



## Quelque chose à déclarer

PAR ALFRED ESCOT | PHOTO JEAN-BAPTISTE MONDINO

# PHILIPPE STARCK LE BLUES DU DESIGN

Le salon Maison & Objet 2010 vient d'en faire une nouvelle fois son « créateur de l'année ». À 61 ans, Philippe Starck a connu tous les honneurs mais pose aujourd'hui la seule question qui vaille : que nous manque-t-il ?



MÊME S'IL SE DÉFINIT COMME DE NATURE TRISTE, PHILIPPE STARCK CHERCHE TOUJOURS À « EXPLORER DE NOUVEAUX TERRITOIRES, IMAGINER DE NOUVELLES FAÇONS DE RÊVER »

À lui seul, il a rendu le design populaire. Et son patronyme, depuis longtemps une marque, est systématiquement synonyme de succès. Planétaire et transversal. Car en bientôt quarante ans de carrière, Philippe Starck a tout dessiné. Des architectures intérieures bien sûr. Mais aussi des packagings alimentaires, des meubles urbains, des salles de bains, des bagages, des vêtements, des motos, des brosses à dents et des scooters, une voiture et un bateau ! La liste de ses créations sur son site Internet donne le vertige. Même ses confrères ne cessent d'applaudir son travail au point que Maison & Objet vient pour la seconde fois d'en faire son « créateur de l'année » à l'occasion des dix ans de Now, son espace dédié au design, à l'objet et au mobilier contemporain. Ce qui le motive aujourd'hui ? « *J'estime que mon but est d'abord d'améliorer ce qui touche à l'humain, ce qui compte bien plus pour moi que d'embellir les objets* », nous confiait, récemment, le designer à Milan où il était venu assurer la promotion d'une ribambelle de nouveautés, toutes griffées Starck : des meubles, des luminaires et des bijoux-altères à porter au cou ou au poignet, pour sublimer sa silhouette.

#### **Un humaniste sincère bien que mercantile**

Et pourtant, ni ses succès, ni son épouse Jasmine – en charge de ses relations presse, n'y peuvent grand chose. Malgré son charisme et son discours jovial, Philippe Starck, barbe de trois jours et pantalon africain digne d'un Johnny Clegg, est mélancolique. Comme s'il avait tout entrepris, tout réussi, mais qu'il « manquait » quelque chose. L'homme trimbale une sorte d'inquiétude : « *90 % de ce qui nous entoure aujourd'hui n'a jamais été créé pour rendre service mais*



DE GAUCHE À DROITE,  
LAMPE K-RAY À POSER,  
DESSINÉE PAR STARCK  
ET QUITLLET POUR FLOS.  
HOLLY ALL, VASE GÉANT  
DE 2 MÈTRES FAISANT  
OFFICE DE FAUTEUIL,  
POUR SERRALUNGA.  
MASTERS,  
CHAISE CONÇUE  
AVEC EUGENI QUITLLET  
POUR KARTELL.  
IMAGE EN 3D DU PROJET  
D'UNE VOITURE  
ÉCOLOGIQUE  
À HYDROGÈNE  
SIGNÉE STARCK.

et unième année d'existence achevée, cet humaniste sincère, bien que mercantile, voit son pire cauchemar s'incarner dans des villes à l'instar de Las Vegas, Macao, Ibiza ou Miami, qui sont selon lui « les prototypes d'une société basée sur l'immédiateté et le mercantilisme, la perte de but, de vision, d'utopie et d'honnêteté. Ceux d'une société prostituée ».

On saisit mieux les paradoxes du personnage. Difficile pour lui de profiter du spectacle alors que le chapiteau va peut-être brûler, et que son rôle n'est plus le plus important. Alors que faire ? Le design démocratique ? Mission accomplie. « On peut maintenant acheter des produits de qualité, bien dessinés, à leurs justes prix. Le design est un outil pour aider la tribu ». L'écologie démocratique ? L'homme s'y attaque sérieusement et planche désormais sur « des objets écologiques, pas chers et beaux, car l'écologie ne doit pas être une punition. » Mais où se cache le défenseur de l'écologie lorsqu'il crée des objets en plastique (sa chaise *Mi Ming*, un modèle produit par XO l'an dernier, son nouveau mobilier *outdoor* pour *Driade*, sa lampe *K-Ray* pour *Flos* ou bien encore *Windeo* – ses éoliennes efficaces et esthétiques conçues pour les particuliers) alors qu'on sait maintenant les dégâts qu'ils causent ? Sa réponse fuse : « Il vaut mieux un produit au style durable, réalisé avec un minimum de matière, que du jetable ». Selon lui, même « le recyclage est un gag qui relève du domaine du marketing et non pas de l'écologie, un concept qui nous pousse à consommer, très coûteux en énergie ».

Une question aujourd'hui le taraude : « Que nous manque-t-il ? ». En d'autres termes, comment le design peut-il répondre aux nouvelles urgences ? « Il faut redevenir enthousiasmant, explorer de nouveaux territoires, imaginer de nouvelles façons de rêver ». Quid du *Royal Monceau*, le palace parisien dont il devrait dévoiler le nouveau décor en mai ? « C'est derrière moi, le travail créatif est fait. Ça ne m'intéresse plus. La création est une maladie que je ne souhaite à personne. C'est elle qui m'a poussé à être designer. C'est une destinée aussi. J'ai la même que mon père. On se conçoit soi-même, créer pour exister. » ■

seulement pour être vendu ». Quelques jours avant Noël, achevant de nombreux projets dont une marina à Majorque, un centre culturel et sportif à Bilbao et un modèle de cuisine hybride intégrant une bibliothèque avec la marque *Warendorf*, le créateur avoue : « C'est vrai, je suis d'une nature morbide et triste. Mais je vais bien et je suis heureux d'être ici (NDLR : en Inde près de Mumbai), à l'embouchure d'un fleuve indien, à travailler tout en regardant les pêcheurs ». Un de ces « lieux presque neutres » que le globe-trotter collectionne. Lui qui est pourtant célèbre pour ne pas sortir de sa chambre d'hôtel lorsqu'il se trouve à l'autre bout du monde.

Du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre, Philippe Starck a toujours une actualité à vendre. Mais cette fois, l'homme ajoute un bémol : « Le design n'est rien par rapport aux priorités qui sont devant nous à présent », analyse-t-il. Sa soixante

PHOTOS STARCK NETWORK