

matali

Elle est, avec Starck, le designer dont on a le plus parlé au cours des dernières années. Pas seulement pour sa coupe de cheveux. Une notoriété médiatique que relativise matali crasset, bien décidée à imposer son nom sans majuscule, par la conviction que le monde qui nous entoure dépend beaucoup du regard que l'on y porte. Et que de nouvelles lunettes nous font aussi changer d'esprit.

Propos recueillis par **Jacques Baron**

m'a dit



Portrait © Geoffrey Cotteceau



Chambre Techno Corner, HI Hotel © Patrick Gries

Culture Cuisine : À force d'être utilisé comme argument de vente pour les tous les types de produits, voire pour leur emballage, le design est-il devenu une antienne mercantile du marketing, galvaudé ou vidé de son sens ?

matali crasset : Le design respire dans les objets tout comme la prose respire dans les paroles de Monsieur Jourdain. Quant à vouloir du sens partout, ce serait peut-être aimer trop les alexandrins. Pour ma part, je pense que tout projet est intéressant. Je n'ai aucun interdit, hormis ce qui touche à l'industrie du tabac et à l'armement. Il n'y a pas de bons et mauvais projets, il y a juste de bonnes questions à se poser et des angles de vue intéressants. Intervenir dans un projet électronique avec un cahier des charges drastiques est passionnant. Les contraintes sont passionnantes et nécessaires dans ce métier.

CC : À l'opposé de ce mouvement, certains médias et observateurs s'autoproclament défenseurs ou gardiens du vrai design, en revendiquant son caractère élitiste, uniquement compréhensible par les initiés. Avec pour première conséquence de voir design et designers avant-gardistes taxés de snobisme

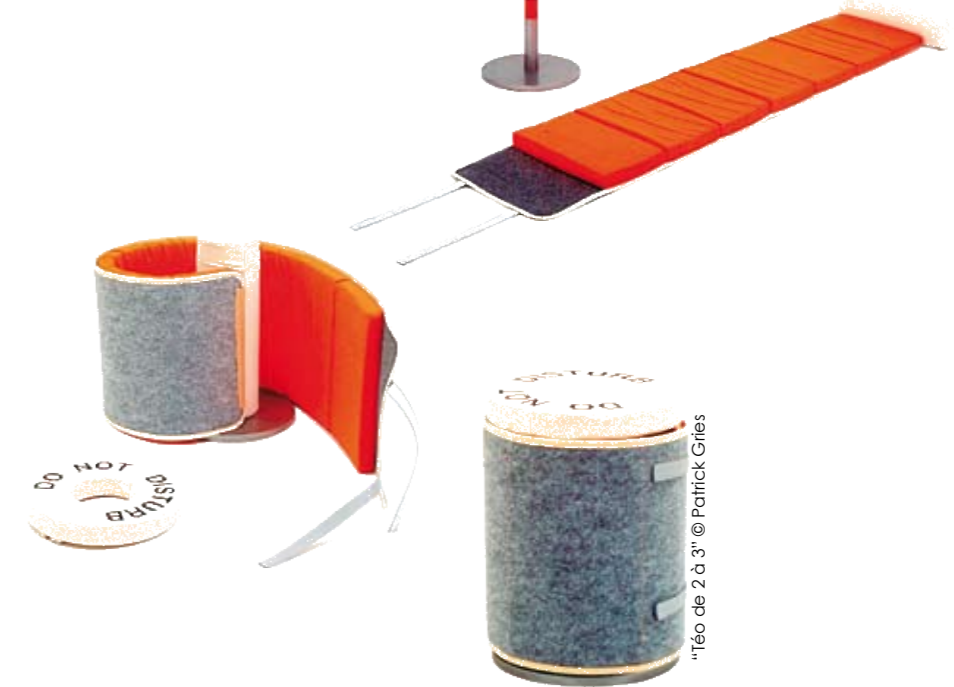
intellectuel par la majorité de la population. Qu'en pensez-vous et quel serait le juste équilibre entre nécessité d'ouverture et rigueur sélective du design authentique ?

mc : Je ne m'encombre pas de ce type de question. Ce qui m'intéresse, ce sont les projets et les hommes qui sont derrière, donc il s'agit de trouver les bons interlocuteurs. Je ne pense pas par exemple que le Hi Hôtel aurait pu exister sans ses deux commanditaires, Patrick Elouarghi et Philippe Chapelet, qui sont de véritables entrepreneurs. Le design sinon, je ne sais pas que c'est. Cette année, on m'a proposé d'intervenir en tant que curateur pour l'exposition principale de la Biennale de Saint-Etienne. Est-ce mon rôle de designer ? Pourquoi se priver de regarder avec des lunettes un terrain d'expérimentation qui est à inventer. J'ai pris aussi du plaisir à réaliser un vidéo-clip tout comme des scénographies, du mobilier, de la direction artistique, du graphisme.

CC : L'autre conséquence de ce mouvement élitiste est la création médiatique d'icônes, dont vous êtes sans doute l'exemple le plus caractéristique. Avec cette fois le risque d'une récupération de votre travail et le développement

DO NOT DISTURB

La culture, c'est la connaissance



"Téo de 2 à 3" © Patrick Gries

d'exégèses parfois hasardeuses ou réductrices sur le sens de votre démarche créatrice. Comment ressentez-vous ce phénomène ?

mc : Je ne pense pas être une icône. Ma notoriété est très relative d'ailleurs et n'est pas un projet en soi ! Il se trouve que je suis une femme et que peu de femmes font ce métier. J'explique, je passe du temps à cela et surtout j'aime mon métier. Je ne me regarde pas travailler, je suis à 100 % disponible pour le projet.

CC : De Raymond Loewy aux architectes, les grands créateurs ont toujours privilégié la vocation et l'impact sociétaux du design, appliquant sa véritable signification de dessein et non dessin. Comment ces valeurs foncières peuvent et doivent-elles s'exprimer aujourd'hui, à l'heure du règne du formel nourri de séduction éphémère, d'immédiatement rentable, de consumériste mimétique (cf. les thèses de René Girard) et de conformisme frileux ?

mc : La forme est un beau piège mais la nostalgie n'est-elle pas le premier des pièges ? Quand on regarde l'univers du mobilier par exemple, on a l'impression que les enfants de Pierre Paulin, Olivier

Mourgue, les Eames, etc. sont à l'œuvre et restent malheureusement ancrés dans cette nostalgie d'une époque perçue comme référentielle. Or, le confort peut se vivre différemment aujourd'hui. J'ai rencontré des partenaires, des industriels qui sont comme moi dans cette quête pour vivre dans leur époque. Mais cela demande d'inventer de nouveaux systèmes de pensée.

CC : On ne compte plus les designers qui se sont intéressés aux diverses familles du mobilier, à commencer par le siège. En France, la cuisine échappe à la règle. C'est d'autant plus étonnant que cette pièce, appréciée des Français, est censée combiner harmonieusement fonctionnalité et esthétique. Pourquoi une telle désaffection selon vous et quel regard portez-vous sur les ensembles actuels de meubles et de d'appareils ménagers ?

mc : J'ai mis très longtemps à penser que dessiner du mobilier pouvait être intéressant. Quand j'ai fait les Ateliers - l'Ensci, c'était vraiment quelque chose qui était regardé comme n'étant pas ce dont vous parliez plus haut du « vrai design ». Puis j'ai changé de lunettes et j'ai regardé le mobilier



Happy bar, HI Hotel © Uwe Spoerling

sous de nouveaux angles, les nouvelles typologies et là j'ai trouvé que cela pouvait être aussi passionnant. Passionnant mais pathétique car, quand on regarde les projets de Nanna Ditzel du début des années cinquante et la production actuelle, on voit que rien n'a bougé. Mais c'est aussi un moteur. Dans la maison règnent des objets dinosaures comme le canapé, la table basse, des objets qui fossilisent des espaces qu'il me semble important et vital d'oublier. Les secteurs d'activités évoluent et s'ouvrent au design à des vitesses différentes. La cuisine française ne s'est pas encore posée la question de la nécessité de changer d'esprit radicalement, de changer de regard sur sa vocation et sur son sens réels. Mais on voit déjà apparaître des solutions originales sur certains éléments, proposées par des designers. La cuisine italienne s'inscrit dans un autre registre, plus haut de gamme, avec une forte image de marque qui la fait échapper à des logiques de production de masse. Les designers y sont nombreux, mais ils sont confrontés à une problématique touchant davantage au domaine du marketing. Pour ce qui est de l'électroménager, j'ai laissé de côté dans ma vie personnelle tous ces appareils. Je ne suis pas sûre qu'une famille ait besoin de tout cet arsenal électrique qui apparaît comme un attirail ostentatoire anachronique. Une râpe de main, un fouet et un presse-purée manuels font très bien l'affaire. Il ne s'agit pas tant de régression, mais de responsabilité par rapport à un avenir à laisser à nos enfants. J'exagère un peu, mais dans cette voie à la déconsommation, il va falloir regarder les objets sous un nouvel angle, les réinterroger car il est vrai que la râpe fait mal au creux de la main. C'est un champ d'investigation passionnant. ●