



Collectionner et transmettre: le Vitra Design Museum

Imaginons que Volkswagen fonde un musée du design automobile. Un musée qui puiserait dans les archives réunies par Henry Ford, Pierre Boulanger et Harley Earl, dont la collection réunirait les modèles les plus importants de l'histoire du développement de l'automobile des cent dernières années sur trois continents ainsi qu'une sélection des meilleurs exemples de design intelligent de moteurs déjà réalisés. Ou bien posons-nous la question de savoir quelle est la probabilité pour que Chanel se lance dans une telle aventure dans le domaine de la mode sans se limiter à ses propres collections, ou encore pour que Boeing prenne une telle initiative dans le domaine de l'aéronautique. Cela donne une idée de la performance réalisée au cours des vingt dernières années par Rolf Fehlbaum, en tant que fondateur, et par Alexander von Vegesack, en tant que directeur du Vitra Design Museum . Bien sûr, ni Volkswagen ni Chanel, malgré leurs larges et multiples engagements culturels n'ont jamais envisagé un tel projet. Et à supposer que ces entreprises en aient la vision, les intérêts et les buts contradictoires impliqueraient certainement trop de problèmes pour oser une telle gageure.

Une entreprise moins sûre d'elle que Vitra, ou devrait-on peut-être plutôt dire qui ne se laisserait pas si fortement guider par sa curiosité, réfléchirait vraisemblablement bien trop à la question de savoir pourquoi elle devrait investir autant de temps et d'énergie dans la conservation d'un héritage que l'on pourrait considérer comme une sorte de concurrence écono-

mique. Cependant, poussée par la curiosité et le flair de Rolf Fehlbaum pour le design, et par une curiosité et un enthousiasme qui dépassent de loin les produits de sa propre entreprise, Vitra a développé l'une des plus importantes collections consacrées au design du XXe siècle : une collection qui est bien plus qu'un simple musée d'entreprise, et qui ouvre et présente au contraire de nouvelles perspectives en montrant ce que peut être le design dans le monde d'aujourd'hui. Il existe à présent de nombreuses collections de design dans le monde entier. L'une des plus anciennes est celle du Victoria & Albert Museum à Londres qui avait commencé dès 1850 à concrétiser l'idée d'une collection consacrée au design. Mais il s'agissait moins d'offrir une distraction au public que de l'instruire, et surtout de mettre à la disposition des manufactures un matériel scientifique de comparaison qui, selon la conviction du gouvernement, devait leur permettre de fabriquer des produits plus performants pouvant s'imposer face aux importations venant d'outre-mer. Une vague d'institutions semblables vit le jour, comme le Musée des Arts Appliqués (MAK) de Vienne ou la Nouvelle Collection de Munich. Au fil du temps le Victoria & Albert Museum a subi de profondes transformations. La collection s'accroissant constamment, on s'éloigna des objectifs premiers et transforma l'institution en musée des arts décoratifs où boîtes à tabac, esquisses de Raphaël et autres collections d'objets tirées apparemment au hasard du large éventail des riches trésors coloniaux britanniques remplissent salle après salle. Ce musée transmet aujourd'hui nombre de connaissances, mais pas d'idées claires de ce que le design peut apporter à un fabricant de notre époque. Dans les années vingt, le Museum of Modern Art de New York prit la relève en intégrant le design industriel à sa collection en raison de son importance esthétique pour l'art moderne. La définition du design y était différente, mais elle s'avéra avoir tout autant d'impact que celle du Victoria & Albert Museum en son temps, et motiva de nombreuses institutions à l'adopter. Le tribut payé en adoptant le design dans un musée d'art fut cependant qu'on le présenta justement comme de l'art: comme de la sculpture grand format dans de vastes salles neutres sans égard pour les contextes ou les processus s'y rapportant.

Les collections de Vitra ont été conçues autour de ces deux principes: on en a tiré des leçons et on est allé plus loin. L'histoire de l'entreprise dans la fabrication et la conception de nouvelles typologies de meubles est une réussite unique. L'étude des collections existantes y joua un rôle déterminant, et cela d'une manière qui convaincrerait immédiatement les fondateurs du Victoria & Albert Museum. Chez Vitra, au début des années 80, alors que le Vitra Design Museum n'était pas encore construit, on pouvait parcourir les bureaux situés directement à côté des locaux de fabrication, et découvrir entre les tables de travail des objets désuets ayant survécu aux temps héroïques de l'époque moderne. Ces objets étaient une invitation à faire encore mieux aujourd'hui, et constituaient plus des pièces riches en enseignements pour une entreprise créative que des trophées. Et cette collection continue d'exister au milieu des installations de production de l'entreprise, comme une sorte d'encyclopédie que l'on peut con-

sulter à tout moment. Elle reflète aussi la conception du monde de Fehlbauum selon laquelle le design industriel permet de découvrir la nature du monde actuel où le matériel et le spirituel jouent chacun un rôle tout aussi important. Naturellement, des collections comme celle du Museum of Modern Art de New York ou du Centre Pompidou à Paris, couvrent des éventails plus larges. Vitra ne collectionne ni ordinateurs, ni voitures, ni machines à laver, hélicoptères ou armes à feu, ni aucune mode, mais se concentre sur les pièces de mobilier dans le contexte de l'architecture et de l'architecture intérieure. Et à l'exception de quelques rares pièces classiques incarnant les possibilités d'innovation offertes par la fabrication en série, ce concept se limite d'un point de vue stylistique au style moderne classique et à celui de ses successeurs immédiats. Dans ce domaine défini au sein du style moderne, qui inclut à présent également les luminaires, Vitra révèle toutefois une profusion incomparable.

Lorsque Ray Eames mourut, aucun musée américain ne disposait des moyens nécessaires pour pouvoir acheter les archives complètes de cette entreprise qui fut l'atelier de design le plus brillant au monde dans les années cinquante du siècle dernier. Vitra a tout fait pour pouvoir réaliser cette acquisition – et en guise de remerciement pour ses efforts, l'entreprise fut présentée à une certaine époque comme un intrus inopportun qui se serait enfui avec une partie du patrimoine culturel américain d'une valeur inestimable. Lorsque les papiers de Barragán menaçaient de tomber en poussière au Mexique, ils ont eux aussi été sauvés grâce à Vitra. La collection Vitra englobe bien sûr aussi Sottsass et Memphis ainsi que Panton, Kuramata, Aalto et Arad, Pesce et Colombo. Mais elle remonte également aux premières heures de la production industrielle, avec Thonet par exemple, et encore plus loin dans le temps.

Fehlbauum commença sa collection par l'achat d'une simple chaise qui avait été créée et fabriquée par le grand ingénieur et designer français, Jean Prouvé. Cette chaise fascinait Fehlbauum du fait qu'elle incarnait une technique de fabrication raffinée allée à une grande sensibilité esthétique. La collection prit sa forme actuelle lorsque Fehlbauum fit la connaissance d'Alexander von Vegesack. Après avoir travaillé quelque temps dans le monde du théâtre et comme commissaire d'expositions, von Vegesack avait frappé à la porte de Billy Wilder pour voir sa collection de design Bauhaus. Au fil des années, von Vegesack avait mis sur pied une importante collection personnelle affichant ce style et ce savoir particuliers que l'on ne peut pas obtenir au cours d'études universitaires, mais par une connaissance vivante des progrès de la production et de la technique qui attirent l'œil attentif du collectionneur. Fehlbauum racheta à von Vegesack sa collection de meubles en bois moulé et en tube d'acier. Comme dit Fehlbauum, il n'avait pas de stratégie claire quant à l'orientation que devait prendre la collection par la suite. Il aime voir où les événements le conduisent.

Aucune collection ne peut être objective. La nature de l'activité du collectionneur repose sur la prise de décisions. Le choix de la catégorie des objets collectionnés est une décision centrale. Le choix des pièces concrètes sur lesquelles on désire se concentrer, en est une autre. Ces décisions révèlent inévitablement la personnalité se cachant derrière la collection. Ce qui attire Fehlbaum, c'est la façon dont les choses sont faites. Sur le site de production de Vitra, il s'enthousiasme en évoquant la magie du moment où le disque de caoutchouc s'intègre entre le métal recourbé d'un pied de chaise et la surface en fibre de verre de la coque d'assise afin de les réunir. Mais il s'enthousiasme tout autant à propos de la signification culturelle de ce siège et de son aptitude à refléter un moment artistique ou une évolution sociale. Il possède un goût universel, cohérent, qui marque le choix de chacun des objets acquis pour la collection. Et c'est en grande partie ce goût qui rend cette collection aussi impressionnante.

A l'origine il n'était pas prévu de construire un musée destiné à présenter la collection. Fehlbaum avait envisagé d'acheter une villa pour l'abriter. Mais du fait des importants travaux architecturaux d'expansion du site Vitra à Weil am Rhein, l'occasion se présenta de construire un bâtiment séparé pour la collection. Fehlbaum rencontra Frank Gehry de manière informelle par l'intermédiaire de Claes Oldenburg, auquel il avait commandé une sculpture comme cadeau pour le 70^e anniversaire de son père. A l'époque, Fehlbaum avait déjà prié Gehry de réfléchir à des créations de meubles pour Vitra, mais il n'avait jamais réussi à obtenir de réponse de sa part. L'usine et son musée rattaché, ou vice versa, fut finalement la réponse tardive de Gehry.

Le musée et la collection sont devenus deux objectifs clairement distincts et différents au sein de la stratégie globale de Vitra. La collection permet à Vitra, de prendre une position-clé dans le paysage des musées internationaux en conservant l'héritage historique des pionniers du design et en collectionnant parallèlement des nouveaux travaux de designers contemporains. Cependant, la collection ne reste pas uniquement sur les étagères. Avec ses expositions thématiques et monographiques, qui animent le débat public autour de l'architecture et du design, le Vitra Design Museum acquiert une position non moins importante dans le domaine de la création d'expositions. Le musée a réussi à se faire reconnaître parmi les voix critiques et les organisateurs d'expositions de renom, ce qui est tout aussi important que l'acquisition et l'entretien d'objets.

Le petit bâtiment de Gehry qui apparaît comme l'amorce plutôt surprenante de sa période de construction d'icônes caractérisant son œuvre ultérieure, joue aujourd'hui le rôle de plateforme exceptionnellement prospère pour le programme d'expositions mis en scène par Vitra, et non pas celui de simple vitrine et d'entrepôt de la collection. Sur la base de dimensions modestes et de moyens limités, Gehry a créé une succession caractéristique de salles illustrant

L'antithèse d'une flexibilité purement neutre, donnant un cadre unique aux expositions qu'elles accueillent. Ce bâtiment est la face publique de Vitra, son programme culturel rendu visible, qui sait en outre raconter de nombreux récits sur le design.

La caractéristique véritablement unique du Vitra Museum est ce mélange de passion et de coup d'œil juste avec lesquels Fehlbaum a défini les paramètres de la collection, et son insistance audacieuse à ce que le musée se finance si possible lui-même. Une opiniâtreté qui fit fructifier de matière optimale la multitude d'idées de von Vegesack. Elle a été entre autres à l'origine de la série des miniatures, ces modèles classiques de chaises reproduits fidèlement à toute petite échelle qui sont fabriqués dans un atelier spécialement créé à cet effet, et qui se vendent tellement bien qu'ils aident le musée des modèles originaux à subsister. Elle a également déterminé la politique du musée en matière d'expositions, en misant sur des expositions facilement transportables pour pouvoir ainsi permettre la coopération avec les musées traditionnels dans le monde entier.

Le travail effectué grâce aux archives de Barragán et des Eames a permis au musée de présenter des noms connus en les faisant apparaître sous un nouveau jour, et d'attirer aussi dans quelques cas une attention bien méritée sur des créateurs jusque là ignorés à tort. Il a également montré l'avenir possible de telles archives. La collection a une mission différente. Elle est entre-temps trop importante pour pouvoir être montrée dans sa totalité en permanence. Elle fait l'objet d'un entretien minutieux dans les étagères apparemment interminables des réserves. Elle constitue la base des expositions du Vitra Design Museum, mais est également disponible pour d'autres institutions sous forme de prêts. La signification, et, il faut le dire, la valeur de ces objets ont sensiblement augmenté depuis l'ouverture du musée. En raison de l'explosion du marché des objets de design, la collection de Vitra ne pourrait plus être constituée de cette façon aujourd'hui, même avec des investissements financiers massifs.

La situation sur le marché du design n'est certes pas aussi extrême que sur le marché de l'art où les prix d'œuvres nouvelles ont souvent atteint des records exorbitants pour la plupart des musées. Toutefois les prix ont également augmenté de manière décisive dans ce domaine. Prouvé est déjà considéré comme un maître ancien. Il s'agit là d'une évolution inquiétante pour une catégorie d'objets qui à l'origine était considérée comme tout le contraire. L'idée de base du design moderne réside dans la fabrication en série qui rendait possible la réalisation de la perfection pour un nombre élevé de pièces, et ouvrait la perspective d'une démocratisation grâce à cette production industrielle, étant donné que le grand public avait désormais accès à des produits modernes de qualité qui étaient auparavant réservés à un cercle restreint.

La collection Vitra réalise la quadrature du cercle. Elle retrace le parcours de l'innovation technique et de l'évolution de la fabrication industrielle. Cependant elle montre aussi l'intensité esthétique du design et ce qu'il peut offrir aux musées d'art. Ce sont finalement les deux caractéristiques du musée, ses collections et ses expositions, qui l'habilitent à faire du design un sujet d'étude et à attirer l'attention sur des domaines lui semblant importants, à analyser les performances et les innovations réalisées, et à permettre de nouvelles évolutions.

Deyan Sudjic, 2008

Deyan Sudjic a fait des études d'architecture à l'Université d'Édimbourg et est directeur du Design Museum de Londres après avoir été rédacteur pour «Domus» et «Blueprint». Il a été directeur de la Biennale d'Architecture de Venise en 2002 et du programme d'architecture et de design de la ville de Glasgow. Son dernier livre, «The Edifice Complex: How the rich and powerful shape the world», est paru en 2005.