

INTERVIEW DE ROGER TALLON

# « Je reste un moderniste radical »

PAR FRÉDÉRIC COUDERC<sup>[1]</sup>

*Le design n'est pas une simple mise en forme.*

*C'est en tout cas le point de vue d'un maître en la matière, qui toute sa vie s'est battu pour un design militant.*

**Pardon pour la candeur, mais aujourd'hui, on ne sait plus très bien. C'est qui, pour vous, un designer ?**

Roger Tallon. Vous avez parfaitement raison de vous interroger ! « Design » est un mot fourre-tout, comme « environnement » et « écologie ». Ça évite de réfléchir. Designer ? Voyez comment le terme est galvaudé. Ainsi, aux États-Unis, l'embaumeur se fait appeler *funeral designer* et le coiffeur *hair designer*. On peut néanmoins s'accorder sur une définition. Le designer est quelqu'un qui fait du design et qui en vit. Il se distingue, dans la production industrielle, par sa capacité à transformer un ensemble de contraintes antagonistes en un produit lisible, utile. Ettore Sottsass dit que le designer est juste un metteur en forme. Pas d'accord. Le metteur en forme doit être capable d'inventer, de se placer dans un champ que j'appelle le « design responsable ».

**Dans votre démarche, il n'y a pas cette opposition entre industrie et geste artistique, revendiquée par Ettore Sottsass dans sa « Lettre aux designers » (1990) ?**

R. T. Nos contemporains ont trop d'imagination, au détriment de la rigueur conceptuelle. Le but est de combiner les deux. Un designer professionnel est quelqu'un de complet, avec une formation qui prédispose à la recherche des problèmes avant de tester les solutions concrètes. J'ai débuté dans l'après-guerre sans savoir que le mot *design* existait. J'étais res-

pensable dans une entreprise américaine, Caterpillar. Les ingénieurs autour de moi ne pensaient pas qu'il puisse exister une problématique qui leur échappe. Ce fut très dur de leur faire admettre notre utilité... Je crois fondamentalement que la France est un pays de tradition rurale. En Italie, par exemple, le design a tout de suite pris comme valeur esthétique et philosophique. En Allemagne, une réaction née de la révolution industrielle a ouvert l'école du Bauhaus, un projet que l'on pourrait qualifier d'antiacadémique, basé sur une connaissance technique, économique et culturelle approfondie des processus de fabrication, de distribution et de consommation. Il s'agissait rien de moins que d'inventer l'objet fonctionnel capable d'émanciper l'individu pour lui épargner un asservissement à la consommation...

**Tandis que chez nous, dans cet après-guerre, les ingénieurs tenaient le haut du pavé, n'est-ce pas ?**

R. T. On avait le terreau avec les modernistes, les influences de Le Corbusier et de l'UAM. Mais rien sur le plan industriel. Et aucune volonté politique. Une mission des bureaux d'études européens (Pratique et formation) est partie aux États-Unis et a découvert que le design était déjà institutionnalisé, en cette période de plan Marshall. J'ai été contacté par DuPont de Nemours, constructeur de machines. J'ai finalement créé un bureau d'études sous la direction de Viénot, un ancien administrateur du Printemps, à la tête d'un grand bureau

→ **ROGER TALLON**



1929 Naissance

1944-1950 Études d'ingénierie

1951-1953 Coordonne, chez Caterpillar-France, la communication technique et commerciale; consultant pour les filiales européennes de DuPont

1953 Intègre Technès, bureau d'études techniques et d'esthétique, fondé en 1949 par Jacques Viénot, le père de l'esthétique industrielle, et Jean Parthenay

1957 Enseignant à l'École des arts appliqués de Paris, met en place le premier cours de design en France

1959 Devient directeur de Technès à la mort de Jacques Viénot

1963 Crée le département design de l'École nationale supérieure des arts décoratifs de Paris

1973 Fonde l'agence Design programmes

1984 Fonde ADSA + Partners avec Michel Schreiber et le designer Pierre Paulin

1985 Reçoit le grand prix national de la création industrielle

1992 Commandeur des Arts et des Lettres

1993 Rétrospective au Centre Georges-Pompidou

1994 Après diverses fusions, ADSA et Roger Tallon intègrent Euro RSCG design

**Aujourd'hui**, Roger Tallon est toujours en activité, en dehors de toute structure.

**mois-clés**

analyse fonctionnelle, créativité, design industriel

de décoration, qui avait bien compris ce qui se passait. Les contrats se sont enchaînés, car j'avais une formation très lourde d'ingénierie.

**Parmi vos clients, « l'esthétique industrielle » s'est-elle imposée avec autant de facilité ?**

R. T. Oh non ! Des industriels avisés nous faisaient confiance. Mais pas les gros. À part Sud-Aviation, Gaz de France et quelques institutions... Le design des Français, dans ces années-là, c'était de la série B, et encore je suis gentil ; c'était des sous-sous-produits. J'avais deux types de clients : les sociétés en train de disparaître (leur dernière chance...) et les sociétés qui émergeaient, dans l'électronique ou le matériel optique, par exemple.

[1] Interview extrait de la revue TDC, n° 874, 15 avril 2004.



**Alors, à quand peut-on faire remonter la sortie du tunnel ?**

R. T. 68 marque l'ouverture, mais aussi la fin du radicalisme. La « révolution » de Mai ne me concernait pas en tant que génération, mais en tant que fracture. Je ne me suis pas trompé. Pompidou est le déclencheur. De Gaulle avait pris un coup d'obsolescence. Son Premier ministre s'est prêté de bonne grâce à l'orchestration de l'image d'un ami des arts, du design, en opposition au vieux général. La « promo » est partie et la France a rejoint le peloton des pays épris de design. La presse a beaucoup joué.



■ L'Eurostar

© ALSTOM

**→ QUELQUES RÉALISATIONS**

- 1953-1973** Plus de 400 produits : robots ménagers pour Peugeot, Caméra Veronic 8 mm sans objectif apparent pour Sem, tours Gallic 16 et 14 pour l'entreprise belge La Mondiale, projecteur de diapos pour Kodak, tracteurs d'aéroports, chariots élévateurs pour Fenwick, image graphique de Fenwick-Aviation...
- 1963** Téléavia P111, téléviseur aux lignes arrondies: gros succès commercial
- 1964** Série Module 400: mobilier et escalier hélicoïdal en fonte d'aluminium
- 1967** Série 3T (3 pour la Table): couverts, vaisselle, verres
- 1969** Métro de Mexico; maquettes du TGV 001 pour Alstom
- 1972** Conception graphique de la revue *Art Press*
- 1973** Gammes de spots Erco munis de gros réflecteurs, lampes halogènes basse tension – des produits qui seront largement copiés; gamme de montres et chronomètres Mach 2000 en soutien aux ouvriers de Lip
- 1974** trains Corail; SNCF: identité visuelle, signalétique, adaptation des pictogrammes internationaux à l'image de l'entreprise, couverts et, en collaboration avec le couturier Michel Schreiber, nouveaux uniformes des contrôleurs
- 1986** TGV Atlantique
- 1987** Aménagement intérieur et livrée de l'Eurostar
- 1991** Funiculaire de Montmartre
- 1994** TGV texan et canadien; TGV à deux niveaux pour la France; projet du métro parisien Meteor; VAL 208 pour Matra; identité des chemins de fer finlandais
- 2001** Picnic: gamme de plats et contenants en céramique créés dans l'atelier de Salvatore Oliveri

Le vedettariat des designers a commencé... Cela paraît extraordinaire aujourd'hui, mais imaginez qu'autrefois, Peugeot n'avait pas de division design. Pour financer la création, la comptabilité soustrayait de l'argent à la pub ou au département bureau d'études. Le design était une danseuse pour les entreprises. Citroën a été le premier à se doter d'une stratégie design. Maintenant, les firmes découvrent qu'il est un facteur de croissance et de compétitivité. Il y a eu la mode du marketing, maintenant, voici celle du design.

**Pas si vite ! Retournons aux années 1970. La SNCF vous confie le train Corail. Une révolution ?**

R. T. On se souvient mal à quel point cette réalisation a tout changé dans l'univers du train. Le TGV n'est que le petit frère du Corail ! J'ai conçu un espace ouvert, tout en rondeur, en douceur, éliminant les sacrosaints compartiments en alignant l'image du train sur celle de l'avion. Ne serait-ce que d'imaginer un bar entre la première et la seconde était révolutionnaire. Le travail s'accompagnait d'une cartographie, avec fiche horaire et informations à l'entrée des voitures. Le monde du rail n'a pas ménagé son hostilité, mais j'étais rodé par ma réalisation du métro de Mexico. Je reviens un instant sur cette expérience, car elle révèle une

sorte d'arrogance française. Nos amis mexicains trouvaient le métro parisien trop moche. Ils souhaitaient une réalisation proche de celle du métro de San Francisco. Je me suis exécuté en réunissant une équipe pour une mission autant diplomatique que technique. C'est aussi ça, le métier de designer ! Mais revenons à l'après-Corail. Se sont enchaînés les projets européens. Et le TGV, lui-même très inspiré des Japonais qui, dès 1966, avaient lancé leur train rapide. J'ai pris toute l'image SNCF en main, dessinant tout ce qui pouvait être ramené au produit, jusqu'aux costumes. Avec ces réalisations, une administration repoussant l'avenir a tout à coup changé d'image. Mon critère, c'est l'impact. À cette aune, je ne peux être déçu.

**Être considéré comme l'homme des TGV, est-ce assez gratifiant pour un designer ?**

R. T. Si je n'avais dessiné que des « petits » objets, je me sentirais frustré. Il faut aimer changer d'échelle. Les « petits » machins offrent sans doute un plaisir plus perceptible. Pour un TGV, je m'engage sur cinq années. Le designer ne peut rien changer quand le cycle industriel est en marche. Fondamentalement, ce qui me plaît, c'est de trouver de nouvelles solutions. On ne peut opposer les démarches. Je reste un moderniste

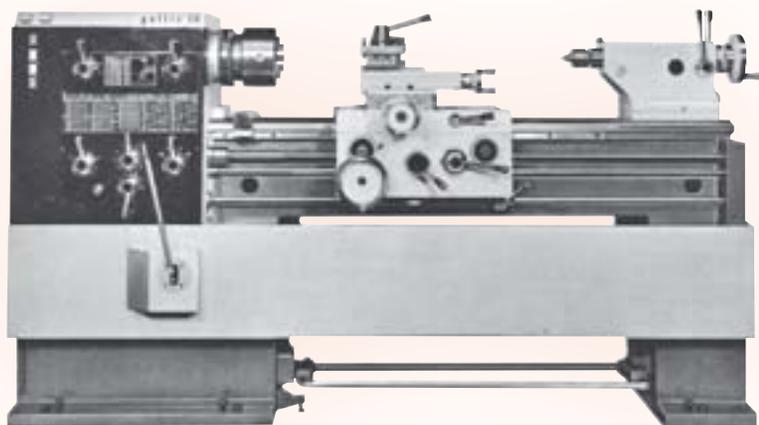
radical. Le progrès est une façon de vivre, de défricher le futur.

**Tous les designers ne procèdent-ils pas ainsi ?**

R. T. Que fait Starck, par exemple ? C'est signé, on y va les yeux fermés. Il y a l'idéologie des paillettes derrière ça. Notre époque appuie sur le sigle, plutôt que sur la transformation des produits. Les gens du début se battaient pour que l'homme n'ait pas besoin d'être abusé pour se déterminer. Nous étions des puristes. Il n'y a plus d'idéologie, plus de penseurs. On fait du stylisme aujourd'hui, comme au temps de Louis XIV ! Je crois néanmoins à une évolution naturelle des choses. On entre dans une phase dissolutive et de ce mouvement renaîtra quelque chose. Mes étudiants n'aiment pas les paillettes, l'arrivisme. Je vois bien ce qui les pousse. Ils ont une éthique dans cet espace de liberté qu'est la « création ». Je suis rassuré par d'honnêtes petits concepteurs qui font du bon travail et ont des visées plus lointaines, notamment sur le souci écologique, avec cette conscience que ce que l'on fait a des conséquences.

**Nous consacrons un dossier au design, mais avez-vous le sentiment que les médias s'intéressent à cette nouvelle discipline ?**

R. T. Zéro dans ce domaine. Mais les journaux ne font que suivre la « branchitude » générale. Je suis *designer honorary* de la Royal Society de Londres, l'équivalent anglais de l'Académie des beaux-arts. Mais en France, que voulez-vous, le design est toujours inconnu de nos institutions confites en tradition. ■



■ Un tour Gallic 16



■ Une montre Lip



■ Une série de verres



■ Un plat Picnic



■ Le TGV Duplex