



Philippe Starck,

Créateur

Designer du Royal Monceau

“Subversif, éthique, écologique, politique, humoristique : voilà l'idée que je me fais de mon devoir de créateur.”

Philippe Starck

Ses milliers de projets, réalisés ou à venir, sa notoriété globale, son infatigable inventivité protéiforme, ne doivent pas faire oublier l'essentiel. Philippe Starck a une **mission**, une **vision** : que la création, quelle que soit la forme qu'elle prenne, rende la vie meilleure pour le plus grand nombre. Ce devoir éminemment **poétique** et **politique**, **rebelle** et **bienveillant**, **pragmatique** et **subversif**, Starck estime qu'il devrait être partagé par tous et le résume avec l'humour qui accompagne sa démarche depuis ses débuts : “Personne n'est obligé d'être un génie, mais chacun est obligé de participer.”

Sa vigilance précoce pour les **implications écologiques**, son enthousiasme à imaginer de nouveaux modes de vie, sa détermination à changer le monde, son amour des idées, son souci de défendre l'**intelligence** de l'**utile** – et l'utilité de l'intelligence – l'ont transporté de création iconique en création iconique ...

Des produits de notre quotidien tels des meubles ou un presse-citron en passant par des méga yachts révolutionnaires, des hôtels aspirant à être des lieux stimulants, fantasmagoriques et intensément vivants, jusqu'à l'éolienne individuelle, il n'a cessé de repousser les limites et les critères du design contemporain. Ses rêves sont aussi des solutions, si vitales qu'il a été le premier Français invité à participer aux fameuses conférences TED (Technology, Entertainment & Design) Talks rejoignant des intervenants renommés, tels Bill Clinton ou encore Richard Branson. Inventeur, créateur, architecte, designer, directeur artistique, Philippe Starck est tout cela, mais surtout un honnête homme dans la pure lignée des artistes de la Renaissance.

L'enfance de l'art

“Mon père était ingénieur aéronautique. Pour moi ce fut comme une obligation à l'invention.” Philippe Starck

Philippe Starck naît en 1949. De son enfance passée sous les tables à dessin de son père, ingénieur aéronautique et constructeur d'avions, il retient une leçon primordiale : Tout doit s'organiser de manière élégante et rigoureuse, tant dans les rapports humains que dans la finalisation de la vision qui préside à tout geste créatif. Convaincu que c'est précisément cette philosophie qui permet de faire en sorte que la création soit profitable à tous, il oeuvre avec entrain à faire bien, dans le moindre détail.

Des années plus tard, a-t-il vraiment quitté son premier bureau improvisé? A l'en croire, pas tout à fait : *“Finalement ce sont des jeux d'enfants, des jeux d'imagination, sauf que grâce aux talents divers et surtout à ceux de l'ingénieur, quelque chose se réalise. Je suis un gamin rêveur, qui a tout à la fois la légèreté et la gravité des enfants. J'en assume la rébellion, la subversion, l'humour.”* Il complète cet aveu d'une boutade “Il n'y a pas de travail dans ma vie! Il n'y a que du jeu, de la **curiosité**, de la **générosité**, de la **vision**.”

Etudiant à l'Ecole Nissim de Camondo à Paris, Starck conçoit dès 1969 une maison gonflable, amorce d'une réflexion sur la matérialité, et témoigne déjà de son intérêt pour les lieux de vie : première révélation qui lui vaudra son premier succès lors du Salon de l'Enfance. Peu de temps après, Pierre Cardin, séduit par son design iconoclaste, lui propose le poste de Directeur Artistique de sa maison d'édition.

Quelques objets emblématiques plus tard, dont une lampe volante et un néon portatif, ce rêveur intrépide imagine en 1976 le décor audacieux de la boîte de nuit **La Main Bleue** à Montreuil et démontre ainsi qu'il n'y a pas de lieu moins respectable qu'un autre sous prétexte qu'il serait excentré. Il signera ensuite le mythique club parisien **Les Bains Douches** et le Starck Club à Dallas.

Parallèlement, il fonde sa première société de design industriel, Starck Product, qu'il rebaptisera **Ubik** en référence au célèbre roman de Philip K. Dick, et entame ses collaborations avec les grands éditeurs italiens – **Driade**, **Alessi**, **Kartell** – et internationaux – les Autrichiens de **Drimmer**, le Suisse **Vitra**, ou l'Espagnol **Disform**, parmi tant d'autres.

En 1983, le grand public découvre Philippe Starck lorsque le Président François Mitterrand, sur la recommandation de Jack Lang, Ministre de la Culture, choisit son projet pour la décoration des **appartements privés de l'Elysée**, symbolisant ainsi la reconnaissance du design par les institutions. Dès l'année suivante sa renommée devient internationale grâce au succès du **Café Costes** – qui réinvente les codes du café parisien au point de devenir LE Café dans toute son excellence : un lieu nouveau, fonctionnel et élégant qui contient toute l'essence de l'architecture Starck en concourant à favoriser la naissance et l'épanouissement d'une communauté.

Architecture

“S’il n’y a pas de vision, humaine, sociale ou amoureuse, un projet n’a pas de légitimité à exister.” Philippe Starck

Bien qu’il ne se considère pas plus architecte que designer, Philippe Starck conçoit dès 1989 au Japon plusieurs immeubles aux formes inédites. Le premier, à Tokyo, **Nani Nani**, frappe par sa singularité : un bâtiment anthropomorphe impressionnant, recouvert d’un matériau vivant qui évolue avec le temps. Apparaît alors une conviction forte : la création doit investir un environnement, certes, mais sans le bouleverser, en s’y associant plutôt, dans le plus grand respect du contexte. Son architecture, à l’image de son travail, est viscéralement et explicitement humaniste.

Un an plus tard, il confirme son statut de chef de file d’une architecture avant-gardiste avec l’**Asahi Beer Hall** à Tokyo, puis **Le Baron Vert** en 1992, un ensemble de bureaux à Osaka. Précurseur d’une démarche impressionniste, il réalise des bâtiments qui, même voués au travail, se réclament de la vie, de son ébullition permanente. En France il signe la **Tour de contrôle de l’aéroport de Bordeaux** (1997) et l’**extension de l’Ecole Nationale Supérieure des Arts Décoratifs à Paris** (1998). **Jean-Paul Gaultier** lui confie son imaginaire afin qu’il le transcende dans ses galeries de Londres et New York – en 2002, il dessinera sa boutique à Paris. Cette vision architecturale se déclinera tout naturellement au fil des années à travers ses nombreux projets d’intérieurs, de la restauration à l’hôtellerie...

Restaurants

Toujours différents, les scénari que Philippe Starck imagine établissent un lien avec ceux qui font l’âme du lieu, en respectant une démarche intime articulée autour de la subversion, de la sensualité, de la créativité et de la poésie. Tel un metteur en scène, euphorique et optimiste, il aborde chaque espace de vie comme un théâtre où se déroule une histoire, créant ainsi une sorte de dramaturgie parsemée d’actes surréalistes. Le restaurant **Teatron** à Mexico en 1985, puis le **Teatriz** à Madrid en 1988, installé dans un ancien théâtre en sont des témoignages évidents. En 1988 il signe la salle de spectacles parisienne **La Cigale**, qui demeure encore aujourd’hui la préférée des amateurs pour son acoustique sans pareil. Quel que soit le projet auquel il s’attelle, Starck aime à mettre en lumière sa palpitation singulière, sa vibration intime, pour en faire un lieu à la fois en étroite relation avec son environnement et allumer sa flamme romanesque. Pour le restaurant **Félix** de Hong Kong (1994) il imagine un théâtre fou et poétique en contraste avec la réalité ultra-matérialiste de la ville qu’il surplombe : à la poésie s’ajoute la contradiction ironique, politique. Comme un subversif rappel à l’ordre, la vie ne se résume pas à la matière et à la matérialité. Par les émotions et les réactions qu’un espace suscite, le visiteur devient acteur d’une histoire qui l’entraîne hors de lui-même, vers le rêve et au-delà, lui démontrant ainsi qu’un autre mode de vie est possible. *“Je me donne comme seul devoir de montrer des voies, souligne-t-il. Seul m’importe l’effet que mes créations auront sur leurs utilisateurs, sur ma tribu culturelle.”* En bon iconoclaste, il imprime sa vision avec théâtralité où le spectaculaire impose un message lisible pour tous : remettre l’importance du lien au coeur de la cité, pour que la communauté prime sur l’éclatement des individus.

Romantique, audacieux, luxueux, le Palais de cristal de la **Maison Baccarat** (2004), situé à Paris dans l'ancien hôtel particulier de Marie-Laure de Noailles, s'enflamme sous son impulsion. Attenant au musée et à la boutique, son restaurant : **La Cristal Room Baccarat** s'impose immédiatement comme une étape incontournable des gastronomes parisiens, mais également comme un espace reliant spectaculairement l'atmosphère festive des années Noailles à notre époque. Amoureux de ce matériau exceptionnel, façonné par la main de l'homme et riche de milles lumières, comme autant de balises romanesques, Starck a transcrit la poésie implicite du cristal, traduisant la joie portée par ses diffractions en espaces intemporels.

Quatre ans plus tard, il prolonge son geste à Moscou en investissant la Maison Baccarat, Musée, Boutique, Restaurant, un monde d'illusions dans lequel, rêves, symboles et réalité se mêlent voluptueusement...

Les lieux iconiques se succèdent dans les plus grandes villes aux quatre coins du globe avec à Paris les restaurants **Bon I** (2000) et **Bon II** (2002), **Mori Venice bar** (2006) et **Le Paradis du fruit** (2009), et aux Etats-Unis l'arrivée notable du **Katsuya** à Los Angeles en 2006, premier d'une série de restaurants japonais. La même année, il expose une vision subversive et manichéenne du monde avec le restaurant **Bon à Moscou**, l'essence de la nature humaine. A Pékin, il invente une théâtralité de la démesure pour les 6 000 m² du restaurant Lan, inauguré en 2007, où l'abondance des objets et des matières ainsi que l'hétéroclisme des styles transportent les visiteurs dans un voyage surréaliste où "les vides sont plus importants que les pleins". Insolent pied de nez à une époque qui vante les mérites de l'accumulation. Starck aime à citer une formule de Rabelais : "Science sans conscience n'est que ruine de l'âme." A travers ce geste intensément rebelle : La conception d'un restaurant labyrinthique où l'on s'égaré volontiers, il transforme la citation en : "Espace sans idée n'est que ruine de l'homme." Dans le même esprit de modernité, Shanghai accueille en 2007 le **Volar club**. Pensé comme une véritable invitation à la fête, cette nouvelle scène devient l'épicentre de la vie nocturne bourgeonnante mais souligne aussi, avec une création explicitement festive, l'importance de la tribu dans sa démarche, la nécessité impérative de créer du lien.

Hotels

1988 est une année décisive pour le monde de l'hôtellerie, une révolution flamboyante : avec Ian Schrager, Starck invente un nouvel imaginaire et de nouveaux codes pour l'hôtellerie avec le **Royalton** à New York, remplaçant ainsi l'humain au coeur de son travail de créateur. L'expérience se poursuit avec le **Delano** à Miami en 1995 et se décline à Los Angeles, avec le **Mondrian** puis Londres avec le **Saint Martin's Lane** en 1999 et le **Sanderson** en 2000.

Les hôtels ne sont plus des lieux de transit impersonnels mais des espaces de vie et de plaisir où sont distillés des signes amicaux plein d'humour et de dérision, des théâtres où nous sommes acteurs de notre destin.

Avec l'hôtel **Hudson** de New York en 1999, il poursuit sa quête onirique en invoquant une fantasmagorie acidulée et réserve de nombreuses surprises fertiles en rêves et en réflexions. En 2001, sa conception du **Clift** à San Francisco pousse plus loin le spectacle qui, à l'image de la ville, additionne les codes et les archétypes d'un extrême classicisme à ceux d'une technologie de pointe – facétieusement, sans aucun doute, avec le souci constant de remettre en perspective la création au regard de son contexte.

En 2005, l'hôtel **Faena** de Buenos Aires, ouvert l'année précédente, reçoit du magazine Wallpaper* le prix du meilleur hôtel de l'année, et le Condé Nast Traveller le distingue pour son ambiance et son design. Il investit un bâtiment délabré pour lui insuffler une nouvelle vie, lui offrir un avenir sans mépriser son passé.

Ex-nihilo, il réalise un hôtel cosmopolite, humain, ouvert sur le monde, soufflant sur une étincelle destinée à favoriser les rencontres et à permettre à la vie créatrice de s'épanouir. A Rio de Janeiro, Philippe Starck dessine le bâtiment de l'hôtel **Fasano** qui ouvre ses portes en 2007. Les matériaux – bois, verre, marbre – ainsi que le mobilier rendent un hommage discret, humble et sincère aux designers brésiliens des années 50 et 60, si novateurs dans leur approche de l'environnement.

Fidèle à son éthique, nomade infatigable et créateur fécond, conscient que l'offre hôtelière doit refléter plus fidèlement les mouvements et les flux du monde et des idées, il réinterprète en 2008 avec vigueur et fantaisie les codes de l'hôtellerie de luxe parisienne en ajoutant un brin de folie poétique et surréaliste au plus ancien des palaces de la capitale française, le **Meurice**... Fin 2010 verra l'ouverture du palace parisien **Le Royal Monceau**, un symbole d'élégance luxueuse à la française revisité avec élan. *«Le Royal Monceau a été pour moi un moyen d'explorer la nature de l'esprit français et de le réinventer, sans manichéisme ni folklore. Avec ses qualités et ses défauts. Et de retrouver cet esprit frondeur, subversif et en même temps très élégant, distancié et noble. Au Royal Monceau, aucun doute possible, vous vous trouvez bien à Paris. Il s'agit d'un lieu qu'on ne peut décrire, un espace mental habité, de l'air en vibration.»*

Homme de paradoxe, Starck s'est dans le même temps engagé dès 1990 dans une autre révolution, celle de la démocratisation des hôtels dits de "design" et de qualité. D'abord avec le **Paramount** à New York qui propose des chambres à \$100 et qui devient un classique du genre. En 2008, il applique à Paris cette idée généreuse et humaniste en concevant le **Mama Shelter**, qui porte des valeurs sociales nouvelles fondées sur la rigueur, l'honnêteté, l'humour, l'intelligence et le partage, pour une tribu culturelle ouverte sur le monde. A son origine, explique-t-il, *«il y a une histoire d'amitié profonde. Dès ma rencontre avec les Trigano qui ont initié ce projet, j'ai fait partie de la famille. Cette aventure humaine a fondé ce projet sur l'amour. Ensemble, nous voulions faire aboutir un rêve démocratique : donner le meilleur au maximum de gens en puisant dans les idées les plus neuves et l'énergie de la jeunesse.»*

Né d'un désir philosophique et politique, ce lieu s'inscrit dans un paysage urbain délaissé mais vibrant d'envies et accompagne l'avenir dans ce qu'il a de plus inventif, de plus déterminé.

Les rêves de Starck sont voués à semer partout leurs graines fructueuses. Celui du Mama Shelter prendra bientôt racine à Lyon, Bordeaux, Istanbul, entre autres...

Le projet **YOO**, initié à Londres en 2001 avec le Tycoon de l'immobilier John Hitchcox, et poursuivi jusqu'à Santa Fe au Mexique en 2008 – avant son inéluctable expansion – participe de cette volonté de casser les conventions du logement de luxe en proposant des appartements aux "floor plans" modernes en adéquation avec les attentes des membres de la tribu ... Un art de vivre sur mesure offrant des « familles culturelles » diverses, qui prône la liberté, la flexibilité et la simplicité. Parfait aboutissement d'une vie de recherches et de visions. En 2009, YOO comptait 50 immeubles en construction dans le monde.

Les années 2000, comme autrefois les années 80, exigent une nouvelle révolution hôtelière : avec le **SLS**, à Beverly Hills qui ouvre en 2007, Starck, sous l'impulsion de l'entrepreneur visionnaire Sam Nazarian, signe son premier véritable hôtel de luxe en Amérique du Nord auquel il souhaite donner un cœur, de la chair, une humanité, pour transformer l'accueil et l'ensemble des surprises visuelles et sensorielles en une expérience où les frontières entre design, art et vie quotidienne s'estompent. Ainsi, le lobby du SLS, le **Bazaar** devient un véritable centre de vie où se côtoient restaurants de tapas et health bar norvégien, pâtisserie gourmande et encore le mythique concept store Moss.

« Les gens savent qu'en s'y arrêtant, il y aura toujours quelque chose à découvrir, quelqu'un à rencontrer, c'est comme un bouillonnement permanent d'énergie. C'est un peu la place du village. » Résumé Starck.

Il n'est pas surprenant que le génial créateur culinaire José Andrés, un des pionniers de la cuisine techno émotionnelle, soit partie prenante de l'aventure. Une vingtaine de distinctions ont récompensé le SLS hotel - décernées par le Condé Nast Traveller, Wallpaper*, le New York Times, le Los Angeles Times...

Plus à l'est au coeur de la péninsule Ibérique, l'ouverture de l'**Alhondiga**, un centre culturel de près de 30 000 mètres carrés, à Bilbao, devrait faire événement au printemps 2010 : «ce projet renferme la cristallisation de la vie», explique le créateur : «Nous avons préservé la façade 1909, tout comme les murs d'une dizaine de mètres d'épaisseur. Et c'est précisément dans ces murs que l'histoire du bâtiment se déroulera. Aucun espace au monde ne propose autant d'activités au même endroit : on pourra travailler, manger, boire, voir une exposition, faire du sport ou lire. J'aime cette idée de communion, d'entremêlement des activités, tout en restant très pratique. Tout cela procurera quelques moments magiques des plus surprenants parce que c'est une expérience encore inédite. Les passants pourront observer tout cela à travers les vitres: je m'occupe de mettre la vie à portée de vue.»

Mai 2010 sera une date clé dans l'univers des aventuriers des mers, car cet amoureux fou des bateaux travaille également au développement de **Port Adriano**, à Majorque. Philippe Starck y propose un nouvel urbanisme pour accueillir des bateaux jusqu'à 60 mètres, dans le plus grand respect des normes environnementales.

Raconter une histoire pour Philippe Starck est consubstantiel au processus créatif : le sens nourrit la forme. Son attachement aux lieux publics plaide avec force pour que s'établisse une communauté humaine déterminée à oeuvrer pour le changement. «Je suis porté par un sujet majeur : l'aventure de notre espèce humaine, essentiellement régie par l'intelligence.» Il est temps de se rappeler que le bien vivre ensemble se dit aussi vivre en bonne intelligence.

Le design, un engagement poétique et politique

“Chaque objet, chaque forme, chaque style, doit avoir un sens, et c'est ce sens qui nous influence tous les jours.”

Philippe Starck

Que manque-t-il à l'humanité ? Certainement pas d'autres objets... Parce qu'il a une conscience aigüe de ce constat, et surtout parce qu'il place la personne au coeur de son travail, si ce n'est en amont du premier coup de crayon, Philippe Starck s'amuse à dire qu'il n'est pas né pour faire des tables ou des lampes, mais que c'est le seul outil - voire l'arme - dont il dispose pour changer le monde.

Chacun, pour Starck, mérite le meilleur, là réside la **générosité**, la **poésie**, l'**aspiration** à la communauté enfin assouvie, dans ce partage des valeurs. Il se rappelle avoir combattu «pour améliorer la qualité, casser les prix, être accessible à tous. Personne ne le voulait, mais chaque fois que je baissais le prix, j'améliorais aussi la qualité, et le produit se vendait mieux. Donc les éditeurs étaient forcés de me suivre... Je n'ai jamais cessé de militer pour voir émerger des produits justes, à la qualité et à la longévité justes.» En défricheur dont la spontanéité l'appelle à s'adresser à tous, Starck n'a jamais laissé le succès le rendre sourd à sa nature bienveillante.

A l'opposé des conventions qui prévalent lorsque Philippe Starck débute sa carrière, son design n'est pas destiné uniquement à une élite mais à toute la société. Il aspire avec volontarisme à la **démocratisation** du design, c'est-à-dire une qualité optimale pour un prix minimal, pour une diffusion la plus généreuse possible.

Dans son esprit, l'élégance moderne et sincère tient à la **multiplication** de l'objet, en opposition avec l'idéologie de la série limitée, où la préméditation de la rareté entraîne une sélection par l'argent (plutôt que par la nécessité). Starck a consacré sa vie à ce combat pour imposer cette conception du design, délaissant tout élitisme, avec succès. Une démarche qui vise à donner le meilleur au maximum de gens – en effet, pourquoi faudrait-il le réserver à un petit nombre de privilégiés ? Il travaille ainsi en collaboration avec le catalogue des **3 Suisses**, dès 1984, en inventant une gamme de mobilier, et leur proposera l'historique "Maison de Starck", une maison individuelle en bois vendue dès 1994 par correspondance. En 2002, pour la chaîne de supermarchés américaine **Target**, il réalisera une soixantaine d'objets ultra créatifs, du gobelet au biberon, en même temps qu'abordables, pour illuminer modestement le quotidien des ménagères américaines, jusqu'au cœur de Minneapolis.

En créateur protéiforme, Philippe Starck repense jusqu'à la réinvention drastique, foncièrement en rébellion contre les acquis paresseux, tous les objets de notre vie, du plus quotidien au plus inattendu, afin qu'ils nous servent du mieux possible et délivrent des messages d'**humanité**, d'**amour** et de **poésie**. Son design s'attache au service rendu plus qu'à l'objet, cherchant à rendre le meilleur service possible avec un minimum de matière. De cette économie vient l'élégance du trait minimum – presque une philosophie – des courbes tendues, elle tend en effet vers la disparition des objets.

Philippe Starck développe ainsi des meubles en plastique dont l'aboutissement pourrait être l'iconique chaise **Louis Ghost** (Kartell, 2002), véritable traité mis en pratique de modernité annonçant l'inéluctable dématérialisation. Depuis son lancement, pas moins d'un million d'exemplaires a été vendu. Parmi les nombreux objets de notre quotidien revisités par son esprit facétieux, certains sont désormais les plus emblématiques du design. Il crée aussi des éléments de salle de bains (pour **Duravit**, **Hansgrohe**, **Hoesch**, **Axor**), une brosse à dents (Fluocaril, 1989), les enceintes sans fil **Zikmu** (Parrot, 2009, récompensées par le Prix global du Bluetooth SIG «Best of CES Las Vegas 2009»), toute une gamme d'articles de puériculture (**Maclaren**, 2006), le radio réveil **RT201** (**Thompson**, 1999), un presse citron biomorphique **Juicy Salif**, (**Alessi**, 1990), la souris optique Optical Mouse by Starck (Microsoft, 2004). Créant des objets bons avant d'être beaux, Philippe Starck est présent dans notre quotidien grâce à leur humanité, leur intelligence. Ses créations font notre vie, elles sont la vie même et les plus anodines se découvrent de l'allure en révélant leur poésie secrète. Ainsi la brosse à dents se métamorphose en un repère amical au sein de la salle de bains, un clin d'oeil encourageant en plus d'être rigoureusement fonctionnelle... Chaque objet créé est comme une lettre à notre intention que le créateur souhaite nous délivrer.

Ainsi, en 2007, Starck conçoit pour **Cassina** la ligne **Privé** au double langage, dont il résume ainsi la vocation : *«un mobilier qui par sa mobilité, sa versatilité, son adaptabilité permet de retrouver une agilité un peu oubliée. Il me paraît cohérent avec notre futur amoureux et ses nouvelles visions. «Privé» invente un nouveau territoire d'imagination. POUR L'AMOUR. A L'AMOUR !»* En effet, à la fois pratique et lubrique, pratiquant le sous-entendu avec la provocation ironique qui fait l'identité de son créateur, Privé propose une gamme de fauteuils et de canapés épousant parfaitement les contours d'une vie, entre jour et nuit.

Mais le souci permanent de faire passer un message politique ne l'empêche pas de mener à bien avec humour, des entreprises spectaculaires, à la poésie folle telle la subversive **Gun Lamp** (Flos, 2005), une lampe d'architecte géante, **la Superarchimoon** (Flos, 2000), haute de 214 centimètres, les luminaires **Haaa!!! Et Hooo!!!** Imaginés avec l'artiste Jenny Holzer (Flos/Baccarat, 2009) ou de monumentaux lustres de la collection **Darkside**, dont l'emblématique **Zenith** (Baccarat, 2005).

De l'emblématique Gun Lamp, il disait qu'elle était «*un signe du temps*», mettant en lumière une triste évidence : «*L'or sur les armes rappelle la collusion de l'argent et de la guerre*».

Inscrivant violemment la mort dans notre paysage quotidien, il nous renvoie au moins autant à notre condition mortelle qu'à notre passivité devant les crimes qui nous entourent. Une partie des bénéfices générés par cet objet si peu commun est reversée à l'association «*Frères des Hommes*»

Quant aux créations Hooo !!! Et Haaa !!!, manifestes poétiques, elles sont nées d'un désir partagé par Flos, Baccarat, Jenny Holzer et Starck d'«*assembler des choses a priori inassemblables pour créer une tension donnant naissance à de nouvelles propositions. Elles résolvent un paradoxe : d'un côté nous avons un matériau sophistiqué et archaïque et de l'autre la technologie électronique qui donne une voix aux poésies derrière le cristal : celle des mathématiques, celle de la mutation humaine et celle de Jenny Holzer. Nous voulions toucher les gens dont la capacité d'émerveillement est intacte et l'inclination aux rêves demeure forte.*»

Créateur amoureux des sens réveillés et artificiers de rêves éveillés, Starck ne dédaigne pas la poésie du prosaïsme : soucieux de nourrir aussi bien notre âme que notre corps, il met au point une structure tubulaire novatrice qui garantit une cuisson "al dente" – la seule acceptable, bien sûr – pour la coquille **Pasta Panzani** (1996).

Porté par un élan généreux, humaniste, il crée en 1998, en précurseur avisé, bien avant la vogue du bien manger, **OAO**, une société de produits alimentaires, afin de simplifier l'accès aux produits biologiques – dans le juste prolongement de la démocratisation du design qu'il avait initié dans les années 80, avec l'infatigable souci d'oeuvrer à l'amélioration du sort de tous. De lunettes aux montres en passant par les vêtements, il a toujours voulu intervenir directement sur le corps humain pour le flatter, l'encourager, l'assister. Il n'est pas moins vital de proposer à son corps le meilleur carburant pour permettre au cerveau de fonctionner de manière optimale afin que l'intelligence s'épanouisse, indispensable fertilisant de l'amour, «*l'une des finalités absolues de notre vie sur terre*».

En 2005 le lancement de **La Amarilla**, marque un nouveau tournant : elle est la première huile d'olive biologique à être assemblée par un oenologue. Chez Starck la priorité va au meilleur pour tous sans condition. Le prosaïsme quotidien fait ici la paix avec l'humour et le romantisme qu'il recèle. C'est autant le gage d'un présent serein que d'un futur épanoui.

Les marques

Forcément sensible aux multiples dimensions de l'existence, il était inévitable que Starck se saisisse de l'habillement. Pour **Puma**, il dessine des "intelligent shoes" (2004), et en 2006 au sein de la marque **Starck Naked** des sous-vêtements techniques et élégamment sexy.

Au printemps 2009, la maison **Ballantyne** lui propose de dessiner une ligne de vêtements pour hommes et femmes réalisés en cachemire. Faisant abstraction des modes, son approche tout à la fois moderne et intemporelle exprime une nouvelle forme de sensualité. Eloge de la longévité, donc de l'humilité, cette collection, imaginée pour une maison créée en 1921, soucieuse d'innovations, fait la transition entre l'héritage d'une enseigne prestigieuse et la modernité. *«J'ai été ému par le savoir-faire ancestral de Ballantyne, avoue Starck, sa grande expertise dans le domaine du cachemire et la fierté de ses racines écossaises. Cette ligne correspond à ce dont nous avons réellement besoin, à tout instant, en tout lieu, en utilisant la haute technologie naturelle du cachemire pour explorer le nouveau territoire de l'élégance éternelle de l'intelligence.»*

Avec **Starck Eyes** (Mikli, 1996), il conçoit des lunettes ergonomiques "bioniques" révolutionnaires s'inspirant des articulations du corps humain. *«Elles correspondent le mieux à ce que j'appelle le non-produit de demain : éthique, reflet de l'élégance de l'intelligence.»* Mais surtout, comme il le souligne, la lunette n'est ni un objet de mode ni une fanfreluche, elle remplit une fonction obligatoire. *«Dans un monde où nous sommes asphyxiés par des produits inutiles qui n'ont pour but que d'être vendus, elle appartient à la sphère du fondamental, à ce qui est conçu et fabriqué au profit de l'humain. Avec les lunettes, je peux parler de l'essence même de notre existence»* Or, comme l'a toujours pensé Starck, l'existence ne peut se dispenser d'intelligence, et celle-ci est ici mise à profit avec le recours à la charnière **Biolink** *«inspirée de la clavicule humaine, elle ouvre la voie au bionisme. En l'occurrence, parce que son fonctionnement est analogique à celui de notre corps, la lunette s'accorde mieux à la physiologie de chacun. Ses mouvements sont harmonieux, elle constitue une prolongation de l'individu, elle disparaît de notre champ perceptif pour se fondre en nous.»*

C'est cette même technologie qui a présidé à la conception des montres **Starck Watch with Fossil**, au plus près de la peau, elles anticipent la possible intégration des objets au corps humain, afin de n'en conserver que la raison d'être : le service qu'ils nous offrent, débarrassée de l'ostentation, pour réduire l'objet au minimum.

En 1992 déjà, ce visionnaire avait imaginé un non objet, simple continuation de l'avant-bras pour **le flambeau** qui portait haut les valeurs de l'Olympisme des Jeux d'Albertville. *«Les produits issus de notre civilisation sont à l'image des étoiles»* explique-t-il : *« Une étoile que l'on voit est une étoile en train d'imploser. Son volume se réduit et sa masse augmente. Le produit de demain est un produit dont le volume se réduit et la masse de compétence et de puissance augmente. La dématérialisation est par essence notre fonctionnement.»*

Les quatre cuisines **S+ARCK by Warendorf** imaginées pour **Miele Küchen** (en 2009), à l'occasion de son changement de nom en Warendorf, redéfinissent un nouvel urbanisme de notre quotidien en proposant des modèles intégrant des bibliothèques et des unités rotatives multifonctions créant ainsi un espace hybride entre salon, salle à manger et cuisine, nouveau centre d'énergie de la maison.

Porteur d'une éthique forte, son design se veut en harmonie, si ce n'est en symbiose absolue, incontestable avec son contexte, qu'il soit humain ou topographique. Lorsqu'il conçoit du mobilier urbain modulaire multifonctionnel (pour **JC Decaux**), Philippe Starck travaille en véritable sémiologue.

Autant qu'une marque ombrelle, S+ARCK propose sa vision à qui souhaite l'inviter et donne des gages de compréhension à son éthique de travail. Starck s'intéresse moins au partenariat qu'à saisir l'occasion d'accompagner un frère de tribu.

La mobilité, un jeu d'ingénieur et un devoir citoyen

Entre ses mains (car il est lui-même un motard averti et heureux) les motos, à l'exemple de la **6,5 (Aprilia, 1995)** de la **X3 (Aprilia, 2000)** ou encore de la **Super Naked Xv (Voxan, 2007)**, s'intègrent mieux à leur environnement. Elles redeviennent des objets de loisir et de liberté, se libèrent du machisme et gagnent en panache – loin de la vanité du consommateur. Pour la super naked Xv, Voxan by Starck, réalisée en partenariat avec Voxan, la marque française la plus exclusive, la pureté radicale du minimum est au service de la puissance brute, pour toucher à l'absolue essence de la moto. Qu'on en juge : 1200 cm³, 140 chevaux, 180 kg. Un engin à l'état brut mais raffiné par un trait rêvant d'évidence. L'environnement marin est également une source d'inspiration. Il aime la mer, les bateaux, il en a une connaissance profonde, naturelle et se définit lui-même comme un amphibien, *“les pieds palmés et le dos recouvert d'écailles”*. Il collabore avec **Bénéteau** pour le voilier **First** (1988) et réinterprète les codes intemporels de la marine, puis il conçoit **la Virtuelle** (1997), un voilier de course aux lignes minimales et en accord parfait avec la mer.

Sa collaboration avec **Hobie Cat** (2009) procédait d'une aspiration ô combien personnelle : *«J'ai eu le bonheur et l'honneur de posséder et de barrer tous les modèles de Hobie Cat. Cette addiction était une religion. La religion du minimum.»* Ludique, élémentaire, destinée à tous, sa relecture du mytique bateau rejoint à la fois la vocation démocratique qu'il assigne à ses créations et à son rêve de mobilité, par tous les moyens.

Récemment il a créé deux méga yachts. Le **Wedge II** (2002), novateur par son allure épurée qui contraste avec les conventions (et il s'en amuse) de ce type de navires et dont l'élégance est saluée par le prix du meilleur bateau de l'année. Puis, en 2008, il conçoit le **“A”**, un vaisseau révolutionnaire par sa philosophie aussi bien que par sa technologie interne et externe. S'il mesure 120m, il revendique des valeurs de discrétion, d'écologie, s'appuyant sur un amour sincère pour la mer. Le travail sur des formes explicitement inspirées du poisson lui permettent de ne pas faire de vague jusqu'à 25 noeuds. Il est doté de reflets sur la coque l'intégrant à l'univers marin comme s'il était une émanation absolument naturelle de son élément. Sa coque révolutionnaire à étrave inversée a été dessinée de manière purement intuitive par Starck, comme guidé par un double héritage : celui de sa vision et celui transmis par son père ingénieur.

Deux prix majeurs ont salué la révolution opérée par Starck sur ce projet : “Most Innovative Yacht in Yachts France” au salon maritime de Cannes en 2009, et “The Most Innovative Exterior Yacht Design of the Year 2008” du Asia Boating Awards Ceremony en 2008.

Il démontre ainsi que quelles que soient sa taille et sa vocation, l'objet honnête – on évoquait en préambule la démarche d'honnête homme du créateur Starck – propose ce qui peut se faire de mieux, de plus efficace, de plus utile et de plus respectueux, pour un minimum de matière.

Et quel plus beau symbole que d'avoir dessiné les salons de première classe des terminaux parisiens et londoniens de l'**Eurostar**, ce train magique qui relie une île à un continent, mais aussi favorise la circulation des idées et des imaginaires ?

De 2006 à 2007, Starck a eu l'occasion de renouer avec ses premières années en prolongeant ses dessins d'enfant : directeur artistique pour **Virgin Galactic**, en charge du projet de démocratisation du tourisme spatial.

Aussi poétique que soit cette inclination, elle est indispensable à ses yeux tant il est convaincu par ce qu'écrivait l'anthropologue Claude Lévi-Strauss : "Le monde a commencé sans l'homme, il s'achèvera sans lui." Un jour, il faudra s'envoler pour un autre monde. Il est donc inconcevable que cette recherche pour permettre à l'homme d'accomplir sa destinée ne soit pas démocratique.

Philippe Starck propose un manifeste pour un design éthique auquel il s'est toujours tenu rigoureusement : "*il est fondé sur l'honnêteté, le respect, la vision, la créativité, l'humour, l'amour.*" En l'appliquant, il a révolutionné le monde du design, bouleversé ses habitudes, rebattu les cartes d'un milieu élitiste. Il a ainsi défini le design tel que nous le connaissons : celui qui rend la vie meilleure.

La création au service de la technologie

On sait qu'il vient un âge où il faut accepter l'héritage paternel pour l'injecter à son propre destin : Philippe Starck ne l'a jamais rejeté, mais aujourd'hui il ressurgit avec une exceptionnelle vigueur. Intégrant tôt en amont l'ingénierie à ses projets, il en fait plus un moteur qu'une condition pratique.

De 1993 à 1996, Starck, directeur artistique du groupe **Thomson**, crée, entre autres, des hauts parleurs, des téléviseurs, dont la portable **Zéo Tv** (1994), le téléphone à commande vocale, **Aloo** (1995), le rétroprojecteur **LCD Cube** (1996) ou encore la radio **Lalala** (1996). «De la technologie à l'amour» proclamait-il alors : en effet, ses créations pour la marque française se distinguent par leur aspect ludique, proche de l'utilisateur et leur efficacité technologique.

Avant de se consacrer aux enceintes sans fil **Zikmu** (Parrot, 2009), il avait remarqué que le son n'était rien d'autre qu'une vibration de l'air. Fort de ce constat, il a œuvré pour toucher à «*Une mise en parfum de l'air qui résonne en nous pour nous ouvrir des mondes. La beauté, la fragilité et la puissance de cette abstraction ne peuvent être polluées par la matière*», assure-t-il. «*C'est pour cela que nous avons travaillé beaucoup à faire le minimum, à protéger l'esprit du son, à épanouir son essence. L'existence d'une enceinte, comme un signe d'intelligence. L'intelligence de savoir que le tout est dans le moins.*» La matière se fait oublier au profit du service rendu, dans un aboutissement des rêves de Starck : «*le minimum de matière pour un usage optimum*», résume-t-il. «*C'est un design purement fonctionnaliste au service de la plus haute technologie.*»

Cette conception de la très haute technologie est partagée par Henri Seydoux, fondateur de Parrot : «*Il a une vraie vision*, se réjouit Starck : *il pense à faire communiquer les gens avec une grande souplesse et des possibilités infinies.*»

Être à la pointe de la technologie n'est pas une fin en soi, elle assure simplement d'être en accord avec l'avenir que l'on souhaite accompagner.

Pour **La Cie**, Starck a imaginé deux disques durs externes, **LaCie Starck Desktop Hard Drive** et **Starck Mobile Hard Drive** (LaCie, 2009). Le premier est équipé d'une surface tactile qui répond au toucher et permet de lancer l'application de son choix d'un simple effleurement. La recherche de la technologie optimale vise à satisfaire nos besoins réels, et non à en créer d'autres, superflus et artificiels.

Viser à la pérennité, pour établir une relation durable entre l'Homme, la production et l'objet, est la première étape dans l'engagement pour la protection de notre environnement. En mettant l'humain au coeur du progrès, il démontre à nouveau qu'il s'intéresse d'abord aux vivants plutôt qu'à la prouesse.

Le combat pour l'écologie

“Exister, c'est servir sa tribu. Il faut combattre la barbarie. L'urgence absolue est l'écologie.” Philippe Starck

Bien avant que les préoccupations environnementales ne relèvent, hélas, de l'urgence impérieuse (ou de la stratégie commerciale, pour les retardataires cyniques), Starck avait saisi en visionnaire avisé qu'elles seraient au coeur de notre présent, essentielles à notre avenir. Son souci de développer des **créations durables**, imaginées indépendamment de toute notion de mode périssable, qu'elles soient d'abord utiles, qu'elles remplissent leur fonction essentielle inscrivait son travail dès ses premiers pas dans une démarche responsable, éthique.

Visionnaire, citoyen enthousiaste, Philippe Starck s'engage pour le futur de l'Homme au travers de projets qui aident ses contemporains à mieux vivre en harmonie avec leur milieu naturel, tout en s'inscrivant dans “la grande image”, pour faire mieux que survivre, et proposer aux générations futures la possibilité d'écrire leur avenir sur une page blanche, pour qu'ils inventent une autre histoire, un autre romantisme. C'est cela la vision : la capacité à changer de perspective sur son action créative pour aller plus loin – et à la partager avec le plus grand nombre. *«De plus en plus informés, souligne-t-il, nous avons tous la possibilité de reprendre en main le destin de l'espèce humaine plutôt que de se laisser aller aux mécanismes du marché mercantile.»* Il s'agit de renoncer au cycle dément des modes pour offrir des objets justes.

Précurseur dans l'engagement pour un développement responsable, Philippe Starck crée **Good Goods** en 1998, un catalogue de “non-produits pour les non-consommateurs du futur marché moral”, en vente par correspondance (**La Redoute**). Il prouve par l'exemple qu'une autre vision de la consommation est possible, soulevant déjà toutes les problématiques contemporaines et donne des réponses en évoquant les produits, les non produits, les produits inutiles, l'éthique de la création, de la production et l'éthique du commerce. Le catalogue propose des produits en coton bio, des détergents Ecover, des peintures sans solvants et des cosmétiques sans colorant, ni parfums ou produits chimiques. De même, comme il le confie : *“Ma responsabilité est aujourd'hui plus de m'intéresser aux futures productions d'énergie et aux futures matières qui remplaceront le plastique, dérivé le plus intéressant du pétrole.”*

La gamme de produits alimentaires **OAO** (1998) ou l'huile **LA Amarilla** (2005) ont appliqué dans le domaine le plus concret possible, le plus immédiatement humain et généreux, la conscience de sa responsabilité.

Conscient de l'urgence du développement d'une écologie démocratique, son combat civique se fait plus radical encore aujourd'hui : un engagement personnel, mais aussi une invitation ferme à le rejoindre. Il invente, en 2008, pour le groupe italien **Pramac**, une éolienne individuelle à la fois très désirable, invisible, facilement accessible et utilisable à un prix abordable. Elle répond également aux nouveaux critères de mobilité imposés par notre destin nomade. Au-delà de ses caractéristiques techniques, elle repense complètement nos moyens de consommer et de générer l'énergie.

Après s'être intéressé, avant les effets de mode, au design démocratique, à la nécessité de repenser nos modes de transport et de redéfinir les moyens de produire de l'énergie, il était logique que Starck se penche, en précurseur, sur nos habitats : il s'est donné comme mission de développer une gamme étendue de maisons préfabriquées, écologiques et abordables. En association avec la société slovène **Riko**, il s'agit de proposer des maisons en bois à l'extrême élégance, visant à l'essentiel, au presque rien. Partant, comme il le dit «de l'os» - une structure de base commune - il ajoutera, au gré des moyens et envies, des options, pour offrir une grande variété d'habillage (murs en verre, choix de l'aspect du toit et des piliers...) et de possibilités de loisirs (sous-sol, garage, abri de jardin, guest house, cabane, maisons d'enfant, une piscine.)

Aspirant à l'autosuffisance énergétique, Starck y injectera les plus hautes technologies écologiques - certaines livrées de manière standard, d'autres sont optionnelles - : capteurs solaires invisibles, éoliennes, chaudières à granulés, puits canadiens, pompes à chaleurs, cuve de récupération d'eau de pluie, air conditionné naturel...

Quelques mois suffiront à édifier ces maisons clés en main. En France, c'est dans l'ouest parisien que ce produit à la forte proposition politique et esthétique révolutionnaire verra le jour.

Habiter le monde en le respectant, avec intelligence, ou habiter une maison respectant son contexte, c'est d'abord se respecter soi-même.

En janvier 2010, au salon Domotex de Hanovre, Philippe Starck présentera le fruit de sa collaboration avec la maison danoise **Flecto**. **S+ARCK BY FLECTO** n'est pas seulement une collection de moquettes ou de tapis : *«C'est un jeu magique, où toutes les combinaisons sont réussies. Cette collection de carrés donne la possibilité aux architectes d'intérieur comme à chacun de créer à l'infini sa propre partition, son oeuvre.»* Le jeu se prolonge ici par une réflexion sur l'ère du jetable, en signalant que l'objet juste s'inscrit dans la durée.

En ayant recours à des matériaux variés - aluminium brossé, acier, bois, verre, et en y injectant une note de luminescence, Starck ouvre grand la porte de l'imaginaire. Les techniques de production textiles développées par Flecto, totalement respectueuses de l'environnement, s'inscrivent naturellement dans la démarche de Starck. **S+ARCK BY FLECTO** épouse parfaitement l'ambition de rendre l'environnement meilleur, du tapis à l'éolienne, en passant par la maison écologique, économique et responsable.

Créateur complet, à la vision globale, il tient à appliquer à son amour de la mobilité la même exigence - subversive il y a vingt ans, incontournable aujourd'hui - de dignité vis-à-vis de notre monde et de notre histoire. En compagnie de scientifiques, il développe ainsi actuellement de nombreux projets : des bateaux (de 2 à 70 mètres de long) hybrides solaire, hydrogène, à voile. Il est aussi dépositaire de brevets sur de nouvelles surfaces photovoltaïques et travaille sur un concept touristique avec impact zéro sur la nature. Il n'y a décidément pas de science sans intuition poétique...Enfin, tant Philippe Starck est infatigable quand il s'agit de mener ce combat, il développe actuellement une voiture à hydrogène.

Pour être nécessaire, indispensable, cette lutte pour l'écologie démocratique est foncièrement joyeuse, vivante, interrogeant nos pratiques pour nous inciter à en changer, pour enfin accéder à un marché moral.

Ainsi, quelques décennies après ses premiers combats pour que ses créations soient accessibles à tous, le présent lui a donné raison : de l'environnement à défendre toutes affaires cessantes à la nécessité de quitter cette planète, nous sommes tous impliqués dans cette histoire – la nôtre. Refuser l'état des choses ne suffit pas, il faut agir résolument pour le bouleverser. Ni plus ni moins, c'est une révolution que Starck se propose de mener : celle de notre mode de vie, pour que la vie, précisément, persiste.

Le futur

“Offrir à nos enfants une autre histoire, un autre romantisme.” Philippe Starck

Créateur polymorphe perpétuellement nomade à parcourir le monde en compagnie de sa femme et muse Jasmine, toujours présent là où l'on ne l'attend pas (à l'image de la vie, “ce qui arrive lorsque nous faisons d'autres projets”, plaisantait John Lennon), à la recherche de l'élégance naturelle, héros de l'obligation démocratique, Philippe Starck n'a jamais renoncé à ses espoirs, désirs, visions, devoirs.

Figure majeure de la scène culturelle mondiale, exposé dans les plus grands musées (au **Centre Pompidou**, au **Guggenheim** et **MoMA** de New York, au **Vitra Design Museum** de Bâle, au **MoMA** de Kyoto...), à l'avant-garde des préoccupations contemporaines d'environnement, de responsabilité, de service rendu, sujet de nombreux livres, omniprésent dans les médias, professeur à **La Domus Academy** à Milan, et à **L'Ecole Nationale des Arts Décoratifs de Paris**, Philippe Starck est salué pour la singularité, la rigueur et la qualité de son travail. Aujourd'hui, son nom et le personnage appartiennent quasiment au domaine public, synonymes de l'aspiration à une vie meilleure, hic et nunc, bien sûr, mais aussi pour demain.

De sa consécration comme **Officier des Arts et des Lettres** en 1985 à la remise de la médaille de **Chevalier de l'Ordre National de la Légion d'Honneur**, en 2000, il a été régulièrement salué par son pays, mais aussi par de prestigieuses institutions, à l'image du **Harvard Excellence in Design Award** que lui a remis l'université américaine en 1997 ou plus récemment le prix créateur de l'année 2010 du salon **Maison & Objet** de Paris.

Son parcours – et l'éloge du déplacement libéré des contraintes qui le sous-tend – a été consacré lorsqu'il accepte en 2008 le poste de **Directeur Artistique de la Présidence Française de l'Union Européenne**, puis, en 2009, celui de **Ambassadeur de la Créativité et de l'Innovation**.

Il est sollicité sans relâche afin de partager son expérience, sa vision, aussi bien par des conférences internationales que par les firmes qui se reconnaissent dans son travail aux milles facettes, quand elles n'ont pas été inspirées par sa démarche de précurseur. Son expertise rayonne bien au-delà du monde du design. Il a tout simplement défini de nouveaux paradigmes pour notre existence.

Son souci pour la démocratie, qu'elle touche à l'écologie ou au design, se double d'un désir pédagogique, de mettre en avant l'intelligence, les idées, dans tout ce qu'elles sont de plus sexy.

Ainsi, en juin 2009, il a initié et animé La Nuit des Idées sur Canal +, au cours de laquelle il a présenté la fameuse **Ted Conference**, pour démontrer que le bouillonnement des cerveaux concourt à notre bien vivre, notre bien être. Starck aime à rappeler la fameuse maxime de Boileau : « Ce qui se conçoit bien s'énonce aisément. ». Fidèle au devoir de partage et de transmission, il est sollicité par BBC2 pour Design For Life, un programme de six épisodes articulé autour du désir de transmission, d'un souci pédagogique visant à démonter les mécanismes de la créativité, avec l'ambition d'inciter la jeune création anglaise à oser créer des objets justes.

De la **haute technologie** au service de la personne jusqu'à la nécessaire mobilité en passant par l'alimentation, le logement, la production d'énergie ou encore le vêtement, aucun aspect de la vie quotidienne, dans toutes ses implications, n'a échappé à son regard subversif, poétique, pratique. Rien de ce qui est humain ne lui est étranger. Tout concerne Philippe Starck. D'une prise de conscience précoce sur nos modes de vie périlleux, il a tiré une énergie accrue, une volonté décuplée de partager sa vision. La générosité de son activité, qu'il ne veut restreindre à aucun champ ni à aucune élite, nous révèle que derrière le créateur célébré, récompensé, médiatisé, se tient un homme aspirant au meilleur pour tous ses semblables.

Ayant toujours regardé de l'autre côté des étoiles et de l'horizon, après trois décennies de créations, Starck tourne plus que jamais son regard vers l'**avenir**, ce destin qui nous rassemble, en stimulant les vocations, électrisant les esprits : ses gestes sont guidés par l'amour, l'insubmersible passion de son prochain et la résolution intacte de lui construire des lendemains heureux. Si Rimbaud pouvait écrire que « les aubes sont navrantes », Starck n'a pas renoncé à ce qu'elles nous émerveillent.

Par son engagement il souhaite aider sa **tribu culturelle** à se replacer dans une perspective fondamentale : celle du **progrès** de notre **humanité mutante** au sein de l'univers. En montrant humblement l'exemple, il indique que nous avons tous une responsabilité afin de mériter d'exister : en honorant le lien qui nous unit, en faisant preuve d'**invention**, de **courage**, d'**intelligence**, de **responsabilité**.

Jonathan Wingfield

Site Internet : www.starck.com