

# LE DESIGN, SUPPLÉMENT D'ÂME DES MARQUES

Le design fait vendre, qui dira le contraire ? À l'ère des smartphones aux lignes épurées, des automobiles aux profils racés et des montres accessoires de mode (masculins) et bijoux (féminins), le design est plus que jamais l'indispensable trait d'union entre fonction et esthétique. Un subtil équilibre qui donne vie aux objets du quotidien.



Patrick Sztajnbok (H.77)



Fabien Vallerian (H.04)



Julien Salanave (H.99)



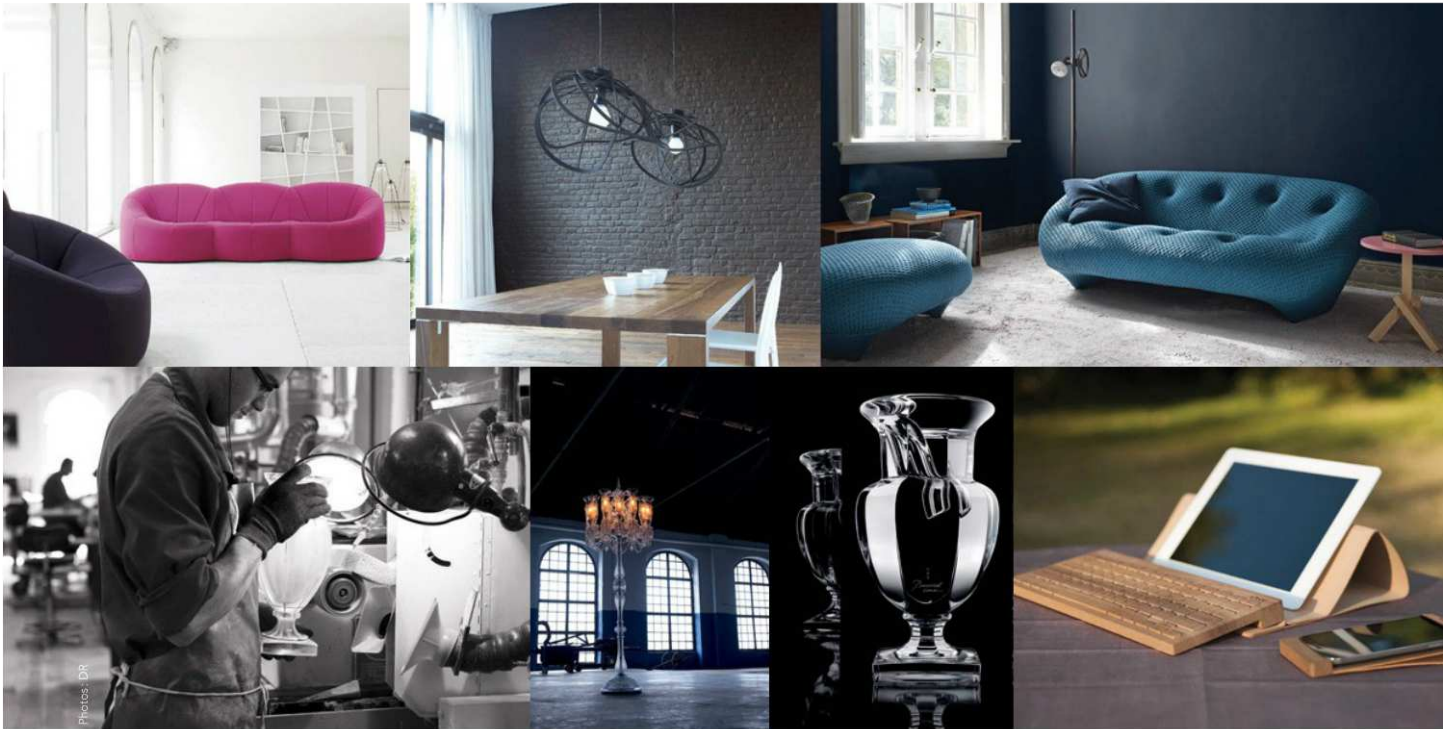
Anthony Pisani (M.11)

Souvent utilisée comme épithète pour qualifier un meuble ou un objet au style épuré, l'adjectif "design" naît au début du 20<sup>e</sup> siècle des premiers mouvements idéologiques et artistiques (*Arts and Crafts* en Angleterre, Art décoratifs en France, Bauhaus en Allemagne). Alors que les États-Unis accueillent les élèves du Bauhaus après la fermeture de leur école par les nazis, l'esthétique industrielle révolutionne outre-Atlantique la conception des produits, innovant en termes de matériaux et de fabrication. La bakélite, le plastique, l'aluminium, l'acier inoxydable, le bois stratifié ou lamellé-collé, sont autant de matériaux qui ouvrent alors la voie à une nouvelle façon de concevoir le rapport forme/fonction<sup>1</sup>.

À la même époque, le célèbre designer français Raymond Loewy, expatrié aux USA, publie un livre dont le titre résume la raison d'être du design à l'ère de la consommation de masse : *La Laideur se vend mal*. Figure tutélaire du design, Ettore Sottsass (1917-2007) avait une vision plus poétique de sa mission, confiant un jour que, pour lui, "*faire du design, c'est une façon de débattre de la vie*"<sup>2</sup>. Riche de ses origines diverses, le design est reconnu aujourd'hui comme l'expression première de la marque, porteur de sens et élément-clé de sa stratégie.

## UNE ASSOCIATION DE LONGUE DATE

Entreprise familiale cent cinquantaire, Roset SA est un fabricant français de mobilier contemporain. Ses produits sont vendus dans plus de 70 pays, sous la marque Ligne Roset, lancée en 1973 avec un modèle devenu iconique, le canapé Togo (1,2 million d'exemplaires vendus à ce jour). "*C'est Michel Ducaroy, le premier designer de Ligne Roset, qui créera le mythique canapé en mousse, retrace Patrick Sztajnbok (H.77), directeur commercial et marketing de Ligne Roset. L'association heureuse, et surtout harmonieuse, de la fonction et de l'esthétique.*" Après dessins et maquettes, les prototypes à l'échelle 1 permettent d'apprécier le rendu, l'usage. "Dessiné pour durer plus que la mode", dit le slogan signé Jacques Séguéla dans les années 1970, Ligne Roset travaille régulièrement avec quarante designers : qu'il s'agisse de Peter Maly, des frères Bouroullec (repérés à leurs débuts), du couturier Jean-Charles de Castelbajac, de l'architecte Jean Nouvel, voire de jeunes débutants contactés au sortir de l'école par Michel Roset, directeur général et directeur artistique de Roset SA, la marque fait d'abord confiance à l'intuition géniale d'un créateur. ●●●



“L’ASPIRATION AU BEAU EST UNIVERSELLE, UN BESOIN DE L’HOMME QU’IL ASSOUVIT QUAND SES ATTENTES PRIMAIRES SONT SATISFAITES.”

PATRICK SZTAJNBOK,  
LIGNE ROSET

“MÊME SI PARFOIS LE FONCTIONNEL PRIME, LE BEAU RESTE UNE ASPIRATION IMPORTANTE... L’ESTHÉTIQUE VISUELLE EST CRUCIALE DANS UN MONDE DE L’IMAGE.”

JULIEN CALLEDE,  
MADE.COM

## MADE.COM, FROM NOTTING HILL

C’est l’histoire de trois jeunes entrepreneurs, **Julien Callede (H.06)**, **Ning Li (H.06)** et Chloé Macintosh, architecte de formation. En 2010, ces trois passionnés de design fondent Made.com, sur les hauteurs de Notting Hill, à Londres. Leur idée : rendre le design abordable et donc accessible au plus grand nombre, en proposant un mobilier au design original et de qualité. Sans se ruiner : entre le fabricant et le client, chaque intermédiaire (agent, importateur, boutique, etc.) alourdit la note. “Nous travaillons de préférence avec des designers techniques, c’est-à-dire qui suivent leur objet en usine, et dessinent des meubles faciles à fabriquer”, explique Julien. Au catalogue de Made.com figurent aujourd’hui de jeunes designers, comme Steuart Padwick (collections Stroller et Fonteyn), James Harison (canapé Jonah), Josie Morrie (table basse Range), ou bien encore Philip Colbert (fauteuil de salon Rodnick). Sans oublier des collaborations plus prestigieuses, comme la collection Contrast (mobilier de salon), réalisée par le Studio Putman. Made.com vise l’Europe, et est présent pour l’heure en Angleterre, en France et en Italie.

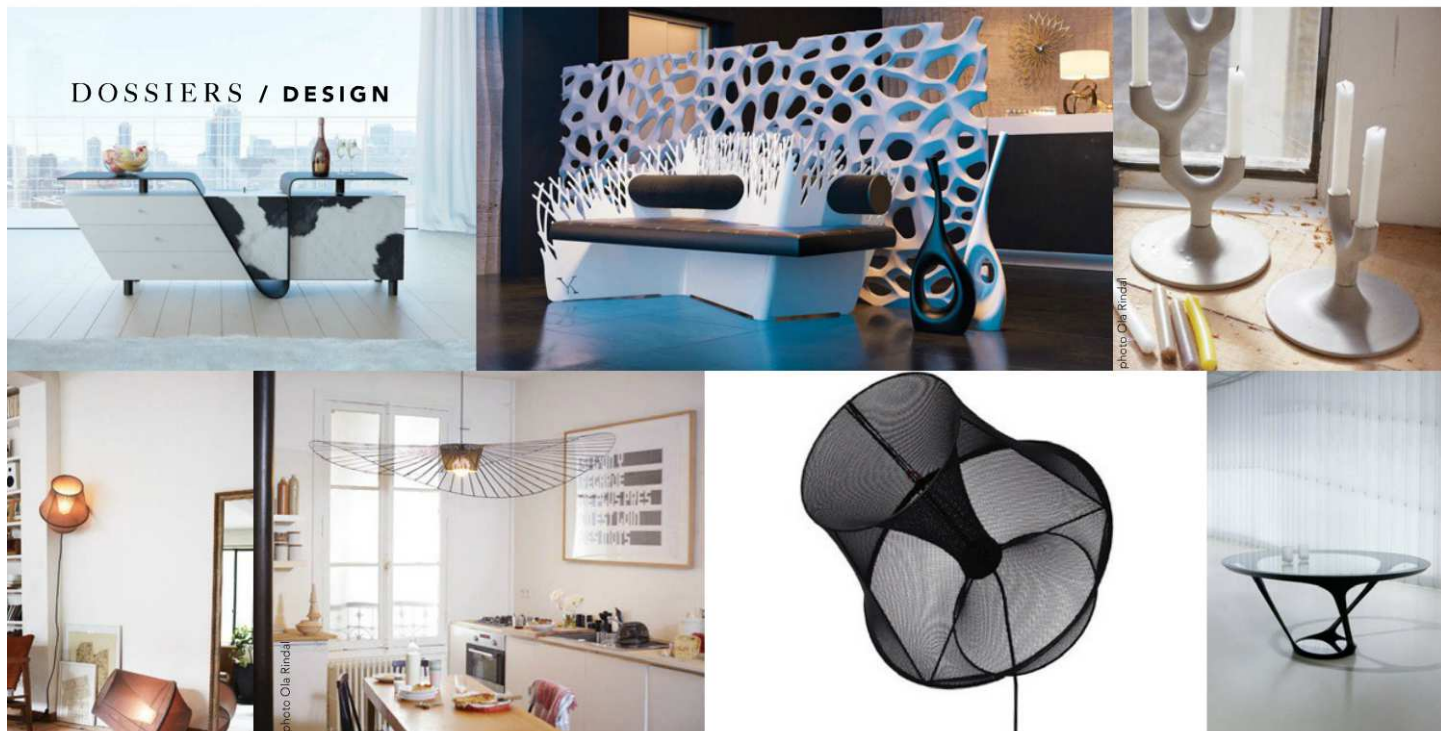


Julien Callede (H.06)

## QUAND DESIGN RIME AVEC INNOVATION

La dimension innovante fait partie intégrante de la réponse apportée aux attentes des consommateurs. Ainsi, Baccarat améliore la capacité d’éclairage de ses lustres, en les équipant de LED qui éclairent le cristal de l’intérieur (créant ainsi de nouvelles ambiances lumineuses) ou de *lumisheet*, un système très innovant d’éclairage plat sous forme de feuilles. Idem chez Ligne Roset, où la nouvelle collection de rentrée 2014 comprendra des tables avec plateaux HPL (*High Pressure Laminated*), stratifiés haute pression quasi inrayables et indéformables, résistant à la lumière et à la chaleur. Enfin, chez Tag Heuer, outre la course perpétuelle à la précision dans la mesure du temps (jusqu’à 5/10 000° de seconde), l’horloger innove depuis ses origines : conçue en 1969, la célèbre montre carrée à cadran bleu Monaco V4 portée par l’icône Steeve McQueen, est équipée d’une transmission par courroies en lieu et place des habituels rouages crantés, dans fameuse version “V4” (créée en 2004). Une révolution technique qui permettra d’innover côté design : les fonctions horlogères peuvent être placées où l’on veut sur le cadran.





Amélie du Passage (H.03)



Gilles Bonan (H.91)



Olivier Romang (H.00)



Éric Gormand (E.02),



Marque emblématique de “l’art de vivre à la française” depuis Louis XV, Baccarat embellit les tables royales, en France et dans le monde entier, et par extension celles de la noblesse et de la bourgeoisie. “Dès le début du 20<sup>e</sup> siècle, Baccarat sollicite des designers externes pour créer de nouvelles collections, indique **Fabien Vallerian (H.04)**, responsable marketing Art de Vivre chez Baccarat. *Georges Chevalier, Dali, Andrée Putman, Ettore Sottsass font partie des créateurs qui ont marqué de leur empreinte artistique Baccarat, sans oublier Philippe Stark.*” Un changement d’échelle: après avoir conçu l’architecture des maisons Baccarat à Paris et à Moscou, Starck réalisera différentes collections de luminaires, mobiliers, arts de la table et décoration, qui toutes auront un retentissement mondial.



Ce qui incitera Baccarat à nouer des coopérations régulières avec d’autres designers: Marcel Wanders, Nendo, Arik Lévy, Jaime Hayon, les frères Campana, etc. “*Nous recherchons d’abord un artiste capable d’entrer dans notre ADN, notre savoir-faire manufacturier, pour donner son interprétation de Baccarat*”, résume Fabien.

## SE RÉAPPROPRIER LES OBJETS DU QUOTIDIEN

Ce souci du matériau et des savoir-faire artisanaux, **Julien Salanave (H.99)**, cofondateur d’Orée Design, fabricant de produits écoconçus, le partage avec ses aînés du luxe “à la française”. En 2011, alors qu’il conseille de grands groupes de technologie sur l’identification de nouveaux matériaux pour l’électronique grand public, il constate qu’aucun matériau noble n’existe en alternative à l’aluminium et au plastique: “*L’idée m’est venue de réinterpréter le clavier d’ordinateur, objet invariant de notre quotidien connecté, pour le fabriquer en bois*, raconte Julien. *J’ai eu la chance de rencontrer Franck Fontana, un designer spécialiste du bois, avec qui j’ai pu réunir les savoir-faire nécessaires au projet. Nous sommes convaincus que par le design, le matériau, sa durabilité et sa production artisanale – dans notre propre atelier, situé à Castelnaudary –, nous permettons aux gens de se réapproprier l’objet au-delà de la fonction.*” Un carré tactile en bois massif Bluetooth ainsi qu’un galet (en bois ou en marbre), pour la recharge par induction de smartphone, sont depuis venus compléter la première collection d’Orée Design.

C’est une impulsion identique qui semble avoir guidé **Anthony Pisani (M.11)**, créateur de la ligne de mobilier Ykebana, sortie des mêmes lignes de production que les charpentes métalliques de l’entreprise familiale Framatec, située près de Nancy: “*À l’origine, le premier produit*





Photos: DR



"AU-DELÀ DE L'UTILITÉ DE NOS OBJETS, LA BEAUTÉ EST LÀ POUR SUSCITER L'ENVIE, POUR AJOUTER UNE DIMENSION POÉTIQUE AU QUOTIDIEN."  
 PAULE GUÉRIN,  
 KEIM EDITION

## L'ÉGÉRIE DU B.U.D.

Beau, utile, durable: trois lettres, trois mots, pour exprimer l'air du temps s'agissant de design – matériaux recyclés ou naturels, production locale. Et qui résume le credo de **Paule Guérin (M.06)**, également diplômée de l'Ensad en Design et cofondatrice de KEIM Édition: "Après avoir réalisé un premier vélo au cadre en bois, baptisé Arvak, présenté lors de la 4<sup>e</sup> édition du salon 1.618 Sustainable Luxury, notre ambition est de lancer une marque de vélos d'excellence. Avec pour projet de bâtir ainsi une référence de niche dans le milieu du cycle, avec des produits artisanaux fabriqués en France en édition réduite." Un vélo d'une expression radicale par sa simplicité, en termes de ligne, et de grand raffinement dans son dessin et sa fabrication, qui a permis à la jeune designer de pousser ses compétences à son paroxysme. Plus accessible, Paule a dessiné pour Nature & Découvertes un réveil en liège qui reprend les codes du réveille-matin d'antan, tout rond, sur lequel on appuie pour couper la sonnerie. Un design simplissime doté d'un cadran plus technique, cerclé d'aluminium... lancé en novembre 2013, et déjà un best-seller.



Paule Guérin (M.06),

"EN FRANCE, ON INTERPRÈTE MAL LE DESIGN ET SA NOTION DE BEAUTÉ, ALORS QU'AILLEURS IL EST INTÉGRÉ DANS LE PROCESS INDUSTRIEL."  
 AMÉLIE DU PASSAGE,  
 PETITE FRITURE.

## BOIRE UN CAFÉ: L'ART D'Y METTRE LES FORMES

La signature de Nescafé Dolce Gusto dit tout: "the modern art of coffee". Espresso, cappuccino, latte machiato, chocolat, thé... les breuvages ne manquent pas au programme de cette machine à capsule "qui ne ressemble pas à une machine à café", conçue par Nestlé, fabriquée par un tiers, distribuée par des partenaires (Krupps, De Longhi, etc.). "La machine est le point d'entrée dans notre univers, explique **Jean-Bernard Palthey (H.97)**, Marketing Manager en charge de l'Innovation chez Nescafé Dolce Gusto. C'est un gros investissement mais il y a deux leviers pour séduire le consommateur: le design et le prix." Fidèle à la même équipe de designers depuis l'origine, la marque joue sur l'envie de formes toujours plus novatrices. "Entre la machine lancée il y a huit ans et celle qu'on dessine pour 2016, il y a un monde!" se félicite Jean-Bernard Palthey.



Jean-Bernard Palthey (H.97)





●●●  
*était un parasol en acier aux allures de roseau, d'où la référence à l'art floral japonais... Après avoir fait HEC Entrepreneur, j'ai repris l'activité et développé de nouvelles pièces de mobilier, avec toujours la même idée en tête : mettre en avant le savoir-faire de nos ouvriers et changer la vision des gens sur nos métiers de la sidérurgie",* témoigne aujourd'hui Anthony. Avec le designer maison, Jean-Luc Antoine, il travaille l'acier en épaisseur (6-8 mm), histoire de conserver toute sa place à la matière brute, et donner un certain "poids" aux produits finis. À ce jour, Ykebana compte 8 meubles au catalogue, avec en produit vedette un canapé Herbes Folles (à base de tôle thermolaquée avec assise en cuir, dossier en brosse Nylon effet velours) qui a remporté la faveur du public au dernier salon Maison&Objet.

#### DONNER UNE CHANCE AUX TALENTS ÉMERGENTS

Modèle économique né à l'origine en Italie, sanctuaire du design, très répandue ensuite chez les Scandinaves, l'édition design est calquée sur le modèle du livre, autour de choix esthétique, de position marketing et de direction artistique propres à chaque maison. "Nous sommes des intermédiaires entre la jeune scène de création française et la distribution," résume **Amélie du Passage (H.03)**, fondatrice de Petite Friture, éditeur de design né en 2009. *Aujourd'hui, nous éditons des objets du quotidien qui ont une certaine élégance au sens d'être remarquables, signés par des designers, et qui s'intègrent parfaitement au sein d'un intérieur."* Depuis l'origine, Petite Friture collabore avec des talents émergents, comme Constance Guisset (sa lampe Vertigo s'est vendue à plusieurs milliers d'exemplaires, et Petite Friture édite cette rentrée son canapé Nubilo), Pierre Favresse, aujourd'hui directeur artistique d'Habitat (sa lampe Tide Light a été éditée en premier

par Petite Friture), ou bien encore Noé Duchaufour-Lawrance, très en vogue (apprécié notamment pour sa collaboration avec Air France), venu rejoindre Petite Friture.

À la fois éditeur, franchiseur et distributeur, Roche Bobois peut revendiquer ses "origines" nordiques: fruit de l'association de deux magasins parisiens de mobilier contemporain, Roche Bobois importe en 1960 du mobilier danois en exclusivité pour la France. Cinquante ans plus tard, très présent à l'international (55% du chiffre d'affaires total), l'entreprise fait appel à des designers extérieurs pour créer ses deux collections par an: "Lorsque l'on briefe un designer, le résultat doit répondre à une fonction, être esthétique et exprimer notre vision du design, charge à nous de lever les contraintes techniques," explique **Gilles Bonan (H.91)**, président du directoire de Roche Bobois Groupe. *Il y a quelques années, le plateau en verre d'une table signée Sacha Lakic pesait plus de 50 kg, il a fallu trouver un matériau à même de supporter ce poids: nous sommes allés chercher la solution du côté des bateaux, avec un socle en fibre de carbone."* En quête de nouveaux talents, Roche Bobois créait il y a quelques années un concours international de design. Une idée payante: la chaise Ava, inspirée du dessin du lauréat, est devenue depuis un best-seller mondial.

#### INNOVER, TOUJOURS, POUR SATISFAIRE TOUS LES GOÛTS

Dans l'univers horloger, où les best-sellers sont légion à l'heure où les montres sont devenues accessoires de mode (pour hommes) et bijoux (pour femmes), c'est l'innovation qui pilote la sortie de nouveaux modèles. Chez Tag Heuer (groupe LVMH), 4<sup>e</sup> marque mondiale d'horlogerie haut de gamme, l'invention du remontoir à couronne et du pignon oscillant – qui équipe la majorité des chro-





Photos: DR



Photo: Luc Laurent

Photographe: Luc L

nographes mécaniques du marché – a fait la bonne fortune d'Heuer dès 1860. "C'est seulement dans les années 1930 que le design devient un élément essentiel, lorsque Jack Heuer dessine ses premières montres pour pilotes automobiles, faisant passer cet objet de la poche au poignet, pour être lisible pendant la course, rappelle **Olivier Romang (H.00)**, Brand Manager Tag Heuer. Au-delà de sa beauté et de sa fonction, une montre doit avoir un confort d'usage, véritable contrainte ergonomique pour nos designers maison : inventé en 1987, le bracelet Link doté de maillons en forme de "S" rend la montre totalement fluide au poignet." Pour tenter de maintenir l'équilibre entre technologie et esthétique, Tag Heuer associe étroitement ingénieurs et marketeurs pour chaque nouveau projet.

L'usage, c'est justement la priorité qui figure au cœur du modèle économique imaginé par **Éric Gormand (E.02)**, président d'Airdiem. En 2007, de retour d'un voyage aux Émirats, l'entrepreneur décide de fabriquer ses propres narghilés avec l'aide de designers, et en positionnant ses produits dans l'univers du luxe. Palaces, restaurants étoilés, ambassades, cadeaux d'affaires, les commandes affluent... En 2012, alors que la fumée n'est plus en vogue, Éric Gormand réoriente son produit: fini le tabac, bienvenue aux minéraux qui exhalent des saveurs originales, dans un narghilé totalement redessiné. "Trop connotée, sa forme verticale laisse place à un design plus proche d'une théière, propice à trouver ses repères sur une table où trônent déjà beaucoup d'objets, argumente Éric Gormand. Côté saveurs, l'idée est de proposer une expérience nouvelle de dégustation en complément d'un plat, comme un vin s'accorde à un mets ou un assaisonnement relève une préparation culinaire." Et ça marche : parmi les premiers convertis, on trouve le chef Julien Allano, du restaurant Le Clair de la plume, à Grignan (Vaucluse). ●

1. Cf. Le produit au cœur du design ([www.declidesign.fr](http://www.declidesign.fr)).  
2. Cf. The Good Life.

"PLUS LE LUXE SE DÉMOCRATISE, PLUS LE BEAU NOURRIT LE QUOTIDIEN, ET PLUS LA VOLONTÉ DE SE DISTINGUER DEVIENT INDISPENSABLE."

ERIC GORMAND, AIRDIEM



Philippe Nacson (T.12)

## AN UNCONVENTIONAL AND FRESH APPROACH

After 20 years in investment banking and private equity, **Philippe Nacson (T.12)** left the comforts of his financial career this past summer to pursue his creative passion full time. His meeting with an industry professional led to making him consider his childhood passion a potential serious professional reality. Following months of research and experiments with artisans, his first collection of four luxury furniture pieces (photo, the Aunt Lounge Chair), were exhibited at the prestigious Milan Fair in April.

For him, the process of creation is the ultimate sense of freedom where design becomes an aesthetic construction of reality. His designs, inspired by nature, wildlife and simple everyday objects stimulate an emotional link between the person and the pieces creating an intimate relationship with the living spaces. He offers an unconventional and fresh approach to furniture design that seeks natural harmony and refinement rather than trends and fashionable pieces.