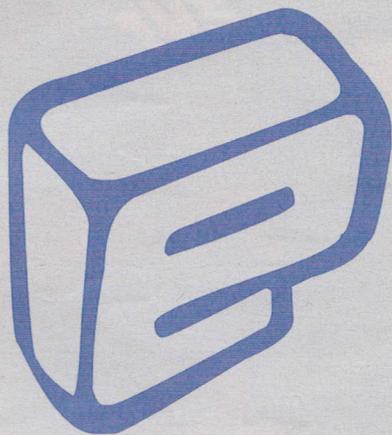


UN MÉTIER À TIROIRS



En dix ans, le nombre d'inscrits dans des écoles dédiées au design a été multiplié par cinq. C'est François Bauchet, designer et professeur depuis 1982 à l'École supérieure d'art et design de Saint-Etienne (ESADSE) qui le dit. Et Emmanuel Tibloux, directeur de cette même école, de préciser : « *La figure du designer devient de plus en plus attractive. Elle est un bon compromis entre un métier créatif et une profession industrielle plus traditionnelle, et rassure ainsi les parents, souvent inquiets de voir leur enfant s'engager dans une voie purement artistique.* » Les formations se sont elles aussi multipliées, accueillant des apprentis dégourdis : « *En matière de design, ils sont plus cultivés que les générations précédentes, poursuit François Bauchet. Ils lisent des revues spécialisées, ont des points de vue affirmés, des références précises, une acuité plus grande.* »

VENUS DE L'ESADSE (SAINT-ÉTIENNE), SOPHIE FRANÇON ET SON BANC-TRÉTEAU MODULABLE ; JEAN-SÉBASTIEN PONCET ET LE CONCENTRATEUR D'EAU ; FRANÇOIS MANGEOL ET SON TAPIS OCCIDENT.

Leur parcours est éclectique. Certains ont un profil littéraire, comme le déjà célèbre Adrien Gardère, patron à 36 ans du Studio Gardère, qui, après un an en hypokhâgne, a bifurqué vers l'ébénisterie à l'école Boulle, avant de se spécialiser en mobilier aux Arts-Déco. D'autres affichent une inclination scientifique, comme Vincent Pujos, 32 ans, cofondateur de l'agence Sensipode près de Nantes. « *Après un bac S et un BTS en mécanique et automatismes industriels, j'ai souhaité devenir ingénieur. Mais ce métier m'a semblé trop technique, bridant la créativité. Heureusement, un prof m'a orienté vers le design. Je suis allé à la journée portes ouvertes de l'École de design Nantes Atlantique. Dans de grands ateliers, des élèves élaboraient des maquettes, discutaient de projets, sans rester assis toute la journée. Je m'y suis inscrit. Pour la première fois, je me suis senti bien à l'école.* »

A la fin de leurs études, les jeunes designers doivent souvent attendre en-

Signalétique, design culinaire, téléphone portable durable... La nouvelle génération de designers se diversifie sans vouloir jouer les stars, soucieuse d'être utile et de préserver l'environnement.





tre huit et dix mois – contre six avant la crise – pour trouver un emploi, rémunéré en moyenne 2 000 euros bruts. Ils peuvent être recrutés par une entreprise, mais les postes de « designer intégré » se font rares. Moins stable, le travail en agence (en « free-lance » ou de façon contractuelle) est plus éclectique, avec des projets multiples. Enfin, l'organisation en « collectif » – une association de différents indépendants peu contraignante administrativement – semble séduire les débutants. « La moitié de mes étudiants œuvrent ainsi, explique Rodolphe Dogniaux, designer et directeur de recherche du post-diplôme de l'ESADSE. Ouvert à d'autres professionnels, comme les graphistes, communicants ou architectes, le collectif permet de réaliser des projets complets. »

François Mangeol, 25 ans, voit ce mode de fonctionnement comme « un prélude au travail en agence, au sein d'une structure modulable qui offre la liberté de partir quand on le souhaite et permet de crédibiliser un CV ». Membre du collectif stéphanois D.E., il a dû apprendre la patience : « Les enseignants préviennent qu'il faut dix ans pour émerger et se stabiliser. Il ne suffit pas de voir ses créations apparaître dans un magazine de déco pour gagner de l'argent. Il faut plutôt apprendre à alterner les projets courts, qui offrent des rentrées financières régulières, et les projets plus longs, qui permettent une recherche analytique plus poussée. Seulement, au début, il est difficile de refuser des missions sans donner l'impression de faire la

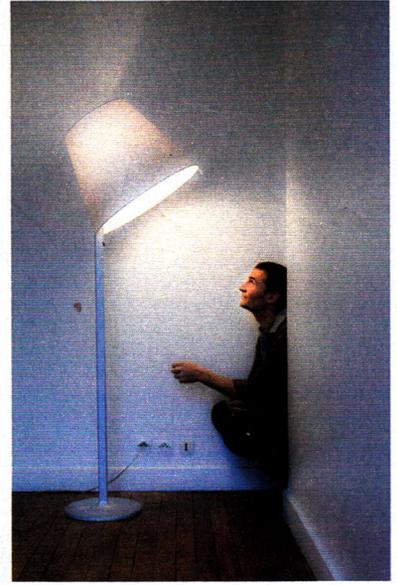
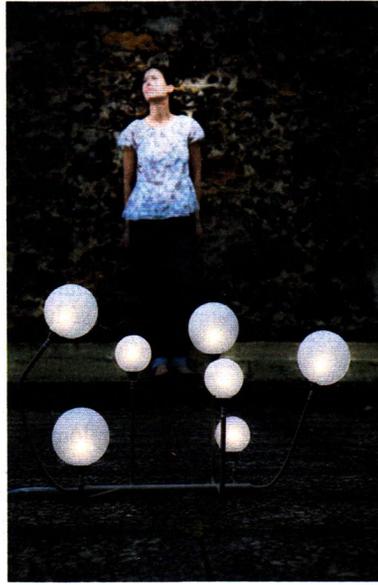
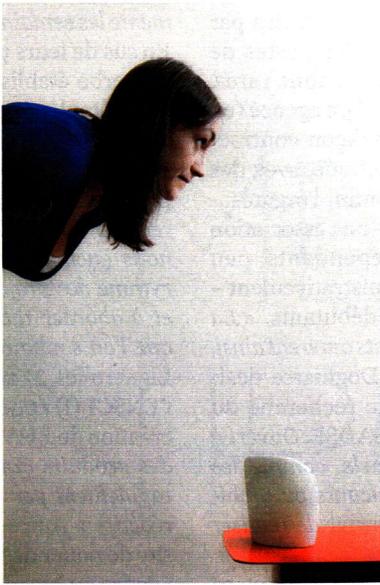
fine bouche. Alors on multiplie les "charrettes" [charges hors normes de travail], les nuits blanches, et parfois même les semaines blanches ! »

En sus de leurs projets, les designers en herbe établis à leur compte doivent gérer leur petite entreprise – une réalité à laquelle leurs études, exemptes de comptabilité et gestion, ne les préparent pas. Et accepter parfois de remiser leur créativité. « A l'école, on nous encourage à élaborer à notre rythme des projets ultra-conceptuels et à aborder toutes les thématiques que l'on souhaite, détaille Marie de Lignerolles, 27 ans, ancienne élève de l'ENSCI (1) et designer au bureau de création du BHV. Or, l'entreprise exige des produits qui se vendent, pensés rapidement par des gens efficaces et réactifs. » Autre embûche : la nécessité de nouer des contacts et savoir se vendre. « Quand on débute, il faut déployer beaucoup d'énergie pour réaliser des produits, les exposer, les proposer à des éditeurs, confie Ionna Vautrin, 30 ans, collaboratrice freelance des frères Erwan et Ronan Bouroullec. Les éditeurs sont très utiles : ils tempèrent la fougue d'un créatif enthousiaste, pas forcément conscient du coût de production d'un objet. »

Passionnés par un métier mouvant, qui reste à explorer et parfois à inventer, les nouveaux arrivants tentent de creuser leur sillon, sans évacuer l'influence de leurs glorieux aînés – le légendaire groupe italien de Memphis, créé par Ettore Sottsass ; l'incantable Philippe Starck ; le poétique Ingo Maurer... Ils piochent dans un large champ d'action contenant le



À PARIS, IONNA VAUTRIN, ET SA TIRELIRE COCHON "POUR MA RETRAITE", MARIE DE LIGNEROLLES, DESIGNER AU BHV, ADRIEN GARDÈRE, CRÉATEUR DE MOBILIER ET SCÉNOGRAPHE.



classique design de produit mais aussi le design culinaire ou le design d'espace (scénographie, signalétique). Comme Sophie Françon, ancienne élève de l'ESADSE intéressée par la relation à l'espace, qui a étudié pour son diplôme la cohabitation des salariés en open space : « On peut favoriser la concentration grâce à des objets mobiles, par exemple des parois qui structurent un bureau. » Certaines spécialisations ont la cote, comme le design numérique. Il se distingue du web-design, qui vise à habiller graphiquement un site, par un travail structurel. « Le design numérique conçoit des produits en partie définis par l'informatique et les réseaux, comme une télévision numérique ou un téléphone portable, explique David Gauquelin, 26 ans, employé de l'agence milanaise Frog Design. L'objet est imaginé comme un tout, à la fois contenant et contenu. »

Le design de service, à savoir la « scénarisation » des usages liés à un produit (par exemple le Vélib'), connaît aussi un boom. « Nous ne sommes plus, comme dans les années 1980, dans le culte du designer star-Starck, note Emmanuel Tibloux, directeur de l'ESADSE. Mais dans une époque où l'on prend conscience de l'articulation des pratiques de ses contemporains, et où l'on souhaite travailler sur des projets sociaux. » C'est le cas de Vincent Pujos, qui veut « donner un sens à [s]on métier, par exemple en créant du mobilier urbain pour han-

dicapés ou en réfléchissant à l'aménagement du domicile des seniors ». Sans surprise, l'écologie figure en bonne place parmi les préoccupations des jeunes designers. David Gauquelin met en avant l'importance de « rendre durables via le design et le choix des matériaux des produits tirés à cinquante millions d'exemplaires, tels les téléphones portables, aujourd'hui conçus pour durer un an ou deux seulement ». Le discours est le même chez Marie de Lignerolles : « Je tente de privilégier des matières durables, comme le métal, le bois ou la porcelaine, en limitant l'usage de l'acrylique. Je pousse mon entreprise à faire fabriquer les objets en France et en Europe, pour obtenir une meilleure finition et rendre la vérification in situ plus pratique, moins onéreuse et polluante que si l'usine se trouvait en Asie. » La jeune femme pointe toutefois une « vague écolo cosmétique et commerciale », consistant à habiller de matériaux « verts » un produit jetable ou réalisé au bout du monde. Adrien Gardère dit croire au développement durable « sous forme de transfert de savoir-faire et de compétences, par la formation d'artisans ou d'étudiants locaux ».

Ce professionnel multi-facettes, auteur de mobilier à succès et scénographe, déplore le manque de fond de la création actuelle. « Malgré la multiplication du nombre d'éditeurs, le propos fait souvent défaut dans les pièces éditées. La production soulève

peu d'enjeux, elle ne participe pas d'une lecture de son environnement politique et intellectuel. Il faudrait éviter de faire une chaise pour faire une chaise, mais réinterpréter l'objet, réfléchir à sa nature en 2009. »

Jean-Sébastien Poncet, 27 ans, en post-diplôme à l'ESADSE, abonde dans ce sens. « Le design devrait servir à poser des questions plutôt qu'à donner des réponses. Il participe de la construction collective de l'imaginaire et doit pousser à la réflexion. Malheureusement, il sert souvent de faire-valoir à des compagnies ou institutions dans la justification d'un discours creux. Le client cherche à communiquer par le design, et le designer se retrouve acteur consentant, voire esclave d'une économie de l'image où la représentation prime sur la réalisation. »

Pas dupe des réalités économiques, mais ardemment prête à donner du sens à ses créations : ainsi se montre cette génération montante de designers, éprise de son activité. « Tout peut nous influencer, c'est un régal, on peut s'arrêter devant une plaque d'égout dans la rue et la trouver plastique », lâche François Mangeol. Avec une gourmandise touchante et prometteuse ■ LAURENCE LE SAUX
PHOTOS : PIERRE-EMMANUEL RASTOIN
POUR TÉLÉRAMA

(1) Ecole nationale supérieure de création industrielle, l'une des formations reines.

Retrouvez les contacts des principales écoles de design dans notre espace Formations sur telerama.fr