

James Dyson, un homme dans le vent



Créatif, James Dyson aime s'entourer d'objets novateurs. - Crédits photo : Christophe LEPETIT

Entreprises (<http://premium.lefigaro.fr/societes/>) | Par [François Delétraz \(#figp-author\)](#)

Mis à jour le 29/04/2016 à 09h35

PORTRAIT - Après l'aspirateur sans sac, il réinvente cette fois le sèche-cheveux. Voyage chez un entrepreneur anticonformiste, jaloux de son indépendance... et de celle des Anglais.

C'est un endroit où l'on s'attend à chaque instant à voir surgir miss Marple. La campagne anglaise telle qu'on l'imagine et telle qu'elle est: figée dans le temps, immuablement verte et paisible. Nous sommes dans le comté du Wiltshire, à deux heures de Londres et à quelques kilomètres de Malmesbury, petite ville aux joues roses, piquée d'une abbaye qui rendit célèbres les Cotswolds. C'est ici qu'au XIe siècle, Alfred le Grand sut résister aux invasions normandes. Ici aussi, sur un tapis de velours vert petit pois, que James Dyson a choisi d'élever un ovni architectural aux allures d'ondulation de métal posée sur un immense open space en verre: le quartier général de son entreprise. Choc visuel garanti.



Avec son équipe, James Dyson effectue les dernières mises au point de leur nouveau produit: un sèche-cheveux. - Crédits photo : Christophe LEPETIT

Sir James Dyson (la reine Elisabeth **l'a anobli en 2007** (http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/england/norfolk/6217527.stm)) ne fait rien au hasard. Installer un des berceaux de la technologie contemporaine au cœur du paysage le plus radicalement old England correspond à sa philosophie de vie et de travail. Lui-même est une illustration parfaite du so British ouvert sur le monde, tradition libérale anglo-saxonne oblige, mais qui, en même temps, défend jalousement l'indépendance des Anglais face à une Europe devenue trop large, trop vaste, trop normatrice. Il est grand, sec, élégant, vêtu dans un casual qui fleure bon son cachemire et libre de cravate, d'ailleurs bannie de son entreprise. Blue-jean et baskets de couleur vive. Cheveu blanc et dru, mâchoire volontaire, œil bleu.

Avant d'entrer dans ses bureaux, James Dyson - 5 milliards de dollars de fortune personnelle en 2015, selon Forbes - propose un tour du propriétaire. Aux points cardinaux, des objets emblématiques placés pour la méditation de ses troupes . La moitié d'une Mini Cooper: «Parce que c'est une perfection d'aménagement intérieur.» Une DS Citroën: «Parce qu'elle ne ressemble à aucune autre voiture avant elle, ni après elle.» Un avion à réaction: «Parce que c'est l'exemple même d'une de ces ruptures technologiques qui a tout changé.»

James Dyson, c'est le mariage quasi parfait du souffle et de l'esprit. Le souffle du coureur de fond rompu au marathon et à la course d'obstacles ; l'esprit d'entreprise, qui oblige à l'initiative et à la détermination

La rupture technologique, un «faire autrement, penser différemment»: c'est précisément ce que James Dyson demande à ses quelque 2000 ingénieurs, dont 20 % de femmes, réunis dans cette ruche sans cloison où la lumière entre à flots. Un plateau immense sillonné de bureaux, dont un coin est occupé par le sien propre dont la porte reste toujours ouverte: «On doit pouvoir me parler à tout moment. Je refuse les conditionnements hiérarchiques: ici, les ingénieurs travaillent avec les designers.»

Il nous fait asseoir devant un plateau de marbre. Lui-même s'installe dans un grand fauteuil de cuir noir après nous avoir offert une tasse de thé, et proposé une part du gâteau à la crème offert ce jour-là «pour fêter la dernière version de l'aspirateur sans sac», ainsi que le dernier-né des laboratoires Dyson: un **sèche-cheveux** (<http://www.lefigaro.fr/societes/2016/04/27/20005-20160427ARTFIG00011-dyson-fait-souffler-un-air-nouveau-sur-le-marche-de-la-beaute.php>) de la quatrième dimension qui sera vendu quelque 400 euros contre 40 en moyenne pour les autres marques. Ce petit bijou a réclamé trois ans de recherches. Chaque détail de l'objet a été repensé pour offrir une température régulée par microprocesseur afin de ne pas abîmer les cheveux. Son moteur est logé dans le manche, ce qui facilite maniabilité et confort du poignet. Quant au mécanisme général à 13 pales, il a pour vertu précieuse de réduire considérablement le bruit...

James Dyson, c'est le mariage quasi parfait du souffle et de l'esprit. Le souffle du coureur de fond rompu au marathon et à la course d'obstacles ; l'esprit d'entreprise, qui oblige à l'initiative et à la détermination. Ce souffle qui lui fut indispensable pour faire triompher son aspirateur, il en a fait le dénominateur commun de presque tous ses produits: hier l'aspirateur sans sac puis sans fil, puis le ventilateur sans pale, puis le sèche-mains sans bruit, et aujourd'hui ce sèche-

cheveux révolutionnaire, à quoi s'ajoute l'invention de son fils Jake, le CSYS, un système qui dissipe la chaleur émise par les LED, permettant aux lampes de bureau de produire un éclairage parfait jusqu'à... 144 000 heures.



La Mini Cooper (modèle coupé en deux), symbole de l'objet parfaitement conçu, est en exposition devant l'entrée de ses bureaux. - Crédits photo : Christophe LEPETIT

Mais c'est surtout son esprit qui a rendu James Dyson célèbre dans le monde entier, en particulier au Japon où il est une véritable icône. Le designer anglais s'est battu pendant vingt ans pour imposer son invention la plus sophistiquée: l'aspirateur sans sac. Personne n'en voulait en Grande-Bretagne, encore moins aux Etats-Unis. Ce fut donc au pays du Soleil-Levant qu'il présenta cet ovni auquel rien ne le fit renoncer: ni les tentatives d'escroqueries des mammoths américains, ni le lobbyisme des fabricants de sacs d'aspirateur, ni le scepticisme imbécile des banques: «Si c'était si bien, ce serait déjà inventé.» Avant les dividendes, il encaissa bien des coups. Couvert de dettes, son sweet home hypothéqué, cet Anglais pur jus diplômé du Royal College of Art n'était alors soutenu que par sa femme. Jusqu'à ce jour de 1991 où le Japon se pique de son G-Force, première version de son aspirateur sans sac. Rapidement, il devient l'objet que tout Nippon branché doit avoir chez soi, même à un prix prohibitif. Ouf! James Dyson quitte le club confidentiel des primés du concours Lépine pour celui des producteurs industriels. Son ascension ne cesse plus. Aujourd'hui, la marque Dyson a vendu plus de 10 millions d'appareils dans le monde, et son chiffre d'affaires s'élève à 2,36 milliards d'euros. Quant à ses ventes, en 2015, elles croissaient encore de 26 % et sa rentabilité de 20 %.



Réunion avec les ingénieurs: James Dyson s'occupe des moindres détails. - Crédits photo : Christophe LEPETIT

C'est en partie à son obstination que James Dyson, du haut de ses 68 ans, attribue son succès. «Les inventeurs n'ont jamais été les bienvenus. Ils posent des problèmes à l'establishment car ils cassent le cadre, et les gens ont horreur du changement», explique-t-il. Et c'est de cette expérience qu'il a tiré sa culture d'entreprise: liberté et indépendance d'esprit, of course. «Et il en faut plus que jamais. Aujourd'hui, les seules inventions permises sont celles des multinationales plus que celles des individus. Quant aux financiers, ils ne soutiennent l'innovation que si elle peut leur rapporter un profit immédiat.» D'où la nécessité, à ses yeux, de défendre avec acharnement ses idées, quitte à passer pour «borné, arrogant, impoli». Mais un inventeur qui a une vision ne se doit-il pas d'être entêté et prêt à avaler toutes les couleuvres du monde? «Une bonne trouvaille suscite bien plus de railleries et de jalousies que d'applaudissements.» Dyson en a fait la première et amère expérience au collège, à 17 ans, lorsque son innovation pour améliorer la mise en scène d'une pièce de théâtre lui a valu la réprimande du surveillant général. «Ridicule», trancha celui-ci.



James Dyson et son ventilateur. - Crédits

photo : Christophe LEPETIT

Cinquante ans plus tard, Dyson n'a toujours pas oublié la partialité bornée du verdict. «L'originalité doit être encouragée et non pas brimée. Je pense toujours que le désir ridicule de cet enseignant était de briser la créativité et l'individualité des élèves. Or c'est l'inverse qu'il faut faire. Ouvrir plutôt que cantonner.» S'il avait, adolescent, l'âme d'un artiste, Dyson se passionnait aussi pour le fonctionnement des machines, télévisions ou voitures. Ses quelques jours de vacances, il les passait chez son ami Michael Brown, dont le père imprimeur s'amusait à fabriquer des petites machines à vapeur au milieu d'un extraordinaire capharnaüm que James reconstituera plus tard dans son garage. «Ce touche-à-tout m'a profondément marqué, probablement parce que je n'ai pas connu mon père. A 6 ans, je l'ai vu partir pour l'hôpital, à 9 ans, je l'enterrais. Dès lors, je me suis construit tout seul et je suis devenu un vrai loup solitaire. Et ce qui me rendait différent des autres est devenu un besoin pathologique chez moi!»

Et puis, bon sang anglais ne saurait mentir: la différence voire l'originalité, n'est-ce pas l'ADN de ce peuple si «différent du reste de l'Europe»? «Avec le Commonwealth, nous avons beaucoup plus de choses en commun avec les Canadiens ou les Australiens qu'avec les Français ou les Italiens. Attention! Je ne refuse pas d'être ami avec eux: j'ai d'ailleurs une maison sur le Continent près de Draguignan où je vais très souvent. Mais nous sommes une île, et j'aime l'idée que le Royaume-Uni préserve son indépendance.»

En matière de brevets, «l'Europe est en déficit par rapport à l'Asie car ici, toutes les procédures sont compliquées et les complications multipliées par le nombre de pays. Cette bureaucratie coûte très cher aux entreprises»

James Dyson

«Indépendance»: un mot sur lequel Dyson insiste - sans pour autant prononcer celui de Brexit - et qui le place largement à contre-courant de la plupart des dirigeants économiques britanniques dont la grande majorité défendent l'appartenance de leur pays à l'Union européenne. «On n'a pas besoin d'être partie prenante des expérimentations sociales du marché commun. Pour le commerce, si

un pays veut taxer les produits, nous les taxerons en retour. C'est du donnant-donnant.» Même s'il reconnaît que le morcellement de l'Europe est un réel handicap pour la dépose des brevets, il n'en démord pas: «Dans cette matière, l'Europe est en déficit par rapport à l'Asie car ici, toutes les procédures sont compliquées et les complications multipliées par le nombre de pays. Cette bureaucratie coûte très cher aux entreprises.» Enfin, les brevets ne durent que vingt ans. «C'est très peu surtout si l'on considère qu'il faut cinq ans pour développer un produit. C'est d'autant plus ridicule en comparant cette situation avec celle d'un artiste anglais qui garde ses droits toute sa vie, et ses héritiers pendant cinquante ans.» Selon lui, cette courte durée de vie des brevets est un frein néfaste à l'inventivité: les industriels attendent que les brevets tombent dans le domaine public pour en faire des copies, au lieu de créer mieux ou autre chose. «Pour être en avance, et la garder, les entreprises doivent investir dans la recherche et le développement, afin de créer une véritable concurrence et la motivation pour innover. C'est aussi vrai pour des aspirateurs que pour des médicaments.» Pragmatique, il ajoute: «Si vous autorisez des gens à se copier entre eux, tous les produits se ressembleront.» Ce mondiosceptique («la mondialisation écrase les différences au lieu d'en épanouir la richesse») est en fait, d'abord et avant tout, un eurosceptique.



*Dyson est aujourd'hui le leader du marché des aspirateurs en Europe. - Crédits photo :
Christophe LEPETIT*

La rencontre déterminante de sa vie, il l'a faite dans les années 60, avec Jeremy Fry, «un ingénieur qui avait compris que les objets tirent leur excellence de leur conception mais aussi de leur élégance». Une formule qui pourrait être celle de Dyson aujourd'hui. L'inventivité de Jeremy Fry le subjuge. En faisant du ski nautique, celui-ci n'eut-il pas l'idée de remplacer les skis par une seule planche pour augmenter sa vitesse? Outre le monoski, Fry a inventé le Sea Truck, un bateau à fond plat pour le transport des marchandises avec un tirant d'eau de 15 centimètres. De ces années aux côtés de Jeremy, James a gardé un goût prononcé pour l'anticonformisme. Et aujourd'hui, dans sa société, il met un point d'honneur à engager de jeunes ingénieurs «qui ne sont pas encore formés». Entendez: qui ne sont pas perclus de certitudes et peuvent donc avoir des idées neuves...

En vérité, son premier fait d'armes personnel fut une brouette. «Un saut technologique peut être provoqué par un détail de la vie quotidienne», raconte-t-il. En 1970, il achète, avec sa femme Deirdre, une ferme dans les Cotswolds et découvre que le pneu étroit de sa brouette, quand il ne crevait pas, s'embourbait dans le sol dès qu'il avait plu, et versait dès qu'il était trop chargé. James Dyson imagine alors un prototype d'un genre nouveau: roue en forme de ballon, caisse en tubes de plastique, forme arrondie. «Mais quand on est un inventeur, il faut être aussi le propriétaire, l'actionnaire principal et le président», assure James Dyson, qui a mis cette règle en pratique dans sa société. Il est aujourd'hui seul propriétaire avec sa femme et ses trois enfants de Dyson Appliances, le secteur recherche de la société Dyson. «Lorsque j'ai voulu exporter ma brouette aux Etats-Unis, j'ai en toute naïveté déposé son brevet au nom de la société et non en mon nom propre. Dès lors, je n'avais plus aucun droit sur l'invention que j'avais créée et sur laquelle j'avais travaillé si longtemps.»

De ses expériences et de ses déconvenues, il a développé une politique commerciale personnelle : «Je refuse d'être un prestataire. Notre technologie n'est pas à vendre.»

C'est encore de la façon la plus pragmatique que l'idée de l'aspirateur sans sac lui est venue à l'esprit, agacé de l'inefficacité de l'engin classique quand il l'utilisait chez lui. Neufs ou pleins, tous les sacs affaiblissaient la puissance de l'appareil. La scierie voisine lui fournit la première idée pour un hypothétique nouveau modèle: le cyclone, sorte de cône de 9 mètres de haut qui séparait la poussière de l'air par centrifugation. Mais comment adapter cette technique industrielle à un aspirateur ménager? Il fabrique des centaines de prototypes. «Des milliers!» corrige-t-il. Trois ans et 5127 prototypes plus tard, son aspirateur est au point mais sa société créée avec des amis, la Air Power Vacuum Cleaner Company, est en faillite. Jusqu'au miracle japonais.

Devenu le leader des aspirateurs en Europe alors que ses produits sont les plus chers du marché, sir James Dyson reste toujours aussi fasciné par la technologie et la recherche qui «est le quotidien de l'entreprise». Dyson est numéro 2 au Royaume-Uni en termes de nombre de brevets déposés, derrière Rolls-Royce, avec plus de 190 nouveaux brevets annuels. «Nous avons été parmi les premiers il y a quinze ans à inventer la robotique dotée un système visuel de captation.» De ses expériences et de ses déconvenues, il a développé une politique commerciale personnelle: «Je refuse d'être un prestataire. Notre technologie n'est pas à vendre.» Celui qui aurait rêvé de découvrir la vulcanisation du caoutchouc ou d'inventer le béton armé s'est fait le chantre de l'activité industrielle, et tant pis si on le pense encore à contre-courant: le marché ne préfère-t-il pas les start-up et les produits financiers?

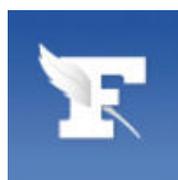


James Dyson laisse toujours ouverte la porte de son bureau. - Crédits photo : Christophe LEPETIT

«Notre technologie et notre capacité à innover, c'est notre patrimoine. Toute la recherche et le développement sont effectués ici, au Royaume-Uni où je paye tous les impôts, même ceux des produits fabriqués en Malaisie, mais intégralement par Dyson.» Flatté qu'on l'appelle «le Steve Jobs de l'électroménager», il reste jaloux du génie occidental, et plus encore britannique: «Les activités à forte valeur ajoutée, comme l'aéronautique ou l'automobile, doivent être maintenues dans les pays développés, et surtout les secteurs de la recherche et du développement. Si la concurrence chinoise venait à faire un saut technologique d'importance, alors ni notre design ni notre image de marque ne nous seraient d'aucun secours.»

Contrairement à la pratique générale, James Dyson refuse tout transfert de savoir-faire. Il développe presque une paranoïa de l'espionnage, s'insurge des contrefaçons et de la mauvaise qualité. Et lorsque nous demandons à visiter le rez-de-chaussée de l'entreprise, siège de la recherche et du développement dont les vitres sont opacifiées, nous nous heurtons à un vigoureux «no, no, no». A ses yeux, la survie de l'entreprise dépend essentiellement de sa capacité à innover et à fabriquer des produits supérieurs, quitte à prospecter sur les plus anciens et les plus saturés des marchés, comme sur celui de l'électroménager!

Sir James Dyson aurait-il un conseil à donner aux jeunes, dans un contexte économique aussi déprimé que le nôtre, écrasé par la mondialisation? «Faites ce que vous aimez, inventez même si ce qui vous fait rêver existe, et croyez-y. Jusqu'au bout.»



(<http://plus.lefigaro.fr/page/francois-deletraz>)

François Delétraz (<http://plus.lefigaro.fr/page/francois-deletraz>)

 Journaliste

[Suivre \(http://plus.lefigaro.fr/fpservice/follow/membre/81325031242245596367369127435013/273838\)](http://plus.lefigaro.fr/fpservice/follow/membre/81325031242245596367369127435013/273838)

Journaliste