il être réducteur ?

Pour certains, le côté breton de mon travail l'est certainement, mais cela m'importe peu. Je réponds à une certaine attente et rencontre un certain public, tout en contribuant à renouveler un courant breton dans le design contemporain, comme d'autres, Arnaud de la Monneraye ou Philippe Daney, par exemple. Je ne vois pas pourquoi ce qui a marché et qui est accepté dans le domaine musical, où les groupes ont assimilé un bagage culturel pour le moderniser, ne pourrait pas être vrai en matière de design. Encore faut-il évidemment être imprégné par la langue et la culture, pour connaître les images qui dévalorisent la Bretagne et être apte à les contourner.

*Design du pays ou design breton



Faltazi à la pointe de l'écodesign

On parle d'eux dans le monde entier. Leur projet Ekokook, présenté le 21 janvier dernier, a fait l'objet d'articles dans vingt-cinq magazines internationaux. Sélectionné parmi des centaines de projets, celui de cuisine sorti du "Faltazi lab" nantais s'est vu attribuer la prestigieuse carte blanche 2010 du VIA (valorisation de l'innovation dans l'aménagement), attribuée annuellement depuis trente ans

à des designers "dont l'originalité et la maturité de la démarche créative sont notables dans l'époque". Elle a été attribuée à des noms aussi connus que Philippe Starck, Jean Novel, Jean-Paul Gaultier ou au breton Ronan Bouroulec. Cette reconnaissance ne peut que conforter l'enthousiasme de Victor Massip et Laurent Le Bot en faveur d'un "design manifest". Les deux compères se sont rencontrés à Paris, sur les bancs de la prestigieuse ENSCI (École nationale supérieure de création industrielle). Ils mènent depuis des

années une réflexion sur la manière d'intégrer des projets écologiques innovants dans la maison et au-delà. Leur concept "kitchen Ekokook" applique cette démarche au lieu de vie centrale de la maison, "zone d'échanges et de confluences, source de pollution, aussi". Rompant avec les principes hygiénistes appliqués à la cuisine par les industriels, depuis le XIX^e siècle, les designers nantais ont intégré dans leur projet de cuisine "une micro-usine" de gestion des déchets très innovante et

qui fonctionne cependant de manière simple et mécanique. Les différents modules traitent les déchets solides, les emballages, les liquides réutilisables pour les plantes et les matières organiques par lombricompostage. Le reste de la cuisine vise à la fois à réaliser davantage d'économies d'énergie (four vapeur, frigo horizontal compartimenté) et à tenir compte des nouvel-



les pratiques en matière alimentaires (davantage de légumes frais, stockage des produits en vrac en provenance des magasins bio. A lui seul, le projet Ekokook est un véritable cas d'école pour comprendre ce que l'œil du designer peut apporter à un industriel.

La réflexion menée par les Faltazi ne s'arrête pas à la cuisine. Ils travaillent déjà sur un projet global portant sur l'approvisionnement alimentaire de la ville de Nantes, commandé par la municipalité. "Nous ne sommes pas des

technophiles, explique Victor Massip. On s'appuie sur la terre et la création d'un lien avec la ville par la mise en place de circuits d'approvisionnements ultracourts. Cela passe par la recherche de terres cultivables dans les villes et une forme de recollectivisation des terrains pour assurer l'alimentation de certains quartiers." Pour Laurent Le Bot, "le design implique une réflexion

et une prise de position pour les générations à venir. La partie marketing, les aspects purement mercantiles ou stylistiques peuvent être d'une grande futilité. Sans réfléchir à l'usage vertueux, aux modes de vies, on s'éloigne du sens du métier." Au fait, pourquoi avoir donné un nom breton, qui signifie "imagination, fantaisie" à une agence nantaise travaillant à l'échelle internationale ? "Ma compagne parle breton, sourit Laurent Le Bot, et je suis moi-même imprégné de culture bretonne pour avoir notamment sonné au bagad de Saint-Nazaire."

Le designer nantais fait aussi partie des Trompettes

du Mozambique, groupe bien connu de la scène contemporaine bretonne. On oublierait presque d'ajouter que Faltazi a aussi un pied dans le design graphique, même si cette activité est aujourd'hui menée de manière séparée. C'est en effet à Laurent Le Bot qu'on doit les affiches des cyber festoù-noz et des nombreuses éditions du festival Yaouank à Rennes, qui ont donné un sérieux coup de jeune et une urbanité inédite à ces manifestations. Encore une question de design !

cause pas donné à tous les designers bretons de pouvoir manier les images, les références culturelles et formelles ou encore la langue bretonne et leur associer une certaine modernité, comme peut le faire un Owen Poho. Arnaud de la Monneraye souligne à juste titre que “l’on fait du design comme l’on est”. Selon lui, “Pour faire du design breton, il faut d’abord bien sûr être un bon designer et ensuite s’intéresser à son pays, à son art à sa culture”. Est-ce un hasard si les pays reconnus en matière de design, comme le Japon, selon Owen Poho, sont aussi ceux qui ont gardé un lien étroit avec leur culture populaire ? On peut aussi citer le design lié au travail du bois dans les pays scandinaves ou les traditions d’art décoratif catalanes. Les Bretons restent extrêmement complexés vis-à-vis d’un art populaire et d’une langue qui constituent pourtant une mine d’or pour les créateurs.

Serait-ce donc aussi par manque de références et à cause d’une certaine timidité face à une matière bretonne dont la manipulation est délicate que certains designers se méfieraient de l’idée d’un design enraciné ? Pour Jacky Le Faucheur, gendre du grand ébéniste Yvon Palamour, “le design peut bien sûr puiser dans la matière bretonne, selon la demande, lorsqu’il s’agit de marques très bretonnes, comme HB Henriot par exemple. Mais de manière générale, le design breton correspond pour moi à une donnée géographique. Dans un contexte mondialisé, faire systématiquement appel à des références stylistiques ou culturelles traditionnelles fait courir un risque de passéisme ou de repli. Il est en revanche tout à fait possible de développer une vision contemporaine à partir d’un certain substrat culturel ou humain”. Comme lui, Nicolas Prioux estime que “davantage que les codes formels qui par nature, évoluent sans cesse, c’est l’enracinement dans un territoire donné, les réseaux humains qui s’y créent et aboutissent à une élévation du niveau artistique, à un



croisement d’idées qui permettra au design breton d’émerger”.

UN DESIGN CULTUREL À INVENTER

Des projets des élèves du lycée Vauban aux réalisations de Philippe Daney, en passant par les créations d’Owen Poho, des frères Bouroulec (rideau d’algues, lit clos), on s’aperçoit en tout cas que la Bretagne est bien visible dans le travail de certains designers. Volontiers provocateur, Philippe Daney, considère pour sa part que le design n’est “ni européen, ni national, mais régional !” “Je vois en Italie les mêmes machines qu’en Bretagne, mais je sais qu’elles ne seront pas utilisées de la même manière, explique-t-il. Il est tout à fait possible de traduire un état d’esprit breton dans le design et il y a une foule d’éléments à notre disposition, dans le graphisme maladroit et magnifique des coques des bateaux, dans l’empilement du minéral, dans l’architecture traditionnelle, par exemple. Pour moi, parler de “design breton” est tout sauf réducteur. Cela donne une ouverture. Il y



a de nombreux *best-sellers* dans mes créations qui sont clairement inspirées par la Bretagne, comme les luminaires coiffe, les lampes fantômes ou dolmen ou encore le dessous-de-plat qui rappelle les anneaux de cuisson des vieilles cuisinières de campagne. C’est normal car tout le monde comprend ces références, elles sont enracinées !” Pour Arnaud de la Monneraye, “il ne faut pas chercher à tout prix des codes communs, mais ne pas se l’interdire non plus. Je suis convaincu qu’une nouvelle marque créative bretonne peut émerger, qui serait tout aussi bien l’enfant du patrimoine, du paysage, des ambiances bretonnes, que du métissage. À côté du design purement industriel, il y a une place pour un design plus culturel qui serait la résultante d’un environnement domestique propre. Pour les Scandinaves, il est lié à l’hiver et au bois, au verre ou à la céramique. En Italie, c’est un lien à la couleur et à l’élégance. En Bretagne, cela pourrait passer par un certain sens de l’essentiel, de la simplicité et de l’ouverture.” ■

Une création de Philippe Daney suite à une commande de la fédération française de dentelles, qui avait demandé à une dizaine de designers de réinterpréter la dentelle de manière contemporaine. Le luminaire fonctionne grâce à plusieurs types d’ampoules LED mélangées qui reproduisent une lumière proche de celle du soleil, filtrée à travers les sous-bois. Ce travail avait aussi pour ambition de montrer que la tradition peut porter la haute technologie.

PAGE PRÉCÉDENTE, Prototype de cuisine écologique conçu par l’agence Faltazi. L’agence est un des prestataires auquel fait appel régulièrement le groupe SEB pour concevoir ses produits électroménagers. Laurent Le Bot explique qu’un de leur best-seller, le petit fer à repasser Focus a permis de sauver une usine Rowenta en Allemagne. Il s’en fabrique désormais un million d’unités par an ! On leur doit aussi un aspirateur écologique, dont la conception a été soutenue par l’Ademe et l’Europe en propylène expansé, simplifié au maximum, peu coûteux en fabrication, léger et facilement recyclable.