

# L'influence par le design, l'art de Mathieu Lehanneur

par

■ **Mathieu Lehanneur** ■

Designer

## En bref

Ne surtout pas être aimé pour son style! À l'heure des designers stars, le parti pris de Mathieu Lehanneur peut surprendre. D'autant qu'il avoue se désintéresser de l'aspect purement formel des objets pour se concentrer sur leur dimension invisible, et qu'il voit un terrain d'expression aussi bien dans une signalisation routière que dans une église romane, dans une pilule que dans des statistiques démographiques... Éclectisme, découverte, intimité, intuition, voilà quelques ingrédients du talent d'un des designers les plus en vue de sa génération. Sa nomination en mars 2015 au poste de *Chief Designer* du géant chinois des télécoms Huawei, qu'il a acceptée à condition de ne pas lui réserver l'exclusivité de son travail, n'a pas entamé son goût pour l'exploration de champs hétéroclites. Plongée dans l'univers créatif d'un designer pas comme les autres...

Compte rendu rédigé par Sophie Jacolin

*L'Association des Amis de l'École de Paris du management organise des débats et en diffuse des comptes rendus, les idées restant de la seule responsabilité de leurs auteurs. Elle peut également diffuser les commentaires que suscitent ces documents.*

Séminaire organisé grâce aux parrains de l'École de Paris (liste au 1<sup>er</sup> novembre 2016) :

Algoé<sup>1</sup> • ANRT • Be Angels • Cap Digital • Carewan • CEA • Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France • Crédit Agricole S.A. • Danone • EDF • ENGIE • ESCP Europe • FABERNOVEL • Fondation Crédit Coopératif • Fondation Roger Godino • Groupe BPCE • HRA Pharma<sup>2</sup> • IdVectoR<sup>2</sup> • La Fabrique de l'Industrie • Mairie de Paris • MINES ParisTech • Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique – DGE • Ministère de la Culture et de la Communication – DEPS • NEOMA Business School • Orange • PricewaterhouseCoopers • PSA Peugeot Citroën • Renault • SNCF • Thales • UIMM • Ylios

1. pour le séminaire Vie des affaires
2. pour le séminaire Ressources technologiques et innovation

## Ceci n'est pas du design

On associe souvent le design à la beauté plastique, à l'harmonie des proportions, et les œuvres de certains designers se reconnaissent au premier coup d'œil. Ma vision du métier n'est pas celle-ci.

Dans un monde saturé de propositions et de stimulations, je suis convaincu que l'enjeu du designer n'est pas de concevoir une forme parfaite mais un objet qui, cheminant dans les circonvolutions cérébrales de l'utilisateur, remplit un office donné, résolve un problème. Le beau est nécessaire, mais jamais suffisant.

De fait, je vois du design là où d'autres n'en voient peut-être pas. Prenons trois réalisations qui ne relèvent pas de la discipline au sens académique, mais qui m'inspirent infiniment et éclairent ma pratique.

On trouve la première à Chicago, sur la majestueuse autoroute qui borde le lac Michigan et dont un virage s'avérait fatal à de trop nombreux conducteurs. Probablement grisés par le spectacle, comme suspendus entre le défilé des gratte-ciel et l'horizon, ils accéléraient instinctivement et terminaient leur course dans l'eau. Les premières parades testées par la ville – policiers, panneaux de limitation de vitesse, radars – n'y ont rien fait. Jusqu'au jour où un inconnu a eu l'idée brillante, minimale et efficace, de peindre sur le bitume des rayures perpendiculaires à la voie, se resserrant à mesure qu'approchait le tournant fatidique, donnant le sentiment que les voitures prenaient de l'élan. Le dispositif s'est révélé d'une efficacité redoutable : les conducteurs se sont contentés de cette sensation de vitesse perçue par leur cerveau et ont gardé une allure modérée.

Si ce projet m'intéresse tant, c'est parce qu'il n'envisage pas une solution strictement fonctionnelle à une question, mais s'efforce de comprendre la logique intime des individus.

Un autre exemple jouant sur le même ressort, a priori plus trivial, est celui de la pissotière gravée d'une mouche que l'on trouve dans de nombreux lieux publics. Ni plaisanterie, ni œuvre post-Duchamp, elle est la réponse la plus maligne à un problème d'hygiène. Jusque-là, des ingénieurs avaient eu beau calculer la courbe optimale des vasques pour éviter les éclaboussures, et des écriteaux inviter les messieurs à canaliser les errements, rien n'y faisait. La solution est venue d'ailleurs. Jouant probablement sur l'instinct chasseur des mâles modernes, un ingénieur anonyme a eu l'idée d'imprimer une mouche très réaliste sur la faïence, là où le jet causerait le moins de dégâts. Bien qu'ils sachent l'insecte factice, les usagers ne peuvent s'empêcher de le viser. L'idée n'est pas de tromper le cerveau, mais de jouer avec lui. Il est conscient du leurre mais se plaît à le considérer comme vrai.

Dans un registre plus grave, des médecins recourent à un phénomène similaire pour soulager des patients souffrant de douleurs du membre fantôme. Chez ces amputés, un processus cérébral continue d'envoyer des informations à l'organe disparu, provoquant des souffrances aiguës. Des neuroscientifiques ont recréé une communication entre le cerveau d'un individu et son membre absent en reflétant dans un miroir le membre opposé et bien présent. En actionnant sa seule main valide, le patient en voit deux se mouvoir. Le dispositif ne dupe pas le cerveau, mais lui permet de rétablir avec le corps une liaison qui s'était trop subitement interrompue.

Voilà le type de mécanismes que je cherche à produire avec le design. La médecine a d'ailleurs toujours été, pour moi, un champ de réflexion privilégié. J'aime la relation brute dont elle est faite, au-delà de tout jeu social et faux-semblant.

## Dessiner la relation plutôt que l'objet

Déjà, mon projet de diplôme portait sur des objets thérapeutiques. Je voulais travailler dans un domaine où la relation entre l'homme et les choses importait plus que l'esthétique. Or, quoi de plus intime que le lien entre un individu et la molécule qui lui permet de rester en vie? Je me suis d'abord intéressé à l'observance

thérapeutique, c'est-à-dire la propension des patients à respecter leur traitement. Dans les pays développés, en effet, une cure sur deux n'est pas suivie correctement, pour diverses raisons comportementales ou psychologiques. Le design même des médicaments peut-il y remédier ? Comment donner au patient le sentiment d'être un acteur de sa guérison plutôt qu'un cobaye ?

J'ai appliqué cette réflexion à un traitement de fond de l'asthme infantile dispensé par voie pulmonaire. Pour que les enfants se plient à cette contrainte quotidienne, il fallait leur faire oublier qu'ils étaient dépendants d'une substance. M'inspirant du Tamagotchi, gadget électronique simulant un animal que le propriétaire doit nourrir – dont il a la vie entre les mains –, j'ai imaginé un médicament qui aurait besoin de son utilisateur. L'enfant se couche ainsi avec un petit boîtier à ses côtés. Au fil de la nuit s'en échappe une poche qui se gonfle du principe actif. Pour rendre sa forme initiale à cet objet "malade", l'enfant doit le porter à sa bouche et en absorber le contenu.



© Mathieu Lehmann

*The Third Lung,*  
traitement de fond de l'asthme infantile

Pour contrer la tentation très répandue d'arrêter un traitement antibiotique avant son terme, j'ai dessiné un remède constitué de pilules emboîtées les unes aux autres, suivant un dégradé de tailles et de couleurs, comme autant d'étapes vers la guérison. C'est une sorte de calendrier de l'aveugle qui matérialise l'attente et permet de la structurer.

Ces projets m'ont conduit à collaborer avec des laboratoires pharmaceutiques qui, face à la concurrence des médicaments génériques, avaient compris qu'ils devaient renouer le dialogue avec les patients. L'un d'eux souhaitait tester un vaccin antigrippe en auto-injection, espérant en voir décoller les ventes. Quel dispositif pouvait convaincre une personne à s'administrer elle-même une piqûre, quand on rechigne déjà à s'y prêter chez le docteur ? Sous la forme d'une manchette en arc de cercle, j'ai reproduit dans l'objet un geste essentiel de la relation avec le médecin, la main rassurante qui vous tient le bras pendant que l'aiguille y pénètre. Les tests ont révélé que cette solution transformait la perception de la vaccination : alors qu'elle était redoutée à 40% chez le médecin, elle ne l'était plus qu'à 7% en autovaccination.

Le designer peut donc induire des comportements particuliers chez les utilisateurs. Dans le cadre d'une commande pour les hôtels Pullman, qui souhaitaient moderniser leur offre de salles de séminaire, je me suis demandé comment les lieux pouvaient lutter contre la perte d'attention qui gagne inéluctablement les participants d'une réunion : on les voit peu à peu s'avachir contre le dossier de leur chaise, pianoter sur un téléphone dissimulé sous la table... Comment induire, par la posture, une concentration comparable à celle de joueurs de poker dans un casino ? En termes de design, la réponse est assez simple : le confort ne tient pas au fauteuil mais à la table, cerclée d'un boudin de cuir, sur laquelle les joueurs posent leurs mains. J'ai repris ce dispositif dans les salles de réunion, contexte dans lequel il s'enrichissait d'ailleurs d'une évocation nouvelle, celle du sous-main de ministre. Le plaisir de s'appuyer sur ce petit matelas incite à rester tendu vers l'avant, connecté au groupe. Plus encore, j'ai pris soin de faire glisser la feuille de cuir sous la table jusqu'à en couvrir entièrement le revers. Aussi voyait-on les participants caresser ce revêtement plutôt que d'envoyer des SMS. Leur attention était captée par un élément sensible, invisible.

## L'objet, de l'intime au collectif

Comment donner le sentiment à chaque utilisateur qu'un objet s'adresse à lui, alors qu'il est produit en centaines de milliers d'exemplaires ? Quel jeu se joue entre la perception globale d'un objet et son rapport à l'intime ? Cette interrogation, qui sous-tend nombre de mes réalisations, me vient probablement de ma jeunesse. Étant le cadet de sept enfants, j'ai grandi dans une microsociété où mon intérêt particulier passait loin derrière le collectif. L'aspiration à une reconnaissance singulière était contrebalancée par la nécessité de se fondre dans le groupe.

J'en évoquerai deux illustrations dans mon travail, très différentes l'une de l'autre. La première concerne une famille d'objets domestiques commercialisés par Schneider Electric, capteurs visant à optimiser la consommation