

IDÉES

Stéphane Laurent «La DS, au design tout en finesse et en élégance, est un symbole de la French Touch»

A l'occasion de Paris Design Week jusqu'au 13 septembre, l'historien de l'art retrace, depuis l'émergence de la création industrielle hexagonale au XIX^e siècle, les caractéristiques d'un style français, par comparaison au design allemand ou italien. A savoir l'inventivité et l'élégance.

🕒 10 min ▪ Recueilli par Florian Bardou





(1) Pièce de 10 francs de Georges Mathieu (dessin), 1974. DR (2) Torche olympique 2024 de Mathieu Lehanneur. DR (3) Verre Picardie Duralex. DURALEX (4) Canapé Togo Ligne Roset. LIGNE ROSET (5) Citroën DS 19. INTERFOTO. AURIMAGES (6) Chaise A Tolix. TOLIX (7) Chaise modèle 510 de Mulla. Label edition

Faites le test. Associez le mot «design» et «France» et voyez ce qui vous vient en tête. Quelques patronymes : [Perriand](#) (1903-1999), [Le Corbusier](#) (1887-1965) et [Starck](#) ? Des marques d'électroménager ou des voitures iconiques ? Quelques références à des mouvements internationaux de style : l'Art nouveau, l'Art déco, le modernisme ? Des créateurs de mode et l'idée de luxe, incontestablement. Tout cela fait-il pour autant un «style français», comme l'on parle du design italien, allemand ou scandinave, et qui se montre jusqu'au 13 septembre à l'occasion de [Paris Design Week](#) ?

La question agite le dernier livre, *le Design en France. Deux siècles d'histoire* (CNRS Editions) de l'historien de l'art spécialisé dans le design Stéphane Laurent, professeur à l'université Panthéon-Sorbonne. Paru en juin, l'ouvrage épais, consistant et constellé d'illustrations, brosse de façon inédite et

fouillée une histoire hexagonale du design, dont on peut dégager des spécificités.

Peu de chercheurs se sont intéressés à l'histoire du design. D'après vous, pourquoi ?

Ce champ a été quelques fois abordé par des intellectuels. Roland Barthes a écrit sur la mode par exemple dans les années 1960, ou plus récemment, l'historien Daniel Roche sur le vêtement. Mais ils sont passés à autre chose. Le design ou les arts décoratifs sont, en fait, considérés comme des arts mineurs. Résultats : en France, contrairement à l'Angleterre qui a ses revues scientifiques et départements spécialisés dans les universités, l'histoire matérielle ne fait pas partie des grands questionnements intellectuels.

Quelle est votre conception du design ?

La plupart du temps, on ramène le design à tout ce qui relève de l'univers domestique. J'essaye d'aller au-delà, non seulement en intégrant la mode et le graphisme, mais aussi l'automobile. Bref, toute intervention du designer dans le cadre de vie où l'esthétique essaye d'embellir le quotidien, y compris dans les choses complexes comme les organisations, par exemple au travail.

Les marques et les médias, notamment les magazines de déco propagent, eux, une idée marketing, qui confond décoration et design. Or, selon moi, le design s'applique à des objets produits en série par l'industrie, avec une volonté esthétique. Sinon, il s'agit d'art décoratif, de pièces uniques, faites à la main.

Existe-t-il un «design français» ?

La France est un territoire des industries de la création avec des milliers d'acteurs : des graphistes de plus en plus nombreux, qui travaillent aussi pour l'animation et le *motion picture*, des designers industriels, certes, moins nombreux, des stylistes de mode, etc. Il y a une raison à la présence de ce vivier créatif. D'abord, la France est une terre pionnière, même si elle ne l'a pas

revendiqué de manière claire, contrairement à l'Allemagne.

A la fin du XIX^e siècle, les créateurs de l'Art nouveau ont souhaité montrer qu'il existait une alternative aux copies des styles bourgeois des siècles précédents. Ce sont aussi les débuts de la haute couture, et des premières marques de luxe. Il y a eu une sorte de transfert de ces formes inédites vers l'industrie avec un début de production en série. Mais le mouvement n'a pas été formalisé par une association de créateurs.

A l'époque, il y a beaucoup de débats conservateurs sur la légitimité pour un artiste de travailler pour un industriel. Cette espèce d'atavisme, selon lequel le poids de la technique phagocyterait la compréhension esthétique des objets, est toujours prégnant.

Quelles sont ses spécificités ?

Selon moi, il a deux caractéristiques. La première est une espèce d'inventivité française que l'on retrouve dans [le concours Lépine](#) et qui rebondit sur le design, dont elle est indissociable. Les premières automobiles et les premiers autocars ne ressemblent à rien du tout. Ou alors à ce qui existe déjà, comme les calèches.

Mais progressivement, ces objets acquièrent un langage spécifique, hérité de l'alliance du luxe (secteur extrêmement puissant) et des industries d'art du XVII^e siècle, et d'une culture très forte de l'ingénieur qui s'est développée en France depuis le XVIII^e siècle.

Il y a donc une French Touch. Mais pas partout : dans le secteur des jeux vidéo, il est clair que l'idée de raffinement semble absente. Mais quand on veut exporter des voitures françaises en Chine, la notion d'élégance est une carte à jouer. Sans le faire de manière aveugle et systématique.

Quelles sont, selon vous, les réalisations emblématiques du design français ?

La réalisation phare, pour moi, c'est [la DS19 de Citroën](#) qui a été reconnue dans les années 2000 par un jury international comme la voiture la plus innovante de tous les temps. Elle est aussi tout en finesse et en élégance. Un symbole de la French Touch dont je parlais.

On peut également citer des objets de Philippe Starck, comme [le siège Louis Ghost](#). C'est un siège de style, mais entièrement en plastique transparent. Starck renoue avec la tradition du XVIII^e siècle tout en produisant une assise très innovante.

Quelles sont ses figures de proue ?

Elles sont nombreuses. Les plus connues historiquement, ce sont évidemment Charlotte Perriand et [Jean Prouvé](#) (1907-2001). D'autres, comme [Marc Held](#), ont été un peu oubliées. Il a pourtant été le seul designer français à réaliser un modèle assez marrant de siège en plastique moulé et tout arrondi en dessous pour l'éditeur américain Knoll, le Culbuto.

Un autre monsieur important du design industriel, complètement oublié, est Michel Millot, passé par le centre Pompidou et par des entreprises en Chine. Il a produit un foisonnement d'objets qu'on ne remarque pas (fers à repasser, objets connectés, outillage...). C'est typique du designer anonyme, mais qui l'est volontairement. C'est le gars qui va vous faire un bel aspirateur, mais on ne sait pas que c'est lui.

C'est le même problème dans le graphisme ou le stylisme de mode : on ne connaît pas les signatures et les entreprises, sauf aux Etats-Unis ou quand il s'agit de stars. **Le design contemporain a ses signatures reconnues : Philippe Starck, évidemment, [Mathieu Lehanneur](#), avec sa flamme olympique, [matali crasset](#) ou [les frères Bouroullec](#). Mais ils n'ont**

pas de doctrine commune et n'appartiennent à aucune école.

L'Etat a-t-il soutenu l'émergence du design hexagonal ?

Depuis deux siècles, le soutien de l'Etat au design est en pointillé. Le premier moment fort, c'est l'Art déco. Au début des années 1920, le gouvernement soutient activement la création d'objets, avec des relais très forts dans les médias, l'industrie et la distribution dans les grands magasins qui à l'époque représentent peut-être 20 % du marché du mobilier.

Il y a un côté un peu revanchard par rapport à l'Allemagne, qui captait cette possibilité de faire des objets simples, bon marché et beaux en même temps, qui se vendent aux classes moyennes. A l'occasion de l'exposition internationale des arts décoratifs de 1925, il y a une espèce de mobilisation générale pour revaloriser le luxe français en faisant appel à des créateurs des arts décoratifs. Puis il y a un relâchement.

L'implication de l'Etat est souvent liée à des crises. Après 1945, durant la Reconstruction, le ministre Eugène Claudius-Petit (1907-1989), qui vient du monde des arts appliqués, fait appel à ses amis modernistes de l'entre-deux-guerres (Le Corbusier, [les frères Perret](#) [Auguste, 1874-1954, Gustave, 1876-1952, et Claude, 1880-1960, *ndlr*], etc.) pour répondre au besoin d'équipement de la société.

Ensuite, c'est Malraux (1901-1976), qui crée l'Atelier de recherche et de création [au sein du Mobilier national en 1964](#), et le président Pompidou qui, dans une logique de modernisation de la France, fait appel à [Pierre Paulin](#) (1927-2009), pour refaire les appartements de l'Élysée. Mais, à sa mort, on assiste au retour d'un certain conservatisme esthétique.

Jack Lang, ministre de la Culture, a une politique assez étonnante. Il donne des impulsions partout pour rapprocher la culture et le design, mais il n'y a pas de ligne directrice. Il y a des revalorisations très réussies comme la typographie

française par exemple, qui renaît de ses cendres. Et puis, le gouvernement, qui avait aussi créé l'[Association nationale de promotion de la création industrielle \(APCI\)](#), se désengage la décennie suivante.

Depuis, il n'y a plus grand-chose, à ma connaissance. Des villes ont pris le relais, [comme Saint-Etienne](#) pour essayer de redonner un dynamisme au territoire désindustrialisé.

Quelle relation les créateurs français entretiennent-ils avec l'industrie ?

C'est un peu l'amour vache. Car c'est toujours le chef d'entreprise qui a le dernier mot. Il décide de faire appel ou non au designer industriel, il utilise son travail comme il le souhaite. Or, de très nombreux designers vendent encore aujourd'hui des projets sans possibilité de suivi. C'est-à-dire qu'ils vendent un projet comme on fait une pige. Très souvent, leur travail s'en trouve dénaturé.

Dès le XIX^e siècle, certains fabricants n'ont pas confiance. Pour beaucoup d'industriels, un designer, c'est un artiste qui délire. Le chef d'entreprise peut aussi dire «je sais dessiner, le design, c'est moi !». Et quelquefois ça marche. [Prenez Mulca, dans les années 1950](#). Son patron, Gaston Cavaillon, dessine ses propres chaises.

C'est aussi le cas de [Jean Mantelet \(1900-1991\) chez Moulinex](#), qui conçoit la Moulinette avant de faire appel au designer Jean-Louis Barrault. Aujourd'hui, le [design thinking](#) est malheureusement une arme à double tranchant dans le sens où on propose aux acteurs de s'appropriier le design au détriment du designer.

Le design est-il une pratique élitare qui répond d'abord à un goût bourgeois ?

Absolument pas. Il est présent partout et il suffit d'ouvrir les yeux autour de nous pour en trouver, par exemple dans une automobile. Mais si on le prend

comme un objet culturel, c'est différent. On retrouve les mêmes problématiques que pour l'accès au théâtre ou à la musique classique. Le gros obstacle à sa compréhension, c'est sa concurrence avec les arts visuels. On est dans un pays, selon moi, très visuel, où en fait, c'est l'image qui séduit.

Or, le design, ce n'est pas que de l'image, c'est aussi de la fonction. C'est moins excitant à aborder avec le grand public et moins accessible peut-être qu'un Picasso. Il n'y a eu que deux grandes expositions d'envergure en l'espace de trente ans, «Design, miroir du siècle», en 1992 et «[Design contre design](#)», en 2007.

Et, parmi les visiteurs, il n'y a souvent qu'un public averti. Même pour un public cultivé, l'objet est plus dur à appréhender qu'un tableau. Il y a, néanmoins, en France un vrai intérêt culturel pour la mode, qu'on retrouve dans le succès des expositions, tiré par la consommation et la médiatisation.

Le Design en France. Deux siècles d'histoire Stéphane Laurent, CNRS Editions, 512 pp., 32 €.