



Valorisation de l'Innovation dans l'Ameublement

DESIGN NORDIQUE : Quoi de neuf ?

lundi 5 avril 2004. En parallèle de l'exposition dans la Galerie VIA : Transforme : design islandais.

Intervenants :

Karin Aubertin

Responsable des architectes d'intérieur IKEA France

Li Edelkoort

Agence Edelkoort

Dieter Lassmann

Designer industriel et coordonnateur du département design à l'ENSAD - Paris

Philippe Menager

Directeur artistique de la Galerie Scandinave - Paris

Asdis Olafsdottir

historienne du design

Modérateur :

Michel Bouisson

Chargé des Aides à la Création et des Ecoles de Design au VIA

Michel BOUISSON

L'Islande, de par son histoire et ses racines linguistiques, appartient à une zone culturelle, celle des pays nordiques. C'est cette entité régionale et culturelle que nous voudrions questionner ce soir.

Celle-ci, dans les domaines de la conception et de la production des objets du quotidien, a marqué très fortement le monde occidental d'après guerre, exprimant mieux que tout autre, à travers la simplicité formelle, la fonctionnalité et le souci du prix, l'idéal démocratique et l'aspiration à une vie plus facile.

Nous allons nous intéresser à son histoire, celle des années 50, lorsque le concept de design Scandinave se popularise, grâce notamment à une exposition, " Design in Scandinavia " qui de 1954 à 57 fait le tour de l'Amérique du Nord et suscite un formidable engouement populaire.

Nous tenterons de comprendre ce que nous lui devons mais surtout questionner son présent et voir comment les jeunes designers Nordiques ont intégré cet héritage et les valeurs qui l'accompagnent dans leur pensée et leur pratique.

ELEMENTS POUR UNE HISTOIRE DU DESIGN NORDIQUE.

Asdis OLAFSDOTTIR brosse un historique du design nordique. Les événements choisis sont autant de clés qui permettent ainsi de saisir ses caractéristiques, son évolution et son influence.

Les années 20 : La naissance.

Le design nordique, dans le sens moderne du terme, est né dans les années 20. Dès 1919, Gregor Paulsson exposait ses idées dans un livre intitulé " pour de beaux objets usuels " (Vackrare vardagsvara), insistant sur le rôle social du designer. L'esprit de Gregor Paulsson imprègne encore aujourd'hui le design scandinave, marqué fortement par l'éthique protestante : la beauté appartient à tous et ne doit pas être réservée aux plus fortunés. Fortement influencés par le Bauhaus, les designers scandinaves - Arne Jacobsen ou Alvar Aalto - embrassent le modernisme et inventent le " fonctionnalisme nordique ".

Les années 30 : la percée du " fonctionnalisme ".

En 1930, la grande exposition de Stockholm confirme la percée du fonctionnalisme et célèbre la naissance d'un style scandinave moderne, léger et démocratique. Si l'inspiration esthétique venait principalement d'Allemagne (À l'exception du Danemark, les meubles tubulaires allemands ont exercé une influence certaine), les créations d'Alvar Aalto témoignent de la volonté des designers nordiques d'humaniser le modernisme, de privilégier les formes organiques et les matériaux " chaleureux ".

Les années 50 : l'âge d'or.

Avec le début de la société de consommation naît un nouvel "art de vivre" qui va devenir très vite accessible au plus grand nombre. L'après-guerre et les années 50 marquent l'âge d'or du design nordique. Le " modèle Scandinave " est diffusé à travers le monde. Symboles de bon goût et de savoir-vivre, les créations scandinaves allient la fonctionnalité aux économies de moyen, la sobriété des lignes à la qualité de la réalisation. Le bien-être est posé comme principe fondateur de l'acte d'achat. Les objets ne sauraient être le signe ostensible d'un quelconque statut social. La notoriété, une forte identité, une large distribution, sont assurément les composantes du design nordique. Les années 50 voient l'émergence de nombreux créateurs : Hans J. Wegner et Paul Henningsen au Danemark ; Tapio Wirkkala, Timo Sarpaneva et Kaj Franck en Finlande ; Bruno Mathsson en Suède.

Les années 60-80 : la crise d'identité.

Avec l'émergence du Pop Art, apparaît une nouvelle génération de designers et avec elle un nouveau système esthétique. Les idéaux véhiculés par le " fonctionnalisme " sont relégués à l'arrière-plan. Les matières plastiques et les couleurs vives imprègnent le design comme en témoignent les créations du Danois Verner Panton (la fameuse chaise zig-zag) et du Finlandais Eero Aarnio. Avec les années 80, le " Design Nordique " traverse une période de crise, les centres créatifs s'étant déplacés à Milan, Paris ou Barcelone. Les années yuppies, époque où la réussite sociale et la reconnaissance étaient le but ultime, se détournent des valeurs prônées par le design nordique. Toutefois, certains créateurs poursuivent leurs recherches en matière d'ergonomie (Peter Opsvik).

Les années 90 : le retour sur la scène internationale.

Les années 90 marquent le retour sur la scène internationale du design nordique. L'idéologie des années 80 a perdu du terrain. La conscience des ressources limitées de la planète, l'évolution du climat social sont autant de thèmes qui ont renforcé le design scandinave. Avec l'émergence de nouveaux consortiums (Royal Scandinavia), le marché du design opère un double mouvement : de nombreuses sociétés nordiques font appel à la communauté des jeunes designers internationaux, tandis que les créateurs scandinaves proposent leur talent à travers le monde. Cependant, malgré les processus de globalisation et le nivellement des cultures qui en découlent, les créateurs scandinaves ont réussi à préserver leur identité, le respect des matériaux et l'amour des objets étant érigé en style de vie.

L'exemple d'IKEA

IKEA semble, tout du moins pour le grand public, incarner les valeurs du design scandinave : belle forme, fonction pratique et prix abordables. **Karin AUBERTIN** rappelle la philosophie du père fondateur d'IKEA : Ingvar Kamprad, autre figure clé du " fonctionnalisme ". Né dans la région de Småland (dans le Sud de la Suède), Kamprad finit ses études en 1943 à l'âge de 17 ans. Pour le féliciter, son père lui offre une petite somme d'argent, somme qu'il utilise pour créer sa propre entreprise baptisée IKEA. Kamprad a su saisir les opportunités qui lui étaient offertes avec les débuts de la société de consommation des années 50. La stratégie adoptée par IKEA épouse les aspirations de l'époque : l'accès au superflu, à une vie agréable pour tous, le luxe de pouvoir adapter son intérieur aux évolutions de sa propre vie. Le nouveau consommateur entend vivre le temps présent, faire fi des statuts et de la pression sociale. Toutefois, s'il est souvent facile de dessiner de nouveaux produits, encore faut-il pouvoir les proposer à un prix vraiment accessible à tous. Pour cela, Ingvar Kamprad a fait appel au bon sens, une des caractéristique du design nordique. Il n'a pas hésité à puiser dans les traditions du passé, opérant ainsi un véritable retour aux sources. Le besoin de lumière, typique des pays du Nord, se reflète dans le design d'IKEA, un design lumineux et coloré dont l'objectif principal est de produire des objets simples et beaux rendant la vie quotidienne plus agréable.

Andreas AAS fait observer que si IKEA est l'exemple même d'une réussite commerciale, la société ne peut prétendre au titre d'entreprise de design. En effet, " surfant " sur le consumérisme ambiant, les produits diffusés par le géant suédois sont uniquement ancrés dans le présent.

Karin AUBERTIN précise que le plus important pour une entreprise de design est de savoir être à l'écoute des gens et de les aider à concrétiser leurs aspirations. Il est intéressant d'observer que l'exposition " le design islandais " présente plusieurs objets dont la particularité est de laisser à l'utilisateur une part de créativité dans la manière de les employer (ex : une applique dont on forme soi-même l'abat-jour).

LE DESIGN NORDIQUE : UN "FONCTIONNALISME" ...

Dieter LASSMANN revient sur la notion de bon sens, une notion intrinsèque au design nordique. Le fait que l'industrialisation des pays scandinaves ait été tardive (l'absence des très grandes agglomérations y est certainement pour quelque chose) explique en partie que le design demeure attaché à une production artisanale et de ce fait, à une certaine forme de bon sens présent dans la tradition fonctionnaliste qui soit dit en passant, a toujours accompagné l'humanité dans son développement culturel et technique (il suffit pour s'en assurer de parcourir les salles du Musée de l'Homme).

Philippe MENAGER fait observer que si le design nordique a appliqué les principes fonctionnalistes (sans attendre que le Bauhaus les érige en principes philosophiques), il en propose une version corrigée, leur apportant certains éléments spécifiques : une conception plus organique de la forme, et un réel intérêt pour la relation qui existe entre la forme et les matériaux. Les lignes dures, froides, des meubles allemands ne correspondent pas à l'esprit scandinave, notamment danois. En effet, le design danois remonte plus loin dans le temps. Pays d'ébénistes, fortement influencé par les arts décoratifs britanniques du XVIIIème siècle et attaché au travail artisanal, le Danemark a adapté le fonctionnalisme plus qu'il ne l'a adopté, insistant sur la qualité de l'exécution et le souci du détail (ce dernier ne constitue pas un idéal fonctionnaliste) auquel il associe un sens particulièrement développé

de la matière. La densité, la texture, la qualité de surface du bois ou du métal comptent autant que la forme. Les créations en acier de Poul Kjærholm, ébéniste de formation, témoignent de ce travail sur la sensualité de la matière. La perception des objets ne relève pas uniquement du regard. Elle fait appel à tous nos sens. Ces observations conduisent Philippe Menager à qualifier le design nordique de "minimalisme sensuel", balayant ainsi toutes les idées reçues. Les pays scandinaves ont développé une nouvelle forme de fonctionnalisme, un fonctionnalisme romantique, humain.

... A TENDANCES SOCIALES.

Ce rapport humain aux objets, ce besoin de qualité, toutes ces notions imprègnent le quotidien des scandinaves. **Li EDELKOORT** en a récemment fait l'expérience. Ayant invité à la rejoindre en Normandie deux amies scandinaves, elle a pu goûter aux douceurs du savoir-vivre nordique. Un bien-être associé à des gestes très simples, au respect de la nature.

Pour **Andreas AAS**, le style scandinave est la formalisation d'un genre de vie, d'une situation familiale et politique, de valeurs spécifiquement scandinaves. Ce n'est pas un hasard si la social - démocratie est née dans ces pays. Le design nordique ne peut être que démocratique.

Carl Fredrik SVENSTEDT fait observer que ces valeurs humanistes peuvent se révéler étouffantes. La Suède est un pays consensuel, où le "moyen est considéré comme le meilleur". Bien souvent, l'idéal démocratique scandinave entraîne un nivellement vers le bas.

Philippe MENAGER nuance ces derniers propos tenus et démontre que les valeurs démocratiques ne s'appliquent pas toujours au design scandinave. Le design danois des années 50, plus bourgeois, est d'un raffinement et d'un luxe extrême, faisant le choix de matériaux précieux pour la simple "beauté du geste". Un designer comme le Finlandais Timo Sarpaneva s'est d'ailleurs vu reprocher de travailler pour une élite. C'est la beauté, érigée en droit fondamental, qui prime dans le processus créatif. La beauté change la vie. La beauté est une fonction.

Toutefois, le design nordique demeure, dans ses meilleurs exemples, profondément social. **Dieter LASSMANN** y voit l'influence du protestantisme qui participe à fonder une culture portée vers plus d'égalité et de justice sociale, voire d'humanisme. En témoigne, le travail des designers suédois (les années 80) dans les domaines d'utilité publique, par exemple l'équipement médical et les aides aux handicapés. Or, un tel engagement ne pourrait se faire sans l'engagement de l'Etat suédois, lequel a investi des sommes colossales dans le domaine de la santé et a naturellement associé les designers dans cette démarche, ce qui a donné une avance à des industriels associés. De même, aujourd'hui, la qualité et les considérations écologiques interviennent très fortement dans le débat sur le design et sur sa finalité. Par rapport à notre société, devenue par bien des égards "folle" parce que non-respectueuse des ressources limitées de notre planète, les pays nordiques sont en train de prendre une autre avance : l'exigence d'une production plus respectueuse de l'éthique réaffirmée des principes fondamentaux du "fonctionnalisme nordique", lequel propose une approche humaine et philosophique de valeurs universelles.

Ce sont d'ailleurs ces valeurs universelles que **Li EDELKOORT** s'emploie à développer dans sa dernière exposition, laquelle propose une analyse comparative des designs Scandinaves et Africains. En soulignant les similitudes, cette exposition se veut politique, questionnant le dialogue Nord-Sud.

LE DESIGN NORDIQUE : L'AVENIR.

Mélange de primitif et de contemporain, de paysan et d'urbain, de chaleur et de froideur, de normalisme et de sensualité, le design nordique est un monde de contraste. **Li EDELKOORT** fait remarquer qu'il est intemporel. C'est là que réside toute sa force. Classique, il s'adapte en permanence, prenant ici la forme d'une œuvre d'art, là celle d'un vase. Une nouvelle génération de designers réinterprète la création scandinave. Le caractère formel a été effacé pour laisser la place à un design lisse, graphique, léger et instantané, à la frontière du gadget. Un design qui n'hésite pas à privilégier, à contre-courant, la deuxième dimension, "l'extra-plat". On assiste aujourd'hui à l'émergence du design finlandais. Fort de ses influences baroques, eskimos et shamaniques, il

occupe aujourd'hui une place à part. L'exposition organisée par le VIA permet d'appréhender la singularité du design islandais, ce petit pays qui occupe une place à part.

L'exposition programmée par le VIA permet d'appréhender la créativité des designers islandais. **Asdis OLAFSDOTTIR** rappelle que ce pays n'a aucune tradition en matière de design, ce qui confère aux créateurs une liberté d'expression et un dynamisme nouveau. L'Islande est une terre de contraste. Le design islandais naît d'un profond respect de la nature. Résolument fétichiste, il est habité par la légende et développe une approche organique du design. Bouillonnant de forces créatrices, ce petit pays de 280 000 habitants apporte aujourd'hui un regard résolument original sur le design contemporain.