



une puissante lumière éclaire un étrange bric-à-brac : crâne d'éléphant, prototype d'un vélo en bambou « lancé dans quelques semaines à Milan », ébauche de meuble, objets indéfinissables qui font penser à des ossements. Le plus intrigant est l'escalier central qui, avec son garde-corps, évoque une double hélice d'ADN.

Art, design, nature, tels sont les gènes de Ross Lovegrove, l'une des stars mondiales de sa profession. Charmeur et spontané, il a des allures de Sean Connery, et sa barbiche blanche lui donne l'air d'un enchanteur Merlin. Après avoir travaillé pour Sony, Hermès ou Apple, ce Gallois natif de Cardiff a ouvert son studio en 1990. Il dessine des bouteilles d'eau minérale, des enceintes acoustiques ou des lavabos en rendant hommage aux formes naturelles qui, affirme-t-il, « touchent l'âme ». Il est ainsi l'un des lointains héritiers de l'Art nouveau. Et un disciple de l'Allemand Luigi Colani, père du bio-design, dont les multiples réalisations, du piano au téléviseur, semblent modelées avec sensualité dans du fromage fondu. Mais Lovegrove va plus loin encore. Il fait de son métier une philosophie : « l'essentialisme organique ». D'ailleurs, il ne se dit même plus designer industriel, mais « biologiste évolutionnaire ». Sa quête : comme pour une plante ou un corail, attein-

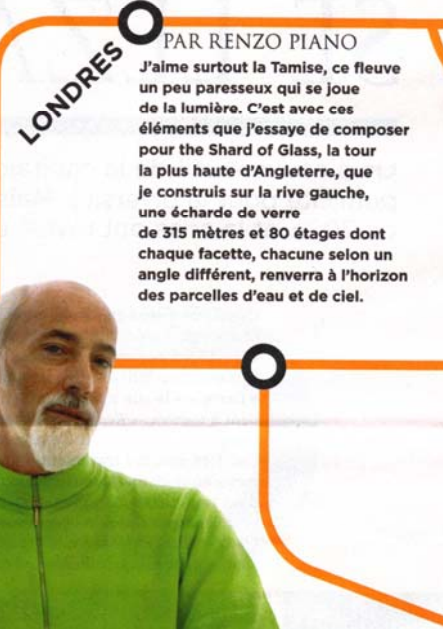
dre la plus parfaite beauté avec la plus grande économie de moyens. Voilà pourquoi sa gracile chaise Supernatural a un dossier percé de trous. Voilà pourquoi sa dernière création, la valise 110, est si légère. Un brillant agitateur d'idées avec juste ce qu'il faut d'excentricité, un quartier londonien en vogue : tout cela ressemble à l'image idyllique d'une capitale de la création, moderne et progressiste. Or il n'en est rien. Ross Lovegrove, alias Captain Organic, comme on le surnomme, est rarement dans son vaisseau spatial de Notting Hill. Il parcourt le monde, pour une raison simple : il ne trouve pas en Grande-Bretagne d'entreprises capables de fabriquer ses objets. « Je suis dans mon pays comme un médecin sans patients », nous dit-il depuis Los Angeles. Cette situation remonte aux années Thatcher, quand le Royaume-Uni, en élève zélé du libéralisme, a décidé d'abandonner l'industrie pour se spécialiser dans la finance. Or la fabrication n'est pas une activité abstraite comme peut l'être la spéculation financière, c'est un acte « plein d'humanité ». Alors ses sièges, ses tables et ses lampes sont réalisés aux Etats-Unis, en Italie ou au Japon, « des pays qui ont gardé un goût pour les choses faites avec élégance ». Au cours de ces dix dernières années, Londres s'est donc formida-

blement enrichie. Peut-être plus qu'au temps de l'Empire britannique. Et son aspect actuel est le reflet de cette évolution économique, explique le designer : de grandes tours y ont poussé un peu partout. Comme à Francfort ou à New York, elles sont le symbole du pouvoir monétaire. Elles servent aussi de vitrine à une profession très dynamique. Quelques-uns des meilleurs architectes contemporains sont installés ici : Norman Foster, Richard Rogers, Zaha Hadid, David Chipperfield... Ross Lovegrove aime ce contraste entre le vieux Londres et le futurisme high-tech. Mais ces tours masquent un grand vide : la ville n'a pas profité de l'afflux sans précédent de livres sterling. Au lieu d'avoir été consacré à des projets collectifs, l'argent est allé dans la poche des individus, qui se sont ruinés en loyers. « Nous n'avons pas construit de train magnétique ou de nouveau réseau de métro. Nous n'avons pas dépollué les rues. Nous n'avons pas couvert Trafalgar Square de marbre. Nous n'avons pas construit de nouvel hôpital ou de nouvelle école. Nous n'avons rien fait », déplore, amer, notre homme-objets. Et la débâcle financière ne va rien arranger. Sur le chantier des jeux Olympiques de 2012, l'heure est aux économies. Mais, en un sens, Londres a toujours été en crise, estime Lovegrove : « Toute cette richesse fabuleuse, ces fortunes brassées par la Bourse, des designers comme moi n'en voient jamais la couleur. Ici, personne n'a la mentalité entrepreneuriale qu'il faudrait pour dire : créons une nouvelle voiture, un nouvel avion, allons dans l'espace, vous comprenez ? L'argent de la City est purement virtuel. Et quand par hasard il parvient jusqu'au monde artistique, c'est encore pour spéculer. » Ambassadeur de l'inventivité britannique, Ross Lovegrove n'est pas prophète en son pays. Quand il revient dans la capitale, il « retombe dans l'anonymat ». Il n'y a pas de ministère de la Culture au Royaume-Uni, aucune institution pour soutenir ses projets, nul interlocuteur à la mairie. Et notre Captain de faire l'éloge d'un Jack Lang, qui, lui, quand il était ministre, connaissait les créateurs et leur passait com-

mande. Un exemple : le designer a conçu un lampadaire urbain solaire en forme d'arbre stylisé. Jamais la municipalité de Londres ne s'y est intéressée. C'est à Vienne, en Autriche, qu'il est allé l'expérimenter. « Je n'ai même pas eu droit à la moindre exposition au Design Museum sur mon travail. J'ai 50 ans. Dois-je attendre d'en avoir 80 pour qu'on me consacre une rétrospective ? C'est ridicule ! » Alors, pour Ross Lovegrove, l'avenir est ailleurs. En Californie par exemple, où l'« économie verte » est en plein essor. C'est une révolution industrielle qui commence. « Une époque surprenante, où tout autour de nous va être redécouvert, réinventé. C'est vraiment incroyable ! » Il a une belle carte à jouer, et est prêt à y consacrer la bonne trentaine d'années qui, espère-t-il, lui reste à vivre. Lui qui prône un design délicat, féminin, sensible, intelligent. Lui qui s'intéresse aux biopolymères, ces plastiques fabriqués à base de plantes. Lui qui imagine des voitures pour demain, rondes comme des gouttes d'eau. Expression d'un « langage de survie », équipées de panneaux solaires, elles iront se garer sur des poteaux télescopiques. Elevées à plusieurs mètres de haut, elles ser-

PAGE DE GAUCHE : VÉLO EN BAMBOU ET BOUTEILLE D'EAU MINÉRALE POUR UNE MARQUE GALLOISE, PAR ROSS LOVEGROVE.

viront la nuit de réverbères. Cette idée, qui a beaucoup fait rire, il y croit. Des croquis montrent ces autos-bulles circulant dans Londres avec, en arrière-plan, les tours de la City. Qui sait, peut-être rouleront-elles un jour du côté de Notting Hill ? ■ XAVIER DE JARCY



LONDRES

PAR RENZO PIANO

J'aime surtout la Tamise, ce fleuve un peu paresseux qui se joue de la lumière. C'est avec ces éléments que j'essaye de composer pour the Shard of Glass, la tour la plus haute d'Angleterre, que je construis sur la rive gauche, une écharde de verre de 315 mètres et 80 étages dont chaque facette, chacune selon un angle différent, renverra à l'horizon des parcelles d'eau et de ciel.

Le designer Ross Lovegrove travaille dans un vaisseau spatial. C'est ainsi qu'il qualifie son agence, le Studio X. Un bâtiment à la modernité épurée, dessiné par sa femme, et qu'il a posé dans une ruelle de Notting Hill. C'est un quartier à l'ouest de Londres, jadis populaire et aujourd'hui très à la mode : son carnaval métissé, son marché aux puces, ses petits immeubles repeints de bleu pastel ou de rouge vif. L'intérieur du Studio X est d'une blanche neutralité. Ross Lovegrove a besoin de cette ambiance. Elle l'aide à se concentrer, sans être influencé par la nostalgie victorienne qui se dégage des maisons alentour. Dans son agence, « on pourrait être à Tokyo, à New York ou à Los Angeles », dit-il. Il habite au-dessus, mais la partie la plus intéressante se trouve en sous-sol. Des ordinateurs y sont alignés le long des murs, et



SON MONDE EST BIO

Adepte des techniques de pointe et des formes naturelles, celles qui "touchent l'âme", le designer Ross Lovegrove ne jure plus que par l'économie verte.

NOTTING HILL