

DESIGN AUX USA : DESIGN POUR LE PLUS GRAND NOMBRE

11 Mai - 26 Juin 1977

Pour beaucoup, l'image de l'Amérique est faite d'objets et de signes : bouteille de coca-cola, briquet Zippo, blue-jeans, capsule spatiale, enseignes lumineuses et même, hamburger... Mais tous ces objets, de l'appareillage électronique le plus sophistiqué jusqu'au hot-dog, répondent à la même dynamique : la production de série.

C'est que, au contraire de la mesure européenne - qui a toujours cherché à améliorer le "savoir-faire-le produit" plus que le produit lui-même, avec un goût marqué pour la recherche du décor aboutissant, sous l'influence de courants divers, tel le Bauhaus, jusqu'à considérer l'aspect fonctionnel comme un critère esthétique - le "rêve américain" a toujours été le moteur principal de la conception des produits. Basée sur le recul de la Frontière, la croissance de la population, l'augmentation de la production, parallèle à celle des besoins et du niveau de vie, cette notion a amené la multiplication constante de nouveaux produits dont on a cherché à parfaire la fonction et l'utilité. C'est là l'origine du mot design, du moins dans son acception anglo-saxonne.

Au début de l'ère industrielle américaine, d'innombrables produits et procédés nouveaux ont vu le jour. Ils étaient le fruit de l'ingéniosité d'inventeurs, de techniciens ou industriels que l'on aurait pu appeler designers si la profession avait existé à l'époque, tant leur démarche et leur apport concret correspondaient exactement à la définition actuelle du design industriel. Ce n'est que vers 1925, lorsque l'industrie a ressenti le besoin de singularisation et de performance dans le but de lutter contre la concurrence, que la profession de designer industriel s'est instituée et codifiée.

Cette exposition ne prétend pas être le compte-rendu exhaustif des heurs et des malheurs d'une profession. Elle propose simplement une analyse de "quelques aspects du design américain". Du "design spontané" ou non intentionnel des premiers jours jusqu'aux recherches les plus sophistiquées des étudiants d'université, elle brosse un tableau des principales tendances, des principaux événements : les grands ancêtres (les shakers), la reconnaissance de la profession par la Cour Suprême, sous l'impulsion de Bel Geddes, Dreyfus, Loewy, Teague et Van Doren, les produits de grande consommation, les programmes d'identité des grandes compagnies... Cette vision "européenne" sur le design industriel américain, sera balancée par une sélection de dix ans de produits américains, réalisée par le magazine "Industrial Design". Quelques films, réalisés par Saul Bass et Ray et Charles Eames accompagneront l'exposition.