



# Comment conjuguer technologies avancées et esthétique dans son cadre de vie.

*Le BEOVISION 11 de B&O est un smart TV connecté, LCD rétro-éclairé et personnalisable par choix multiples de la façade en tissu, pour s'adapter à tous les intérieurs... tous !*

Autrefois, la technologie c'était forcément laid. Et quoi qu'il arrive, on faisait tout pour cacher les appareils.

Mais ça, c'était avant.

Aujourd'hui, ce serait presque le contraire : Récit d'une évolution.

## Acte 1 : Les classiques intemporels

Dans le prochain numéro, nous évoquerons les « Masterpieces », à la fois œuvres d'art et objets de haute technologie.



- 1 La nouvelle enceinte B&O Beoplay A9, au look d'antenne parabolique, fonctionne sans fil et permet de reproduire la musique de votre smartphone ou de votre réseau, selon la technologie Airplay.
- 2 L'enceinte « ZIKMU » de PARROT, créée par Philippe Starck, comporte un dock iPhone et se décline soit en solo et restitue le signal stéréo d'un seul point soit en paire pour devenir une vraie chaîne hifi.
- 3 Le Médiavision LOEWE sait tout faire : Chaîne hifi, lecteur DVD/Bluray, radio FM, iPhone station et unité de stockage. Disponible dans de multiples coloris.
- 4 Dernière production PARROT signée Starck : Le casque hifi sans fil dessiné par le Maître !

Bien entendu, il ne vous viendrait pas à l'idée de laisser trainer votre fer à repasser dans votre salon. Mais sans doute parce que Philippe STARCK ne l'a pas dessiné ou tout simplement parce qu'il ne fait pas partie de votre quotidien permanent. Vous le rangez donc dans un placard à l'abri des regards. Mais quid de votre télévision, de votre chaîne hifi, de votre ordinateur, de tous ces objets qui font partie de votre vie de tous les jours et avec lesquels vous cohabitez ?

Ce qui a radicalement changé aujourd'hui, c'est qu'on ne laisse plus les ingénieurs décider seuls de l'habillage des produits qu'ils créent. On leur impose un bureau de design pour rendre le produit désirable, voire un designer célèbre qui en fera un futur candidat au MoMa. Allons plus loin encore, laissons libre cours au designer pour réinventer un produit, sans tenir compte des codes du passé. Un téléviseur doit-il ressembler à un téléviseur ou



Ce prototype de téléviseur totalement transparent, dont la commercialisation n'est pas prévue pour le moment, illustre bien comment le design et la technologie se rejoignent dans un projet conforme à l'ADN de la marque : La discrétion et l'intégration dans le décor.

avoir simplement sa fonction, sans son enveloppe habituelle. Le designer reprend à ce moment là le pas sur la technique qui sera asservie à ses codes esthétiques. Le génie d'un Steve Jobs, c'est aussi ça, reprendre le pouvoir sur la technologie et la maîtriser suffisamment pour la phagocytter. Aussi, aujourd'hui, un téléphone chez APPLE ne ressemble plus à un téléphone, c'est tout simplement un bel objet; Un nouvel ordinateur Mac apparaît et aussitôt tous les ordinateurs, quelque soit la marque, ressemblent à de vieilles machines désuètes. D'ailleurs le consommateur lui même a intégré cette identité forte : Vous remarquerez que les possesseurs de téléphone APPLE ne disent plus « mon téléphone » mais « mon iPhone ». Philippe Stark, par exemple, a ré-inventé lui aussi un certain nombre d'objets de notre quotidien, du presse agrumes au dock « Zikmu » qui sont passés d'ustensiles à objets de décoration tout en gardant bien entendu leur fonction première. Bien entendu, on ne peut pas faire de chaque objet une œuvre d'art, mais il n'est pas raisonnable aujourd'hui de ne pas tenir compte de la place que les objets vont tenir dans notre environnement. Certaines marques en ont fait leur ADN depuis quelque temps déjà et ont fait leur réputation sur leur design, à la fois novateur et discret.

Ceci nous conduit, dans un premier temps, à évoquer les parcours de deux marques qui ont fait leur histoire et leur succès sur ce principe depuis bien longtemps déjà. Il s'agit du danois **Bang & Olufsen** et de **Loewe**, la marque emblématique de téléviseurs d'outre Rhin.

C'est en 1925 à Quinstrup au Danemark que **Peter Bang**, passionné de radio et **Svend Olufsen** fondent **B&O**, pour concevoir et fabriquer des produits audio visuels de haut de gamme. Ils collaborent avec de grands architectes et designers, créant l'ADN de la marque sur une esthétique qui se veut discrète et utilisant des matériaux nobles, comme l'aluminium brossé et les bois précieux. Ils se départissent de tous les codes des appareils existants qui avaient une réelle tendance à ressembler à des appareils de laboratoire : Boîtes en métal noir, boutons, aspect rébarbatif évoquent la technicité de la machine. Bien au contraire, la recherche va vers des formes épurées et naturelles, parfois à l'aspect aérodynamique d'une aile d'avion. Les boutons sont dissimulés, comme taillés dans la masse, puis avec le temps disparaissent pour des commandes tactiles où à effleurement, quand d'autres forçaient le trait sur l'austérité et le plus grand nombre de boutons et d'artefacts techniques pour prouver et affirmer leur technicité. Cette marche à contre courant a su séduire car elle trouvait sa place dans les intérieurs avec discrétion et élégance, à l'image de ce design discret, épuré et élégant du Nord. *Less is more.*

Bien entendu, ces lignes modernes et épurées devaient néanmoins contenir la technologie. C'est là qu'intervient un long processus collaboratif entre les maîtres du design et les ingénieurs. Il a fallu bien des concessions entre ces deux mondes et surtout une ouverture d'esprit réciproque d'un indéniable largeur. Bien entendu, la beauté de l'objet ne suffit pas. Il fallait également que le résultat soit performant pour satisfaire une clientèle aisée donc exigeante. Le premier logo de la marque était éloquent « Det danske kvalitetsmaerke ». Aujourd'hui la marque est présente dans 86 pays dans des boutiques spécialisées mono-marque, mais totalement en dehors des circuits de distribution traditionnels. Volonté de la marque de se démarquer et de maintenir une image d'exception pour une clientèle privilégiée ? Tout cela a un certain prix que certains détracteurs trouvent injustifié. Mais quand on aime, on ne compte pas et dans la maison ou l'appartement de ses rêves, décoré avec goût, on n'est pas enclin à faire des concessions mais plutôt à accentuer l'esprit des lieux et son plaisir.

en TV. Le haut de gamme quand à lui atteint 12 000 € pour un système audio vidéo complet. Particularité de LOEWE, toujours en avance d'une technologie et son attachement à travailler sur des concepts inédits. Par exemple ce prototype INVISIO, premier téléviseur transparent présenté par un jeune designer Allemand à l'IF design concept award. La démarche de LOEWE s'apparente assez



La palette de couleurs disponible chez LOEWE pour personnaliser votre téléviseur et l'intégrer comme élément de décor et quasi infinie.

L'histoire de **Loewe** présente de grandes similitudes. Je ne vais donc pas m'étendre sur les propos de l'approche décrite plus haut. Fondée en 1923 en Allemagne, la marque affiche aujourd'hui un ADN très proche : Matériaux nobles, minimalisme, sobriété, intemporalité et personnalisation. Edmund Englich, qui préside au design de la marque, explique : « Le design est la principale relation entre un produit et l'utilisateur. Il doit séduire au premier contact, puis convaincre dans le long terme. Un produit doit s'intégrer harmonieusement dans chaque intérieur et être agréable à utiliser. » Là aussi, l'entreprise ne suit pas des tendances mais cherche à proposer des produits performants, toujours au fait des dernières technologies et personnalisables. Le degré de personnalisation augmente avec la montée en gamme. La particularité de la marque est cependant de s'intéresser à tous les budgets, dès 500 € en audio et 800 €

à celle d'un Steve Jobs ; Chaque nouveau produit rend les concurrents un peu plus obsolètes et décalés, tant par la technologie que par le design avec une ergonomie, une connectivité et des applications, notamment sur Ipad (Offert avec certain modèles !) prouvant une ouverture sur les tendances.

Rendez-vous est pris dans le prochain numéro, pour un acte 2 du mariage heureux entre technologies avancées et design, où vous découvrirez, rêve ultime, les montres sacrés de l'image et du son, véritables sculptures et œuvres d'Art... sans limite de prix.

JEAN-MARIE HUBERT

Pour être toujours dans l'actualité : [www.hautefidelite.com](http://www.hautefidelite.com)



**INGRESSO**

Parfaite démonstration d'intégration d'une part, mais surtout de détournement d'objet, le miroir TV INGRESSO de NEOD. En effet, éteint, vous avez un très élégant miroir qui participe à l'ambiance élégante de votre intérieur, avec un choix de tailles et de cadres quasi sans limite. Allumé, l'image jaillit du miroir, contrastée et dynamique. Un LOEWE s'y cacherait il, prêt à bondir hors du cadre ?