



#46

ARTRAVEL

Copenhague  
Berlin  
Genève  
Hong Kong  
Londres  
Madrid  
Miami  
Montpellier  
Paris  
Saint-Tropez  
Stuttgart  
Tel Aviv  
Vienne

# ARTRAVEL

ARCHITECTURE / DESIGN / DECORATION

Le meilleur des lieux contemporains

## BALADE À PARIS

Restaurants, Hôtels, Art...  
Les nouvelles adresses incontournables

**EXCLUSIF**

+ de 50 pages  
de villas et appartements

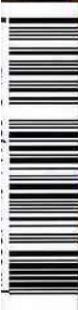
**AU CŒUR DE LA MAISON  
GOYARD**

**RENCONTRES**  
Avec Noé Duchaufour-Lawrance  
& Mathieu **Lehanneur**

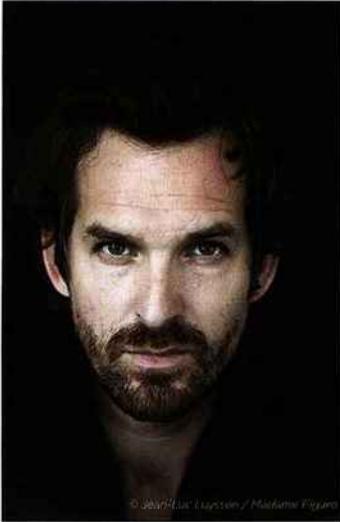
**EVENEMENT**  
RBC Montpellier by Jean Nouvel

# 46

ENGLISH TEXT



## **RENCONTRE** MATHIEU LEHANEUR



# DOCTEUR DESIGN

Texte : *Christine Sanchez Gaspard*

Photos : *D.R*

*Dans un ouvrage retraçant ses inspirations depuis ses débuts, Mathieu Lehanneur dévoile l'envers de sa démarche intellectuelle et visuelle, entre expérimentation et vision thérapeutique.*



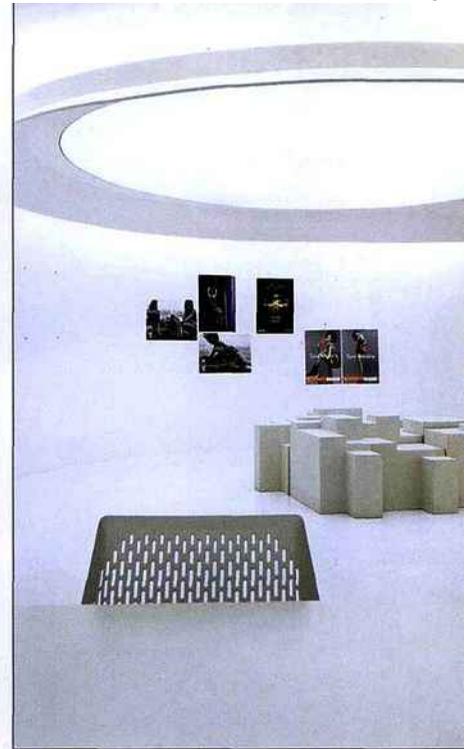
© Véronique Huyghes

**Pourquoi avoir fait ce choix d'un ouvrage qui donne les clés pour décrypter votre démarche de designer ?**

Mathieu Lehanneur : L'idée était d'arriver à montrer que ce qui nourrit un projet est souvent complètement extérieur au projet lui-même. Je ne voulais pas faire de pédagogie de design. Chacun a la sienne. Personnellement, je préfère souvent la cuisine au résultat final. De la même manière que je me nourris d'univers parfois complètement différents, j'ai voulu ce livre comme une plateforme totalement ouverte, avec des intervenants et une approche qui casse la stricte frontière du design.



*De haut en bas :  
Portrait de Mathieu Lehanneur.  
Bureaux de l'agence JWT.*

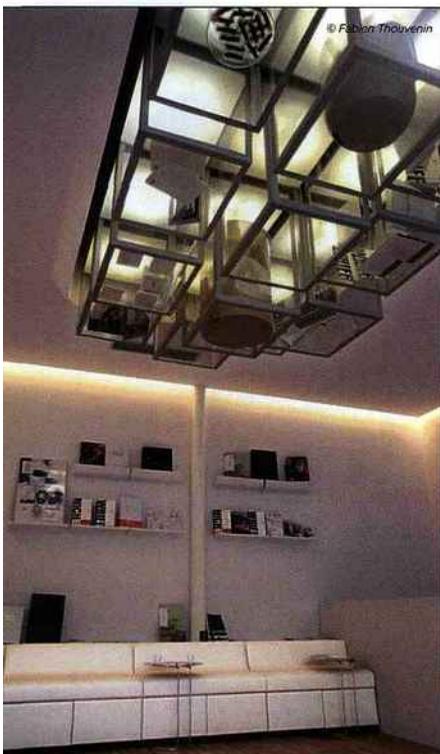


Ci-dessus :  
Bureaux de l'agence JWT.  
Ci-dessous :  
Escale numérique, mobilier urbain.

**On comprend combien votre territoire d'expérimentation, qui puise dans les champs des sciences cognitives, mathématiques et biologiques est aux antipodes du design «classique»...**

Oui, mais cette approche me semble tout à fait naturelle. Notre métier de designer est de réagir au monde réel, et non se référer coûte que coûte au passé en cherchant à s'insérer dans l'histoire du design. Si cela m'intéresse aussi peu, outre le fait que je trouve que cela n'a pas d'intérêt et que c'est un peu vain, c'est simplement parce que je ne peux rien en faire! Les plus grands designers ont toujours été connectés les deux pieds dans leur monde et leur époque, et sont devenus des modèles sur leur capacité à répondre à des questions posées en se nourrissant d'éléments divers, sans se positionner par rapport aux autres. Ce n'est pas du tout idéaliste. Au contraire, on a une batterie d'éléments à disposition, des choses primitives, essentielles ancrées dans le présent, que l'on peut aller chercher partout, y compris dans le monde médical ou celui de la haute technologie.





**Tous vos projets vont dans le sens du mieux-être, du mieux vivre, du mieux manger, du mieux dormir... Le designer doit-il avant tout œuvrer à améliorer notre quotidien ?**

Oui. En s'empêchant de réfléchir comme un service marketing, dont la principale activité est d'identifier des signes et des comportements chez des consommateurs qui changent constamment. L'idée est de se laver la tête de ces modèles et de ces références culturelles pour mieux regarder comment l'humain fonctionne, réinterroger la manière dont je me nourris, dont je me soigne, dont je m'informe... Avec le projet escale numérique avec Decaux, nous avons répondu à un appel d'offre de la ville de Paris de créer un mobilier urbain intelligent. Nous sommes partis du modèle des fontaines Wallace, ou comment mettre à disposition de tous, une ressource - ici la technologie comme l'eau à l'époque - présente dans nos sous-sols.

Plus qu'un simple abri-bus ou un candélabre, on a imaginé une zone ouverte, mixte et hybride qui va amener du service et du flux numérique, du wi-fi gratuit et illimité pour les parisiens et les touristes, mais aussi un accès à de l'information urbaine via un principe de table interactif. L'idée, c'est simplement de créer des objets vivants pour des êtres vivants. Et c'est la science qui va nous y aider. Beaucoup d'objets se basent encore aujourd'hui sur une vision mécanique, inerte, passive de l'être humain. En comprenant de plus en plus les mécanismes du cerveau et de la perception, on s'aperçoit que sans interaction, cela ne colle plus avec nos modes de vie. Dans 99,9 % des cas, c'est l'humain qui est l'utilisateur final. Plus on le place coeur du processus, plus il va en devenir acteur. Aujourd'hui, on a vraiment envie et besoin de sentir autour de soi des choses qui tiennent compte de nous en tant qu'être humain.

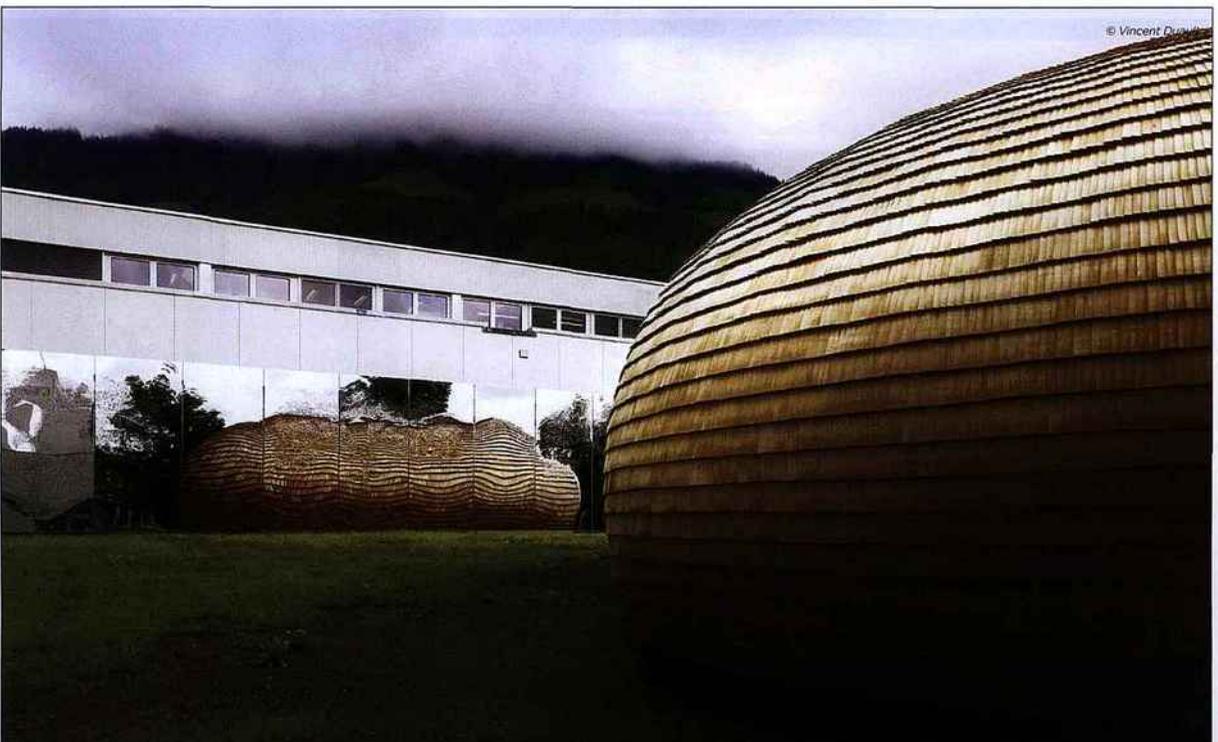
[www.mathieulehanneur.fr](http://www.mathieulehanneur.fr)

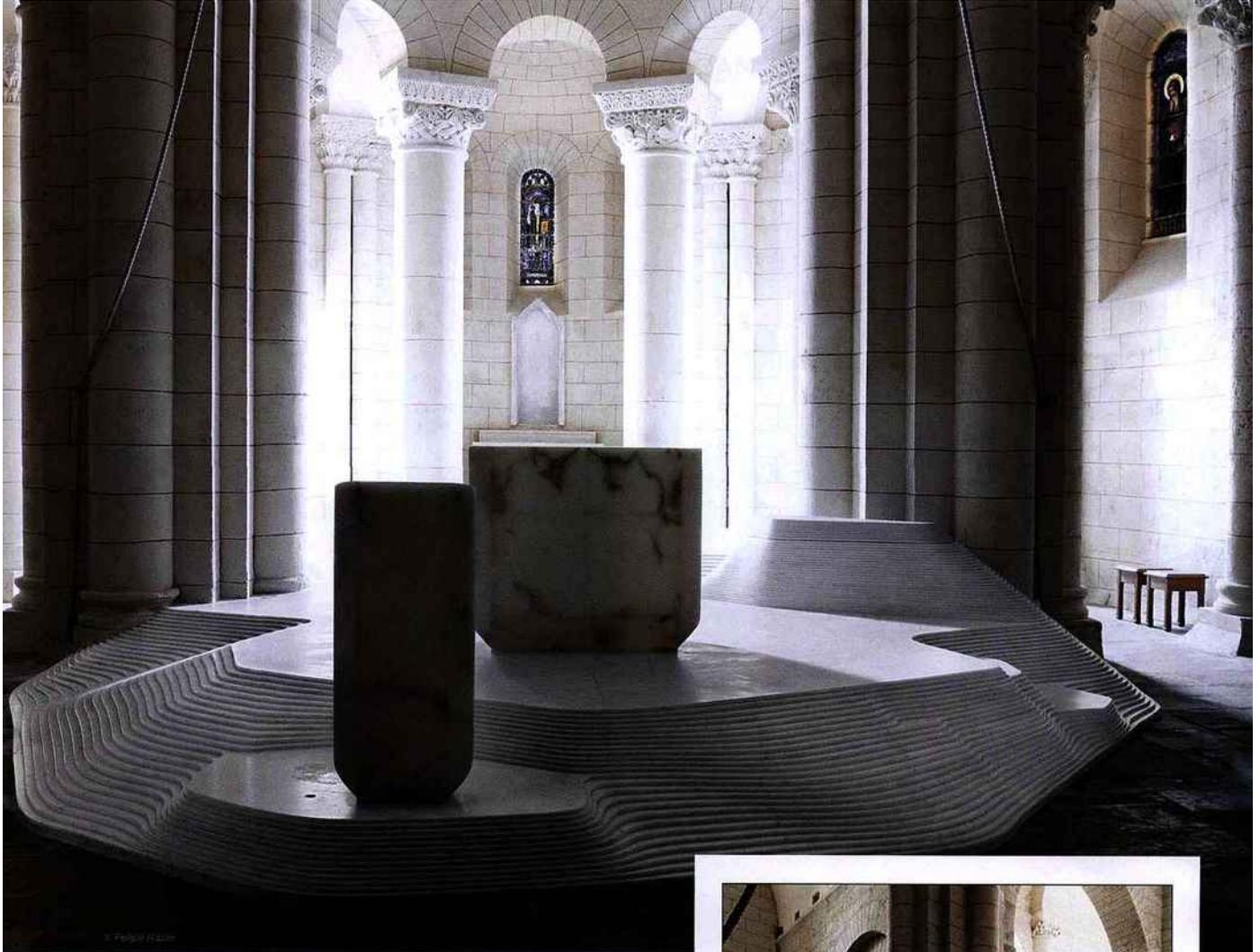


© Fabien Thouvenin

Sur cette double page : Labo-Shop et Labo-Brain.







À gauche :  
*Chocolate Flagship - Maison Cailler.*

Sur cette page :  
*Cœur de l'Église Saint-Hilaire de Melle.*