

NUMERO 29

DESIGN

PLUS

MAGAZINE

CENTRE DU DESIGN RHÔNE-ALPES

DOSSIER

DESIGN
POUR
LA
MAISON

RECHERCHE
EXPERTISES
INNOVATION
DESIGN DES
ENTREPRISES
ÉCODESIGN
ACTUALITÉS

OCTOBRE 07



Il y a la mode belge souvent labellisée anversoise comme il existe aujourd'hui une tendance à parler et à accepter la reconnaissance d'un design belge au même titre que le design français, italien ou scandinave. À l'heure actuelle, de très nombreux créateurs et entreprises s'activent au cœur d'un petit pays et lancent sur le marché des produits très souvent novateurs et catalyseurs d'une créativité contemporaine.

La Flandre, embrassant Bruxelles et le nord de la Belgique, a pris de ce point de vue-là une longueur d'avance.

DE BRUXELLES AU NORD DE LA BELGIQUE

DESIGN EN FLANDRE

La Flandre ne s'isole pas, au contraire, elle tisse des liens avec ses régions voisines dans la perspective d'un partage d'expérience et d'une intégration progressive du design à tous les échelons de la société, en particulier au sein des entreprises. Aucune étude traitant des échanges entre designers et entreprises à l'échelle du pays n'a encore été faite, mais les cas de collaboration pullulent ! Les deux grands défis qui subsistent en Flandre comme dans beaucoup d'autres pays européens sont de dimension à la fois politique et humaine : la formation et sensibilisation au design et l'épanouissement d'une coupole de promotion économique adaptée à chacun.

Design Flandre, organe de promotion du design

Rattaché au Ministère de l'Économie de la Région flamande depuis 1991, Design Flandre promeut le design industriel jusqu'aux arts appliqués contemporains.

À l'initiative de workshops animés autour de thématiques touchant au design management, à l'innovation esthétique et à leurs débouchés économiques, cet organisme « parastatal » est en contact journalier avec les designers et entreprises. Il investit dans des initiatives à haute valeur ajoutée dont les vraies prises de risque procurent à terme un déploiement positif de la créativité à l'échelle de l'entrepreneur (designer ou manager) et de la région.

Des critères et points de repère ont été établis dans ce dossier pour passer en revue quelques profils-types d'entreprises innovantes en Flandre ayant une politique de design propre dans des secteurs aussi variés que le mobilier intérieur et urbain, l'éclairage privé et public, les accessoires, les biens de consommation, les loisirs et la mobilité...

Le Belgian Design Club couplé aux prix et labels Henry van de Velde

La nouvelle identité et dynamique du Belgian Design Club créé au printemps 2007 par Design Flandre dans le cadre du projet européen SEEdesign (Sharing Experience on Design Support for SMEs) laisse entrevoir une volonté de renforcer la cohésion entre entrepreneurs, designers et le monde économique. Parmi les entreprises envisagées dans ce dossier, l'on retrouve des cas concrets où le designer agit en free lance ou est intégré au sein d'un studio de design. Il en découle une série d'exemples de produits qui ont passé le stade du prototypage et que l'on retrouve édités et diffusés sur le marché local et international. Si l'on se base sur le processus de sélection de Design Flandre en matière de design industriel, l'on retrouve plusieurs catégories de produits à usage privé ou professionnel ou destinés à la ville et à « habiter » l'espace public. Les produits illustrés dans cet article sont pour beaucoup labellisés par le prix ou le récent label annuel Henry van de Velde. Ils sont issus d'une étroite collaboration entre le designer et l'entreprise en interne ou en externe, avec le souci d'atteindre une qualité formelle et fonctionnelle impeccable, un choix judicieux et novateur de matériaux, une dimension environnementale qui passe par l'éco-conception et le développement durable et d'autres

facteurs tels que l'ergonomie, la sécurité et la visibilité et le marketing stratégique de la marque... Traditionnellement célèbre pour ses moules frites et ses chocolats raffinés Neuhaus, ses bières d'abbayes et ses grandes plages de la Mer du Nord la Flandre a connu une expansion économique importante, à laquelle le design est l'un des facteurs de croissance qui s'y rattache volontiers. Une récente étude menée par Design Flandre sur l'impact économique du design dans cette région démontre la source de richesses financières que peut lui apporter une promotion ciblée du design dans l'entreprise. Pour le moment, de nombreuses initiatives ont écloré ou s'épanouissent un peu partout en Belgique flamande, dont le Pôle de Compétence (Competentiepool) de Courtrai s'inscrit en Flandre occidentale, l'un des creusets de l'industrie textile belge. La Stichting Interieur avec sa biennale internationale de design (créée en 1968), le Centre de Design De Winkelhaak à Anvers...

Le terreau du design en Flandre focus sur ses designers et entreprises

La réputation de nombreux créateurs et entreprises qui intègrent le design dépasse les frontières. L'on pense – hormis le défunt Maarten Van Severen édité par des marques prestigieuses telles que Vitra, Edra, Kartell... –





Vincent Van Duysen, « Pottery »
éd. When Objects Work, 2004. © WOW



Sem de L'Anverre & Kris Henkens, vases « Formatjes »,
éd. L'Anverre. © L'Anverre

Arts de la table et accessoires

Dans les arts ménagers, implanté à Alost depuis les années 60, Tupperware a développé avec Bob Daenen puis Vic Cautereels et son équipe, des centaines de modèles de plats, contenants et autres accessoires destinés à l'univers de la cuisine conviviale. Depuis peu, Vic Cautereels a rejoint de Ster comme chef du département design spécialisé dans la conception et le développement de produits et services pour les compagnies aériennes. Dans le très haut de gamme, Nedda El-Asmar – designer belge de l'année en 2007 – ne lésine pas sur la beauté formelle et la richesse des matériaux. Edités par Hermès, Puiforcat et Robbe & Berking, ses couverts (dont le modèle « HTS » d'Hermès primé par l'Observateur du Design) et ses articles d'art de la table sont conçus en argent massif, acier, métal argenté et étain poli. Dans ce même secteur mais plus proche de l'accessoire de mode et de salons comme Première Classe à Paris, Hubert Verstraeten développe ses propres collections de bijoux industrialisables avec des déclinaisons en argent massif, or, platine, acier inox, aramith (boules de billards produites chez Saint-Luc, leader mondial sur ce marché) et polycarbonate. Enfin, le « must » à ses pieds, Pol Quadens propose une collection de souliers en fibres de carbone créée avec le soutien d'une filiale de Bekaert, remettant le « stiletto » au goût du jour. Enfin, très légères, les lunettes de la marque Theo signées Patrick Hoet surprennent par leur esthétique très structurée et colorée avec l'emploi de matières comme le titane.

Du bois massif aux textiles techniques et aux composites

Outre l'omniprésence de matériaux plus traditionnels comme le bois avec des créateurs comme André Verroken édité par Van den Berghe-Pauvers, Christophe Gevers par Kyo-Co, Philippe Allaëys et Hans De Pelsmacker par E15 (D), de nombreux designers sont actifs dans le domaine du textile. Ils sont présents dans la sphère du lin (DecoPur, Chris Mestdagh, Francine Van der Biest, Marie Mees, K&F), le tapis (Petra Beaumon, Trui Demarcke, Els Huygelen...), ainsi que dans le développement de nouveaux textiles techniques et adaptés à des applications dans l'ameublement et des secteurs plus spécifiques comme les revêtements automobiles et les sols vinyliques (Martine Gyselbrecht, Marc Van Hoe, Tissage d'Arcade...). D'autres matériaux comme le verre ou la céramique sont aussi à la base de nombreuses créations de studios de design comme L'Anverre qui fête cette année ses 20 ans.

L'évolution des technologies et l'emploi extensif des polymères a également poussé les créateurs à intégrer dans leurs produits, de façon presque systématique, le facteur d'ergonomie et de « soft design ». L'exemple de la « Brani Belt » de Clem Van Himbeek pour Orangetiga en est une excellente illustration. De ce fait, les produits « s'humanisent » et deviennent toujours plus proches de l'utilisateur.



Le design, véhicule d'une identité forte

Design Flandre promeut différents profils de créateurs. Il y a le designer indépendant autoédité ou édité par le designer ou la design team intégré(e) à une entreprise... Tous sont à leur manière initiateurs de produits innovants qui intègrent une multitude de paramètres technologiques, techniques, esthétiques et conceptuels. Avec la globalisation des marchés, il devient difficile de distinguer un produit belge parmi d'autres. Avec l'exposition qui eut lieu l'année passée au Grand-Hornu, « Label-Design.be, Design in Belgium after 2000 » (Design Flandre/Pro Materia/Grand-Hornu Images) il était néanmoins mis en évidence des créations « Made » ou « Designed in Belgium ». Certaines d'entre elles sont éditées et produites ailleurs qu'en Belgique, certaines nous sont familières et pour d'autres, tout à fait méconnues. Mettre une identité sur un produit dont l'auteur reste le plus souvent dans l'ombre, constitue donc un défi de tous les jours.

📧
Lise Coirier
Directrice Pro Materia asbl
www.promateria.be

