

Le Design italien, ou La sublimation du quotidien

René Rozon

Volume 28, Number 112, September–October–November 1983

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/54338ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

La Société La Vie des Arts

ISSN

0042-5435 (print)

1923-3183 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Rozon, R. (1983). Le Design italien, ou La sublimation du quotidien. *Vie des arts*, 28(112), 58–59.

Le Design italien, ou La sublimation du quotidien

René ROZON

Dix ans après l'éblouissante exposition du Musée d'Art Moderne de New-York, *Italie, le nouveau paysage domestique*¹ voici qu'une nouvelle édition, revue et corrigée par le Musée d'Art Contemporain de La Jolla, voit le jour, *Révolution italienne: Le design dans la société italienne des années 80*.

Deux expositions majeures, deux approches diamétralement opposées. A celle de New-York qui n'avait pas été conçue pour voyager, celle de La Jolla a l'avantage de circuler à travers les États-Unis (à San Francisco, Miami et Hartford), avant d'aboutir au Canada, au Musée d'Art Contemporain de Montréal². Alors que plusieurs objets présentés à New-York n'étaient pas disponibles sur le marché, ceux de La Jolla sont distribués commercialement. Enfin, tandis que l'exposition ultra-sophistiquée du musée new-yorkais, œuvre du conservateur de design Emilio Ambasz, s'adressait à une élite, celle de La Jolla, conçue et réalisée par le conservateur invité Piero Sartogo, architecte et directeur de la revue *Casabella*, vise la classe moyenne.

Relevons au départ les aspérités du titre de la présente exposition. Au terme *révolution* auquel il n'adhère pas, bien qu'il le maintienne phonétiquement en filigrane, Sartogo propose celui de *révolution*, manière de signifier que le design italien n'est pas le résultat d'une transformation radicale, mais plutôt le fruit d'une constante évolution. Design des années 80? Pas exactement, puisque Sartogo fait le bilan de trente-cinq ans d'objets italiens. Réinterprété, le titre correspond plutôt à l'actualité du design italien, à l'essor dont jouissent, dans les années 80, des objets créés depuis 1945.

C'est précisément après la Seconde Guerre mondiale que l'Italie allait implanter ses formes utiles et même supplanter sa rivale, la Scandinavie, au cours des années 50. Son nouveau concurrent est le Japon.

L'analyse pénétrante de Carl Giulio Argan, historien d'art et ancien maire de Rome, dans l'introduction au catalogue, démontre comment l'univers des formes



1. Vue partielle de l'Exposition

italiennes, tel que nous le connaissons aujourd'hui, est bien le résultat d'une continuité, la somme d'années d'efforts et de talents concertés. Grand précurseur et promoteur du design industriel italien, Adriano Olivetti, d'une intelligence remarquable et d'une solide éducation, allait soutenir la classe ouvrière. Sa compagnie, à Ivree, était un modèle de technologie et d'organisation sociale de la main-d'œuvre, comme l'a si bien démontré l'exposition de la Galerie de l'Université du Québec à Montréal *Processus design: Olivetti, 1908-1978*³. Cet

homme lucide avait compris l'orientation que devait prendre après la guerre un pays comme l'Italie, dépourvu de matières premières, donc appelé à dépendre du produit manufacturé. Question de survie, il fallait que la production italienne soit de grande qualité pour rivaliser avec les autres nations industrialisées. Design impeccable, technologie de pointe et usines productives étaient donc de rigueur. Au delà du profit immédiat, il fallait échafauder le présent sur des bases sociales et culturelles à longue portée.

La Triennale de Milan favorisait déjà la mise en valeur de la production industrielle de qualité, à une époque où la course aux armements monopolisait les usines, au grand désespoir de Le Corbusier et de Gropius, qui prônaient leur utilisation à des fins pacifiques, notamment la création de maisons et d'objets domestiques. Très tôt, raffinement et maîtrise du métier distinguaient la production italienne. Après la guerre, sous l'impulsion d'Olivetti, l'Italie souhaitait maintenir la qualité acquise, tout en se hissant au même niveau que les sociétés industrialisées. Les objets furent repensés et réinventés en fonction de la machine, sans négliger leurs appâts visuel et tactile, et sans oblitérer complètement l'intervention du travail manuel dans certaines opérations.

du manufacturier. Résultat de quatre ans de préparation, c'est cet état d'esprit qui a présidé au choix des six cents objets que comporte *Ré-évolution italienne*.

Conception réaliste de Sartogo, en net contraste avec son installation stylisée, l'exposition se déroule selon les rythmes et cadences de la vie quotidienne actuelle de l'Italien moyen en milieu urbain, contexte auquel viennent se greffer les objets d'utilisation courante. Découpage de ce scénario journalier? D'abord le lever (associé au réveil-matin), le petit déjeuner (à la cafetière) et la toilette (à la salle de bain). Après quoi le citadin descend dans la rue (motocyclettes, camions, tramways) pour se rendre au travail, soit manuel (les chapeliers), soit industriel (dessin d'une voiture), soit de bureau (mobilier et éclairage). L'heure du



3. Armoire, Modèle A. Rossi.
Fabrication Molteni, 1980.



2. Auto, modèle 308 GTS de Peninarina.
Fabrication Ferrari, 1981.

La force du design italien repose sur deux piliers. Primo, coquetterie mitigée, s'il attire l'attention, il a aussi la faculté de se fondre dans le décor. Secundo, pragmatisme stoïque, contrairement à la vision hypothétique, utopique ou même futuriste des constructivistes et du Bauhaus, il est conçu pour une véritable société. L'objet n'a pas de raison d'être ni dans l'absolu, ni dans l'abstrait (en ce sens, l'exposition de New-York aboutissait à une impasse). Lié à des besoins réels et actuels, le design italien tient compte des implications à la fois de l'utilisateur et

déjeuner le renvoie dans la rue (au marché ou à la terrasse d'un café) et à la circulation (autobus et camionnettes), puis à la maison pour le repas (salle à manger, coutellerie, verrerie), suivi de la sieste (accalmie du paysage urbain). Retour au travail (poterie, outils, bicyclettes, accessoires de bureau), suivi de l'heure du lèche-vitrine (mode, joaillerie), avant de rentrer au foyer (divans, chaînes stéréo, télévisions) pour la nuit (lampes). Semaine bien remplie se terminant par un week-end de loisirs: articles de sport et de camping, instruments de musique,

friandises, service dominical, opéra et cinéma concourent à la détente.

Panorama d'une logique et d'une cohérence irréprochables, si ce n'est que sa structure—météo, boulot, dodo—n'est guère édifiante et claironne l'aliénation de l'homme moderne. En revanche, la motivation du travailleur, par le soin qu'il apporte traditionnellement à sa tâche et la fierté qu'il en retire, n'atténue-t-elle pas la servitude inhérente à la création d'objets, surtout quand ils sont imprégnés de tant de séduction? Quant au visiteur subjugué, comment peut-il résister au désir de se procurer certains des objets garants d'une vie meilleure? On pourra reprocher à l'exposition de transformer ipso facto le spectateur en consommateur, en faisant carrément appel à son portefeuille. C'est là pourtant la règle d'or et la grande réussite du design italien: ne jamais dissocier l'esthétique de la spéculation.

En valorisant l'objet d'usage courant, le design italien rejoint l'une des préoccupations de l'art contemporain, qui consiste à ritualiser l'immédiat et le quotidien. Il s'en retranche cependant, en sublimant le quotidien, plutôt que de le dénoncer (une section de l'exposition de New-York était vouée aux designers contestataires) ou le flétrir, deux constantes de l'art actuel. Si le système dans lequel le design italien s'insère n'est guère rassurant—le modèle industriel servile—le résultat est néanmoins édifiant. Il permet d'espérer, souhait formulé depuis l'apparition de la production à la chaîne, qu'ayant réussi à créer des objets qui élèvent les sens et l'esprit, l'homme désormais domine la machine et ainsi s'en libère, pour se créer un style de vie plus souple lui permettant de s'épanouir.

1. Cf. *Le Design italien à New-York*, dans *Vie des Arts*, XXVII, 69, 80-82.
2. Du 11 novembre 1983 au 7 janvier 1984.
3. Cf. Olivetti et le design, 1908-1978, dans *Vie des Arts*, XXVI, 104, 68-69.