

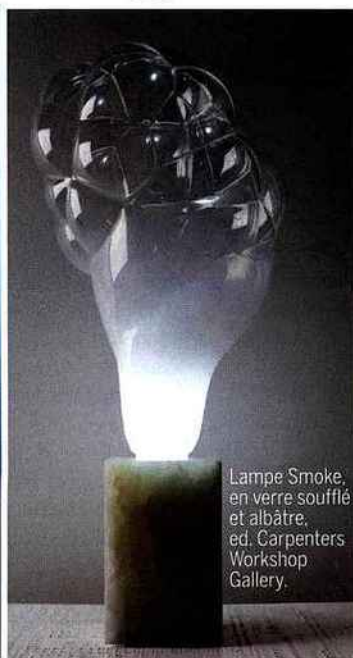
Mathieu Lehanneur le docteur du design

*Curieux de tout,
le créateur explore
en permanence
de nouveaux
TERRITOIRES. Pour lui,
le design est
avant tout synonyme
de progrès et
de BIEN-ÊTRE.*



L'air, l'eau, le son, la lumière sont ses matériaux de prédilection.

Mathieu Lehanneur, 37 ans, est l'un des rares designers français de sa génération à mettre son talent au service d'à peu près tout. Ses clients sont aussi bien des hôpitaux que le Commissariat à l'énergie atomique, des fabricants de vaccins, JCDecaux ou les parfums Issey Miyake. Il vient d'aménager, à Paris, la salle de concert Electric, dans le Parc des expositions (porte de Versailles), et planche, parmi des dizaines d'autres projets, sur une nouvelle version de son filtre à air écologique Andrea. Paola Antonelli, conservatrice du département design du MoMA, qui avait flashé dès 2001 sur ses tout premiers « objets thérapeutiques » repensant notre relation aux médicaments – au point de les intégrer dans les collections du musée –, voit en lui « un champion de l'agilité intellectuelle du design actuel ». Fils d'un concepteur de roues de vélo, formé à l'Ensci, ce beau gosse n'aime rien tant que défricher, innover, mettre en place de nouveaux comportements. Avec un seul objectif : nous aider à mieux respirer, mieux dormir, mieux aimer, bref mieux vivre. Le Grand-Hornu, en Belgique, déploie actuellement son univers, à la lisière du fantastique, dans une première exposition monographique, baptisée *Choses* (1). On y retrouve son intérêt pour les interactions entre l'homme et son environnement



MATHIEU SALVING POUR L'EXPRESS STYLES - DR

direct et son envie constante de soigner les autres. L'occasion de prendre rendez-vous avec le Dr Lehanneur.

Vous faites partie des rares designers actuels qui ne cantonnent pas leur champ d'action au mobilier. Est-ce une posture difficile à tenir ?

De moins en moins. Nous sommes à un moment charnière où le design se met à intéresser des commanditaires venus de tous les horizons. C'est une ouverture formidable, pour peu que les designers acceptent de jouer le jeu et d'explorer ces nouveaux territoires. Je suis extrêmement optimiste. Aujourd'hui, je travaille avec mon équipe sur une quarantaine de projets différents. Mes clients sont aussi bien un curé de campagne qui voulait repenser son église qu'une grosse boîte informatique, un propriétaire de paquebot, un producteur de vaccins... Ces rencontres se font de façon très naturelle. Le monde est mûr pour cela. Nous avons besoin de tables basses, mais pas seulement.

Qu'est-ce que toutes ces personnes attendent de vous ?

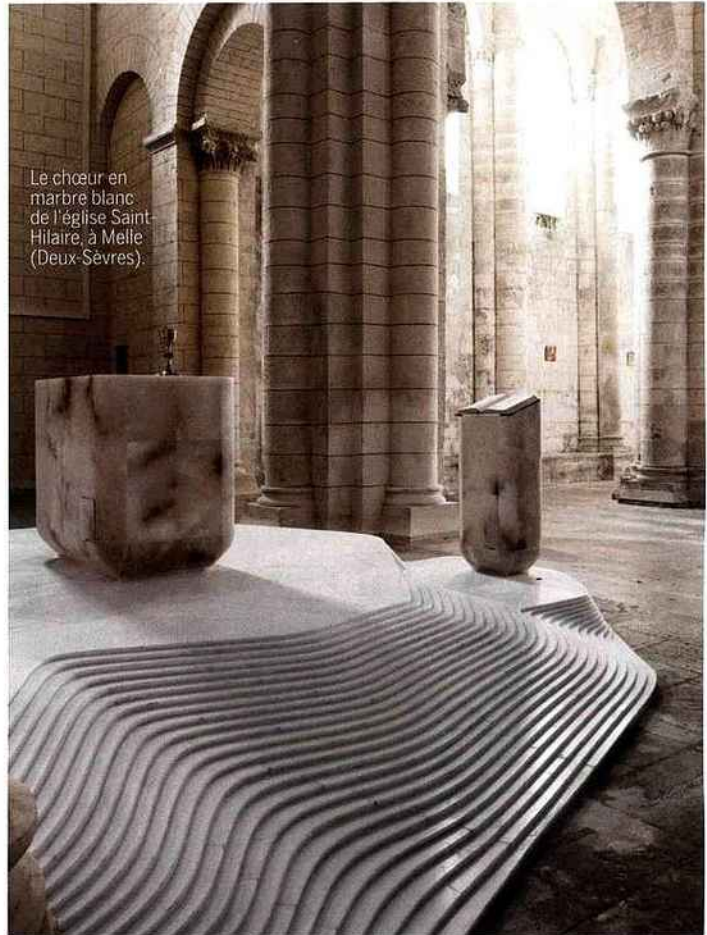
Elles ont toutes un point commun : elles ont envie de changement, pas en ajoutant un produit de plus dans leur catalogue, mais en procédant autrement. Il y a toujours des enjeux très importants derrière leur demande. J'essaie de résoudre leur problème, de comprendre leur besoin. J'aime l'urgence, le relationnel, l'empathie.

Et comment procédez-vous ensuite, comment se construit votre diagnostic ?

Un client ressemble un peu à un patient. C'est une relation à laquelle je crois. Il faut que mon interlocuteur ait l'honnêteté de me décrire ses symptômes. Souvent, je lui dis : « On verra ce qu'on va faire, mais ce n'est peut-être pas ce que vous avez imaginé. » Je ne lis jamais les briefs qu'on me donne, car cela emprisonne. Je préfère partir d'une feuille blanche.

Vous sentez-vous encore un peu seul dans cette démarche ?

Nous ne sommes pas nombreux à travailler ainsi, mais je sens que cela fait du bien aux étudiants. Je ne deviens pas un modèle à suivre, mais je montre qu'il y a d'autres façons d'avancer. Les jeunes qui viennent dans mon agence sont tous curieux de faire autre chose. Si je devais ne leur donner qu'un conseil, ce serait de fermer les revues de design et de lire le journal. Des tas de champs sont propices à la création et aucune frontière n'est établie. J'essaie moi-même de conserver une relative distance par rapport au design, parce que je sais que cela me pollue. Je ne vais pas sur les Salons, j'achète énormément de livres. Dernièrement, j'ai lu un ouvrage sur les maisons hantées aux Etats-Unis, un autre sur des artistes des années 1970-1980 qui vivaient des expériences mystiques avec les lumières. J'essaie de récolter le maximum de matière brute.



Le chœur en marbre blanc de l'église Saint-Hilaire, à Melle (Deux-Sèvres).



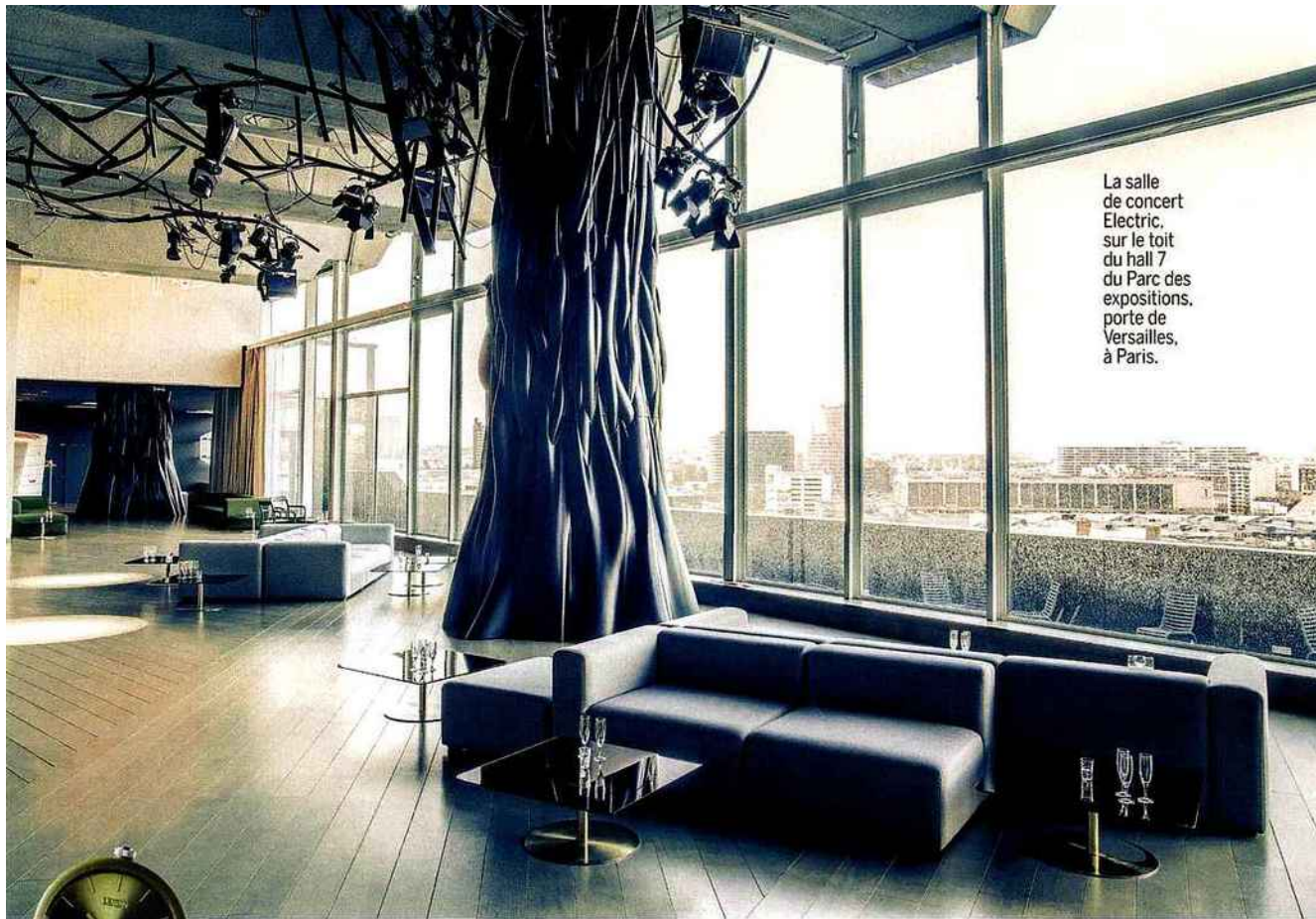
Demain est un autre jour, commande pour l'hôpital des Diaconesses, à Paris.

Même si vos créations sont hétéroclites, toutes expriment un style commun, à la frontière de la science-fiction. Est-ce une source d'inspiration ?

J'aime travailler la limite entre le magique et le fonctionnel. L'idée de créer des choses inédites m'intéresse, mais celles-ci doivent paraître à la fois insolites et familières. La montre Take Time ! que j'ai créée pour Lexon, par exemple, n'est pas à proprement parler un bracelet. C'est plutôt un objet à manipuler, en référence à toutes ces petites choses que l'on aime toucher par réflexe, comme les Grecs qui font rouler leur chapelet sous leurs doigts. J'aime rendre les choses vivantes. Marier la vie artificielle et la technologie fait partie des constantes de mon travail.

Quels sont vos derniers défis ?

Nous essayons de développer, avec le chercheur David Edwards, un Laboratoire équivalent à celui de Paris, aux Etats-Unis. Ce projet a lieu avec l'université d'Harvard, où David enseigne, et sera tout près du MIT. L'objectif est de mettre en réseau des chercheurs et des designers. Nous venons ensemble de terminer le WikiBar, au Laboratoire parisien, qui devrait ouvrir en mars. Ce dernier propose de la nourriture dont le packaging est comestible. Le



La salle de concert Electric, sur le toit du hall 7 du Parc des expositions, porte de Versailles, à Paris.



Montre
Take Time !,
en silicone,
pour Lexon.

conditionnement des aliments est un sujet qui intéresse la grande distribution. Il reste encore des problèmes techniques à résoudre, mais le plus dur sera de surmonter les habitudes culturelles. Je travaille par ailleurs sur une nouvelle version de mon purificateur d'air Andrea. Ce dernier sera plus petit que le précédent, qui s'est vendu à 20 000 exemplaires, preuve que les gens sont sensibles à ce sujet de la pollution intérieure. Il se posera sur une table de façon à être plus proche de notre respiration, donc plus efficace. Il devrait être prêt pour 2014.

Vous venez également de répondre à une commande de l'unité des soins palliatifs de l'hôpital des Diaconesses, à Paris. Racontez-nous cette expérience...

Gilbert Desfosses, le chef de service des soins palliatifs des Diaconesses, voulait venir en aide à ses patients autrement que par une intervention médicale. Il pensait tout d'abord commander une œuvre à un artiste. Il s'est rapproché de la Fondation de France, qui lui a proposé de faire appel à un designer. Nous nous sommes rencontrés, c'était il y a quatre ans. Au début, je ne savais pas du tout ce que je voulais faire. Il fallait que mon intervention touche aussi bien les patients en fin de vie que leur famille et l'équipe médicale. J'ai imaginé un écran circulaire à disposer dans chaque chambre. Chacun est connecté à un ciel choisi par le patient. C'est un

Carnet d'adresses

Carpenters Workshop Gallery,
Paris (IV^e), 01-42-78-80-92.

Le Laboratoire, Paris (I^{er}), 01-78-09-49-50.

Galerie Slott, Paris (III^e), www.slottparis.com

Mondomio, Paris (VII^e), 01-44-18-35-59.

écran de LED, filtré avec un système de nid-d'abeilles, connecté à des sites météo internationaux. Les données sont récupérées en temps réel. Les gens se retrouvent face à un ciel, ils peuvent partir ailleurs, avoir une expérience spirituelle s'ils le souhaitent. Mon idée était de rester aussi léger qu'une station météo. Ce paysage fabriqué propose à la fois une amorce de discussion pour la famille et une échappatoire pour le patient en fin de vie. Avec ce ciel, on peut parler du temps qu'il fait pour contourner la question du temps qu'il reste. Les patients et les familles ont été nombreux à me confier que cela leur faisait beaucoup de bien. Ce ciel, ce n'est rien et néanmoins cela remet dans une dynamique de vie. Je crois plus que tout à ce que le design peut offrir. Si je fais ce métier, c'est pour arriver à ce type de commandes. **PROPOS RECUEILLIS PAR MARION VIGNAL**

(1) *Mathieu Lehanneur.* Choses, Grand-Hornu (Belgique), 00-32-65-65-21-21, www.grand-hornu.eu. Jusqu'au 31 mars.