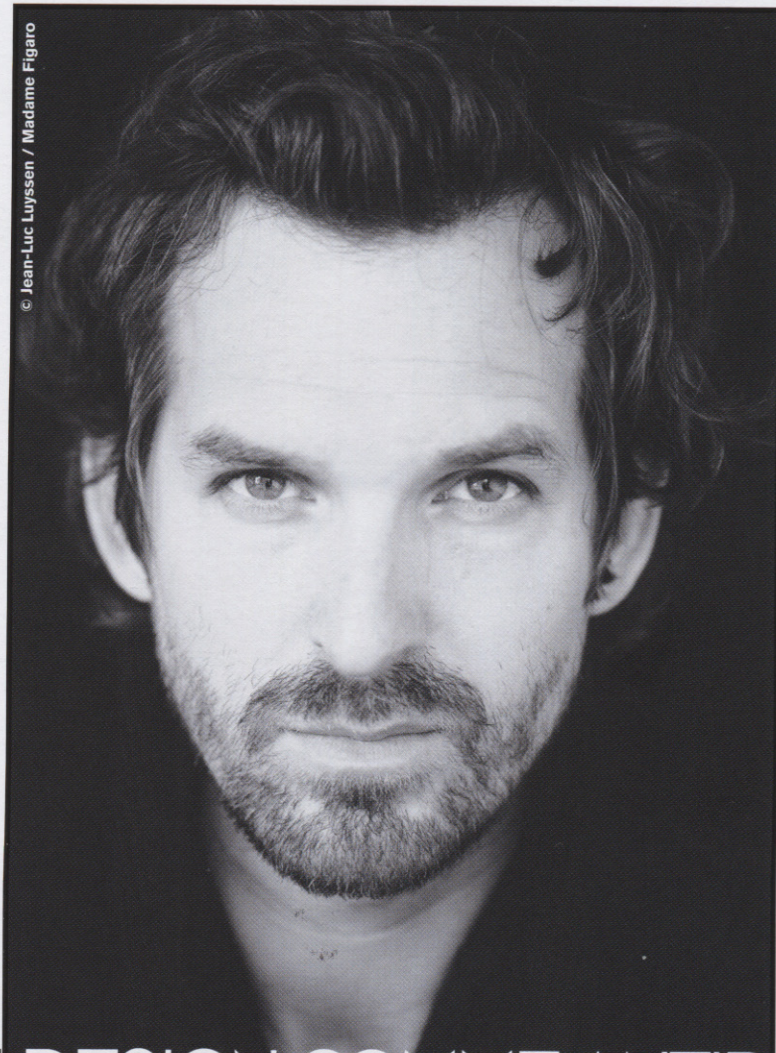


MATHIEU LEHANNEUR

PAR JULIE ROVERO

**« MON PROPRE
STYLE... ON S'EN
FICHE ! JE N'AI PAS
ENVIE DE DESSINER
UNE CHAISE TOUT
SEUL DANS MON
COIN ! JE VEUX
SURTOUT QUE
L'UTILISATEUR
S'EMPRE DE MON
OBJET, DE
L'EXPÉRIENCE !
J'AIME FAIRE
ÉMERGER CE QU'IL Y
A DANS L'AIR ! »**
**-/MY PERSONAL STYLE
IS UNIMPORTANT! I
DON'T WANT TO DESIGN
A CHAIR ALL ON MY
OWN, JUST FOR ME. I
WANT THE END USER TO
MAKE MY OBJECT
THEIR OWN, TO EXPE-
RIENCE IT THEIR WAY. I
WANT TO GIVE FORM TO
THE ZEITGEIST!**

© Jean-Luc Luyssen / Madame Figaro



LE DESIGN COMME ANTIDOTE -/ ANTI-DESIGN

ONCE UPON A TIME...

La Médecine ? Les Beaux-Arts ? Entre les deux, son cœur balance. Mathieu Lehanneur optera finalement pour le design, un bon compromis ! Né en banlieue parisienne, son agence *Since 1974* (sa date de naissance) se situe aujourd'hui en plein centre de Paris, au cœur du Sentier. « Le design offre moins de liberté que l'art mais finalement j'aime travailler sur commande, là où il y a déjà une histoire. » La source de son succès ? Probablement ANDREA, le purificateur d'air malin, écologique et design qui utilise le système de filtration d'une plante pour purifier l'air. Présentée au MoMa à New York en 2008, cette création lui a valu le titre d'Invention de l'année par le magazine *Popular Science*. « Même si l'écologie est instinctivement toujours intégrée à nos projets, je n'ai pas une "conscience écologique" proprement dite. J'essaie juste d'optimiser l'homme par rapport à son environnement. » Peu de concours, beaucoup de commandes directes, Mathieu Lehanneur a aujourd'hui la chance d'être "choisi" pour sa philosophie.

PROCESS

« Généralement, on vient nous voir quand on a envie de vrais changements, voire de modifier en partie une méthode de travail. » Les marques, les institutions, les clients exposent alors leurs problématiques, leurs envies, leurs "symptômes", comme le designer les appelle. « Voilà qui nous sommes, voilà où on veut aller... c'est le scénario idéal ! » Une idée est alors développée. Une seule ? Oui évidemment ! « Chez le médecin, quand il prescrit un médicament, il ne vous demande pas vos préférences et vous lui faites confiance ! » Mathieu Lehanneur ne cherche pas à décliner "son" style, il souhaite avant tout se mettre au service de l'utilisateur. « Il y a autant de problématiques que d'utilisateurs et donc de réalisations différentes. Chaque projet détient sa propre histoire et est adressé à un type d'utilisateurs précis. Ma réponse se doit d'être à chaque fois différente ! J'essaie de travailler depuis le cerveau de l'utilisateur. » Pour être au plus



son ambition, Mathieu Lehanneur observe, interroge, bouquine. stablement, il aime travailler en collaboration. « Ca permet une diversité, une eur qu'on ne pourrait atteindre seul. On est spécialiste de rien ! » Mathieu eur ne cherche pas à se référer à l'histoire du design. Il travaille pour une in questionnement actuel. « L'inspiration doit être une alimentation brute... érée par un autre ! » Pour preuve, dans sa bibliothèque, peu d'ouvrages de mais une majorité de livres sur le monde marin ou la biologie ! Aujourd'hui, le er dit avoir en permanence du plaisir face à des projets qui dessinent de es problématiques, des enjeux inédits. « On est comme des enfants à qui on e de nouveaux jouets, c'est très excitant ! »

SON, MON ESPRIT

ite dans un immeuble haussmannien avec vue plongeante sur la Tour Montpar- un bon mélange entre un appartement ancien... et ce que Paris offre en matière ertité ! A l'intérieur, c'est également un mixte entre de l'ancien, du moderne et es-unes de mes pièces... un cabinet de curiosité en quelque sorte ! »

ONCE UPON A TIME...

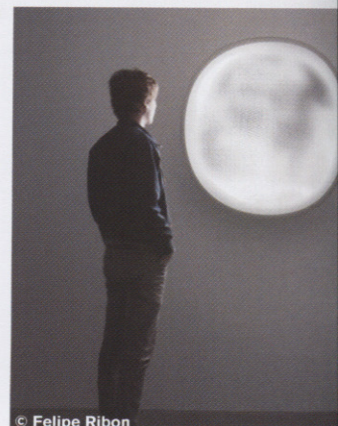
Medicine? Or the Beaux-Arts? Faced with a difficult choice, Mathieu Lehanneur finally opted for a compromise – the fine art (and science) of design. A child of the Paris banlieue, Lehanneur's agency Since 1974 (named for the year of his birth) is located today in the heart of Paris's Sentier quarter. 'Design offers less creative freedom than art, but actually I like working to a brief, in a context where there's already a certain history.' The secret of his success? Most probably ANDREA, a clever, eco-friendly, designer air purifier based on the natural filtering system of a species of plant. Presented at MoMA in New York in 2008, the device was proclaimed Invention of the Year by Popular Science magazine. 'Ecology is always a natural component in our designs, but I don't think I have an "eco-conscience" as such,' he comments. 'I just try to optimize man's relationship to his environment.' Today, Mathieu Lehanneur works mostly to commission. He enters few design competitions, and has established a clear, identifiable philosophy that attracts a ready supply of new briefs.

PROCESS

'Generally, people come to us when they want to enact significant change, or partially alter the way they work.' Brands, institutions and other clients come to him with the issues confronting them, their aims and plans, their 'symptoms,' as Lehanneur puts it. 'Ideally, people tell us "this is who we are, and this is where we want to go." Then we develop an idea.' Just one idea? 'Absolutely! When you go to a doctor and you get a prescription, he doesn't necessarily ask you what sort of treatment you'd prefer – you trust his judgment!' Mathieu Lehanneur isn't interested in producing and perpetuating a signature style of his own. Above all, he aims to serve the needs of the end user. 'There are as many design solutions as there are users of objects, and hence as many potential objects and designs. Each design tells its own story, has its own history, and is addressed to a specific group of end users. It's up to me to come up with a new and different solution every time. I try to work from inside the end user's brain.' To support his approach, Mathieu Lehanneur observes, asks questions, reads widely. He enjoys collaborating with other designers: 'It's the key to greater diversity and depth, which you can't achieve alone. No one is really a "specialist."' Lehanneur doesn't seek to enshrine references to the history of design in his work: he creates objects for contemporary needs, the here and now. 'Inspiration should be raw, fresh and completely new, not pre-digested by someone else!' Proving his point, his personal library holds relatively few design books, but a wealth of volumes on the undersea world and marine biology. Lehanneur never tires, he says, of new projects that respond to new challenges, new needs. 'We're like kids with a bunch of new toys. It's very exciting!'

HOME SWEET HOME

'I live in a Haussmanian apartment building with a dizzying view of the Montparnasse Tower: it's the perfect mix of a period apartment, and modern Parisian architecture. The interior is a mix of old and new, too: modern pieces and some of my own work. A kind of cabinet of curiosities!'



ATELIERS DES ENFANTS - CENTRE POMPIDOU PARIS - 2010

« J'ai fait appel à mes propres souvenirs : petit, on est frustré par tout un tas de contraintes et d'interdits : des limites à l'école ou chez soi, défense de toucher dans un musée... J'ai voulu faire un lieu sans contraintes autre que notre propre corps. Ici, les enfants peuvent toucher, dessiner sur le sol et aux murs, grimper partout. Même si je ne suis pas de la même génération, les fondamentaux ne bougent pas, le reste c'est une affaire de style ! »

- / A CHILDREN'S WORKSHOP SPACE AT THE CENTRE POMPIDOU PARIS - 2010

'I drew on my own memories: when you're little, you're frustrated by a whole bunch of constraints and things you're not allowed to do. There are strict rules at school and at home, you're not allowed to touch things in a museum... I wanted to create a space without constraints, apart from those imposed by our own bodies. Here, kids can touch everything, draw on the floor and walls, climb all over everything. I'm not part of their generation, but the essentials don't change: everything else is just a matter of style.'

L'ÂGE DU MONDE - ISSEY MIYAKE - EUROPE - 2009

« J'avais carte blanche pour créer un objet exposé dans la boutique Issey Miyake à Paris. Suite à une conférence d'un sociologue sur les populations dans le monde, j'ai eu envie de modéliser en céramique les graphiques des pyramides des âges de différents pays. Les courbes de ses jarres sont en quelque sorte dictées par la vie et la mort d'une population... »

- / THE AGE OF THE WORLD - ISSEY MIYAKE - EUROPE - 2009

'I was given carte blanche to create an object to be displayed in the Issey Miyake boutique in Paris. After attending a sociology lecture about the world's population, I decided to create ceramic models of graphics depicting the age pyramids in different countries. The curved silhouettes of the jars are dictated, in a way, by the lives and deaths of an entire population... Where are you on the curve?'

DEMAIN EST UN AUTRE JOUR - PARIS - 2011

« C'est une commande pour une Unité de soins palliatifs à Paris. Je devais imaginer, en quelque sorte, le dernier objet vu par une personne : *Demain est un Autre Jour* est un tableau, une image lumineuse qui offre la perception du ciel du lendemain grâce à des informations météorologiques recueillies en temps réel sur Internet. L'idée était d'offrir à chacun un jour d'avance sur le temps même... J'ai également travaillé sur un autel d'église. Le curé voulait faire vivre à ses visiteurs une véritable expérience mystique et spirituelle. Pour répondre à son ambition, j'ai dû aller au-delà d'une simple commande d'autel, pupitre et assise formulée au départ pour imaginer une mise en scène plus globale. Ces deux projets représentent une lourde responsabilité mais c'est aussi que part un privilège de réaliser des concepts si symboliques. »

- / DEMAIN EST UN AUTRE JOUR - PARIS - 2011

'I was commissioned by a palliative care unit in Paris, to create an object that might, for example, be the last object a person would see in their life. *Demain est un Autre Jour* ("Tomorrow is a new day") is a picture of a luminous image that gives a glimpse of tomorrow's sky using meteorological information collected in real time via Internet. The idea was to give each viewer a day's 'head start' on time itself... I was also commissioned by a church in France. The curate wanted to give his visitors a genuinely mystical, spiritual experience. This was an ambitious brief, and I felt I needed to look beyond the basic commission for an altar, pulpit and seating, to create a "total," quite theatrical setting. Both projects were a huge responsibility, but it was a great privilege to create such symbolically-charged concepts.'



thieu Lehanneur / JCDecaux

ES NUMÉRIQUES POUR JCDECAUX - PARIS - 2012

Champs Elysées, cette escale numérique végétalisée offre un accès gratuit et de l'information pratique via un grand écran tactile aux touristes et aux Parisiens ! Conçue comme une oasis aérée de repos et d'échanges sur l'espace public, ce territoire inédit et novateur est visible au Rond-Pont des Champs Elysées mais également sur 2 sanitaires automatiques dans la ville.

DIGITAL INFO POINTS FROM JCDECAUX - PARIS - 2012

Champs Elysées, this green-clad digital info point offers free WiFi and practical information via a tactile screen, for tourists and Parisians alike! Designed as an oasis, rest point and information exchange in the public arena, this innovative new space can be seen at the Rond-Pont des Champs Elysées and at automatic toilets elsewhere in the city.



LE BUREAU STRATES POUR OBJEKTEN A ÉTÉ PRÉSENTÉ À MILAN 2012
- / THE STRATES OFFICE, FOR OBJEKTEN, PRESENTED AT MILAN 2012.

BIENTÔT -/ COMING SOON...

OBJET NESTLÉ-MAISON CAILLER - VEVEY - MAI 2012

Nestlé souhaitait inventer un espace consacré à la Maison Cailler au sein de l'édifice existant. En découvrant le site au beau milieu des alpages, des montagnes... on a finalement proposé un bâtiment à part entière posé sur le terrain comme une sorte de vaisseau spatial des alpages, offrant ainsi une identité nouvelle à la Maison Cailler. Le pavillon est en tuiles de bois de la région, je voulais utiliser le savoir-faire local. A l'intérieur, on déguste et on peut dresser son profil chocolat dans une alcôve intime via une série de questions sur un écran tactile. Dis-moi qui tu es, je te dirai quel chocolat tu es ! »

SI

aménagement d'une partie d'un paquebot de croisière haut de gamme pour 600 passagers conçu par la crème des designers dont Wilmotte ou Garcia... bientôt la conception d'une salle de spectacle à Paris... A suivre !

- / NESTLÉ-MAISON CAILLER - VEVEY - MAI 2012

'Nestlé wanted to create a dedicated space for the Maison Cailler, within their existing building. Then I visited the site, surrounded by alpine meadows and cows... finally I created a separate building placed on the grass like a sort of alpine spaceship, giving the Maison Cailler a clear identity of its 'town.' The pavilion uses local wooden tiles. 'I wanted to make use of local artisan skills. Inside, visitors take part in tastings, and they can create their own chocolate "profile" in a private alcove, responding to a series of questions on a tactile screen: "Tell me about yourself, and I'll tell you which chocolate you are!"'

AND...

The interior of one section of a luxury cruiseliner designed for 600 passengers (with Wilmotte or Garcia...) and coming soon An auditorium at Paris... To be continued!