

Ubbens à la rescousse du design

Portrait. Le designer néerlandais est installé sur le Clapas depuis six ans. Reflets d'un dompteur de lumières.

Superflu, inconfortable, élitiste ou - cerise sur la déco - « à des fins purement esthétiques », pour Huub Ubbens, le design c'est juste « tout le contraire ! » Intuitivité, interactivité, fluidité, ergonomie... Voilà des termes qui sonnent plus doux à l'oreille de ce designer néerlandais dont le premier des talents est l'art d'employer de grands mots pour expliquer de petites choses, creusant nos rides du lion. L'exemple du stylo-bille nous les détend instantanément, « conçu pour deux kilomètres d'écriture, ergonomique, jetable, le Bic Cristal™ est l'une des success-stories du design ».

Un outil stratégique pour la croissance économique

Enfant, la beauté des avions ou des voitures le fascine, « je cherchais toujours à en dessiner de plus beaux, de plus intrigants ». Depuis, sa passion s'est déplacée vers les objets. La chaise qu'il crée pour Montina change d'aspect selon le point de vue. De dessins en maquettes puis en prototypes, Ubbens ne compte pas les heures. « C'est fascinant, mais très long, plaisante-t-il. Les designers américains Ray et Charles Eames disaient que design et art sont deux choses bien distinctes mais que, dans certains cas rares, un produit peut effectivement devenir un objet art. » Peu d'élus mais là n'est pas l'enjeu d'Hubb Ubbens.

Après vingt années passées en Italie à Milan chez Artemide, le leader du lighting design, ou chez Danese-Milano, Ubbens choisit de s'installer dans la ville natale de son épouse, Montpellier, pour dit-il « vivre une autre aventure ».



■ Ubbens explique aux entreprises que le design n'exige que peu d'investissements pour un résultat très perceptible. J.-M. MART

Il est l'un des fondateurs de l'association Indigo d'Oc, dont l'objectif principal est de transmettre aux entreprises de la région et aux collectivités l'idée selon laquelle le design est « un outil stratégique pour leur croissance économique », et de promouvoir le métier de designer un peu flou aux allures de savant un peu fou. « Son rôle est avant tout d'innover, de mettre l'homme au centre de ses préoccupations et il le fait en co-création avec le client. Il y a encore beaucoup de travail à faire ! » Mais quand on est passionné par « la lumière » et que l'on aime « jouer avec les idées et les concepts », le futur est pour demain.

Pour le commun des mortels qui n'a accès au « design » qu'à travers des produits à prix d'usine affublés de noms scan-

dinaves à coucher dehors, la marche d'approche est un peu compliquée. À ceux qui ne jurent que par Starck, elle n'est

Ses trois objets incontournables

« Le premier est un fauteuil en bois et cannage très léger et fin. C'est un fauteuil de la ville de Chiavari (Italie) dessiné vers 1807 par l'ébéniste Giuseppe Gaetano Descalzi, le Campanino, et je trouve que c'est un produit toujours moderne et beau. C'est une référence d'élégance, l'objet à battre. Le deuxième est un miroir de table dessiné par l'architecte portugais Alvaro Siza. Comment peut-on

créer avec un miroir et un fil de fer un objet utile, peu cher, d'une beauté timeless et très poétique ? Un chef-d'œuvre. Le dernier est une humble poubelle. Cet objet, du maître italien Enzo Mari, rayonne par sa simplicité : donner à un cylindre une petite inclinaison, juste pour faciliter le dépôt des déchets et, grâce à ses proportions, l'objet a une grande qualité sculpturale. »

guère plus aisée : « J'ai souvent entendu dire "C'est une lampe conçue par un designer qui s'appelle Philippe Starck, produite par une entreprise italienne du nom de Flos" », se désolait-il, dénonçant au passage des créateurs en quête d'un vedettariat au détriment de l'éthique. « Nous occupons une position stratégique dans le système, justifie-t-il. On peut contribuer à améliorer la problématique environnementale, par exemple. »

Hubb Ubbens s'emploie à appuyer cette démarche éthique que l'on discerne mieux dans le design de services, « Blablacar ou VéloMag, c'est moins de

matière, moins de production et de déchets pour plus de partage et de services ». Le design serait donc aussi affaire de comportements. Il suffit d'intégrer l'idée qu'avant d'être un objet, le design est d'abord ce projet de création qui se réinvente à chaque époque et se nourrit d'innovations. « Un smartphone en contient par exemple beaucoup : design d'interface, graphique, sonore, etc., et toutes ces différentes formes doivent fonctionner harmonieusement. » Et comme « la laideur se vend mal », dit-il en citant Raymond Loewy, père du design industriel, il a fallu rendre sa technologie « aimable », ainsi que la dépeint Joe Colombo, autre pape incontournable. « Aimable pour moi signifie confortable, moins cher, durable, écologique, gentil et bien sûr esthétique. »

C'est la santé !

Hubb Ubbens croit dur comme le métal de ses lampes, que santé et design doivent se fédérer. « Les données de l'Organisation mondiale de la santé sont formelles : d'ici à 2050, la proportion des 60 ans et plus va presque doubler, et celle des plus de 80 ans passera de 125 à 434 millions. » Vivre plus longtemps et en bonne santé : un défi auquel le design se doit de répondre, et vite. À Montpellier, à y être, où la santé est un « poumon de la ville ». « La multinationale Philips est déjà en train de développer très intensivement son secteur médical. » La santé ne consiste plus seulement en l'absence de maladie, elle a aussi à voir avec un état de bien-être physique, mental et social. Et le design serait là pour nous servir.

VALÉRIE MARCO
vmarco@midilibre.com

Carte blanche à partir d'une chaise blanche

Enchères. Le concept-store RBC de Port-Marianne organise, en février, une vente aux enchères au profit de deux associations.

Designers, artistes et architectes ont répondu présent pour cette troisième vente aux enchères organisée par le concept-store de Franck Argentin à Port-Marianne RBC, et le promoteur immobilier Thierry Aznar d'Helenis, qui a lancé, il y a deux ans, une filiale dédiée à l'art contemporain.

L'emblématique fauteuil Masters revisité

Un exemplaire du fauteuil Masters signé par Starck et Eugeni Quitllet a été remis à 30 créateurs, dont la moitié au moins sont des locaux comme Polar ou François Fontès. « Nous leur avons donné carte blanche sur un fauteuil tout blanc », explique Florence Puech, responsable de la communication chez RBC. Qu'elle se retrouve accotée d'une paire d'ailes d'ange comme le Paradise masters de Jérôme Brunet, gratifiée d'une fourrure de cerf, ainsi le Chimère de Jean-Marie Massaud, ou projetée dans l'espace et la vitesse tel le Speed de Tristan



■ Le "Paradise masters" de Jérôme Brunet donne des ailes. D. R.

Lohner, chaque pièce est unique et brille par son excentricité et, bien souvent, sa poésie. « L'idée a germé de la réussite de notre dernière édition, en 2013, qui a été un franc succès et nous a permis de dégager un bénéfice de 50 000 €, indique Florence Puech. Créer

un événement artistique, solide et en lien avec le design, c'est fantastique. » Et se révèle au passage cette merveilleuse opération de communication, puisque chaque artiste en fait largement écho dans son réseau, via son appli, son site... Une fonction exponentielle



■ Le "Siège abandonné à l'aventure du temps" de F. Fontès. D. R.

dont bénéficieront le fonds Guilhem, un fonds de dotation créé pour contribuer aux actions du CHU, et l'AMPA (Association monégasque pour la maladie d'Alzheimer). « Le fonds Guilhem récoltera la totalité des dons. 50 % seront cédés pour les services pédi-

atriques du CHU quand les 50 autres iront à l'AMPA. » L'expérience démontre que chaque œuvre devrait trouver preneur. Artcurial, l'un des leaders mondial du design, organise la vente, mettant au service de cette opération ses meilleurs spécialistes : « Ils ont un talent

incroyable. Je ne comprendrais pas qu'il nous en reste à la fin de la vente », plaisante Florence.

Et l'énergie déployée par les participants a été remarquable. « Ils n'ont eu que très peu de temps pour revisiter ce mobilier qui leur a été expédié en novembre. » Le pari est donc en partie relevé et l'ensemble des fauteuils sera mis en lumière au premier étage du magasin RBC à partir de lundi prochain. Une véritable exposition en soi, à visiter, même si l'on n'est acquéreur que dans le désir ! Au fait, la mise à prix pour chaque Masters customisé est à 350 €, « mais ça va s'envoler, croyez-moi. Les 150 personnes que nous espérons sont toutes potentiellement acheteuses », assure Florence Puech, pas peu enthousiaste !

V. M.

► Vente le 8 février à 19 h, chez RBC, 609 avenue Raymond-Dugrand. Les fauteuils y seront exposés dès lundi 22 janvier.