

Nika Zupanc, la Femme et la Raison

En 2007, la designer slovène Nika Zupanc et son label La Femme et la Maison ont convaincu deux grands éditeurs : Moooi et Moroso. Depuis, ses canapés, chaises, lampes et berceau expriment, sous un glamour de surface, des partis pris beaucoup moins lisses.

PROPOS RECUEILLIS PAR GUY-CLAUDE AGBOTON

Comment êtes-vous tombée dans le chaudron du design ?

Le design, surtout de mobilier, a toujours été mon plus grand amour et défi. Je suis designer pour apporter une réflexion sur certains sujets. Je n'ai pas découvert le design, j'ai étanché une soif inextinguible à mesure que je grandissais.

Votre première collection présentait des poupées vaudoises transcrites, pourquoi ?

Mon business-plan, c'était mon intuition. L'inspiration est venue d'une vieille poupée de ma mère. J'ai zappé l'adage « La forme suit la fonction » au profit de « Le sens, c'est l'usage » du philosophe Ludwig Wittgenstein. J'ai misé sur l'ergonomie de l'émotion dans l'objet. Ça conditionne le désir ou non de l'avoir. On acquiert d'abord par envie, pas par raison.

Votre propre label s'appelle La Femme et la Maison, c'est ironique ?

C'était le nom de ma deuxième exposition au salon Satellite de Milan, où j'ai présenté mon plumeau, la chaise *Maia* (soubrette en VF) et la table *Beauty*. C'était aussi le titre d'un journal que lisait ma grand-mère dans les années 1930. En français, ça sonnait plus cliché de séduction. J'aime travailler les icônes dans tous les sens.

Quel design voulez-vous faire ? Avec quelles valeurs ?

Je suis convaincue que le storytelling est devenu capital. Les formes suivent la fonction, certes, mais l'idée a rétréci. Pour moi, la valeur émotionnelle dans le design industriel, c'est ça la fonction nécessaire. C'est prégnant dans ce que je fais. J'espère aussi que le design puisse avoir une dimension politique susceptible de changer notre façon de vivre...

Votre design girly, c'est pour de faux alors ?

Il est plutôt éclectique. Je recherche des éléments visuels correspondant le plus aux archétypes féminins mais que j'utilise de façon retenue et parfois teintée de mélancolie. Sincèrement, je crois être la première à travailler comme ça.

Comment réagissent les hommes ? Vous y pensez ?

Je suis loin de faire du design pour femmes. J'apporte une poésie et une élégance nouvelle, un autre design. On s'identifie ou pas. Plein d'hommes sont hyper enthousiastes, vous le premier !

Votre prototype de chauffe-plat façon poudrier pour Gorenje s'appelle Mrs Dalloway...

Oui, à cause du livre de Virginia Woolf. Son personnage est le parfait exemple de ce mélange de beauté et de douleur encore à l'œuvre dans le rôle des femmes conditionné par notre société.

Que vous apporte le fait de travailler avec des labels comme Moooi ou Moroso ?

Je les ai rencontrés en 2007 à Milan. Je me sens très privilégiée d'avoir eu mes premiers projets édités par des gens affûtés, qui apportent une dimension culturelle au design. Mais c'est tout aussi vital pour moi de travailler avec Trimo, entreprise de revêtement slovène, avec qui j'ai fait mes deux dernières installations *Doll house* à Milan.

Alors, heureuse ?

Je suis en ébullition à chaque nouveau projet. Là, c'est Milan 2011.



Nika Zupanc, façon poupée qui dit non.



Le sofa *Phanique* (2009, La Femme et la Maison), dans un esprit faussement bouddoir et la lampe *Laita* (2008, Moooi), façon jupe dansante... lestée de plomb dans l'ourlet.

