

Le mode Magis Réflexions sur la culture éditoriale

par *Giampiero Bosoni*

Contexte

Il y a quelques années, le directeur de la revue *Domus*, Alessandro Mendini, me contacta pour écrire de manière régulière, tous les mois, un texte pour une sorte de rubrique que nous avons décidé d'intituler "Block Notes – Recensioni della piccola e media industria italiana." ¹ L'idée, élaborée avec Mendini, était de commenter la "culture du design" des entreprises italiennes les plus intéressantes, sur le plan de la recherche et de l'innovation, parmi les générations d'entrepreneurs du design du meuble. Pour caractériser cette lecture, nous avons choisi l'expédient de la "critique littéraire" de leurs "catalogues éditoriaux" les plus récents (les trois dernières années), entendus évidemment comme leurs catalogues institutionnels. Le jeu proposé par cette lecture était celui de commenter l'objet/produit communiqué dans le catalogue, comme un texte littéraire, constitué effectivement d'une structure compositionnelle et lexicale (technique, matériaux, géométries, proportions) et d'un récit d'ensemble (recherche typologique et langage formel) qui veut évoquer différentes qualités dans un concept de "vision" esthétique-environnementale appartenant aussi bien au designer/"écrivain", que, sur un autre plan, au programme éditorial de

l'entreprise. Bref, "lire" un fauteuil ou une table comme un livre, qui peut être comparé, paradoxalement ou curieusement, à un manuel scientifique ou à un récit d'aventure pour la jeunesse, mais aussi à une épopée historique: un ensemble d'œuvres, petites ou grandes, qui sont réunies ensuite en collections éditoriales sur la base de leur profil spécifique.

Le choix des entreprises était absolument libre, proposé par moi et vérifié avec Alessandro Mendini. Félicitations à Alessandro pour avoir su imposer ces choix, qui prévoyaient des articles de 4/6 pages pleines, pas vraiment faciles à digérer pour les services commerciaux de la revue. En ce qui concerne la série de sept entreprises, que nous sommes parvenus à présenter dans *Domus*, il faut préciser que je n'avais aucun contact direct avec elles : les catalogues des entreprises choisies étaient demandés par l'intermédiaire de la rédaction sans spécifier le motif de cette demande. Les entreprises concernées ont donc découvert au dernier moment que plusieurs pages de la revue allaient être dédiées à leur "catalogue éditorial", commenté, il faut le dire, pas toujours de manière positive. Parmi les entreprises que j'ai identifiées figurait aux premiers rangs le cas Magis, et pour cette recherche les responsables de cette entreprise, comme dans tous les autres cas, ne m'avaient ni rencontré ni parlé au téléphone.

Cette formule de critique littéraire imaginée avec Mendini et mon interprétation de la "vision" de Magis et de ses designers, ont probablement suscité un certain intérêt pour la culture d'entreprise de Magis, si ses responsables, à commencer par son fondateur, Eugenio Perazza, avec la directrice de la communication, Barbara Minetto, ont aujourd'hui fait appel à moi

pour continuer cette réflexion autour de leur dernier catalogue “éditorial”.

Avant-propos

Voulant continuer encore un moment autour de ce thème de la “métaphore éditoriale”, il peut être utile de réaffirmer ici un axiome banal, à savoir que derrière un programme éditorial, il y a toujours inévitablement un éditeur qui, en l’occurrence, est quelque chose de plus qu’un simple entrepreneur dédié uniquement à la production et à l’aspect commercial : l’éditeur est avant tout le “designer en chef”, qui a sa propre vision du monde des objets qu’il veut produire et qui interprète à sa manière le scénario dans lequel les placer. Ce scénario, il n’est pas seulement et pas vraiment mercantile: il s’agit plutôt d’un monde en perpétuelle transformation fait de “styles de vie”, “comportements”, us et coutumes qui évoluent, se croisent, en créant de nouveaux rites, de nouveaux langages, de nouvelles expressions qui deviennent, dans le cas d’un éditeur de meubles, de nouveaux espaces de l’habiter. Sa motivation, bien entendu, est aussi de conquérir une part de marché, mais sa plus profonde aspiration, qui devient ensuite son véritable but, plus ou moins déclaré, est de construire son propre monde en mesure de s’affirmer comme modèle de référence. Naturellement, les designers donnent à ce projet culturel une contribution précieuse et fondamentale, surtout s’ils interprètent leur travail comme a souvent l’habitude de le faire un maître comme Enzo Mari (qui fait d’ailleurs lui aussi partie du monde Magis): “le travail des designers est celui de donner forme à la demande à la base du projet. Plus le niveau de cette demande est élevé, plus la contribution du designer sera ponctuelle et

significative.”²

Dans ce sens, le fondateur et actuel président de Magis, Eugenio Perazza, a toujours conçu son rôle dans cet esprit d’éditeur qui cherche de “ fins cerveaux ” et des “mains habiles” capables de donner forme à son idée d’objets pratiques et agréables pour la vie domestique. La tâche d’un éditeur est de définir une ligne, focaliser un contexte, sur lesquels réfléchir avec un auteur pour que ce dernier puisse ensuite exprimer son interprétation personnelle (même si elle est toujours objet de confrontation et de partage) à travers ses propres moyens et langages. Tout comme un éditeur de livres a dans la possibilité de choisir les formats, le type de reliure, la qualité du papier et les différents supports graphiques (en plus naturellement des auteurs) la condition méta-conceptuelle pour imprimer un caractère culturel et aussi commercial de sa production, de la même manière pour l’éditeur de chaises et de tables, le fait de prédéfinir certains aspects typologiques, d’identifier les matériaux sur lesquels travailler, de stimuler les choix techniques et de production, (avant et pendant le parcours conceptuel accompli avec le designer) représente une condition de “designer en chef” qui pose les bases pour l’élévation qualitative du projet sous de nombreux points de vue.

Le thème “producteur/éditeur”, quand on parle du monde du meuble, renvoie à une question particulière concernant l’activation et la gestion des processus de production par rapport à la phase initiale de conception et proposition et à la phase finale de commercialisation et distribution. L’éditeur, en plus d’imaginer un scénario dans lequel dessiner, et faire dessiner, une stratégie de formes, d’expressions, de langages et de modes

capables de produire une “culture de l’habiter” qui lui soit propre, identifie et organise les techniques et les processus de production, mais ne les possède pas nécessairement lui-même, au contraire, de préférence il les cherche, les stimule et les implique dans le processus comme un appareil externe, adaptable et flexible. Ce concept de plate-forme de production externe a été l’un des premiers points innovants vérifiés et mis en place par Magis dès ses premières années de vie, il y a maintenant une quarantaine d’années.

Le “mode” de Magis

Nous pouvons dire que la production Magis se présente dans le catalogue comme un clair échantillonnage d’ustensiles domestiques. Différentes familles d’objets correspondent à des types d’usage précis. Les langages formels, bien que caractérisés par certains thèmes esthétiques (qu’il s’agisse d’une texture ou d’un “effet” inédit du matériau utilisé), restent sobres et spécifiques par rapport à des caractères techniques et fonctionnels bien définis: chaque article a aussi sa propre veine poétique qui s’imprime comme une fine trame dans la chaîne solide du projet industriel.

Il est intéressant d’observer que le catalogue Magis s’est formé, comme programme éditorial, d’abord autour d’éléments de service avec une utilité spécifique, qui en dehors des sièges pouvaient être des escabeaux pliants ou des tables à repasser, puis il s’est concentré sur le thème de base de la chaise en accordant aussi beaucoup d’attention à la typologie du tabouret. Par la suite sont arrivés les tables et les meubles de rangement, plus récemment on a vu apparaître aussi

quelques éléments rembourrés, canapés et chaise longue. L’évolution évoque un éditeur de livres qui aurait commencé par imprimer des brochures de divulgation puis des livres de poche, qui malgré le caractère d’édition économique comprend aussi des classiques, et peu à peu, se diversifie de plus en plus sur le plan éditorial aussi bien en termes de formats que de contenus, au point que le tout semble vouloir prendre une dimension presque encyclopédique et universelle. Dans la recherche d’un rapport correct entre cohérence de production, rationalité fonctionnelle et plaisir d’utilisation de l’objet, la culture conceptuelle de Magis a effectué, avec cet “orgueil de la modestie” typique de la meilleure tradition du projet moderne en Italie, un parcours qui a réinterprété pour ainsi dire le sens de l’habiter contemporain en partant des zones de service fondamentales de la “machine à habiter” (du débarras à la cuisine) pour arriver à redéfinir les instruments aussi fonctionnels que représentatifs de tout le paysage domestique où, entre la rationalité et la recherche d’un plaisir hédoniste vaste et varié, est mise en scène la vie de l’“homo ludens” d’aujourd’hui.

Dans le catalogue, il est frappant de voir au milieu de nombreuses chaises, tabourets, tables etc., aussi d’insolites balais, cintres, égouttoirs, porte-bouteilles, horloges de cuisine, arrosoirs, porte-parapluies, escabeaux pliants, chariots à provisions, valets de nuit, sans parler des inclassables provocateurs comme la niche pour chien ou le guéridon-mangeoire à oiseaux. Et pourtant, les différents objets de service côtoient les différentes familles d’éléments de mobilier dans un jeu naturel et informel d’affinités électives curieuses et imprévisibles. Cet aspect a toujours été l’un des “miracles” du design italien, à savoir

la capacité de faire travailler ensemble, ou plutôt à côté, dans le même atelier, différents auteurs avec leur “poétique” personnelle, mais qui, en fait, s’ils sont bien encadrés par un fort esprit éditorial, attentif et conscient, partagent le même projet éditorial qui fait dialoguer naturellement les différents objets du catalogue entre eux. Une recherche de la “qualité du savoir-faire” qui a transformé l’élément de mobilier en un épisode emblématique de la culture du design italien dédié au paysage domestique. En effet, comme l’avait bien souligné l’exposition au MoMa de New York de 1972, “Italy : the new domestic landscape”, le design italien est surtout une idée de projet d’“environnements”, qui tente de donner des réponses à l’évolution des styles de vie et des comportements qui, de fait, “dessinent” notre espace de l’habiter de plus en plus étendu et variable.

L’ “écriture” Magis

Pour un éditeur de multiples, l’identification des matériaux avec lesquels doit travailler l’auteur est sans aucun doute un facteur de conditionnement important apporté par le processus de production dans la recherche linguistique du texte narratif. Le résultat de cette recherche dans notre cas (celui du design de meuble et en particulier dans le “mode Magis”) correspond au langage formel adopté par le designer pour identifier un sens perceptif/symbolique idéal de ce qui prétend être la condition d’utilisation la plus agréable et pratique pour l’objet conçu. Il est intéressant d’observer dans cette optique comme l’histoire de Magis contient des propositions, mais aussi des époques, rythmées par l’utilisation prédominante de certains matériaux, que nous pourrions résumer

ainsi: l’âge du hêtre massif et moulé, l’âge de l’ABS brillant, l’âge du polypropylène renforcé, l’âge du polycarbonate, l’âge du polyuréthane intégral, l’âge de l’aluminium profilé et moulé sous pression, l’âge du polyéthylène rotomoulé, l’âge de la tôle estampée et du hêtre massif, l’âge du fil de métal, l’âge du fer forgé. Naturellement, à l’instar des “âges” qui dans l’histoire de la civilisation sont caractérisés par l’usage des matériaux (âge du bronze, âge du fer et ainsi de suite), les différentes époques du développement historique de Magis n’ont jamais cessé de se superposer et de s’intégrer. Paradoxalement, on peut remarquer que dans l’histoire de Magis, avec les années, au lieu de suivre l’hyper-innovation des matériaux, comme ça a été le cas au début, la recherche technologique s’est intéressée parallèlement et de plus en plus à la valorisation et à l’association des matériaux, surtout en termes d’attention pour le détail traité de manière artisanale, de récupération de techniques de façonnages quasiment archaïques, comme le fer forgé, matière dotée d’une fonction expressive et empathique particulière et à forte “réaction poétique”. Le cas de la fibre de carbone “cachée” entre des couches de contreplaqué pour garantir au produit une plus grande résistance et élasticité avec le moins d’épaisseur possible, est lui aussi significatif de cette volonté d’essayer d’utiliser les matériaux suivant un concept sémiologique inverse ou tout du moins alternatif où, dans une optique industrielle, le détail de construction qui dérive de la leçon du travail “bien fait” typique du meilleur artisanat italien devient le signe “dominant”.

Cette dimension du projet qui remet en vedette l’effet matière des objets faits à la main, est aujourd’hui l’expression d’un monde qui cherche à comprendre les

propriétés les plus cohérentes et durables de notre manière d’habiter la planète avec laquelle nous devons retrouver un rapport harmonieux.

Dans ce sens, le projet industriel Magis, à travers la collection encyclopédique de son catalogue, divisé taxonomiquement en familles, nous propose une gamme de modèles de plus en plus liés entre eux et capables de développer une culture solide et durable de l’habiter contemporain.

Pour revenir à notre discours initial sur la valeur éditoriale d’une collection de design dans le domaine de l’ameublement, comme c’est le cas de Magis, il peut être intéressant de réfléchir encore sur le rapport entre l’œuvre de design et l’œuvre écrite, entre l’objet conçu et le texte littéraire, à travers la lecture (suivant la clé d’interprétation que l’on préfère) de la définition que le grand sémiologue Roland Barthes a donné de l’acte d’écrire et de la valeur littéraire du texte. “L’écriture – affirme Barthes – est historiquement une activité continuellement contradictoire, articulée sur une double instance: d’une part c’est un objet purement mercantile, un instrument de pouvoir et de ségrégation, trempé dans le fond le plus cru de la société; de l’autre, c’est une pratique de jouissance, liée aux profondeurs pulsionnelles du corps et aux productions les plus subtiles et les plus heureuses de l’art. Voilà la trame du texte scriptural. Je n’ai fait ici que disposer et déployer les fils. À chacun maintenant de tendre sa propre chaîne”.³

Dans son expérience, longue et structurée, que confirme magistralement ce dernier catalogue éditorial, Magis a donné preuve d’une conscience de plus en plus grande de l’entrelacs nécessaire entre trame et chaîne, entre culture artisanale et culture industrielle, entre culture du

design et culture d’entreprise, entre forme et technique, entre langage symbolique et fonction pratique, entre poésie et vie quotidienne.

Giampiero Bosoni

Notes

¹ Giampiero Bosoni, *Block Notes – Recensioni della piccola e media industria italiana*, in “Domus” n. 939-945, Septembre 2010 – mars 2011

² En général, Mari poursuit en précisant que quand au contraire le commettant ne sait pas quoi demander ou proposer, mais qu’il prétend seulement et banalement un produit de succès en alignant des demandes incohérentes qui disent en substance “je veux un produit qui semble en or, mais qui ne coûte pas cher”, alors c’est la situation idéale pour les tas de “designers à la Donald” avec leur béret d’artiste de travers, qui avec leur pinceau donnent vie à des objets redondants, autoréférentiels et prétentieux, tout juste bons, dans les meilleurs des cas, à chevaucher la mode du moment.

³ Barthes R., *Variations sur l’écriture* (1972), Éditions du Seuil, Paris 1994, publié dans le tome II des *CŒuvres complètes 1966-1975*.