

Numéro

WITH ENGLISH TEXT

69

LA MODE S'EMBRASE

TOM FORD
Retour en force

CINEMA
Poupée Shu Qi

JEAN-PAUL GOUDE
La fièvre créatrice

LE LOUVRE
Vu par Candida Höfer

DECEMBRE 2005 - JANVIER 2006

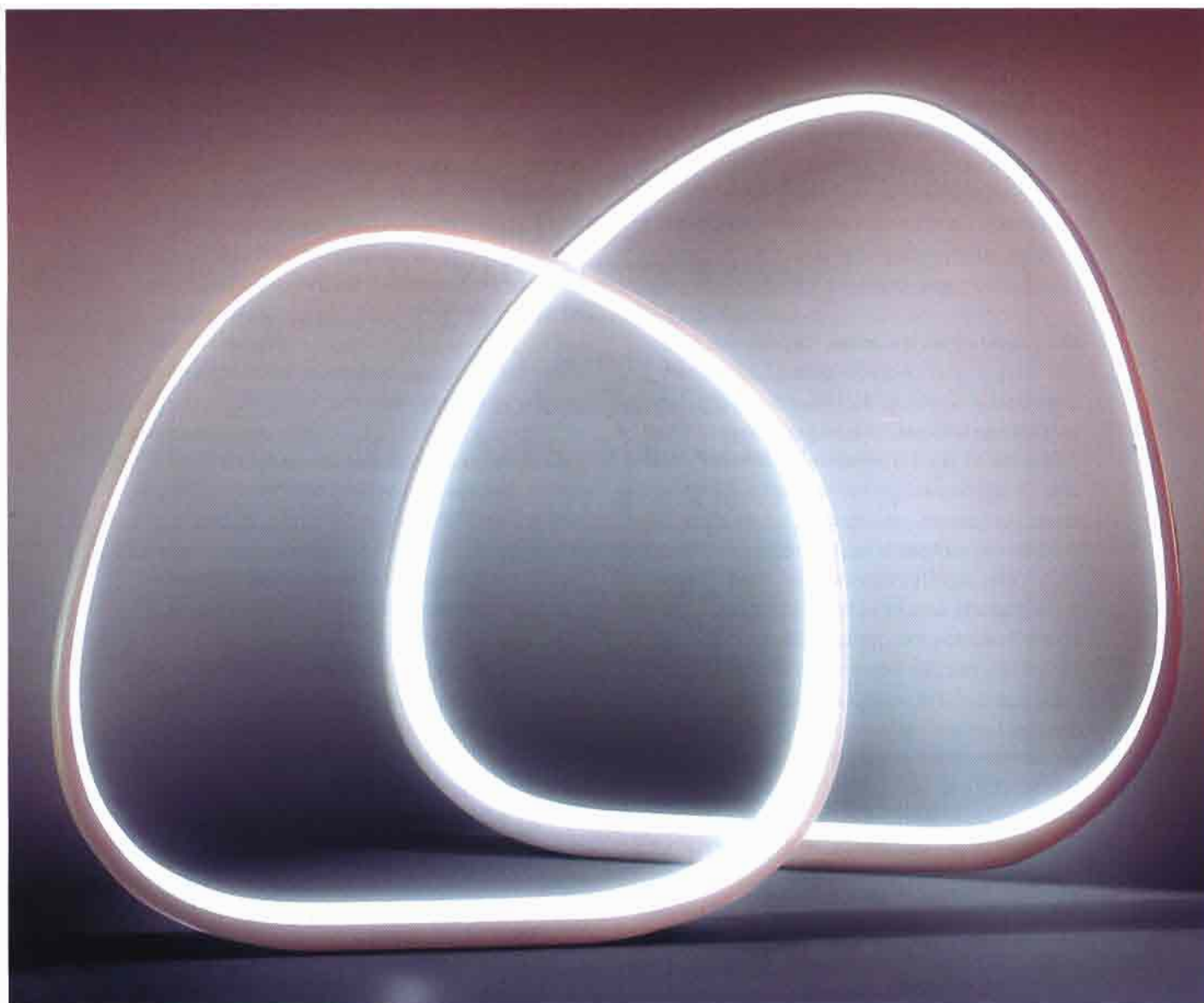
M 04153 - 69 - F: 5,00 € - RD



Rouge

Numéro de charme par Brigitte Fitoussi

Faire rêver et surprendre : tel est le credo d'Yves Béhar, jeune designer qui a su séduire Nike, Swarovski ou BMW.



Surnommé récemment "The brand man" par le magazine américain *Business Week*, Yves Béhar est aujourd'hui très recherché par des sociétés de renom désirant orienter différemment leur identité. Son design urbain et sophistiqué, qui associe des matériaux de pointe à des formes fluides, spectaculaires ou ergonomiques, a en effet le vent en poupe. De la trempe d'un Jonathan Ive, directeur du design chez Apple, ou d'un Marc Newson. Yves Béhar a l'art de mettre en forme une pensée prospective, entre poésie et technologie.

Dans son agence californienne Fuseproject, qu'il a fondée en 1999, ce trentenaire avisé dessine tous azimuts produits, packagings ou espaces, dans des domaines aussi divers que le high-tech, la beauté, le sport, la mode ou la maison. Sa démarche ? Raconter des histoires et créer un univers émotionnel autour d'objets fonctionnels, voire épurés, plutôt que de courir après la nouveauté ou le produit tendance. "J'aimerais tellement, explique-t-il, pouvoir créer une pause au niveau du marché, nous n'avons pas besoin de nouveaux produits, nous en sommes submergés. Nous avons surtout besoin de rêves et d'expériences."

A gauche: *Inner Light*, installation lumineuse en aluminium et film électroluminescent.
Ci-contre: *Toshiba Red Transformer*, ordinateur portable transformable (écran plat 17 pouces).



Séduire, surprendre ou émerveiller, telle est donc sa devise. Comme en témoigne son dernier ordinateur portable *Toshiba Red Transformer*, dont la couleur rouge baiser couplée à celle de l'aluminium laisse rêveur. Au premier coup d'œil, sa technologie semble minimale, mais quand on l'ouvre, on découvre toute une série de fonctions très avancées. Son écran plat (de 17 pouces) se transforme en un tour de main, par un glissement latéral, en mini-home cinéma. Métamorphoser l'objet comme par magie, lui additionner des fonctions astucieuses et imperceptibles. Voilà ce qui inspire ce "multispécialiste", comme il aime à se définir, qui préfère se laisser guider par des idées fortes plutôt que par le style du moment, et prône l'éclectisme des genres et des goûts (d'où le nom de son agence Fuseproject): "Les

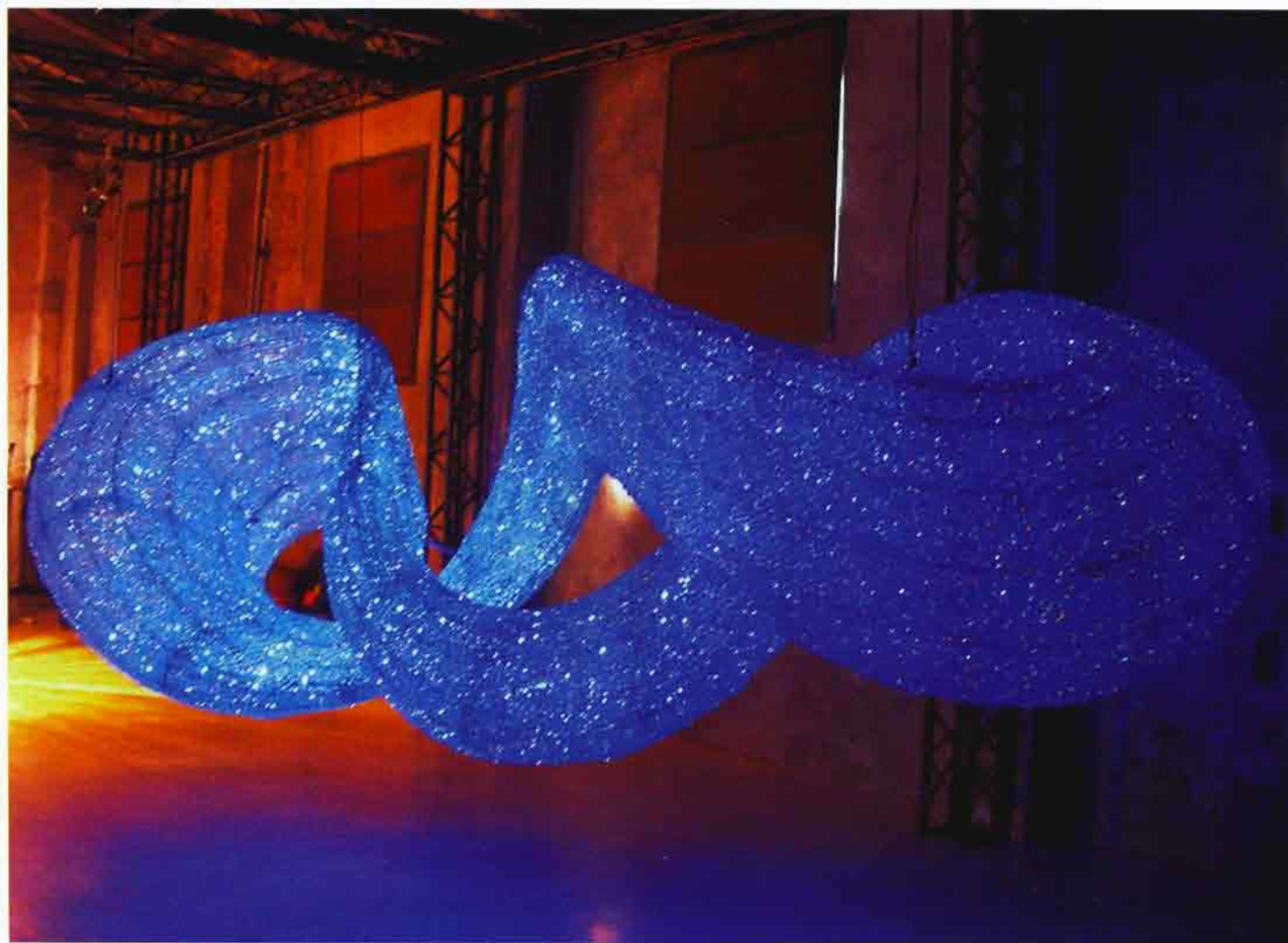
Ci-dessous : Montre-bracelet à cadran tournant pour une lecture horizontale ou verticale, ligne d'accessoires *Mini Motion*. A droite : installation lumineuse, Milan.



gens doivent pouvoir faire leurs propres choix selon leurs goûts personnels et non selon des diktats imposés par les tendances ; cela leur permet d'intégrer dans leur vie différentes options de design. Le marketing a encore beaucoup à apprendre pour évoluer vers cette idée de diversité qui est à mon avis la seule voie d'avenir. Le design est un moyen de communication, un médium culturel qui s'adresse aussi bien à la masse qu'à l'élite. S'agissant d'une installation lumineuse en cristal à 100 000 dollars ou d'une bouteille pharmaceutique à 4 dollars, l'enjeu du design reste le même. Il n'est pas seulement commercial, il doit être culturel et rejoindre les aspirations du public."

Dans sa pratique du design, Béhar oscille ainsi du produit de masse accessible à l'objet de luxe extraordinaire en édition limitée. Des nouvelles chaussures écologiques pour Birkenstock aux sublimes lustres Swarovski (collection *Crystal Palace*). Dans un cas comme dans l'autre, chaque nouveau projet s'ancre à un scénario initial que le designer imagine autour de l'univers de l'objet et de sa marque.

51



À l'instar de *Mini Motion*, une ligne d'accessoires lifestyle (montre, sac à dos, blouson, chaussures) pour la Mini, dont il vient d'achever le développement, en se concentrant sur le style de vie du conducteur plutôt que sur la voiture. La pièce la plus emblématique de cette collection est la montre-bracelet : son cadran tourne pour permettre, notamment en conduisant, une lecture horizontale ou verticale. L'une de ses dernières créations est *Inner Light*, une nouvelle installation lumineuse constituée de deux immenses anneaux préformés en aluminium, dont l'intérieur tapissé par un film électroluminescent symbolise de façon abstraite la fusion ou l'amour.

Nés de parents turc et allemand, Yves Béhar, qui a grandi et poursuivi une part de ses études en Suisse, a choisi de vivre aujourd'hui à San Francisco, "la ville la plus visionnaire, la plus différente, la plus tolérante que je connaisse sur cette planète. Des poètes de la Beat generation au mouvement hippie de la fin des sixties, jusqu'à la révolution des ordinateurs et d'Internet, San Francisco a toujours inspiré les idéaux les plus beaux comme les plus démocratiques du monde."