

IDEAT

CONTEMPORARY LIFE

NUMÉRO SPÉCIAL

Erwin Olaf

L'un des plus grands photographes contemporains est l'invité d'IDEAT : son studio, sa maison, ses adresses à Amsterdam et Berlin, ses amis, ses envies, ses rêves et un shooting exclusif...



M 01469 - 115 - F: 5,50 € - RD

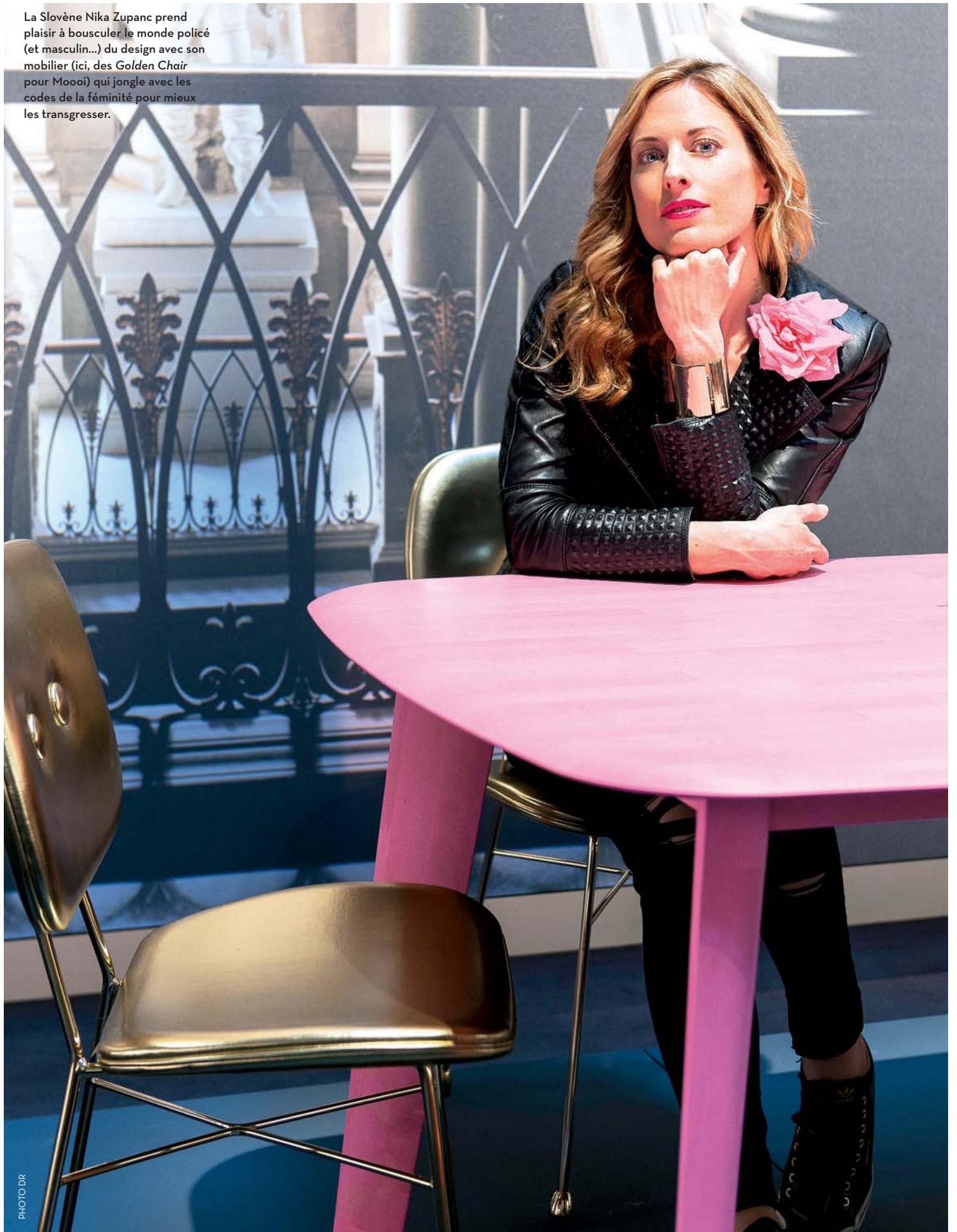


N° 115 - Mai - Juin 2015 - 5,50 €

« J'ai **toujours dit** que le **design** était **encore** un **club** de **garçons**. Certains éléments visuels n'étaient **jamais pris** au **sérieux**. J'ai donc **sciemment utilisé** des **principes** ou des **couleurs** comme le **rose**, réputé **féminin**, ce qui **revenait** à le **faire sortir** d'un **ghetto**. »

Nika Zupanc

La Slovène Nika Zupanc prend plaisir à bousculer le monde policé (et masculin...) du design avec son mobilier (ici, des Golden Chair pour Moooi) qui jongle avec les codes de la féminité pour mieux les transgresser.





1



2



3



4



5



7



6



8



9

1/ Tables Scarlet (prototype, 2009). 2/ Vitrine réalisée pour la « Collection III » de l'éditeur londonien Sé (2014). 3/ Lampe Black Cherry, Gold Edition (La femme et la maison by Nika Zupanc, 2013). 4/ Canapé Phonique, sofa in c-minor (La femme et la maison by Nika Zupanc, 2009). 5/ Infinity Clock, une horloge réalisée pour la galerie milanaise Rossana Orlandi à l'occasion du Salon du meuble 2014. 6/ Voiture pour enfants Konstantin B (La femme et la maison by Nika Zupanc, 2009). 7/ Lampadaire Lolita (Moooi, 2008). 8/ Lampes Runaway (prototypes, 2013). 9/ Chaise 5 o'clock (Moooi, 2010).

La designer slovène Nika Zupanc n'a besoin de personne pour médiatiser son travail sensible et ironique. Pas même de son joli minois vu la puissance des objets qu'elle dessine pour des éditeurs aussi prestigieux que Moooi ou Moroso. Ses créations se défient avec élégance des canons féminins en jouant la poésie... à la limite du girly.

Propos recueillis par Guy-Claude Agboton

VOUS SENTEZ-VOUS DESIGNER SLOVÈNE OU DESIGNER INTERNATIONALE ?

Plutôt internationale, c'est dans la nature de mon métier. Quand on dessine, on pense au monde entier. Être slovène n'interfère pas vraiment dans ce que je fais. Je n'ai même pas d'éditeur slovène... Mes clients sont aussi bien japonais que brésiliens. Mais la Slovénie, pour moi, ça compte quand même. Ici, je travaille en paix. J'aime le lien qu'on a avec la nature dans ce tout petit pays. Depuis Ljubljana, on arrive très vite à la mer. J'ai besoin dans mon travail de cette proximité avec les éléments. Ici, nous sommes voisins de l'Italie. En trois heures de route, vous êtes à Venise ; en cinq heures, dans le bureau d'un éditeur à Milan. C'est très pratique !

LORS DE VOS ÉTUDES DE DESIGN À L'ACADÉMIE DES BEAUX-ARTS, DANS QUEL ESPRIT Baignait-on ?

C'était le processus industriel qui primait... Comme j'ai toujours eu un profil « artistique », j'avais vraiment besoin de cette discipline.

AVEZ-VOUS TROUVÉ VOTRE STYLE DE BONNE HEURE ?

Oh ! (*Elle hésite.*) Oui, dans une certaine mesure... Ce n'était pas tellement une question de style. Il s'agissait pour moi de raconter quelque chose de personnel. Devenir designer, c'était me révéler dans un métier où je pouvais raconter des choses aux gens.

CROYEZ-VOUS VRAIMENT AU DESIGN QUI POSE DES QUESTIONS ?

Oui. Le design contemporain repose toujours

sur un paradigme moderniste : les formes suivent la fonction. C'est la base. Le produit innove au service de la fonction. En même temps, les objets contemporains posent des questions, mais plus subrepticement que dans l'art. De ce point de vue, une véritable frontière sépare le design et l'art.

DE NOMBREUX DESIGNERS DISENT AU CONTRAIRE QU'ART ET DESIGN ONT BEAUCOUP À VOIR...

Dans le design, c'est la fonction du produit qui prime. Cela dit, ce qui m'intéresse, c'est d'insérer de l'émotion sans surcroît de déco inutile. L'idée, c'est d'atteindre ce point de rencontre où la fonction, les matériaux et les formes s'imbriquent dans une sorte de tension.

OUI MAIS POUR RENDRE UN OBJET USUEL AUSSI PARLANT, IL FAUT UNE IDÉE FORTE À LA BASE, NON ?

C'est ce que j'essaie de faire. Depuis que j'ai débuté, c'est cette sorte d'ergonomie relative à l'émotion qui m'intéresse. Nous réagissons d'abord de façon émotionnelle devant les objets ; on les analyse ensuite. Pour le designer, la nécessité du produit prime, mais les objets, on en achète aussi pour se créer une identité. C'est comme quand vos vêtements deviennent votre média personnel.

VOUS JOUER DES CODES SEXUÉS, C'EST TOUT À FAIT VOTRE GENRE...

J'ai toujours dit que le design était encore une sorte de club de garçons. J'ai vite noté que certains éléments visuels n'étaient jamais pris au sérieux. J'ai donc sciemment utilisé des principes ou des couleurs comme le rose, notamment pour la *Lolita Lamp* chez Moooi. Dans le design, utiliser du rose, couleur réputée féminine, revenait en quelque sorte à la faire sortir d'un ghetto.

FÉMININ ET SOUS-EMPLOYÉ, LE ROSE EST NÉANMOINS UNE COULEUR COMME LES AUTRES. ÇA SONNE COMME UN TRISTE ÉTAT DES LIEUX DES RAPPORTS ENTRE LES SEXES DANS LE DESIGN...

En partie, oui. Mais mon principal objectif dans mon métier, c'est plutôt de créer une élégance intemporelle. Je ne suis pas intéressée par le côté trendy. Je trouve mieux d'en faire moins pour dire plus !

AVOIR UN MESSAGE À DÉLIVRER N'EMPÊCHE PAS VOS CRÉATIONS D'ÊTRE EXTRÊMEMENT SOIGNÉES...

Oui, tout doit être parfait. Je travaille avec de grands industriels et vu leurs investissements, c'est un grand défi pour moi. Vous devez vraiment travailler dans la maîtrise de vous-même tout en restant créatif. Mais il y a aussi l'édition limitée comme lorsque je travaille avec la galerie Rossana Orlandi. Là, je peux carrément faire des erreurs. Au final, les objets communiquent quelque chose de plus personnel.

CHEZ MOROSO, PAR EXEMPLE, L'ÉCOUTE DE L'ÉDITRICE PEUT-ELLE RIVALISER AVEC LES IMPÉRATIFS DE L'INDUSTRIE ?

Bien sûr ! Certaines firmes font figure d'institutions du design. Elles sont imparables pour tout ce qui touche à la technologie, aux matériaux et aux savoir-faire. Et au milieu des contraintes qu'il vous faut respecter, vous devez faire jouer à plein votre créativité.

ÊTES-VOUS TENTÉE PAR L'ARCHITECTURE D'INTÉRIEUR ?

Oui, j'ai récemment aménagé le restaurant As Aperitivo à Ljubljana et j'aimerais en faire d'autres. Parce que créer l'espace où les gens vont vivre, c'est quelque chose. À l'échelle d'une ville, c'est aussi proposer, voire conditionner une expérience à faire dans ce cadre urbain.

LORS DE L'EXPOSITION ITINÉRANTE « MISS DIOR », VOTRE ALCÔVE ÉTAIT UNE SORTE D'ARCHITECTURE...

C'était une carte blanche très spéciale. Je matérialisais l'univers d'une Miss Dior avec les codes maison comme le rose, le nœud et le cannage. Mais je voulais secouer un peu cette jolie dame. J'ai pensé à la Virginia Woolf d'*Une*

« Depuis la Slovénie, en trois heures, vous êtes à Venise et en cinq dans le bureau d'un éditeur milanais. Très pratique ! »

chambre à soi. Son livre martèle l'idée que chaque femme devrait avoir un lieu de liberté à elle. Pour qui veut créer, c'est primordial. C'était très féministe à cette époque...

LES CODES DU LUXE REMPLACENT VOLONTIERS LA JOLIE DAME PAR LA VAMP TRIBUTAIRE DE SON LOOK...

Moi, je voulais surtout apporter une féminité plus contemporaine. Vous savez, dès qu'on respire un parfum, on entre dans une histoire. J'ai voulu en dessiner l'espace.

UNE NOUVELLE COLLECTION DE MOBILIER EST AUSSI PRÉVUE AVEC L'ÉDITEUR SÉ...

Oui. Huit nouvelles pièces présentées à la galerie Rossana Orlandi lors de la Fiera de Milan : des chaises, un fauteuil, un sofa, un miroir et une nouvelle version de la lampe *Full Moon*. Nous avons fini par obtenir l'univers plus complet auquel Sé et moi pensions. Réaliser une vingtaine de pièces avec un tel soin, c'était un vrai défi.

COMMENT TRAVAILLEZ-VOUS ?

Ça dépend... Après le Salon de Milan, c'est plus calme et je me cache presque pour imaginer de nouveaux projets. Mais en mars, par exemple, j'enchaîne les réunions et les visites aux ateliers. Trois personnes travaillent en permanence au studio. D'autres nous aident ponctuellement en cas de projet spécial, comme la collection capsule que je réalise pour Francfranc, une sorte d'Habitat japonais. En mai, cette collection de 30 pièces proposera du mobilier, des luminaires, des arts de la

table et des accessoires comme des diffuseurs d'encens.

AIMEZ-VOUS LES MICROS OU PRÉFÉREZ-VOUS LAISSER PARLER VOS CRÉATIONS ?

Les objets devraient toujours s'exprimer par eux-mêmes. S'ils en sont capables, sans sous-titres et quel que soit l'environnement, c'est parfait !

À CE MOMENT DE VOTRE CARRIÈRE, À QUOI FAITES-VOUS LE PLUS ATTENTION ?

À être vraiment sincère avec moi-même. Pour moi, c'est très important, même quand on se sent à part, solitaire. C'est la seule façon que j'ai trouvé de faire ce métier : en étant courageuse et sincère.

LE DESIGNER DOIT-IL SE RECONNAÎTRE DANS SON TRAVAIL ?

C'est difficile à dire... Oui, en terme d'exigence, je dirais. Mais le talent pour moi, c'est insuffler un esprit à un objet du quotidien. Certaines firmes possèdent un ADN, une philosophie, que vous devez assimiler. Voilà pourquoi les objets diffèrent selon l'éditeur. C'est dans la nature de la profession. C'est un peu différent en édition limitée : pour les collectionneurs, les magazines ou les livres, vous pouvez être plus poétique.

QUEL EST VOTRE ÉTAT D'ESPRIT ACTUEL DANS UN MONDE QUI CHANGE ?

Personnellement, je m'y sens très bien, à un moment où les défis dans ma profession se multiplient. C'est très intéressant. Les vieilles



1/ Installation architecturale créée pour l'exposition itinérante « Miss Dior » (2013). 2/ Dans le restaurant As Aperitivo à Ljubljana (Slovénie), Nika Zupanc a créé un décor chic et raffiné, bien à son image.

certitudes tombent. Tout est plus frais, même dans l'instabilité. C'est une époque de profondes mutations. Je vois certains designers se lancer, s'autoproduire. Ce que je continue de faire aussi (sous le label *La Femme et la Maison, NDLR*). Nous jouons tous désormais sur un terrain global, du Japon au Brésil. Je ne sais pas ce que ça donnera, mais je constate que des idées émergent. Là, je reviens du Japon, heureuse de m'y sentir comprise. Cela fait de moi une meilleure designer qui appréhende la société avec plus d'amplitude. 



« Les objets devraient toujours s'exprimer par eux-mêmes. S'ils en sont capables sans sous-titres et quel que soit l'environnement, c'est parfait ! »