

# Olivier Saguez, utile

Depuis près d'un quart de siècle, son agence de design global Saguez & Partners s'est attelée à concevoir des lieux de vie et de travail en mélangeant les codes, les genres, les univers, avec comme considération suprême ceux qui les habitent.

Rencontre avec Olivier Saguez, créateur éclectique et engagé.

Par Luc-Etienne Rouillard Lafond - Photo : © Yves Duronsoy

En plein cœur de la fresque gigantesque surplombant le bureau de son domicile, qui cristallise les principes fondateurs de sa démarche créatrice, trois mots sont mis en exergue comme autant de valeurs cardinales : « le beau, la vérité, l'utile ». Et une devise : « *Le design n'est pas là que pour faire joli.* » Olivier Saguez insiste : il n'est pas un artiste, mais côtoie l'art depuis l'enfance. Car si l'école n'a pas toujours été un long fleuve tranquille – il a pris deux ans de retard dès le CM1 –, elle a su lui inculquer le goût de la culture et le beau. « *J'ai eu une formation à base artistique très forte, de la première jusqu'au bac, avec dix heures par semaine de dessin et d'histoire de l'art dans une école très libre* », se remémore le président fondateur de Saguez & Partners. Après avoir hésité entre architecture et architecture d'intérieur, il choisit cette dernière et intègre l'école Boullé, institution centenaire du 12<sup>e</sup> arrondissement parisien. « *Mes professeurs m'ont souvent dit que j'étais très observateur, que je voyais des choses que les autres ne voyaient pas, et m'ont donc conseillé l'architecture d'intérieur parce que cette discipline pense les usages, un mot que je n'avais encore jamais employé.* »

## L'usage avant tout

Conjuguée à une licence d'histoire de l'art menée de front – « *parce que l'histoire, c'est la culture qui, en retour, est primordiale au design et à la compréhension des usages* » –, cette formation l'invite en stage le temps d'un été chez le designer franco-américain Raymond Loewy. C'est là qu'il découvrirait le design global, concept marquant qui le suivra tout au long de sa carrière. « *Nous faisons du design industriel, des trains aux cuisinières, en passant par des hôtels, des centres commerciaux, des avions (Le Concorde !). Il s'agissait de design sous différentes formes : design produit, design graphique et, bien sûr, design architectural, explique Olivier Saguez. Voir toutes ces*

*formes de design rassemblées au service du client a été une révolution pour moi.* » Après une année de service militaire comme chasseur alpin, il intègre le cabinet comme spécialiste de la couleur et est confronté à la question qui guidera ensuite sa vie professionnelle : « *Suis-je dans l'utile et l'usage, et donc appelé à respecter une commande, ou suis-je un artiste cherchant à s'exprimer ? Mon métier est d'être utile, j'en ai eu assez vite l'intuition. Je ne suis pas un artiste, je ne veux pas et je n'en suis pas capable.* »

Un postulat qui n'évacue évidemment pas l'importance de l'esthétique, la maxime dit bien « *Le design n'est pas là QUE pour faire joli* », rappelle-t-il, celui-ci ne doit pas se substituer aux besoins de l'utilisateur. « *Si je rends un produit joli, agréable, il sera plus attirant pour les gens. Le beau est donc une forme d'élégance, de courtoisie, de politesse, mais n'est pas mon premier sujet.* » Aussi, dès ses débuts, sa mission consistera avant tout à mettre sa créativité au service des autres, qu'il conçoit un nouveau TGV pour la SNCF, le logo d'une entreprise ou un nouveau lieu. « *Pour moi, être utile consiste à se préoccuper des usagers et les servir, abonde le designer. J'aime les cahiers des charges, j'aime servir les autres, et d'ailleurs, j'ai été l'un des rares à l'école à savoir déjà que je serais au service de l'utile. Tout mon parcours a consisté à m'assurer d'être un designer et pas un artiste.* »

## Voler de ses propres ailes

De son passage chez Raymond Loewy, il retiendra l'importance de tout traiter comme une marque, que ce soit un lieu, un produit ou même une ville : « *Cette idée de marque, c'est-à-dire de singularité, m'a beaucoup obsédé et suppose de capter l'essence, les valeurs, les codes, l'histoire, la culture, et donc de capitaliser ce qui différencie. Angers n'est pas Tours, Air France n'est pas Lufthansa, La Défense n'est pas Paris.* » Accompagné d'anciens de Raymond Loewy, il passera

ensuite quelques années au sein de l'agence Beautiful | Landor – en tant que directeur de création avant de cofonder, aux côtés du célèbre publicitaire Philippe Michel, l'agence Proximité | BBDO. « *Je suis revenu à mon métier d'architecte intérieur, après avoir évolué chez Beautiful dans le design sous toutes ses formes. J'ai réappris à avoir un fil conducteur en travaillant pour différentes marques comme Apple ou Leclerc, en cherchant à incarner concrètement leurs identités dans leurs designs.* »

Au décès de son partenaire, « *un peu orphelin* », il est temps pour Olivier Saguez de fonder sa propre société sur une idée simple : « *Dans le mot "marque", il y a l'idée de marquer. Je vais donc incarner la différenciation, mais par les lieux.* » Ainsi naît en 1998 l'agence Saguez & Partners, dont la philosophie recoupera les principaux enseignements de son fondateur. « *Les idées de marque et d'usage ne sont pas contradictoires, clame-t-il. Les usages répondent aux besoins des utilisateurs, alors que la marque révèle son identité. Nous avons appliqué cette idée à toutes les typologies de lieux, d'abord dans le monde du retail, puis dans le monde du travail, de la santé et de l'hôtellerie.* » Centres commerciaux, gares, aéroports, espaces tertiaires, hôtels, hôpitaux... Le terrain de jeu de l'agence est aussi hétéroclite que les intérêts variés d'Olivier Saguez. « *J'ai toujours un truc dans la tête : l'honnête homme n'est pas spécialisé. Le danger est de croire que les gens ne sont qu'une seule chose, mais les usagers à qui nous nous adressons ne sont pas que des travailleurs, des consommateurs, des voyageurs ou des patients. Il faut donc regarder les gens vivre en dehors de la sphère qui vous est confiée.* » Inspiré par la sociologie et la psychologie, le designer cherche ainsi par l'observation à comprendre l'évolution des comportements pour mieux accompagner les promoteurs immobiliers dans leurs choix. « *Les usages sont toujours en mouvement et ce que l'on propose aux gens est*

*toujours en retard, constate-t-il. Pour être à peu près à l'heure, j'ai intérêt à bien comprendre l'évolution des gens. D'autant que, contrairement à l'architecte, mon travail n'est pas de m'occuper du bâtiment, mais des gens qui vont y vivre, de leurs usages. L'immeuble sera ou non validé par eux ; la création de valeur est dans leur satisfaction, celle de l'utilisateur.* »

## Entrepreneur engagé

Avec près de 25 ans d'existence, Saguez & Partners emploie aujourd'hui plus de 150 collaborateurs. Olivier Saguez n'est plus seulement un designer, mais aussi un entrepreneur accompli dont la société est aujourd'hui un cador de son secteur et propose un large éventail d'expertises, de l'architecture à la stratégie en passant par la mobilité, l'identité de marque et l'environnement. Un succès inespéré, voire redouté par le designer. « *J'essaie de faire ce dont j'ai envie, mais plus que tout, j'essaie de ne jamais faire ce que je ne sais pas faire, confie-t-il. Avec ce tempérament, je m'attendais à ce que l'on reste une petite agence, mais il se trouve que cette façon de faire a plu très vite à beaucoup de clients. Un peu malgré moi, je suis devenu entrepreneur par nécessité.* » Et le succès de l'agence tient avant tout dans la force de ses équipes, continue-t-il : « *Le plus difficile n'est pas d'avoir des clients, mais d'attirer et fidéliser les meilleurs talents. Pour ce faire, j'ai rapidement intégré une école à notre agence et fait en sorte d'avoir plus que des collaborateurs, mais des associés avec qui je partage.* » Posant son entreprise comme un collectif, Olivier Saguez préfère d'ailleurs depuis quelques années accompagner les idées de ses équipes plutôt que d'imposer les siennes. « *Je n'ai plus le goût de l'auteur, mais celui de l'idée et de l'intelligence collective. Je suis plutôt un entraîneur ou un capitaine désormais, et je ne tiens pas à mettre tous les buts dans le match. Les sujets sont complexes aujourd'hui, aussi il faut que nos solutions soient rapides, économiques et durables.* »

De la même façon qu'il a longtemps mis sa créativité au service des autres, le designer souhaite aujourd'hui placer son entreprise au service de la société : « *Comme le disait Dalí, je ne veux pas faire des meubles à un million de dollars, mais un million de meubles à un dollar. Je veux faire du design populaire comme le faisait Jean Prouvé, que j'ai connu à l'école Boullé. J'ai la conviction que le design peut avoir un caractère social et servir la vie quotidienne des gens, en la rendant utile et simple.* » Impliqué dans le monde associatif de Saint-Ouen-sur-Seine, notamment avec la création de la Fondation d'entreprise Saguez « *Le design pour tous* », Olivier Saguez a établi en 2016 sa Manufacture Design dans



l'écoquartier des Docks de Saint-Ouen. « *Mon autre engagement est celui du développement durable, explique-t-il. Avec la Manufacture Design, nous expérimentons sur notre capacité à vivre dans un lieu et dans un quartier exemplaire, de mixité, d'usages, en nouvelles mobilités et, bien sûr, avec un bilan carbone hors du commun en région parisienne.* » Cet attachement au naturel, les visiteurs d'Olivier Saguez le retrouveront d'ailleurs aussi dans le bureau de son appartement, au-dessus de la cheminée, où trône une branche de cerisier. « *La nature est une source d'inspiration énorme et je ne peux vivre sans elle, conclut-il. De la même façon, j'adore l'intuition, le naturel, que les choses paraissent évidentes. Le danger de l'homme est que son ingénierie vienne compliquer les choses. Par le design intuitif, on peut redescendre sur terre pour trouver des solutions simples à des sujets complexes.* » •

## OLIVIER SAGUEZ en cinq dates clés

**1977** : Début de sa carrière chez le designer franco-américain Raymond Loewy

**1988** : Cofonde l'agence Proximité | BBDO aux côtés du publicitaire Philippe Michel

**1998** : Crée l'agence Saguez & Partners

**2016** : Inaugure la Manufacture Design dans l'écoquartier des Docks de Saint-Ouen

**2017** : Lance la Fondation d'entreprise Saguez « *Le Design pour tous* »