

# CONSTANCE RUBINI

*Historienne, commissaire de la Biennale de Saint-Etienne, elle forme les designers de demain dans les écoles les plus prestigieuses de France. Constance Rubini, un regard aigu pour juger de l'état du design contemporain.*

● Difficile de trouver un regard plus circulaire – et plus amoureux – sur le design que celui de Constance Rubini : cette vaste discipline, qui mêle dans un dialogue permanent esthétique et fonctionnel, elle l'aborde chaque jour avec les yeux instruits d'une commissaire d'expos (à la Biennale internationale du design de Saint-Etienne), d'une historienne (elle a signé plusieurs ouvrages et dirige la revue *Azimuts*), mais aussi d'une enseignante au contact des designers en formation – aux Arts-Déco à Paris et à l'Esad à Saint-Etienne. En sa compagnie, état des lieux d'une discipline que la France a encore un peu de mal à embrasser...

## Comment vous est venu le goût du design ?

J'ai toujours adoré regarder autour de moi. Les petits objets du quotidien, des choses toutes simples comme le trombone, objet génial car conçu dans une totale économie de moyens ! Ma mère ne voulait pas que j'étudie l'histoire de l'art, elle disait que ça ne déboucherait sur rien. J'ai donc été obligée de travailler très vite pour lui prouver le contraire, chez un expert en objets d'art. Mais j'ai vu que, dans cette profession, seul comptait le marché, alors j'ai bifurqué. Après un passage par le Louvre – j'ai travaillé sur de grandes expos, notamment celle de Titien en 1993 –, je suis entrée au musée des Arts décoratifs avec mon sujet de thèse : la diffusion du mobilier contemporain de 1930 à 1980.

## L'étude de la création contemporaine doit paraître immense quand on s'y lance, non ?

J'ai commencé par me plonger dans les années 1950, période si riche, puis je me suis intéressée à toutes les époques. Plus j'avance, plus je m'aperçois qu'il me reste beaucoup à aborder. Ce qui n'est pas évident car l'histoire du design s'appuie sur peu d'archives, c'est une histoire d'abord orale, transmise au sein des entreprises, des ateliers... Il me manque des éléments, mais pas dans la création contemporaine – j'enseigne dans différentes écoles et suis très au fait de ce qui se passe. Mais des questions demeurent ouvertes. Notamment les différences de rapport aux objets, aux meubles, entre les pays : pourquoi la France est-elle si différente de l'Angleterre, des pays du Nord ou de l'Italie ?

## Il semble en effet y avoir, en France, une absence de culture du design. Pourquoi ?

Il y a différentes hypothèses. L'une d'elles est que nous vivons sur nos acquis. Nous restons dans l'idée que nous sommes un pays formidable, avec une culture merveilleuse, et que nous n'avons pas à nous remettre en question. Pour le mobilier, ça a été pareil. Bien sûr, traditionnellement, des familles héritaient de meubles du XVIII<sup>e</sup> siècle, de grande qualité. Mais, à côté, toute une population qui n'en héritait pas achetait

des copies du XVIII<sup>e</sup> de faible facture, parce que c'était ce qu'elle avait toujours vu : elle pensait que c'était le goût français ! Quand j'étais petite, je voyais rarement chez les autres du mobilier contemporain. Sauf peut-être dans les résidences secondaires, où l'on trouvait parfois des créations de l'italien Joe Colombo. A l'inverse, lorsque je suis allée au Danemark pour la première fois, pour une exposition sur Arne Jacobsen, j'ai vu chez quelqu'un, dans sa cuisine, sa fameuse chaise Fourmi ! J'ai voulu en parler avec son propriétaire, qui m'a regardée avec des yeux ronds : il ne savait même pas que c'était de Jacobsen. Avoir une chaise contemporaine était tellement banal pour lui...

## La France serait-elle victime du poids de son passé ?

Notre patrimoine ne nous a pas aidés à avoir de la curiosité pour la nouveauté, mais il y a aussi des facteurs économiques. Après la guerre, les ministères en charge de la reconstruction ont soutenu la création : le Salon des arts ménagers comportait une section spéciale pour le mobilier contemporain, à côté des machines à laver, mais ce fut un échec. Les responsables n'étaient pas les éditeurs, ni les créateurs, nombreux, mais les diffuseurs. Les marchands ne voulaient pas prendre le risque de s'entendre dire, dans leur boutique : « *Qu'est-ce que c'est que ça ? On n'en veut pas !* » Faire évoluer les goûts demande du temps, il fallait savoir vendre la nouveauté, avoir les bons vendeurs... Ça ne s'est pas fait. Heureusement, il existait des entreprises comme Roset. Un éditeur ancien (la société a été créée en 1860, elle fabriquait des parapluies !), qui a eu l'intelligence, dès les années 1960, de constituer son propre réseau de diffusion, avec ses boutiques. Roche-Bobois s'est aussi imposé, mais son histoire est différente, la marque n'ayant pas travaillé avec les créateurs aussi intimement.

## Et ailleurs, ça se passait comment ?

Dans les pays nordiques, il y a un immense respect pour le créateur. Un entrepreneur choisit de travailler avec un designer, et une vraie collaboration s'établit à long terme. En France, il a toujours fallu que ça aille vite, que « ça tourne ». Les éditeurs ont longtemps pris les créateurs pour des rigolos, ils travaillaient avec l'un, puis avec l'autre... Et puis, la structure industrielle n'est pas la même. L'Italie de l'après-guerre grouillait de petites entreprises, qui collaboraient entre elles. Elles étaient légères. L'une fabriquait la partie d'un meuble, puis s'adressait à une autre qui terminait le travail. En France, nous avons de très grandes entreprises, mais peu adaptées à ce type de marché. ➤

## ● L'HISTORIENNE DU DESIGN CONSTANCE RUBINI ENTRETIEN

### La situation évolue-t-elle ?

On a l'impression que oui parce que tout le monde parle de design... mais surtout dans les magazines de décoration. Il est assez rare de trouver des articles de fond. En général, le design est plutôt cantonné à la rubrique « style ». Et dans les salons et les foires professionnelles, il a beaucoup de mal à s'imposer. La création atteint très rarement la grande série, sauf chez Roset-Cinna, qui a ouvert des magasins dans le monde entier. Quand ce groupe lance un meuble, il est produit à des milliers d'exemplaires. Mais cela reste exceptionnel. Tout ce qu'on voit dans la presse est fabriqué en très faible nombre, même dans les maisons italiennes. On peut à peine parler d'industrie, c'est semi-artisanal... Mais bon, il y a du mieux : plusieurs petits éditeurs sont apparus récemment. Petite Friture, Ymer & Malta, Moustache... Et puis, il y a les galeries, notamment à Paris : Tools, qui existe déjà depuis une dizaine d'années, BSL...

### Mais justement, en France, ne reste-t-on pas trop dans un design de galerie, très élitiste ?

Eh oui ! Mais par où commencer ? Je ne crois pas que les industriels français soient prêts à investir ! Les entreprises sont partantes pour communiquer sur le nom d'un designer, mais très peu pour redéfinir une gamme de produits en travaillant dès le départ avec un créateur. Ce n'est toujours pas dans leur culture... Il y a pourtant énormément de designers, et beaucoup sont très bons. De plus, les jeunes prennent des directions très spécifiques : un garçon comme Christophe Tallec, qui est un ancien des Arts-Déco, se révèle très fort dans le design de service. Il a notamment créé un siège qui permet aux vibrations de passer : les enfants sourds qui le testent arrivent à reconnaître les morceaux qui sont joués. C'est formidable ! On entend peu parler de cette application du design, mais elle est essentielle.

### Quand un designer atteint un certain niveau de notoriété, il se met à toucher à tout : flacons de parfum, hôtels, bouteilles... Pourquoi ?

Parce qu'il se retrouve dans la presse, et alors les entreprises font appel à lui ! Toujours le problème de notre manque de culture du design. Celui qui a ouvert la voie, c'est Philippe Starck. On s'est mis à parler du design à partir du moment où il est arrivé. Starck est un excellent designer, et un excellent communicant. J'ai été frappée par le premier livre sorti sur lui : sur la couverture, il apparaît torse nu, le corps tatoué avec ses objets. Ça dit tout : c'est sa propre personne qu'il a mise en avant... Des gens comme Matali Crasset ou Patrick Jouin, à sa suite, ont compris qu'il fallait se faire repérer par les médias. Certains designers, pourtant excellents, ne veulent pas en passer par là, et on n'entend pas parler d'eux. Mais comment peut-on les appeler si on ne sait pas où les trouver ?

### Quel est votre panthéon personnel du design ?

Les éditeurs italiens ! Kartell (fondé en Italie en 1949), par exemple, pour le travail qu'il a réalisé avec le plastique. En France, Roset, présent depuis le début. Chez les designers, Dieter Rams, qui a dessiné tous les objets de la marque Braun des années 1950 à 1970 - comme ces radios, ces électrophones qui restent pour moi des références. Dans la même famille, Naoto Fukasawa et Jasper Morrison. De tels créateurs sont dans l'intelligence du projet : ils ne privilégient pas les matériaux les plus chers parce que c'est plus luxueux ou plus à la mode ; ils recherchent la justesse de la proposition. Tout comme Martin Szekely ou François Bauchet. Une autre personnalité m'intéresse : Konstantin Grcic. Je l'ai invité

à la Biennale du design à Saint-Etienne. Chez lui, on retrouve la même justesse formelle, mais avec un certain humour. Quand on voit ses chaises, on se dit qu'on ne pourra jamais s'y asseoir, et pourtant elles sont très confortables ! J'aime aussi Les Bouroullec. Au début, en voyant leurs créations, les gens disaient « oui, pourquoi pas... », et puis les réussites s'accumulent, avec cohérence. Parmi les plus jeunes ? Benjamin Graindorge, ou Felipe Ribon, qui s'intéresse aux questions scientifiques et médicales. Il a réalisé une salle de bains en tissu dont tous les meubles peuvent passer à la machine à laver.

### La France a-t-elle de bonnes écoles de design ?

Oui, mais il y en a de bonnes aussi à l'étranger. On peut juger les résultats au nombre d'étudiants qui travaillent, qui circulent et sont visibles. Beaucoup viennent de l'ECAL (Ecole cantonale d'art de Lausanne). D'autres, de la Design Academy d'Eindhoven, en Hollande, et du Royal College of Arts, à Londres. En France, beaucoup d'excellents élèves viennent de l'ENSCI (Ecole nationale supérieure de création industrielle). De l'école des Beaux-Arts de Saint-Etienne sont sortis des talents comme François Mangeol. Et puis les Arts-Déco : Christophe Tallec et Samuel Aden, et en graphisme, Frédéric Tasser, avec qui nous travaillons pour la Biennale. Après, quelle est la meilleure formation ? Je pense qu'il faut choisir une école qui a de bons ateliers, et les moyens d'attirer de bons profs. L'étudiant qui va réussir est celui qui sera curieux, qui recevra l'enseignement mais aussi piochera des informations ailleurs, profitera des cycles d'échanges internationaux... Ce qui compte, c'est le bon étudiant plutôt que la bonne école.

### En France, quelle philosophie sous-tend les études ? Plutôt pratique ou théorique ?

On constate une tendance à diriger les étudiants vers la question des concepts. Ils doivent en permanence justifier leur idée. Et les formes sont peut-être moins travaillées qu'elles ne l'ont été. L'informatique joue un rôle, bien sûr. A partir du moment où, avec l'ordinateur, des automatismes se mettent en place, les étudiants ne se posent plus les questions formelles de la même façon. Et la question du concept, c'est aussi une affaire de communication : la bonne idée est mise en avant. Mais le design, ce n'est pas cela...

### La lampe, la chaise sont-elles des passages obligés ?

Oui, chacun doit créer sa chaise. Mais j'ai l'impression qu'ils ressentent un malaise par rapport à ça. Parce que des chaises, il y en a déjà beaucoup, à une époque où on n'arrête pas de parler d'écologie, de surproduction... Que certains fassent des chaises, c'est bien, mais beaucoup se demandent s'ils ne peuvent pas utiliser le design autrement que pour rajouter des objets.

### Au fond, la question de la beauté d'un objet semble devenue secondaire, voire taboue ?

On a l'impression que la plasticité passe au second plan. Dans le mobilier urbain par exemple, quand on compare les créations de Guilimard avec les équipements du Vélip' parisien, on est étonné... La partie visible et amusante a pris le dessus. Que ce soit vendable et sexy : c'est la priorité aujourd'hui. Alors que, pour moi, le bel objet est celui qui arrive à la plus grande justesse : quand il n'y a plus rien à retirer ni à ajouter. Comme dit Jasper

Morrison, les choses n'ont pas besoin d'être spectaculaires pour être intéressantes ●

### À VOIR

**Biennale internationale du design 2010**, du 20 novembre au 5 décembre, à Saint-Etienne, expositions à la Cité du design et dans les musées des environs. [www.biennale2010.citedudesign.com](http://www.biennale2010.citedudesign.com)

**PROPOS RECUEILLIS PAR XAVIER DE JARCY ET EMMANUEL TELLIER. PHOTO : PIERRE-EMMANUEL RASTOIN POUR TÉLÉRAMA.**