



## *Les révélateurs de l'apparent*

«They said I'd never make it to Normal. They were wrong.» Bob Dylan lors d'un concert à Normal, Illinois, 1999.

Sans aucun doute Jasper Morrison et Naoto Fukasawa abordent un terrain incertain avec leur projet «Super Normal». En effet, les termes de «normal» et de «supernormal» ne peuvent en aucun cas se targuer d'être clairement circonscrits, ils ne font l'objet d'aucun consensus scientifique. Étymologiquement, la normale recèle la norme et le normatif, mais notre représentation de la normalité, des choses et des événements normaux est tout sauf normée. C'est précisément le flou qui règne autour du terme que Morrison et Fukasawa mettent à profit dans leurs expositions homonymes à Tokyo et à Londres. Chaque objet quotidien défini par les artistes comme étant «supernormal» devient une preuve, un plaidoyer pour un autre design, prudent et circonspect, au-delà du pathos et de la mascarade moderniste: un trombone. Un seau en plastique. Une chaise. Les deux designers ont rassemblé près de 200 objets qu'ils présentent sur des stèles et des blocs blancs. Ainsi chaque pièce peut exprimer sa forme, sa couleur et sa matérialité tout en entrant en dialogue avec tous les autres objets réunis au sein de l'exposition. Naoto Fukasawa : «Lors du choix des objets, il n'y a étonnamment pas eu le moindre petit désaccord entre nous. Nous discutons principalement de ce que nous voulions reprendre ou non, dans l'objectif de rendre l'exposition Super Normal accessible à un public aussi large que possible.»

Il existe visiblement ici un lien entre le supernormal et l'archétypique, qui résulte d'un long processus de création tout au long de l'histoire du produit, où la genèse de l'objet pendant des siècles, voire des millénaires, aboutit à une image que nous avons tous en tête lorsque nous entendons ou lisons le mot «chaise». La Plywood Chair créée par Morrison en 1988, produite par Vitra, est certainement très proche de l'archétype de la chaise. Et pourtant, si on la considère avec plus d'attention, des différences apparaissent: le léger mouvement du dossier, la mise en évidence volontaire de vis cruciformes simples, aplaties, la légèreté surprenante de la chaise, ainsi que sa structure d'une simplicité maximale, visible sur la partie inférieure de l'assise. Ces caractéristiques distinguent la chaise d'un siège purement archétypique, d'un simple pictogramme tridimensionnel. Cela vaut également pour le tabouret de Naoto Fukasawa «Déjà-vu» dessiné pour Magis, dont la forme et les proportions semblent être d'une sobriété presque campagnarde. Dans ce cas, le tabouret se distingue également par le choix du matériau – l'aluminium – par les reflets qui en résultent et par sa légèreté. Ce tabouret m'a spontanément fait penser au travail de Jeff Koons intitulé «Rabbit», où l'artiste américain a transformé un lapin gonflable en sculpture chromée.

En choisissant volontairement un nouveau matériau, Fukasawa transpose lui aussi une forme existante, que l'on n'associait jusqu'alors qu'à un matériau bien précis, en un objet supernormal. La différence entre un produit normal et un produit supernormal apparaît dans ce cas précis: le supernormal renvoie au normal – c'est en quelque sorte une citation esthétique – sans être lui-même «normal»; il ne se limite pas à utiliser les formes, les matériaux et les techniques de production qui ont été transmis. Cette distance volontaire qui sépare l'objet supernormal de ses prédécesseurs peut devenir un signal subtil. La bouilloire de Morrison pour Rowenta n'est, de part sa forme, rien d'autre qu'une bouilloire électrique que nous pensons connaître depuis longtemps et avoir de nombreuses fois rencontrée au quotidien ou dans les natures mortes de Morandi, nous savons intuitivement l'utiliser et son aspect associé à la supernormalité est même parvenu à nous consoler de ses faiblesses techniques. (Rowenta l'a si mal produite que même les mécanismes faisant qu'elle s'allume et s'éteint automatiquement n'ont pas cette évidence qui est propre aux exemplaires beaucoup plus laids de ce type de produit!)

Ce projet nous montre que le répertoire de signes traditionnels occidentaux et asiatiques peut ouvrir la voie aux générations de designers actuelles et futures si leur action n'est pas simplement dirigée par l'adaptation superficielle de formes extérieures. Cela n'a rien à voir avec un design rétrograde. Jasper Morrison parle plutôt d'une «perte d'innocence» qui sépare les designers actuels des artisans et des ouvriers des siècles précédents. Ces derniers fabriquaient tous les objets du quotidien – une louche, une hache, une selle – sans intention de leur

confier l'expression de leur personnalité ou de leur temps, et sans s'affirmer contre les produits concurrents ou les plagiat. Morrison et Fukasawa travaillent pour de nombreuses grandes entreprises internationales, sans les possibilités de production et de distribution desquelles le design industriel ne pourrait exister. Ils sont bien évidemment tous deux conscients des mécanismes actuels du marché, des stratégies de marketing et des conditions de production. Le design supernormal ne doit pas être coupé du monde ni verser dans le sentimentalisme, il doit se positionner fièrement sur le marché actuel pour ne pas sombrer dans l'inefficacité. Affirmer le supernormal n'est cependant pas à la portée de quelques astuces à deux sous ou d'un mouvement d'exaltation. Il apparaît à travers des formes et des détails élaborés qui laissent transparaître la connaissance de traditions et des précurseurs dans l'histoire du design. Aux côtés des objets anonymes tels que l'épluche-légumes suisse Rex ou un simple sac en plastique, on trouve ici des classiques du design tels que l'horloge murale de Max Bill pour Junghans, le système d'étagères 606 de Dieter Rams ou le réveil Optic de Colombo en 1970. Les produits de Newson, Grcic, Van Severen ou des frères Bouroullec représentent une génération dont Morrison et Fukasawa font eux aussi partie. Il ne s'agit donc pas de célébrer le «design habituel», comme il est souvent appelé par les ingénieurs, ni de transfigurer un siècle précis du design, un langage spécifique à un pays, et l'actualité, l'exclusivité ou la préciosité des produits ne jouent aucun rôle ici. Le phénomène du supernormal est en quelque sorte délocalisé dans le temps et dans l'espace, le passé et le présent de la conception des produits renvoient pareillement à un futur qui a commencé depuis longtemps. Il ne s'agit visiblement pas non plus pour les deux designers d'études ni de modèles utopiques: le supernormal est déjà là, il existe dans l'ici et le maintenant, il est réel et disponible. Il nous suffit d'ouvrir les yeux: Fukasawa et Morrison nous révèlent l'apparent.

Presque 30 ans exactement avant la première exposition Super Normal à la Galerie Axis de Tokyo avait lieu l'exposition «Das gewöhnliche Design» (le design habituel) à la Mathildenhöhe de Darmstadt, l'un des centres de l'Art Nouveau allemand. Friedrich Friedl et Gerd Ohlhauser présentaient alors dans les locaux de l'École supérieure de design des roues de vélo, des chevilles, des mouchoirs, des ouvre-bouteille, des dossiers et des pinces à linge. Les objets ménagers de la République fédérale des années soixante-dix étaient déclarés objets d'études. Bazon Brock, professeur d'esthétique à Wuppertal, avait à l'époque prononcé le discours d'ouverture. Il disait: «Nous devons analyser et comprendre notre environnement contemporain comme s'il s'agissait du quotidien d'une société historique. Comme par exemple l'univers quotidien de Pompéi en 79 avant J. C. lorsque le Vésuve a enseveli la ville pour l'éternité, la préservant ainsi pour nous ». Au premier abord, leur exposition programmatique de 110 objets, en opposition avec la domination et la trop grande solennité de l'Art Nouveau à Darmstadt, semble être un précurseur du projet Super Normal. Si on la considère de plus

près, la banalité du monde des objets était alors plutôt au premier plan: les produits exposés coûtaient rarement plus de 3 à 5 DM, et l'on opposait, non sans ironie et sans arrière-pensée, les bouchons de baignoire, les assiettes en papier, les stylos-bille et les bouteilles de bière placés dans des vitrines aux meubles précieux ornés de fleurs et aux luminaires de l'Art nouveau, à leurs formes fluides et à leur exaltation. Le lieu et la date de l'exposition – 1976 à Darmstadt – jouaient alors un rôle décisif, alors que la présentation de Fukasawa et de Morrison a le même message et le même impact dans chaque pays du monde occidental et son contenu est aussi durable que certains des produits sélectionnés.

Pourquoi le supernormal doit-il être rendu visible aujourd'hui précisément? Pour répondre à cette question, il suffit de se rendre dans quelques grands magasins, supermarchés, salons et sites Internet, ou de jeter un regard furtif dans les magazines dédiés à l'habitat ou dans les coffeetablebooks: le spectaculaire et le pseudo-moderne sont depuis longtemps devenus la norme dans le design des produits, l'image du design est aujourd'hui dominée par des caractéristiques superflues, des ellipses, des courbes dynamiques, des perforations et des peintures à effets. Ceci concerne la plupart des voitures (que ce soit à l'intérieur comme à l'extérieur), les articles de sport, les appareils hi-fi, les montres ou les meubles. Sans parler du design des emballages. Il y a quelques années, Fukasawa avait dessiné un emballage vertical d'un jaune lumineux pour un jus de banane de manière à ce que les arêtes légèrement brunes fassent penser à la banane elle-même, sans pourtant imiter sa courbure caractéristique. Le bec s'ouvrait du même mouvement de la main que l'on pèle une banane. Est-ce que cela ne serait pas super qu'un tel design devienne un jour la norme?

Gerrit Terstiege

Gerrit Terstiege est rédacteur en chef du magazine de design form et depuis 2003 membre du directoire de la Deutsche Gesellschaft für Design-Theorie und – Forschung (Société allemande de théorie et d'étude du design). Il a rédigé des articles pour le Handelsblatt, a enseigné dans les Écoles Supérieures de design de Karlsruhe, Bâle et Zurich et a été professeur suppléant en histoire du design et des médias à l'Institut Universitaire de Technologie de Mayence.

Ce texte a été publié pour la première fois en 2007 dans le livre «Super Normal – Sensations of the Ordinary» de Lars Müller Publishers. ISBN 978-3-03778-106-7

[www.lars-mueller-publishers.com](http://www.lars-mueller-publishers.com)