



## *Processus de conception – Vitra et les auteurs*

Vitra travaille avec des auteurs indépendants, principalement des designers, mais aussi des graphistes ou des architectes, qui se distinguent des autres créateurs par la spécificité de leur langage et leur vision du monde qui transparaît dans chaque produit. Les créateurs qui se mettent au service des autres doivent au contraire adapter leur écriture à leur mandataire.

Chez Vitra, les rôles ne sont pas attribués entre un donneur d'ordre et un exécutant. Deux entrepreneurs – le designer et Vitra – recherchent ensemble la meilleure solution. La mission de Vitra est d'offrir un environnement stimulant, un soutien technique, des discussions bénéfiques à la conception et une critique constructive. Ce n'est pas une garantie de succès. Parfois, un produit ne veut pas voir le jour. Il faut alors tout reprendre depuis le début. Le processus dure toujours plus longtemps qu'on ne le souhaiterait et on obtient parfois quelque chose d'autre que ce qui était prévu au départ. Le produit doit trouver son caractère. L'art du design management est de comprendre et de canaliser cela avec délicatesse.

Le domaine de la création est vaste: depuis le design d'édition proche de l'art jusqu'aux prestations de design apportées dans le cadre d'une entreprise industrielle, de la pièce unique à l'objet quotidien anonyme, depuis l'extrême, en passant par le convenable, jusqu'au banal. L'extrême et le convenable ne sont bien évidemment pas perçus de la même manière: les collections et les archives réunissent avant tout des pièces extrêmes, en rupture avec ce qui existait, qui résolvent brillamment un aspect du «problème» parce qu'elles en ignorent un au-

tre, en bref, les pièces uniques qui attirent les regards. On accorde beaucoup moins de place aux objets convenables. Happés par le quotidien, ils rendent leurs services, font le plaisir de leurs utilisateurs mais ne sont la plupart du temps pas présentés dans les musées, même si leur contribution à l'évolution d'un genre est importante.

Il existe également des nouveautés majeures qui sont tellement justes qu'elles sont aussitôt absorbées pour se hisser rapidement au rang de standard. Il s'agit des innovations typologiques. Elles aussi ont peu de place dans les musées bien qu'elles introduisent un nouveau standard. Ceci est lié au fait qu'elles ne sont pas aussi accessibles, que leur qualité n'est pas aussi évidente que celle des nouveautés excitantes. Ces objets convenables ont souvent demandé plus de temps, d'efforts, de tentatives, d'erreurs et de travail fondamental de développement que les pièces de bravoures plus brillantes. L'introduction de la Vitra Edition en 1987 l'a montré parfaitement: un objet né en quelques mois suscitait plus d'intérêt qu'un siège de bureau doté d'un nouveau mécanisme, utilisant de nouveaux matériaux, ayant une nouvelle matérialité et un esprit nouveau, et dont le développement avait demandé plusieurs années. L'extrême et le convenable sont tous deux importants pour le design, mais le convenable occupe une place centrale dans l'activité de Vitra.

Il arrive qu'un objet soit à la fois convenable et remarqué. Ce sont les heures de gloire du design. Chaque discipline – la littérature, le cinéma, l'art – connaît ses heures de gloire. Une nouveauté voit le jour et trouve son expression finale dès sa première apparition. Et s'il s'agit d'une nouveauté marquant son époque, cette expression reste innovante pour longtemps. L'innovation en rupture avec ce qui existait précédemment, qui semble au début une hérésie, devient un classique et reste pertinente jusqu'à ce qu'une nouvelle innovation vienne la détrôner et qu'un nouveau bouleversement ait lieu. Cette innovation n'est pas nouvelle dans le seul but d'être nouvelle, elle l'est parce qu'elle a permis de trouver un nouvel équilibre. C'est principalement le cas lors de l'apparition de nouveaux matériaux et de nouvelles technologies. Le travail de Charles et Ray Eames en est le meilleur exemple.

Vitra travaille avec certains designers pendant de nombreuses années, alors qu'elle ne fait appel à d'autres que ponctuellement. Un travail à long terme est possible et utile lorsqu'un designer profite d'une telle relation pour son évolution personnelle ainsi que d'un point de vue économique, et que cette situation particulière permet à Vitra de progresser sur des sujets propres, d'importance centrale.

Il existe également des designers dont le tempérament et le mode de travail ne permettent pas de nouer une relation durable avec Vitra, mais qui obtiennent des résultats innovants en travaillant ponctuellement sur un projet. Frank Gehry, Ron Arad et Philippe Starck en sont la

meilleure illustration. Vinrent ensuite les designers et les artistes de la Vitra Edition des années quatre-vingt: Ettore Sottsass, Borek Sipek, Alessandro Mendini, Denis Santachiara, Gaetano Pesce, Richard Artschwager et d'autres.

Une nouvelle collaboration vient juste de débiter avec d'autres designers. Nous disposons des premiers résultats, mais nous ne sommes pas encore en mesure d'évaluer l'importance que prendra cette collaboration: Christoph Ingenhoven, Alfredo Häberli, Hannes Wettstein, Arik Levy, Greg Lynn. Et il existe la nouvelle Vitra Edition, avant tout destinée à faire connaissance avec Naoto Fukasawa, Konstantin Grcic, Jürgen Mayer H., Jerszy Seymour, Jurgen Bey.

Chacun d'entre eux peut à sa manière incarner cette spécificité de la relation entre Vitra et ses auteurs de design: un mélange d'esprit de pionnier, d'intérêt pour la recherche, d'acharnement et de «love investigation», expression créée par Charles Eames pour décrire le mélange de dévouement et de passion conduisant aux solutions de design couronnées de succès.

Rolf Fehlbaum, 2008