

Evénement

Les beaux objets de 2010

DESIGN Dans ce bilan de l'année en dix-sept produits, une tendance lourde : la force de la simplicité.

Ils sont là, familiers déjà ou encore insolites. Les objets racontent un quotidien qui se métamorphose, annoncent parfois l'avenir. Les plus beaux produits apparus en 2010 illustrent ainsi l'appropriation du virtuel, le besoin de simplicité, la force de l'amélioration presque invisible. Ils se dépouillent d'attributs autrefois indispensables, s'allègent comme jamais : le vieux téléphone s'évide, l'écran perd son clavier, le vélo son cadre, l'éolienne ou le ventilateur leurs pales. Eteints, l'iPad ou le ventilateur de Dyson paraissent cerner du vide. En marche, ils déploient tous leurs talents pour canaliser des énergies, transmettre de l'information. Avec Internet, l'immatériel est devenu tangible, et les foules sont conquises. La tablette électronique d'Apple s'est vendue à 10 millions d'exemplaires depuis son lancement au printemps.

Les objets ne revendiquent plus de bénéfices exagérés. S'ils cachent leurs secrets, ils se donnent tels qu'ils sont. Le banc des Sismo en matériaux recyclés ne crie pas qu'il est écologique en se couvrant de verdure, il dit d'abord qu'il sert à s'asseoir; le lait de Monoprix affirme simplement sa nature sans en rajouter sur ses vertus. Ils seront 2000 à être rhabillés ainsi dans les prochains mois par l'enseigne. A nous parler aussi avec de petites phrases décalées, par exemple « on a tous un côté fayot » sur les boîtes de haricots blancs. Car les objets s'animent, deviennent des médias, pour faire rire ou réfléchir.

Soizic Briand

La tablette

L'iPad n'est peut-être ni la meilleure tablette ni la plus innovante, mais elle a ouvert la voie à d'autres usages de l'Internet. Et Apple, en maître incontesté du design et de la communication, sait les incarner en beauté.



Pressing

Le packaging

Les produits à marque propre de Monoprix se mettent sur leur trente et un pour révéler leur nature avec leur nom, brut, pour emballage. Un gimmick déployé des rayons à toute la communication par l'agence de publicité Havas City. Surprenant, cohérent, éclatant.

Les chaussures

Chausser les chaussures de tout un chacun chagrinaient certains skieurs exigeants. Sachant leurs réticences, Skiset (leader de la location de skis) leur propose d'acheter leurs propres chaussures, à glisser dans les chaussures de ski qu'il loue. Et boucler la boucle.



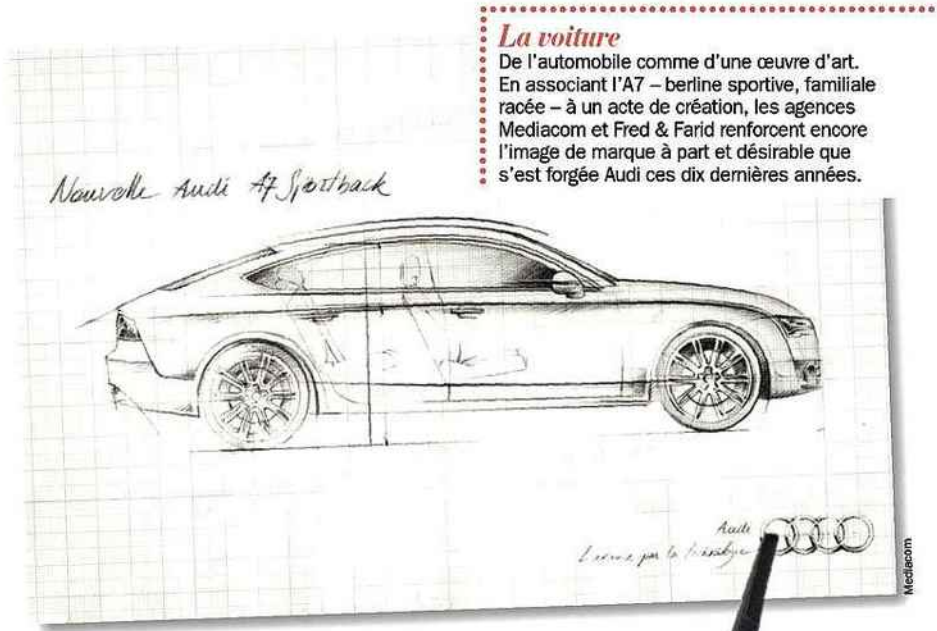
Savit Communication

Le Photomaton

A 75 ans, la boîte à photos d'identité se refait une jeunesse avec Philippe Starck. Le lifting extérieur lui donne une sérieuse élégance. L'écran devient tactile, la caméra s'adapte au client – plus besoin de bouger le siège – et les photos peuvent être envoyées directement sur Internet. Branché.



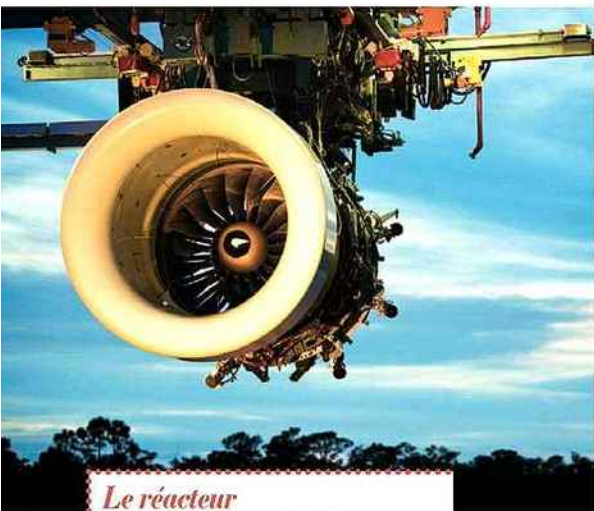
Euroscg



La voiture

De l'automobile comme d'une œuvre d'art. En associant l'A7 – berline sportive, familiale racée – à un acte de création, les agences Mediacom et Fred & Farid renforcent encore l'image de marque à part et désirable que s'est forgée Audi ces dix dernières années.

Mediacom



Pratt & Whitney

Le réacteur

L'américain Pratt & Whitney travaille depuis vingt ans sur les turbosoufflantes, ces moteurs plus économes en énergie, moins bruyants et rejetant moins de CO₂. Le PurePower, à l'essai depuis le début de l'année, équipera les avions Bombardier CSeries dès 2013.



Ciclotte

Le vélo d'appartement

Laide, la bicyclette fixe se cache, pour bientôt finir au placard. Le Ciclotte, conçu par Luca Schieppati pour l'italien Lamiflex Group, s'affiche, lui, en sculpture d'intérieur. L'horrible instrument de torture devient l'ami du quotidien.

La poussette

La rencontre de Recaro, spécialiste du siège auto, et d'un ex-designer de jouets pour Berchet a donné naissance à **Babyzen** la première poussette dotée d'un phare, qui se plie en un clin d'œil et de façon optimisée pour tenir dans le coffre d'une Mini.



BMRP

Le banc public

Imaginé par Les Sismo avec l'agence Carré noir, en réponse à la question « comment recycler le mélange d'aluminium et de plastique des briques alimentaires du suédois Tetra Pak ? », ce banc est déjà réclaté par plusieurs agglomérations. Janus de l'industrie 2010 et étoile de l'Observateur du design 2011.



Institut Français du Design

Le téléphone fixe

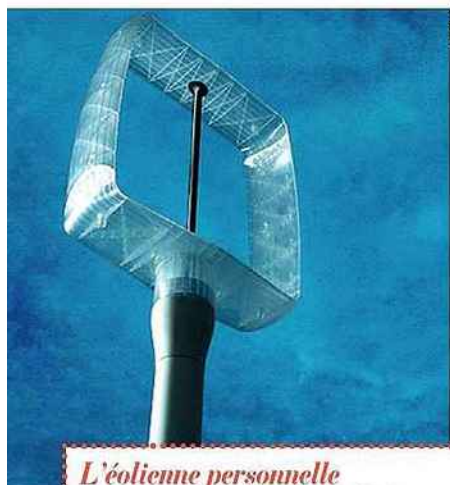
Pourquoi avoir à la maison un téléphone semblable à son mobile en moins beau? Avec le Sixty, qui ne garde que l'indispensable du S63 des années 1970, Sagemcom revisite le passé et permet aux amateurs de coincer à nouveau son combiné entre l'oreille et l'épaule sans se tordre le cou.



Sagem

L'éolienne personnelle

Le designer Philippe Starck et le fabricant italien Pramac croient à la production individuelle d'électricité. RevolutionAir, l'éolienne qui, selon la taille, produit jusqu'à 35% de la consommation d'un foyer de quatre personnes, évite les habituelles et dangereuses pales pour se faire antenne écolo.



Pramac

Le couteau

Quand la technologie rencontre la tradition. Grâce à son bois densifié, ce couteau de table dessiné par Christian Gion pour la coutellerie Nontron passe à la machine sans perdre de son lustre.



LFO

Le chocolat

Le carré, c'est banal. Pour Grand Chocolat, dont la gamme s'élargit au lait cette année, Nestlé a donc inventé la tablette mouvante où prime la courbe. Les morceaux sont customisés pour reposer confortablement sur la langue. Loin du si commun chocolat à croquer.



Nestlé

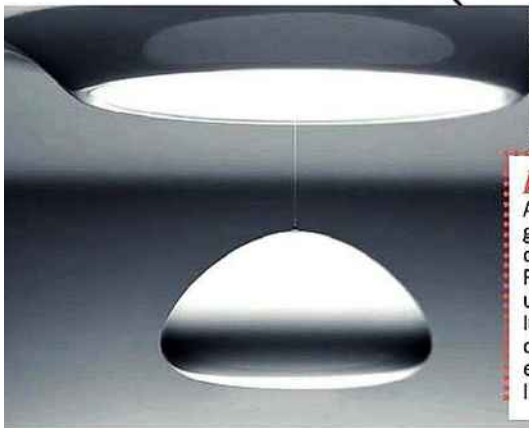


Le camion

Le nettoyage manuel à haute pression des conduites d'eau produisait un nuage de brume peu valorisant pour l'image de propreté de Veolia. En imaginant une tête de nettoyage pilotée par un agent et relié à un camion par un bras articulé, le designer Cyrille Terrien rend l'opération saine et technologique.

Le ventilateur

Facile à nettoyer et offrant un flux d'air continu. Dyson continue de penser les appareils domestiques pour ce qu'ils doivent faire au mieux et non à partir de leur image habituelle. Résultat : des produits efficaces et différents. Un exemple de design industriel remarqué à la Biennale de Saint-Etienne.



Le puits de lumière

Avec le soleil pour ampoule grâce au tunnel de toit de Velux, le designer Ross Lovegrove a imaginé un luminaire pour diffuser la lumière naturelle. La hauteur du plafonnier, façon bulle, est ajustable afin de régler l'intensité de l'éclairage.



La beauté des laids

C'est le célèbre designer Raymond Loewy, créateur du logo de LU, qui l'assurait : « La laideur se vend mal. » Pourtant, pas besoin d'être beau pour faire un carton. Avec ses **Zhu Zhu Pets**, petits hamsters interactifs mal fagotés, l'italien Giochi Preziosi n'imaginait pas un tel succès. Depuis le printemps, il s'en est

vendu plus de 6 millions d'exemplaires dans le monde. De son côté, Reebok a enfin retrouvé la croissance grâce à l'**EasyTone**, la chaussure censée galber les fesses, arrivée en France cette année. Une basket plutôt pataude, mais qui fait travailler les muscles. L'efficacité ne passe pas toujours par l'élégance. ■



L'aspirateur

Le robot qui chasse la poussière était un rêve des années 1960. Cette année, il décolle grâce à l'arrivée sur le marché de grands groupes comme Philips, Samsung, LG, Asus... Roomba, est un précurseur avec son iRobot, qui reste un des plus beaux.